

Communiqué de presse, Paris, le 25 mars 2021.

**Avec les *Digital Days*, MAISON&OBJET continue l'accélération du développement de sa plateforme digitale MOM.**

**Le début d'année aura été particulièrement rythmé, avec 8 rendez-vous hebdomadaires déployés sur MOM (Maison & Objet and More). L'opération spéciale appelée « *Digital Days* », confirme à nouveau que l'on peut, en ligne et chaque semaine, connecter des milliers de professionnels du design, de la décoration et de l'art de vivre.**



Le format, qui avait vu une première version en septembre 2020, suscite une nouvelle fois l'enthousiasme de tout un secteur et ce, à l'échelle internationale. A défaut de pouvoir arpenter les allées du salon en janvier, Maison&Objet a proposé à sa communauté une nouvelle expérience en ligne articulée sur 8 thématiques hebdomadaires, structurées autour des tendances et saisonnalités de l'industrie. Avec des sujets forts tels que *Well at Work*, *Craft*, *métiers d'art Sustainable*, *Trendy Deco*, ou encore *So French*, le séquençage permettant aux acheteurs d'aller à l'essentiel a très largement séduit son public.

Au total, ce sont donc **384 174 connexions** recensées du 27 janvier au 19 mars 2021, par des visiteurs en quête d'inspirations et de nouvelles collections présentées par les **3155 marques** de la plateforme. Avec un temps de connexion moyen de **8 min 44 secondes**, le dispositif démontre à nouveau la qualité de l'audience, fidélisée tout au long de l'année par MOM. Les marques provenant de **73 pays** ont présenté plus de **45 000 nouveautés**.

24 *talks*\*, diffusés au rythme **3 émissions hebdomadaires** sous titrées, comptabilisent déjà plus de 11 000 vues, prouvant l'expertise reconnue de Maison&Objet dans le décryptage de tendances. En ces temps de révolution des comportements d'achat, la capacité de l'opérateur à délivrer des conseils pratiques et inspirants demeure incontestée.

Le succès de ce format ciblé permet également d'entrevoir le développement de services personnalisés pour certains groupements professionnels internationaux. Ce sera notamment le cas pour l'Ameublement Français avec qui Maison&Objet organisera, sur MOM, trois nouveaux jours de Digital Days du 14 au 16 avril 2021, visant à valoriser ses entreprises adhérentes auprès des acheteurs connectés.

On voit dans ces initiatives se dessiner la mise en place d'un nouveau business model basé sur le potentiel de la data, optimisé par les équipes de Maison&Objet, depuis le lancement de la plateforme digitale il y a 5 ans. **Maison&Objet perfectionne alors son expertise de mise en relation et de générateur de leads qualifiés.** Une mission pluri-canal illustrée dès le lancement de MOM en 2016, proposant l'accès aux marques et à leurs nouveautés toute l'année. **En investissant pour pousser plus loin sa capacité à réunir online et offline, Maison&Objet continue de faire grandir sa communauté, témoignant des opportunités offertes par les nouveaux outils digitaux.**

#### Contact presse

S2H Communication – T: +33 (0)1 70 22 58 55

[maisonobjet@s2hcommunication.com](mailto:maisonobjet@s2hcommunication.com)

Sarah Hamon – [sarah@s2hcommunication.com](mailto:sarah@s2hcommunication.com)

## Qu'en pensent les utilisateurs ?

Les Marques :

« *Maison&Objet a toujours été un événement incontournable pour nous. En cette période où les rencontres physiques - facteurs fondamentaux de développement - sont limitées ou interdites, MOM s'est révélé être un canal promotionnel très efficace pour mettre en avant notre marque. Cette nouvelle approche digitale nous permet de sensibiliser un public plus large et de nouer de nouvelles relations. C'est une belle opportunité pour la visibilité de notre marque.* » **(Giorgio Gagnara, fondateur, Giobagnara, Italie)**

« *Notre participation aux Digital Days a été une excellente occasion de générer des business leads et rencontrer (virtuellement) des clients que nous n'aurions pu rencontrer autrement. Toute au long de l'année, notre showroom virtuel sur la plateforme nous permet aussi de tester nos produits, voir ce qui attire l'œil et rester ainsi en phase avec les tendances.* » **(Camille Sogno, international development, Marumitsu Poterie – Japon)**

« *Les Digital Days étaient une belle occasion de pouvoir faire partie d'une mise en avant thématique et bénéficier d'un coup de lumière supplémentaire, générant encore de nouveaux contacts via MOM, notamment à l'export.* » **(Elise Recour, fondatrice, Constelle, France)**

Les Acheteurs :

« *Les « Digital Days », ont été un excellent moyen de rester en contact avec un univers complexe, varié et en constante évolution. Chaque semaine, j'ai pu découvrir de nouvelles idées, des tendances et même des produits inattendus! Les talks menées par des experts très compétents m'ont ouvert l'esprit, me faisant réfléchir sur le marché et réaliser que je ne suis pas assez alerte sur les nouvelles habitudes d'achat... Une grande aide pour la sélection de nouveaux produits !* » **(Fabio Moroni, propriétaire dirigeant Moroni Gomma, Italie)**

\*Les talks des **34 experts** présentés ces dernières semaines seront exceptionnellement maintenus en ligne sur la plateforme MOM jusqu'au 16 avril, en plus des nouvelles marques à découvrir chaque semaine tout au long de l'année.

Pour voir ou revoir en replay les interventions :

[https://mom.maison-objet.com/fr/inspirations/talks?menu\[code\\_thematique\]=sustainable\\_edition](https://mom.maison-objet.com/fr/inspirations/talks?menu[code_thematique]=sustainable_edition)

Infographie : <https://www.maison-objet.com/paris/digital-days-by-maison-objet>

## Contact presse

S2H Communication – T: +33 (0)1 70 22 58 55

[maisonobjet@s2hcommunication.com](mailto:maisonobjet@s2hcommunication.com)

Sarah Hamon – [sarah@s2hcommunication.com](mailto:sarah@s2hcommunication.com)

# DIGITAL DAYS



**3 155**

marques de 73 pays

**46 198**

nouveautés produits

**4 152**

showrooms

**533 463**

visites sur 8 semaines

**+102%**

d'échanges business

**24**

Talks dédiés

## VUE D'ENSEMBLE ET DONNÉES GÉOGRAPHIQUES DES VISITEURS

**2,9M**

DE PAGES VUES

**5,5**

PAGES VUES PAR VISITE

**8 min 44 s**

TEMPS MOYEN DE VISITE

34%  
Europe  
(hors France)

27%  
Grand  
export

39%  
France

## TOP 5 DES PAYS



FRANCE



ETATS UNIS



ITALIE



ROYAUME-UNI



BELGIQUE

## A propos de Maison&Objet

Depuis 25 ans, Maison&Objet anime et fédère la communauté internationale du design, de la décoration et de l'art de vivre. Sa marque de fabrique ? La capacité à provoquer des rencontres internationales fertiles, à accélérer la visibilité des marques qui rejoignent ses salons ou sa plateforme digitale, mais aussi un instinct singulier pour valoriser les tendances qui feront battre le cœur de la planète déco. Révéler des talents, offrir des opportunités d'échanges et d'inspiration online et offline, faciliter le développement des entreprises, telle est la mission de Maison&Objet. Au travers de deux salons annuels réservés aux professionnels et de Paris Design Week, animant la ville et le grand public en septembre, Maison&Objet est un baromètre incontournable du marché. En ligne et toute l'année, MOM (Maison&Objet and More) permet aux acheteurs et aux marques de poursuivre leurs échanges, de lancer les nouvelles collections ou de nouer des contacts au-delà des rendez-vous physiques. Les nouveautés et illustrations hebdomadaires des tendances actuelles stimulent en continu l'activité du secteur. Sur [maison-objet.com](http://maison-objet.com) revivez les conférences du salon, inspirez-vous des belles histoires qui donnent corps aux succès d'objets iconiques ou décryptez les dernières impulsions du marché. Enfin, au quotidien, sur les réseaux sociaux, les conversations s'enrichissent avec une communauté de près d'un million de participants actifs sur Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Xing, et WeChat.

### Contact presse

S2H Communication – T: +33 (0)1 70 22 58 55

[maisonobjet@s2hcommunication.com](mailto:maisonobjet@s2hcommunication.com)

Sarah Hamon – [sarah@s2hcommunication.com](mailto:sarah@s2hcommunication.com)