
7-11 SEPT. 2023

MAISON&OBJET

#MAISONETOBJET

DOSSIER DE PRESSE



Tagadá Harmchair par Stamuli

WWW.MAISON-OBJET.COM

7-11 SEPT. 2023

MAISON&OBJET

#MAISONETOBJET

Thème d'inspiration

**EN
JOY**

In quest of pleasures

Septembre 2023

WWW.MAISON-OBJET.COM



Uchronia
Photo : Félix Dol Maillot



ColorTherapis, tapis Green Poetry

ENJOY!

Plus qu'une tendance, une quête initiatique. En septembre, le Thème d'inspiration invitera à l'exaltation retrouvée. Un enchantement affranchi de l'austérité à laquelle la société et les marques se sont pliées pour adapter leur ligne de conduite au contexte de crise.

Du 7 au 11 septembre 2023, Maison&Objet sera « en quête de plaisirs » et affiche d'ores et déjà la couleur, mais aussi l'extravagance, l'audace et l'humour comme valeur ajoutée de cette nouvelle édition. Goûter les plaisirs d'intérieurs propices au bien-être, doper les endorphines grâce au design, retrouver le goût de la fête et de la fantaisie... ce programme jubilatoire sera décliné et partagé sur les grands rendez-vous et événements ainsi que sur un tout nouveau secteur de Maison&Objet.

Hédonisme exalté et optimisme retrouvé

En a-t-on fini avec cet « hédonisme frugal » si prégnant ces dernières années et qui associait la notion de « bien-être » à une consommation vertueuse et raisonnable, à la connexion avec notre environnement et la nature ? Non.

Mais il faut clairement lâcher du lest. Sans perdre de vue ces enjeux, les individus font émerger le désir de réenchanter leur quotidien. L'agence Peclers Paris définit cette nouvelle aspiration comme un « hédonisme exalté » dont l'observatoire sociologique de l'agence en stratégie créative a décelé depuis quelques temps déjà les vibrations.

« On arrive à un tel paroxysme de contexte anxigène que l'on est aujourd'hui presque dans un basculement », commente Patricia Beausoleil, Directrice des secteurs Prospective et Environnement & Design de Peclers Paris. « On essaie d'être hyper raisonnable et on s'aperçoit que finalement, on est tous faits de contradictions. Nous avons besoin d'aller sur ces territoires plus réservés, exclusifs, individuels, presque égoïstes pour conserver une forme de bien-être. Nous avons besoin de retrouver des formes d'optimisme. ».

Cette « quête des plaisirs », conduite aujourd'hui par les artistes et designers, trouvera son assouvissement à la rentrée, au fil du programme de Paris Design Week et des exposants du salon Maison&Objet qui exprimeront haut, fort et en couleur cette nouvelle et réjouissante humeur adressée aux professionnels du secteur.

En avant-première sur la plateforme *M.O.M (Maison&Objet and More)*, dorénavant marketplace, de nombreux produits jouent déjà les accords de cette partition euphorique, offrant la possibilité aux professionnels européens d'acheter en ligne, toute l'année, pour leur boutique ou leur projet d'aménagement.

Cet optimisme fertile en créativité sera également à l'honneur dans le programme de conférences à retrouver sur Maison&Objet. Les espaces de curations *What's New?*, identitaires du salon s'approprient, quant à eux, la thématique Enjoy! en puisant directement leur inspiration dans les nouvelles collections de la saison.



Perle Puffy Sofa Set par Chappal.Co



Flacon de parfum Riverside par Reflections Copenhagen

Les trois expressions du plaisir à découvrir sur Maison&Objet en septembre

• Expressivité séductrice

La partie la plus visible de cette quête de plaisirs est portée par des marques et des créateurs qui n'ont pas peur de se faire remarquer, bien au contraire. Ce sont des Je(ux) de soi, désirs de se composer une identité plurielle et créative, comme avec l'application Lensa AI qui permet en quelques secondes d'endosser un nouveau costume, une nouvelle identité artificielle. C'est aussi l'atmosphère glamour ressuscitée des nightclubs disco à l'image du Studio 54 ou du Palace, que l'on retrouve revisitée dans les lieux d'hospitalité. C'est encore l'univers vibrant, sensoriel et sensuel de Rodolphe Parente nous invitant à une *Contre Soirée*. Rémanence d'une décadence festive et nostalgique. Il s'agit alors de transformer son quotidien en fête flamboyante pour tirer le maximum de l'instant présent. C'est enfin la théâtralité qui se propage comme dans l'exposition *Stolen Objects from the Sea* du studio Uchronia chez Laparra lors de la Paris Design Week.

« Il y a une sorte de revival du glam, de l'érotisation, de l'extravagance de la fin des années 70 et des années 80. Les jeunes générations adoptent une esthétique très sexuée. On a aussi tout le territoire noctambule qui va influencer et inspirer d'une certaine manière la déco d'aujourd'hui », commente Patricia Beausoleil.

Pour ce « chez soi » qui n'est plus un lieu de repli et de calme, mais un endroit ultra-expressif, la lumière entre en jeu, les effets sont « glossy », métallisés, les formes sensuelles. Ces qualificatifs peuvent s'appliquer aux collections de la jeune maison Theoreme Editions qui avaient été présentées « *In the city* », comme aux propositions éclectiques de l'Américain Jonathan Adler, habitué du salon. Ce répertoire brillant s'exprime aussi par touche, par exemple dans un des classiques de Matière Grise, la Batchair, qui peut se parer d'un laiton glamour. Il enflamme les tables irisées de Victoria Wilmotte aux plissés précieux ou signe les objets décoratifs en verre aux effets de lamé cuivré et aux courbes voluptueuses de An&Angel.



Miroir Bended par le studio Muller Van Severen
Photo : Fien Muller



Astro bougeoir rouge pâle, par Hübsch

• Créativité libératrice

Aujourd'hui, une part des individus veut retrouver des moments d'insouciance dans la vie adulte. Références régressives et philosophie récréative animent leur quotidien. L'étonnement prend une place centrale. Radicalement optimistes, plusieurs artistes, architectes et designers portent haut le droit à la rêverie ou à l'échappée belle. Cette quête de plaisirs s'exprime alors au travers de scénographies à l'humour décalé, elle nourrit des imaginaires utopistes, des univers fantaisistes. Entre détournement et jeu d'échelles, des esthétiques audacieuses et des expériences ludiques font émerger de nouvelles perceptions de la réalité. Le Nigérian Yinka Ilori, exprime, lui aussi, sa radicalité jouissive et ses audaces chromatiques jusque dans ses bureaux londoniens.

Les couleurs franches, vives et assumées sont un outil privilégié pour réinsuffler de la joie au quotidien. Les matières sont rassurantes, les jeux de proportions transmettent une sensation ludique de maison de poupée. Les structures tubulaires aux lignes épurées, presque enfantines parfois de Muller Van Severen, pourraient figurer parmi ces « optimistes collectifs » identifiés par l'agence Peclers Paris. Cette tendance vivifiante rappelle les collections de 13desserts, pépite marseillaise, qui se fait remarquer depuis quelques saisons maintenant sur le salon et sur la Paris Design Week. Maison Dada, Bleu citron, Kalager, ColorTherapis, Pulpo, Ibaba Rwanda... mobilier, objets déco, accessoires de modes et pour la maison, la tendance est joyeusement présente dans tous les secteurs.

« Aujourd'hui, le rapport au mental est très important. L'idée d'aller chercher de l'émotion et une dynamique positive est vraiment fondatrice de ce mouvement de quête de plaisirs », affirme Patricia Beausoleil. *« On s'aventure dans des territoires plus fun, plus expressifs, plus colorés, plus pop. On se rapproche de toute la génération des designers utopistes des années 60 qui ont inventé une espèce de rétro futurisme avec ce côté presque naïf sur la vision du futur qu'on aimerait bien retrouver »* poursuit Peclers Paris.



Gravity Candle Holder par Atelier Fig.

- **Sensibilité augmentée**

Lorsque le bien-être est associé à un retour à l'essentiel, le plaisir n'est plus dans l'exubérance mais passe par une exploration ultra-expériencielle. Le digital devient alors la porte d'entrée vers de nouvelles perceptions de soi, vers un bien-être plus ludique, décomplexé, attractif et accessible. La recherche de quiétude conjugue réalité augmentée et immersion sensorielle quand sa traduction matérielle suggère des formes et des sensations nouvelles.

« Il y a une volonté d'aller chercher dans l'intangible une sublimation du tangible. On va aller créer dans le digital des choses un peu impalpables qu'on va s'attacher ensuite à reproduire dans le monde réel, fait valoir Patricia Beausoleil. On va pouvoir créer des formes plus fluides, parfois plus ergonomiques ou plus biophysiques, des effets de matières, de métallisation, de luminescence inattendus, des chromés assez extravagants qui sont complètement extraits de l'imaginaire et de l'esthétique qu'on trouve dans le digital ».

Cette démarche évoque celle de la designer Sabine Marcelis dont l'expérience Virtual Tactility proposait une représentation virtuelle d'œuvres de design présentées comme de véritables expériences sensorielles. L'architecture métallique et répétitive des étagères Fréquence de Kataba semble adopter ce même langage, tout comme les créations douces et arrondies de Francesco Balzano pour Theoreme Editions, l'Unstressed chair du studio de design suédois Stamuli, ou les vases à la finition iridescente en impression 3D d'Argot Studio.

Un espace de tendances incarné sur le salon, en trois dimensions et cinq sens.

L'agence Peclers Paris mettra en scène sur 200 m2 le thème du salon. Cette expérience immersive à travers des objets, matières, œuvres déploiera un parcours sensoriel et ludique, animé par des performances d'artistes, interventions d'artisans, de designers, de créateurs.



Chaise Batchair par Matière Grise



Banc Constantin par Theoreme Editions



Brumes parfumées par Kerzon
Photo : agathewhatyouneed



Sel de bain relaxant, au sel d'Himalaya, pétales de rose et CBD, par Equilibre

WELL-BEING & BEAUTY, l'espace qui nous veut du bien

Point d'orgue à l'incarnation de ce thème fertile ? L'arrivée en septembre d'un nouveau secteur, sur le salon comme sur M.O.M, qui répondra, de façon pérenne à cette quête de plaisir en dédiant son offre aux marques qui nous font du bien.

Sa promesse ? Une offre bien-être pour le corps, l'esprit et la maison.

Véritable prise de conscience sociale, prendre soin de soi est devenu central dans nos quotidiens agités. Et si les cours de yoga ne désemplassent pas, c'est aussi dans une maison saine et douce que les pratiques se multiplient. Les marques présentes couvriront un champ large du bien-être, proposeront des produits qui permettent d'inventer ses propres routines de mise en forme comme ses rituels de beauté. Rassemblés autour de cette thématique, les exposants se rejoignent également sur des valeurs positives : bio, éco-circularité, production locale...

Voici déjà quelques marques à retrouver en septembre au sein de ce nouveau secteur « Well-Being & Beauty » :

EQUILIBRE
HOLI LAB.
INITIAL
L'ART DU BAIN
LE JARDIN RETROUVE
LIFE ON VENUS
MARIE JANINE
ODESSE
VAN DANG FRAGRANCES
ANOTHERWAY
BACHCA
COMME AVANT
FELICITE
JAO BRAND
LES CHOSES SIMPLES
L'INFUSEUR
NIPPON KODO
SAVONNERIE CIMENT
WELLMARK
YEONJI
LA PETITE MADELEINE
Et bien d'autres surprises encore...

À propos de Maison&Objet

Depuis 1995, 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. En 2023, Maison&Objet déploie de nouveaux services digitaux avec le lancement de trois outils transactionnels

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, WeChat et maintenant TikTok.



©AETHion



©AETHion



Toutes les informations presse
sur 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

Mélanie Leroy

Directrice générale de SAFI

Caroline Biros

Directrice du marketing et de la communication
T. +33 (0)1 44 29 06 94
caroline.biros@safisalons.fr

