

MAISON&OBJET

Communiqué de presse – Paris le 19 janvier 2023.

Maison&Objet poursuit la révolution de son secteur et lance trois nouveaux services digitaux pour aider les marques de la décoration, du design et de l'art de vivre à se développer. D'ici fin 2023, ces dernières disposeront de la première plateforme BtoB omnicanale facilitant leur croissance, dans une expérience "seamless" alliant physique et digital.

Un accélérateur encore jamais proposé dans ce secteur, reposant sur une communauté internationale déjà active.

Si la transition digitale a été anticipée depuis 2016 par les équipes de Maison&Objet avec le lancement de la plateforme de "lead generation" MOM (Maison&Objet & More), c'est la crise du COVID et l'interruption de l'activité événementielle du salon pendant 18 mois, qui a permis de constater à quel point la vision de l'entreprise avait été avant-gardiste sur l'évolution de son propre business model. En effet, si l'activité majeure et la plus connue reste le salon qui se tient 2 fois par an, au Parc des Expositions de Villepinte, la stratégie de développement tient en quelques mots partagés par Philippe Delhomme, président du directoire de la SAFI « *Nous avons eu, depuis 2014, la conviction que la vocation de notre entreprise n'était pas de se positionner uniquement comme opérateur de salons, mais plus largement de permettre aux professionnels de notre secteur (marques, acheteurs et experts) de se rassembler, de se rencontrer et de développer leur entreprise, en leur offrant une plateforme de qualité, créative et fédératrice. Alors pourquoi se limiter à deux salons par an quand on est au cœur de cette communauté toute l'année ? MOM est né de cet instinct et de cette envie de nous positionner différemment. Aujourd'hui, notre efficacité numérique n'est plus à remettre en cause. On va pousser encore plus loin.* »

Alors en 2023, c'est 3 nouveaux outils transactionnels qui verront le jour, pour aider notamment les jeunes pousses de la décoration, du design et de l'art de vivre à se développer avec les moyens des grandes.

-*Janvier 2023* : Maison&Objet lance son service de création de boutique en ligne, de professionnels à professionnels (autrement nommé « Eshop BtoB », powered by MOM). Reposant sur l'expertise technique de MOM, il sera proposé, en marque blanche, la conception de sites dédiés aux transactions B2B, accessibles sur le site internet des marques, pour leurs clients et prospects. Une équipe dédiée accompagnera les créateurs pour les aider à optimiser leurs ventes.

-*Premier Trimestre 2023* : Ajout de la fonctionnalité *marketplace* sur MOM pour les marques et acheteurs européens (hors UK). Ici les marques abonnées, qui bénéficient déjà de mise en contact (*lead generation*) par la plateforme, pourront proposer la prise de commandes directes auprès des pros, ou bien la génération de devis à la demande. MOM, déjà reconnu comme un outil d'inspiration et de repérage, permettra alors aux acheteurs (visiteurs au salon, mais pas que) de passer commande toute l'année.

- *Rentrée 2023* : à partir de l'édition Maison&Objet Paris de septembre, les marques et les visiteurs du salon pourront bénéficier d'un outil permettant de digitaliser la prise de commande sur le salon. Pour les marques, cela se traduit par une accélération de la prise de commande et la possibilité de centraliser les leads en provenance du salon, alors que les visiteurs auront la possibilité de valider les pré-commandes à tout moment, pendant et après le salon

MAISON&OBJET

La force de cette offre digitale réside dans la mutualisation des développements. Les entreprises peuvent choisir, à la carte, de bénéficier de l'un ou l'autre des services, selon leur stratégie de développement.

Ainsi, ce qui a fait l'identité de Maison&Objet dans le segment créatif et/ou haut-de-gamme, avec un rayonnement international, se retrouve dans ces innovations. En s'appuyant sur le salon Maison&Objet Paris et la plateforme digitale MOM, les marques du secteur de la décoration, du design et de l'art de vivre pourront développer leur renommée, lancer de nouveaux produits, rencontrer et interagir avec près de 480 000 acheteurs et prescripteurs internationaux, en leur proposant des échanges faciles et complets, tout au long de l'année.

Cette ambitieuse accélération digitale se lit dans les objectifs que se fixe Philippe Delhomme, qui souhaite réaliser d'ici 4 ans 25% de son CA sur ces activités.

Pour autant, Maison&Objet ne se désengage pas de son salon physique bi-annuel. Il ne s'agit pas pour le groupe de remplacer une activité qui se trouve souvent remise en question depuis la crise sanitaire, mais plutôt de faire évoluer, en phase avec les besoins des entreprises, les services proposés. En effet, en janvier 2023, le 4^{ème} salon post COVID mobilise encore plus de 2200 marques et attend 60 000 visiteurs. Le salon lui-même, en tant que rendez-vous professionnel, évolue et renforce sa présence deux fois par an en proposant des parcours en ville tels que *Maison&Objet In the City* et *Paris Design Week*.

Une offre qui complète l'expérience d'une communauté très engagée, qui affirme son besoin de se déplacer pour voir, toucher et ressentir. Ce faisant, Maison&Objet parfait en 2023 un modèle économique innovant, où la plus belle ville du monde en toile de fond permet d'orchestrer des parcours inspirants, un salon incontournable pour le business de son secteur et des services digitaux qui répondent aux attentes des entreprises et des acheteurs.

A 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 événements 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, du parcours *In the City* en début d'année puis 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 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 plus d'un million de participants actifs sur Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Xing, WeChat et Tik Tok.