

---

19-23 JANV. 2023

**MAISON&OBJET**

#MAISONETOBJET

---

# DOSSIER DE PRESSE



Table et bureau multifonction Nii, par Noma Editions

---

**WWW.MAISON-OBJET.COM**

---

---

19-23 JANV. 2023

**MAISON&OBJET**

#MAISONETOBJET

---

Thème d'inspiration  
Janvier 2023

**« TAKE CARE! »**

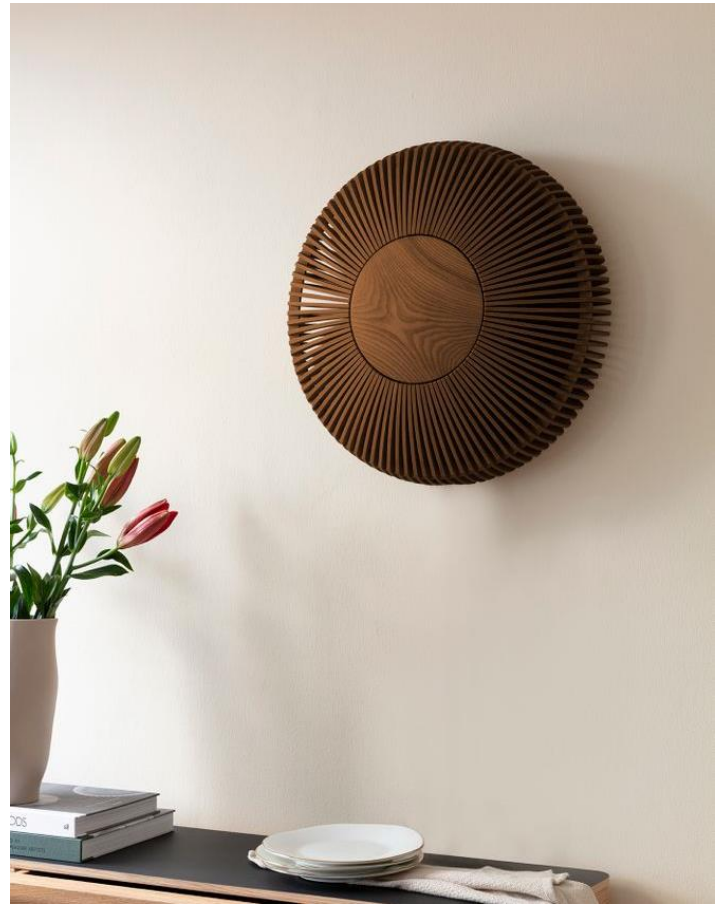
---

[WWW.MAISON-OBJET.COM](http://WWW.MAISON-OBJET.COM)

---



Lampe à poser en papier à caractère organique, aquatique et corallien, collection Aquatiques, par Charlot & Cie



Applique murale Clava Up Wood, fabriquée à partir de lamelles de bois découpées au laser, par Uimage

## TAKE CARE!

**Se recentrer, se retrouver, se faire du bien, se reconnecter à soi, aux autres, à l'environnement...**

**En janvier 2023, on prend soin les uns des autres, des savoir-faire et de la planète... Du 19 au 23 janvier, Maison&Objet Paris s'investit autour de ces valeurs porteuses de sens et d'avenir. Un thème qui va irriguer le salon, jusqu'aux conférences et espaces tendance.**

Les grands bouleversements sociétaux, économiques et politiques qui traversent notre époque nous exhortent à nous engager pour nos convictions, et poussent les marques à davantage de transparence, d'inclusion, de responsabilité en s'adressant aux consommateurs, plus que jamais parties prenantes dans le dialogue qu'ils entretiennent avec elles. Place au parler vrai, à l'action, à l'ouverture, quitte à faire du bruit pour faire bouger les lignes. Aujourd'hui le design chez Maison&Objet interroge les nouvelles esthétiques du Beau et se met au service du Bien.

Prendre soin... Une nécessité absolue dans notre époque en quête de sens et de sérénité. Maison&Objet Paris va concrétiser cet impératif à l'occasion de son édition de janvier.

*« Pour imaginer nos thèmes, nous partons toujours d'une étude de la société. Dès que l'on met le nez dehors, on est face à des enjeux culturels, environnementaux, identitaires. La société a besoin de nouveaux modèles que peuvent incarner les marques, pourvoyeuses de solutions dans les domaines de l'environnement, de la préservation des savoir-faire, de l'attention à l'autre et au bien-être. Ce qui nous intéresse, ce sont ces voix qui montent pour les incarner. La gen Z (c'est-à-dire les moins de 25 ans) attend des actes. Aujourd'hui, une nouvelle éthique s'impose dans la consommation que nous accompagnons. », analyse Vincent Grégoire, directeur de création chez NellyRodi.*

Outre une démarche de plus en plus responsable de la part du salon (50% de déchets recyclés, multiplication des LEDs, signalétique stockée et réemployée, dons de la nourriture invendue à la Croix Rouge, approvisionnement de l'eau en circuit court et chauffage baissé), les exposants de Maison&Objet Paris sont de plus en plus nombreux à défendre ces valeurs indispensables pour dessiner un futur désirable et inclusif.

Noma, la maison d'édition française qui ne travaille qu'à partir de matériaux recyclés, la Ciergerie des Prémontrés qui perpétue le savoir-faire ancestral des Pères blancs de l'Abbaye des Prémontrés, Care by me, la marque danoise qui imagine des collections de vêtements et accessoires doux et chauds ou les tapis de la Laines Paysannes en circuit court s'affirment comme autant de stands réjouissants et pleins de sens.



Cierges « à la plongée », procédé du XV siècle, par la Ciergerie de l'Abbaye des Prémontrés



Canapé en lin, collection BOHO, par Maison de Vacances

# Les quatre piliers du soin

- *S'occuper de soi*

Les marques et créateurs vont désormais au-delà de l'image, vers des propositions de fond qui invitent à prendre soin de son corps comme Waterrower et son matériel de sport en bois et métal, mais aussi à prendre soin de son mental. « *Il y a une grande tendance autour des propositions engagées pour le bien-être et la santé physique, qui ont été malmenés durant la pandémie* », rappelle Vincent Grégoire.

Le salon engagera par ailleurs les visiteurs à prendre leur temps et à s'aérer les idées comme avec l'espace de tendances « *What's New?* » d'Elisabeth Leriche, bien nommé « *In the air* » pour inviter à la légèreté et au repos. Le tendanceur François Delclaux nous embarquera dans le train de la « *Slow Hospitality* », avec un voyage incitant à ralentir... Et le Designer de l'Année (révélé dans quelques jours) imaginera une place tout en sérénité et en apesanteur pour nous délester du stress quotidien.

- *Prendre soin de la nature*

« *Si une partie des visiteurs vient chercher des nouveautés, d'autres viennent chercher des repères, du sens et des réponses à des questions de société dans les allées du salon et notamment concernant l'écologie.* », explique Vincent Grégoire.

L'ensemble des halls du salon est irrigué depuis plusieurs années par de jeunes marques engagées, qui agissent et proposent une « *nouvelle éthique qui s'impose dans la consommation en écho avec le mouvement slow* », rappelle le chasseur de tendances. Parmi elles, La Fabrique à Sachets offre de la nature à planter et l'entreprise Dopper, très engagée sur la limitation des productions de bouteille en plastique, propose de jolies gourdes astucieuses et solides. Le fabricant de couteaux Jean Dubosc propose des collections avec des manches en déchets plastique collectés et recyclés en France. Les marques les plus authentiques dans leur démarche RSE sont d'ailleurs depuis plusieurs éditions identifiées par un jury d'experts extérieurs à l'organisation et regroupées dans le parcours « *Sustainable* » du salon.

A noter que, dès le mois de décembre, le programme de MOM, la plateforme digitale de Maison&Objet, mettra en avant les produits à économie d'énergie, incarnant combien le sujet est un fil rouge - ou dirait-on vert - de la saison.

Ainsi, dans l'espace de repérage des nouveautés « *What's New?* » de François Bernard, on évoquera le lien aux matériaux bruts et à la nature dans une impulsion baptisée « *Grounded* », illustration d'une nouvelle facette du luxe, où l'or et les paillettes cèdent le pas à la simplicité.



Une solution pratique et responsable pour s'hydrater et réduire ses déchets plastiques, avec la gourde A6 par Memobottle



Pots en matériaux recyclés, de la collection OOHH par Lubech Living

- *S'occuper et s'intéresser aux autres*

« De nombreux acteurs s'engagent à recréer du lien entre les générations, les classes sociales, les cultures et vont au-delà du décoratif et de l'image », défend Vincent Grégoire.

Ainsi, dénicheur et promoteur de nouveaux talents chaque année, Maison&Objet portera sur les devants de la scène sept « *Rising Talents* » sélectionnés par leurs aînés parmi la jeune garde du design espagnol. Des talents, représentants d'une génération engagée, qui à travers leurs créations synthétisent cette attention au monde qui nous entoure. Des valeurs partagées avec les trois marques invitées dans le cadre du nouveau programme « *Future on Stage* », mettant sur la scène les convictions de jeunes marques tout juste lancées.

Également, dans sa carte blanche aux designers Ukrainiens intitulée « L'art de la résilience », Maison&Objet entend montrer que le design ukrainien, malgré la dispersion de ses talents en raison de la guerre, survit et même grandit. Les créateurs continuent de créer, de lancer de nouvelles collections et de produire. Une façon de saluer le courage et l'esprit de liberté de cette génération qui participe à écrire l'histoire du design.

- *Protéger le patrimoine et les savoirs*

« Le monde recèle de savoir-faire dont nous nous sommes longtemps détournés. Aujourd'hui, des marques comme *Reine Mère* qui travaillent avec du bois du Jura proposent un nouveau régionalisme, les casseroles *Cristel* sont entièrement fabriquées en France, et des designers comme *Samuel Accocebery* qui travaille avec des acteurs du pays basque ou *Youssef Fofana*, fondateur de *Maison Château Rouge*, marque qui met en avant le quartier parisien du même nom, sont symptomatiques d'un état d'esprit d'engagement et d'ancrage dans un territoire, ses savoir-faire, sa culture », énumère Vincent Grégoire

De jeunes marques ou des maisons séculaires présentes sur le salon s'attachent à transmettre ce patrimoine inestimable. En France, les marques *Drugeot*, *Delavelle* ou *Sollen* inscrivent l'ébénisterie française dans le XXI<sup>e</sup> siècle avec des collections aux lignes contemporaines, *AS'ART* sélectionne des pièces de l'Afrique australe, encourageant et favorisant les savoir-faire traditionnels afin de contribuer au développement économique et social des communautés artisanales.



Eleplante, par noted - Eléphant en céramique transformé en jardinière, fabriqué à la main par des artisans de Seto, au Japon.

Tisser une passerelle entre les cultures du monde, rendre possible de nouveaux modes de créer et de consommer le design et la décoration d'intérieur, faire perdurer les métiers artisanaux d'exception et les propulser dans l'avenir, faire la lumière sur les nouvelles initiatives porteuses de sens et d'innovation, c'est la promesse engagée du prochain salon Maison&Objet Paris, du 19 au 23 janvier 2023.



Tapis Semis tissé et cousu main, fabriqué en Ariège (France), par Laines Paysannes



Vase en céramique, collection "Gonta" par le Studio Natura Ceramica / Andriy et Olesya Voznicki – Dans le cadre de l'exposition "L'Art de la Résilience"



Conception de produits de la marque Nobodinoz, qui imagine et fabrique en France et à Barcelone des produits pour toute la famille et respectueux de l'environnement



Collection de vanneries en fil de téléphone proposée par AS'ART qui exprime la richesse du travail des Zoulous, mettant à l'honneur les traditions africaines et le savoir-faire artisanal sud-africain



"Rosemary Banch" par Yuriy Rintovt - Dans le cadre de l'exposition "L'Art de la Résilience"



Plaid en coton biologique conçu par la marque danoise The Organic Company, dont l'objectif est de toujours produire des articles design, de qualité et là pour durer, sous la devise « Consommer moins mais mieux »



# À propos de Maison&Objet

Depuis 27 ans, Maison&Objet (Organisation 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, TikTok, Twitter, LinkedIn, Xing, et WeChat.



©AETHion



©AETHion



---

## Toutes les informations presse

sur [www.maison-objet.com/fr/paris](http://www.maison-objet.com/fr/paris)

rubrique « presse »

Utilisez le mot de passe « MOPRESS »  
pour télécharger les visuels.

---

## 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 Delhomme**

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

