

Communiqué de presse - Paris, le 27 novembre 2023

Maison&Objet au service du *retail* : enjeux, business et solutions

Du 18-22 janvier 2024 | Parc des Expositions Paris Nord Villepinte

A l'occasion de son édition de janvier 2024, Maison&Objet présentera un nouveau programme, « *WHAT'S NEW? In Retail* », mixant à la fois une approche tendance sur les nouveautés de la saison et un ensemble d'ateliers et solutions *merchandising*, pour accompagner les professionnels – boutiques indépendantes, concept stores, distributeurs, grands magasins – dans le développement de leur activité.

« *A l'écoute constante des 30 000 boutiques visitant le salon chaque saison, nous avons imaginé un espace innovant, expérientiel et utile* », explique Mélanie Leroy, directrice générale de la SAFI. « *Par mon expérience professionnelle, je suis particulièrement sensible au contexte challengeant dans lequel est actuellement le retail, ses enjeux et ses besoins.* »

Ce nouveau programme vient compléter une offre valorisant les catégories génératrices de croissance, à l'image du nouveau secteur *Well-Being&Beauty*, lancé en septembre 2023 et offrant un programme d'expériences « beauté/bien-être » pensé pour aider le *retail* à anticiper les courants de ce marché particulièrement porteur aujourd'hui.

Pour le client final, les boutiques ne sont plus de simples points de passage pour faire ses achats. Les plus performants sont devenus de véritables lieux de vie et d'échange - des concept stores avec une forte identité, actifs en ligne sur leurs réseaux sociaux, où chacun peut prendre le temps d'une dose d'inspiration dans son quotidien. Mais comment opérer cette transition ? C'est tout l'objectif de « *WHAT'S NEW? In Retail* », en proposant des solutions innovantes adaptées au *business model* des points de vente.

« *WHAT'S NEW? In Retail se doit d'être un espace inspirant et une expérience professionnelle utile* », précise Mélanie Leroy, « *pensé comme un vrai concept store* » par ses deux contributeurs majeurs :

- François Delclaux, expert en anticipation, pour le *storytelling* du lieu et la sélection des nouveautés,
- L'agence de consulting stratégique BETC Design, pour la structuration d'un parcours client et d'un *merchandising* efficace.

« *C'est un terrain de jeu incroyable que nous propose Maison&Objet et une manière singulière de collaborer sur le design d'espace : l'expertise de François DELCLAUX sur la tendance stylistique, les nouveaux usages et les nouveautés produits, et BETC Design pour la préfiguration d'un véritable lieu de stimulation des ventes* » explique Christophe Pradère, fondateur et CEO de BETC Design.

Au cœur de cet espace, des « ateliers coaching » sont prévus pendant les 5 jours du salon pour accompagner les magasins dans l'implantation de solutions pratiques et efficaces, au sein de leurs propres points de vente.

WHAT'S NEW ? IN RETAIL – TOUT UN CONCEPT

Du 18 au 22 janvier 2024, Maison&Objet proposera donc ce nouveau format d'exposition dénommé « *WHAT'S NEW? In Retail* », à l'entrée des Hall 3 et 4, signé François Delclaux et BETC Design. Baptisé *Supersoft*, il propose une expérience à part entière aux *retailers*, qui pourront s'inspirer de ce lieu pour optimiser leurs boutiques dont on constate la profonde transformation vers une hybridation des espaces, du fait de l'évolution des attentes de la clientèle. De la vitrine aux tables d'exposition, du parcours d'achat à la mise en avant de coups de cœur, de l'ambiance globale à l'équilibre entre physique et digital, les visiteurs pourront venir "piocher" le meilleur de l'offre des exposants.

« *Cet espace s'inspire des dynamiques observées en Corée du Sud ou au Mexique par exemple, au travers d'espaces multifonctions et multi-catégoriel performants dans les concepts stores, catégorie importante de notre visitorat* », explique Mélanie Leroy, directrice générale de la SAFI.

Plus que de simples points de vente, les commerces sont aussi désormais des lieux de convivialité où il fait bon prendre un café ou s'attabler à l'heure du goûter, mais aussi des espaces agréables et fonctionnels où il est possible de s'installer pour travailler quelques heures ou de participer à un atelier de bien-être.

Une fluidité des usages et entre les espaces, qu'a conceptualisé dans son décor François Delclaux : « *Fluidité également des objets, des formes, des matériaux et des surfaces : les catégories traditionnelles s'effacent et se font moins radicales, les frontières moins tranchées. La création conjugue un brutalisme durable où le matériau impose la forme, avec des formes souples, organiques et silencieuses, enfin avec une technologie douce et non intrusive. La maison devient intuitive et inclusive.* »

À Christophe Pradère (BETC Design) d'ajouter : « *C'est une véritable expérience retail. Nous avons intégré ce qu'on appelle des "moments" pour mettre en scène les produits, avec par exemple la création de mobilier dit « d'attaque », de meubles vitrines, d'un kiosque exportable.*

On veut donner l'idée aux boutiques que les produits présentés ont un intérêt dans leur espace, pour compléter et valoriser leur offre. »

Une promesse qui n'est autre que le reflet du thème de l'année, TECH EDEN, qui se veut le rapprochement entre la nature et les nouvelles technologies dans l'ultime but d'apporter confort et bien-être à une clientèle en quête d'un « *monde plus doux* », comme le souligne si justement l'architecte du *Supersoft*. Une douceur qu'expérimenteront les *retailers* à coup de formes organiques, de matières naturelles, de tons pastel et de reflets irisés.

DES ATELIERS COACHING ET CONFÉRENCES POUR ACCOMPAGNER LES RETAILERS VERS DES SOLUTIONS CONCRÈTES

« Comprendre les problématiques quotidiennes des boutiques et faire appel à des experts pour y répondre », tel est l'objectif des « ateliers coaching » déployés dans le cadre du « WHAT'S NEW? In Retail », explique la directrice générale de la SAFI Mélanie Leroy.

Avec 25 ateliers proposés, les visiteurs *retailers* pourront être soutenus dans la mutation de leur métier et aidés pour organiser la promotion ou la mise en scène de leur boutique.

Maison&Objet s'entoure des experts les plus pertinents pour animer ces ateliers *coaching* et aborder des sujets tant stratégiques qu'inspirants, parmi lesquels :

“Du storytelling au storyliving” par Christophe Pradère (BETC Design) ; “Le merchandising n'est pas que visuel !” par Donatienne Richard (formatrice) ; “Comment intégrer la nature dans sa boutique de manière inventive ?” par Nicolas Rebet (Retailoscope) ; ou encore “Développer sa marque rapidement via TikTok, la vidéo du succès” par Toni Piloseno (Tonester Paint).

Ludivine, fondatrice du concept store bordelais La Maison Poétique, revient sur l'importance de cet accompagnement global qu'offre Maison&Objet, pour à la fois venir chercher des nouveaux produits, recevoir des conseils et trouver des solutions :

« En tant que décoratrice et fondatrice de La Maison Poétique, je me rends deux fois par an au Salon Maison&Objet depuis douze ans. Ces visites sont essentielles pour moi car j'y ai trouvé la plupart de mes fournisseurs au fil des ans, cela me permet d'avoir une vision globale des nouvelles tendances et de m'inspirer des scénographies proposées. Il est primordial de pouvoir voir et toucher les produits ainsi que d'échanger avec les fournisseurs. Le fait qu'il y ait de nouvelles marques présentes à chaque session est un vrai plus, cela me permet d'enrichir mes propositions à ma clientèle. C'est un salon qui est essentiel au développement de mes magasins et je prends plaisir à m'y rendre à chaque fois. »

ET POUR ALLER PLUS LOIN : FOCUS SUR UN MARCHÉ DU BIEN-ÊTRE EN PLEINE CROISSANCE

Avec une croissance mondiale attendue de 9,9% par an sur les 5 prochaines années (*selon le Global Wellness Institute*), le marché du bien-être est au centre de l'attention. L'offre du salon pour les distributeurs sera donc complétée par la mise en avant du secteur *Well-Being&Beauty*. Toujours dans un esprit d'expérience-solution, le salon proposera pour la deuxième édition consécutive *The Well-being Experience*, un second espace immersif pour comprendre les clefs et enjeux du marché.

Après un succès remarqué lors de son lancement en septembre 2023, cet espace prospectif et expérientiel invitera les boutiques à plonger dans une bulle d'énergie positive aux multiples dimensions : une sélection des nouveaux produits qui améliorent le bien-être pour soi ou chez soi, ainsi qu'une vingtaine d'ateliers pour découvrir les nouvelles pratiques du "lâcher prise" ou cultiver son équilibre...

Véritable voyage sensoriel et holistique, dans un marché plus que porteur pour les enseignes, cette offre est construite en partenariat avec le bureau de tendance américain Fashion Snoops et la consultante Retail & Bien-être Marina Musset (du concept store La Seinographe).

Rendez-vous donné en janvier au sein du secteur *Well-being&Beauty*, Hall 3.

A propos de Maison&Objet

Depuis 1994, Maison&Objet (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 et MOM devient également marketplace. Sur les réseaux sociaux, les découvertes continuent au quotidien pour une communauté de près de 2 millions de professionnels actifs sur Facebook, Instagram (+1M de followers), Twitter, LinkedIn, Xing, WeChat et maintenant TikTok.

Fer de lance du label Paris Capitale de la Création, Maison&Objet est un catalyseur permettant de positionner Paris comme un des pôles d'attractivité majeur pour les créatifs internationaux.