



Hopebird-design Jaime Hayon ©TizianoRossi



Applique Ghost/Design by Felix Millay ©Grégory Capitet



Maison DADA ©FrancisAmiard

MAISON&OBJET

THÈME D'INSPIRATION, MARS 2022

MAISON&OBJET
24-28 MARS 2022

DOSSIER DE PRESSE

« NOUVEAUX LUXES: ENTRE *UBER LUXE* ET *LUX POPULIS* »

Capital désir au plus haut et imagination au sommet !

Ainsi va l'univers du luxe, qui affichant une santé insolente, emprunte de nouveaux chemins, surfant d'un côté sur l'artisanat haute-couture et la « high technology », et de l'autre, sur la pop culture et les valeurs d'inclusion. Un nouveau phénomène qui a inspiré Maison&Objet pour cette nouvelle édition portée par l'envie de mettre en avant le meilleur de la création. « *Quand, on vient à Paris, explique Philippe Brocart, directeur général du salon, c'est bien pour des savoir-faire et un art de vivre unique, qui constitue une exception* ». Et Vincent Grégoire, fin observateur des tendances au bureau de conseil international en style et innovation NellyRodi, d'expliquer ainsi cette quête de luxe toujours plus forte : « *dans une époque chahutée, on a besoin de se démarquer, de vivre des émotions, et des expériences, de repousser les limites de la fantaisie.* »

Décryptage en deux temps.



Abissal, VISTA ALEGRE



Suspension M101, HENRI BURSZTYN
©Romain Jouault pour Kandella

ÜBER LUXE

Du précieux, du virtuose, de l'exceptionnel ! Cet über luxe signe l'alliance de l'artisanat d'art avec les nouvelles technologies, quand ces dernières repoussent toujours plus loin les prouesses de la main et que le luxe s'écrit, un pied dans l'histoire un autre dans le futur, et où rien n'est jamais trop beau.

Le résultat : la Phantom Oribe de Rolls-Royce, voiture créée en collaboration avec la maison Hermès et commandée par un milliardaire japonais, la vertigineuse bibliothèque Dujiangyan Zhongshuge à Chengdu en Chine, un véritable palais des glaces orchestrée par le cabinet d'architecture X+Living et sa géniale fondatrice, Li Xiang, le succès des créateurs dont le mobilier en édition limitée, voisine avec l'art. Dans l'univers de la décoration, toujours plus visionnaire, les designers développent des matériaux avec des physiciens, les tissus s'ornent de fils de soie, de cuivre et de led, les canapés, loin de rester de simples assises, deviennent connectés. Et les listes d'attente s'allongent pour ces objets de désir exclusifs.

Le luxe ultime ? Tutoyer les étoiles et embarquer pour un vol spatial commercial de Virgin Galactic ou rêver de passer une nuit dans le premier hôtel spatial imaginé par une start-up américaine. Ouverture prévue en 2027 !

« Cet über luxe qui s'adresse à un petit cercle d'élus, répond à une quête de beau, de transcendance, dans une dimension presque spirituelle. »

The sky is no longer the limit !



Tables Mira, MAISON DADA

LUX POPULIS

« *Pop Culture et Pop'litical* » c'est avec ces deux mots que Vincent Grégoire résume cette nouvelle tendance du luxe qui puise son inspiration dans l'univers dans la street culture, porté par une génération biberonnée à la télé-réalité, à Instagram, à TikTok et au gaming. Avec lui, le luxe s'encanaille avec parfois un petit parfum régressif: l'horloger Tag Heuer s'allie à Super Mario pour une édition limitée, Gucci imagine une capsule dédiée au personnage de manga Doraemon, Leblon Delienne revampe Mickey, la super star Virgil Abloh signe une collection de meubles en édition limitée en béton graffé, les « top chefs » vus à la télé deviennent les super stars de la cuisine comme Jean Imbert rentrant au Plaza Athénée.



Mickey Sparkling par Thomas Dariel, LEBLON DELIENNE



Collection Toucan - Porcelaine fait main, Lladró



Mais aussi Dom Pérignon orchestre une collaboration avec Lady Gaga, Louis Vuitton Homme dévoile un film publicitaire avec ses nouveaux ambassadeurs, le groupe coréen BTS, superstars de la K-Pop, les sneakers en édition limitée s'arrachent à prix d'or, et le succès des street artists Banksy et JR ne se dément pas, hier dans la rue et aujourd'hui dans les salons des collectionneurs internationaux.

Bref un luxe comme une fête colorée, joyeuse, mais aussi engagée.

*« Les consommateurs de ce lux
populis sont certes en quête de
divertissement, mais ils se
révèlent aussi attentifs aux
valeurs d'inclusion. »*

À MAISON&OBJET

En symbiose avec ces nouvelles tendances, l'édition de mars concentrera son offre premium dans le hall 7 bien nommé « Signature » pour y rassembler les marques et éditeurs les plus créatifs. Un espace qui, jouant la complémentarité avec la singularité toujours remarquée du secteur Craft, métiers d'art présent au sein du hall 5A, s'animera de plusieurs événements inédits :

- Maison&Objet invite *The Invisible Collection*, première plate-forme online de designs d'exception créés par les stars et les jeunes talents contemporains de la décoration. Dans une scénographie conçue par Émilie Bonaventure, *The Invisible Collection* décline sa vision de luxe responsable et artisanat d'excellence en mettant en scène les meubles et objets qui seront les iconiques de demain.
- Alliant Art et Technologie, le collectif artistique international *teamLab* revient à Maison&Objet Paris pour présenter « *Resonating Microcosms of Life – Solidified Light Color* », une nouvelle installation 100% immersive où la nature se marie au numérique.

- Pour la première fois, à l'initiative du groupement des éditeurs de l'Ameublement Français, les plus belles maisons d'édition de design seront regroupées pour une meilleure mise en lumière de la créativité française.
- Renault dévoilera à l'occasion du soixantième anniversaire de l'iconique 4L, sa voiture dernière-née de la série : « la suite N°4 », imaginée par Mathieu Lehanneur, visionnaire et designer de l'année en Janvier 2010 à Maison&Objet.
- Carte blanche sera donnée à des créateurs emblématiques des différents univers stylistiques de Maison&Objet (scénographes, architectes d'intérieurs, designers), pour imaginer des espaces de restauration et de repos et une expérience de visite mémorable.
- La part belle sera faite aux décryptages du thème de la saison dans un nouvel espace « *What's new? Luxury* » dédié aux nouveautés remarquables de la saison, repérées par l'agence créative française et média en ligne *GoodMoods*, ainsi qu'un programme de conférences animé par les grands noms du design, de la décoration et de l'art de vivre
- Et enfin, Maison&Objet *In The City* du 23 au 28 mars : un parcours en ville, rassemblant les plus grands décorateurs, associés aux maisons de prestige et aux savoir-faire exceptionnels, en synergie avec le salon Maison&Objet.



« Dans une époque chahutée, on a besoin de se démarquer, de vivre des émotions, et des expériences, de repousser les limites de la fantaisie »

Exposition *Resonating Microcosms of Life – Solidified Light Color*, teamLab

À PROPOS DE MAISON&OBJET

Depuis 25 ans, Maison&Objet organisé par SAFI (filiale d'Ateliers d'Art de France et de RX France), anime et fédère la communauté internationale de la décoration, du design 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 secteur.

En ligne et toute l'année depuis 2016, 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 mises en avant hebdomadaires de nouveautés stimulent en continu l'activité du secteur.

Pour aller plus loin, Maison&Objet Academy propose à présent chaque mois aux professionnels une chaîne web exclusive, dédiée à la formation et aux décryptages marché. Sur les réseaux sociaux, les découvertes continuent au quotidien pour une communauté de près d'un million de participants actifs sur Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Xing, et WeChat.

Retrouvez toutes les informations
presse
sur www.maison-objet.com/fr/paris
rubrique presse

Mot de passe pour télécharger les visuels :

MOPRESS

**CONTACT
PRESSE**

S2H Communication

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

maisonobjet@s2hcommunication.com

Sarah Hamon – sarah@s2hcommunication.com

**CONTACT
ORGANISATION**

SAFI ORGANISATION

Filiale d'Ateliers d'Art de France
et de RX France

T. +33 (0)1 44 29 02 00

Philippe Brocart

Directeur général de SAFI

Caroline Biros

Directrice du marketing et
de la communication

T. +33 (0)1 44 29 06 94

caroline.biros@safisalons.fr

Aude Tahon

Présidente d'Ateliers d'Art de
France

Michel Filzi

Président de Reed Expositions
France