

MAISON&OBJET

Maison&Objet Paris ferme ses portes sur une édition de rentrée qui préfigure la nouvelle organisation de ses deux salons annuels :

une transition en marche, qui renforce encore davantage l'ADN du premier salon BtoB dédié au marché de la décoration, du lifestyle et du design en France.



Malgré un contexte économique et politique complexe, tant en France qu'à l'international, Maison&Objet a proposé une curation premium, une offre multi-catégorielle française et internationale, des nouveautés et de l'inspiration ; des fondamentaux différenciants et puissants du salon qui fête ses 30 ans cette année.

Cette édition resserrée a permis d'attirer à Paris près de **54 000 professionnels** qui ont pu également profiter de l'atmosphère festive de **Paris Design Week**, évènement dédié à la création et qui anime la capitale au rythme du design.



CHIFFRES CLÉS :

le maintien des projets côté prescripteurs, un secteur retail qui souffre mais croit en la fin d'année, l'attractivité internationale du salon.



MOM VILLAGE
©AETHION

Côté exposants

Le salon a présenté dans ses halls près de **2 300 marques**, un recul de 14% par rapport à septembre 2023. Recul qui s'explique en grande partie par le « mauvais buzz » autour de l'impact des Jeux Olympiques et aura donc amené certaines marques à ne pas participer à cette session.

L'événement a conservé sa forte orientation internationale avec près de **58%** des exposants venant de **l'étranger** et **27% de nouvelles marques**. Promesse tenue pour proposer aux concept stores, grands magasins et boutiques indépendantes de quoi surprendre leurs clients avec une offre renouvelée et diversifiée pour les fêtes de fin d'année.

Côté visiteurs

La baisse de 10% reflète les difficultés actuelles du marché. On note toutefois des écarts significatifs entre les profils d'acheteurs du salon. Si le comportement des retailers, avec des visites en retrait de 12%, reflète leur contexte chahuté, notamment en Europe, les prescripteurs et professionnels de la CHR affichent pour leur part, un intérêt renouvelé avec **16500 visites uniques** sur cette édition.

La cartographie des visiteurs révèle par ailleurs des **indicateurs positifs pour les marques** avec une croissance significative du visitorat Indien à +16% et un maintien des USA, du Moyen-Orient et de la Corée au niveau de septembre 2023, démontrant ainsi l'intérêt pour le salon des porteurs de projets tout comme les magasins de luxe et premium à la recherche active de nouveautés et d'inspiration. En Europe ce sont la **Belgique**, l'**Italie** et l'**Allemagne** qui sont les premiers pays visiteurs du salon.

Enfin de nombreux exposants ont noté **la qualité et le renouveau de l'audience** présente sur le salon, dont certains visiteurs ont confirmé des budgets d'achat **conséquents**.

MAISON&OBJET

L'édition de septembre en chiffres

Les visiteurs

- 53 923 visiteurs uniques
- 75 091 visites
- 152 pays représentés
- 33 718 visiteurs français
- 20 205 visiteurs internationaux

Top pays visiteurs (hors France)

- Belgique : 2 896
- Italie : 1 956
- Allemagne : 1 479
- Royaume-Uni : 1 335
- Pays-Bas : 1 398
- Espagne : 1 165
- Etats-Unis : 1 068
- Suisse : 891
- Inde : 523

Top marques par pays (hors France)

- Italie : 131
- Belgique : 123
- Pays-Bas : 119
- Allemagne : 113
- Espagne : 90
- Royaume-Uni : 83
- Danemark : 68
- Corée : 39

Les marques

- 2 302 marques
- 615 nouvelles marques
- 63 pays représentés
- 968 marques françaises
- 1334 marques internationales

MAISON&OBJET

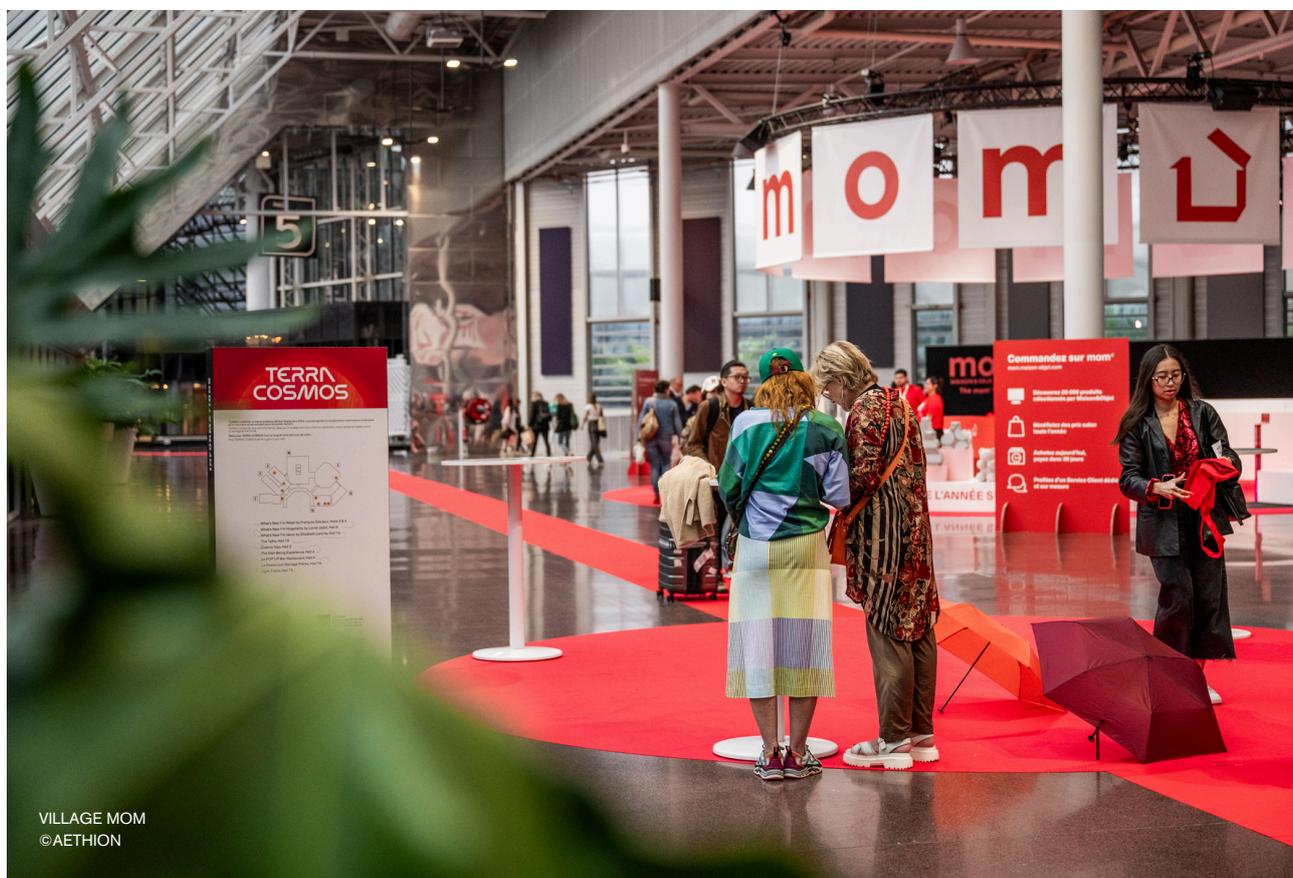
L'édition de septembre en chiffres

Les réseaux sociaux de Maison&Objet

- Instagram : 1M
- Facebook : 716K
- Pinterest : 64k
- LinkedIn : 67k
- TikTok : 29k
- X / Twitter : 29k

MOM (Maison&Objet And More)

- 3 millions de visites par an
- 342 000 acheteurs professionnels du secteur
- 60% distributeurs
- 40% prescripteurs
- 6 000 marques



VILLAGE MOM
© AETHION

Les temps forts du salon : entre audace créative, talents émergents et idées neuves.

Le salon a offert une bouffée d'air créative et rassérénante, ouvrant ses portes à la nouvelle garde, aux idées neuves, aux ambitions farouches, à l'envie de retrouver une vraie liberté et un lifestyle porteur de sens.

Conçu autour du thème d'inspiration défini par l'agence Peclers Paris, **TERRA COSMOS**, le contenu et les animations du salon ont tenu la promesse d'un voyage de la terre à la lune.

Incarné dans les Espaces de tendance **What's New ? In Décor** – mis en scène par **Elizabeth Leriche**, et **What's New ? In Retail**, orchestré par **François Delclaux**, les visiteurs ont parcouru des expériences immersives ponctuées des nouveautés créées par les exposants du salon, les marques présentes sur MOM et des participants de **Paris Design Week**.



Elizabeth Leriche

a raconté l'histoire d'une odysée en immersion dans les étoiles, faisant la part belle aux **lignes futuristes** aussi bien qu'à l'**artisanat d'exception**. Combinant magie et technologie, elle a dévoilé les influences esthétiques qui engendreront des futurs désirables : matériaux, textures, volumes, motifs, dégradés de couleurs dans un parcours immersif de **5 capsules spatiotemporelles**.



WHAT'S NEW? IN DECOR - PAR ELIZABETH LERICHE
©AETHION

François Delclaux

a, lui, proposé, avec le **What's New ? In Retail** un outil stratégique adapté à une réalité économique inspirante dans chaque point de vente avec une sélection mixant les **nouveautés marquantes** de cette édition et les **produits de référence** qui font le succès des boutiques. Les retailers ont pu également bénéficier de conseils et best-practices « prêts à l'emploi » animés par des experts reconnus du secteur lors des **24 ateliers de coaching** abordant les thématiques clés pour générer de la croissance en magasin.



WHAT'S NEW? IN RETAIL - PAR FRANÇOIS DELCLAUX
©AETHION

Lionel Jadot

Après l'installation exclusive créée par Mathieu Lehanneur en janvier 2024, c'est le Belge **Lionel Jadot**, élu **Designer de l'année**, qui a proposé une vision disruptive de l'hôtel de demain dans son **What's New ? In Hospitality**. Entouré d'une vingtaine d'ateliers et de designers qu'il a rassemblés dans son laboratoire créatif de **Zaventem**, le designer a revisité ce que la chambre et le lobby d'un hôtel peuvent devenir, dans un **projet "Zero Waste"**, un engagement exemplaire qui équilibre harmonieusement vision hautement inspirante et upcycling.



WHAT'S NEW? IN HOSPITALITY - PAR LIONEL JADOT
©AETHION

Septembre, c'est aussi dans l'évolution du salon pensé par Maison&Objet, l'édition qui met particulièrement en lumière la jeune génération du design, les talents émergents internationaux et la surprise inspirante.

Les **Rising Talent Awards : Nordic Countries** ont ainsi mis à l'honneur des talents venus de Norvège, de Finlande, de Suède, du Danemark et d'Islande.

Future On Stage, le tremplin dédié aux **jeunes marques innovantes** a présenté ses **trois nouveaux lauréats** dans une installation scénographiée Hall 6, mettant en avant leurs produits phares et leur permettant de rencontrer des acheteurs du monde entier.

C'est encore l'émulation stimulante des jeunes créateurs sélectionnés dans **Paris Design Week** avec son programme "**Factory**" qui trouve un écho au salon, au cœur du Hall 7.

Au travers de ces initiatives, Maison&Objet rappelle indéniablement son ADN de **dénicheur de talents et d'innovations engagées**.



Le rendez-vous des personnalités les plus influentes du secteur.

De l'hôtellerie au retail, les Talks Maison&Objet ont proposé des solutions novatrices et pointues pour l'architecture d'intérieur jusqu'aux créateurs d'exception, en passant par l'analyse des dernières tendances.

Maison&Objet a organisé **24 conférences**, animées par des experts et des grands noms de la scène créative, de l'art de vivre et du design international.

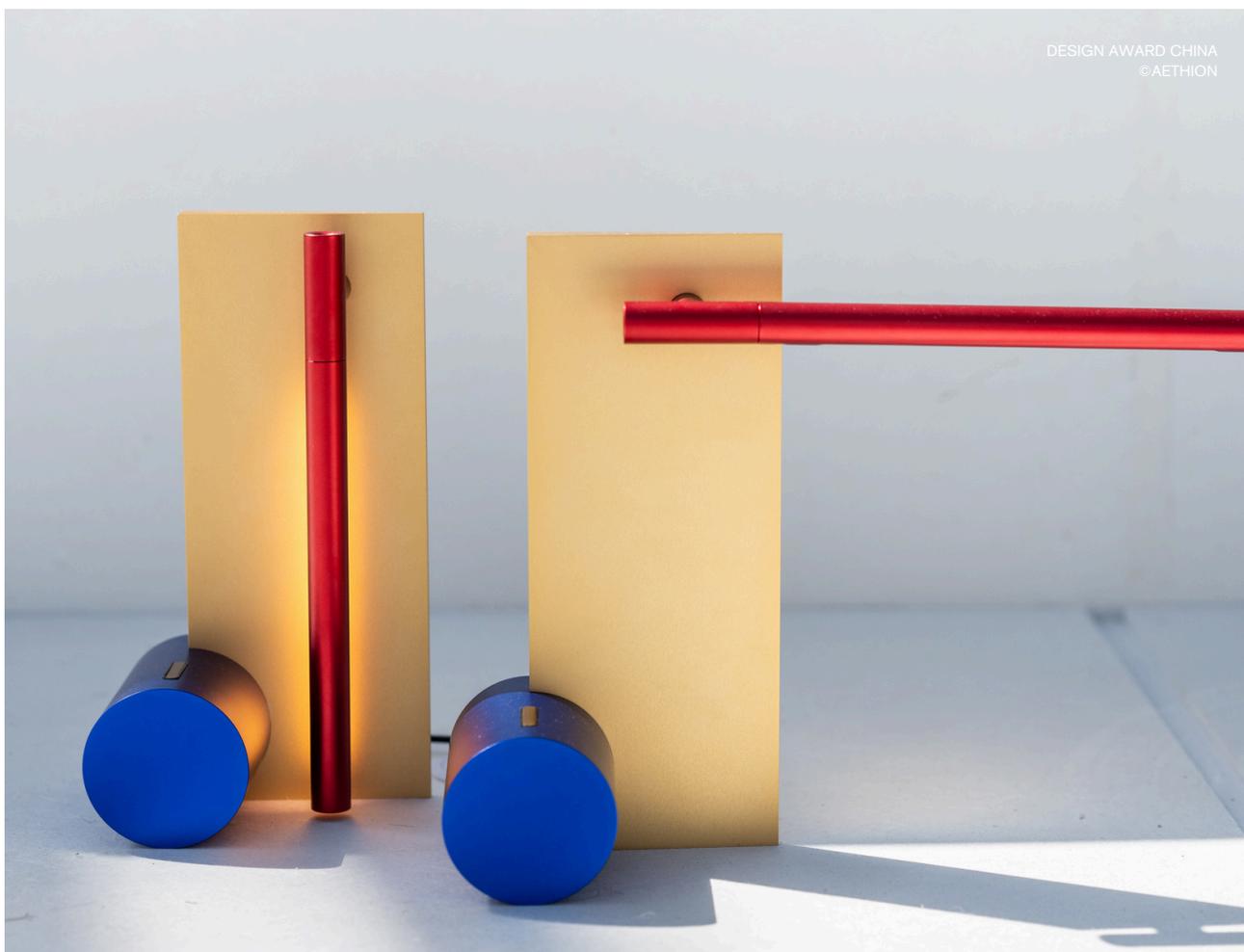
Ce plateau d'invités prestigieux s'est mué pendant 5 jours en lieu de rencontres et de découvertes captivantes pour continuer à se perfectionner et actualiser sa pratique, que l'on soit designer, retailer ou architecte d'intérieur.

Parmi les invités du salon : **Cordelia de Castellane** - Directrice Artistique de Dior Maison, collections Arts de la table et maison et cadeaux, **Harry Nuriev** - Artiste, designer & fondateur - Crosby Studios, **Marie-Ange Brayer** - Conservatrice, cheffe du service Design et Prospective industrielle Musée national d'art moderne, Centre Pompidou, **Paul Cocksedge** - Designer & Cofondateur - Paul Cocksedge Studio, **Sarah Poniatowski** - Fondatrice - Maison Sarah Lavoine ou encore **Tom Dixon** - Fondateur & Directeur créatif ont répondu présent à l'invitation.



Septembre 2024 : une transition qui préfigure la stratégie d'évolution des deux éditions du salon, avec des marqueurs visibles dès janvier 2025.

Depuis un an, les équipes de Maison&Objet ont approfondi un travail d'écoute active des clients – marques et visiteurs – pour mieux cerner leurs besoins, permettant d'identifier des attentes spécifiques sur chacune des éditions de janvier et septembre. C'est ce qui a guidé **Mélanie Leroy** et les équipes de la SAFI pour renforcer dans un premier temps, les fondamentaux de Maison&Objet qui font sa puissance et sa singularité : enrichir une **offre premium et multi-catégorielle**, développer sa **communauté internationale d'acheteurs** qualifiés, en étant plus que jamais le rendez-vous **réfèrent des nouvelles tendances** du lifestyle et de la décoration. Deux éditions au socle commun qui se différencieront l'une de l'autre par des **éclairages marché spécifiques** afin de se compléter et accompagner efficacement le développement business des clients.



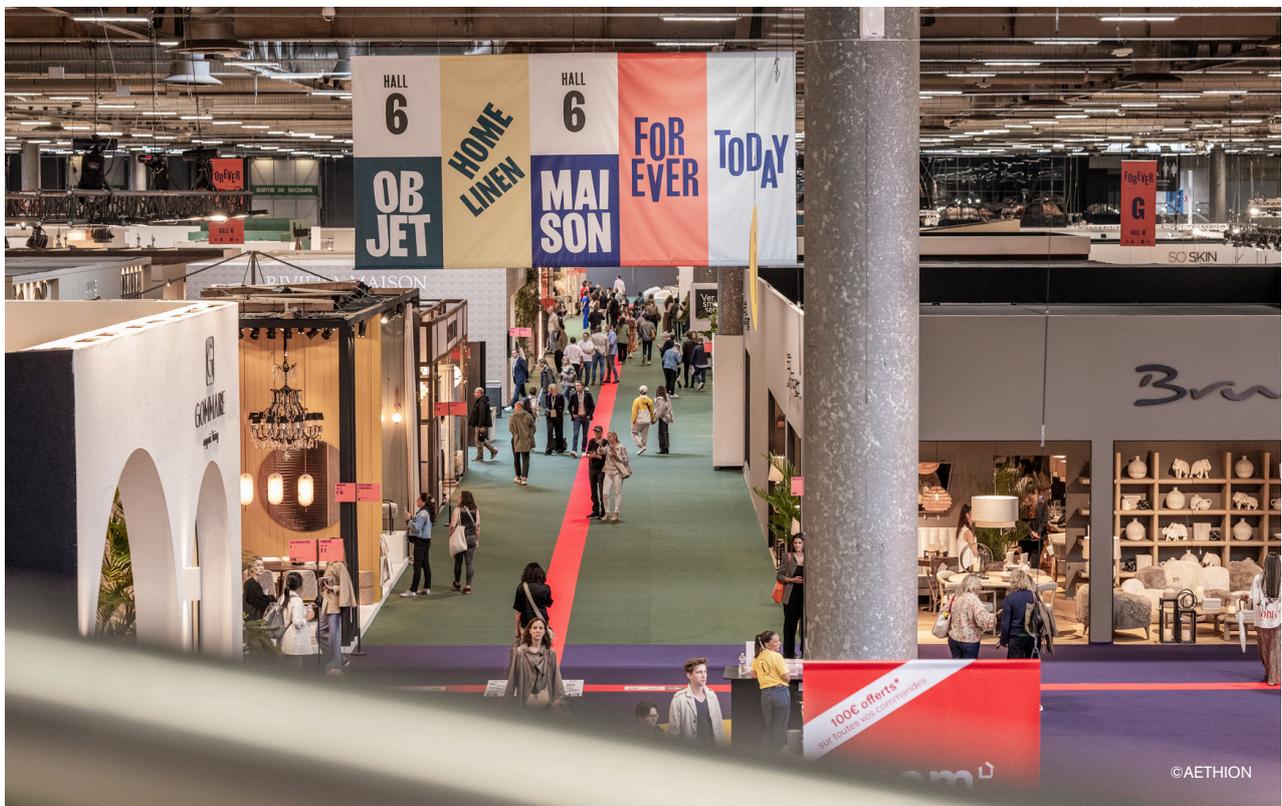
Janvier s'annonce comme la session qui incarnera cette évolution initiée en septembre.

Trois focus principaux structureront la prochaine session autour des 15 secteurs du salon :

Un éclairage spécifique sur le domaine de la CHR avec un **What's New ? In Hospitality** interprété par un jeune talent français, qui viendra compléter la vision tendance du salon avec ses deux **What's New ? In Decor** et **What's New ? In Retail**, devenus des incontournables. Autour de cet espace sera présentée une offre premium destinée aux hôteliers venus chercher des pièces lifestyle différenciantes qui feront l'identité de leur établissement.

Le second axe sera celui du **design « collectible »** : des pièces en **série limitée** qui mettent en scène un **savoir-faire spécifique**, subliment l'artisanat et repoussent les limites de la matière. À découvrir : un parcours tel une galerie de **20 designers et créateurs** sélectionnés par un expert du design, **Thomas Haarmaann**, pour répondre aux projets des architectes d'intérieur en quête d'exception et se positionner clairement sur le segment premium du marché.

Enfin, le déploiement de l'**offre « mode et mode maison »** dans le secteur du salon Fashion Accessories qui mettra en scène des **marques urbaines et haut de gamme** proposant des produits qui se positionnent comme les parfaits compléments à l'achat déco.



L'édition de septembre 2025 évoluera également : Cook&Share, dont l'offre et l'animation autour de l'art de la table seront renforcées, se tiendra uniquement durant cette session. Le pôle Maison quant à lui, proposera une nouvelle lecture du design autour de marques référentes et de la jeune création internationale. A cet effet, les programmes Rising Talent Awards et Future on Stage lui seront réservés.

« Avec l'ensemble des équipes, nous sommes plus que jamais concentrés pour apporter des réponses concrètes aux besoins de nos clients dans un marché en pleine mutation. L'évolution de notre modèle est une réflexion engagée depuis plusieurs mois et pour le rendre tangible, il est nécessaire d'avancer par étapes. Après une édition de septembre 2024 de transition, j'ai hâte de partager en janvier les ancrages de cette nouvelle stratégie. La prochaine édition marquera également la montée en puissance du réseau Women&Design by Maison&Objet que nous venons de lancer, un projet qui me tient particulièrement à cœur. En l'ouvrant à l'international, nous avons l'ambition de devenir un vecteur essentiel d'identification des projets innovants portés par des femmes, de visibilité, de connexion et d'échanges entre professionnelles de notre secteur ».

Mélanie Leroy, directrice générale de Maison&Objet et de la SAFI



Entre ces deux sessions, et pour préparer au mieux la fin d'année, les **3M d'acheteurs connectés** à la plateforme MOM – Maison&Objet & More – qui enregistrent une **croissance de +3%**, pourront retrouver les 400 exposants du salon parmi une offre élargie à **plus de 3000 marques en ligne** afin de passer leurs commandes et demandes de réassort.

Maison&Objet c'est deux sessions, uniques et complémentaires, chaque année. Toujours plus de nouveautés du 16 au 20 janvier et du 4 au 8 septembre prochain !

À 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 l'un des pôles d'attractivité majeurs pour les créatifs internationaux.



Contacts presse

S2H COMMUNICATION

+33 (0)1 70 22 58 55

maisonobjet@s2hcommunication.com

Sarah Hamon

sarah@s2hcommunication.com

Contacts organisation

SAFI ORGANISATION

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

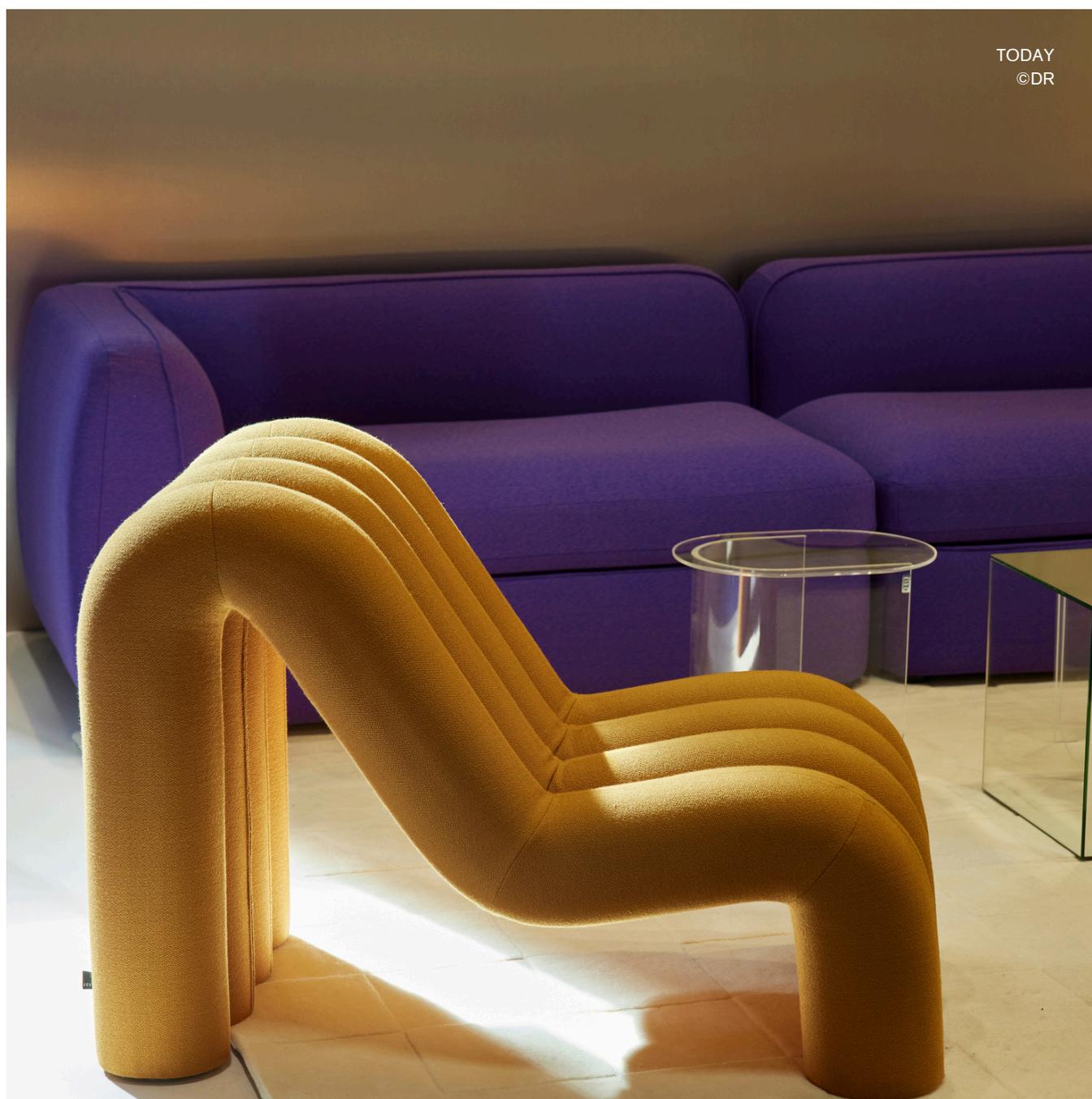
+33 (0)1 44 29 02 00

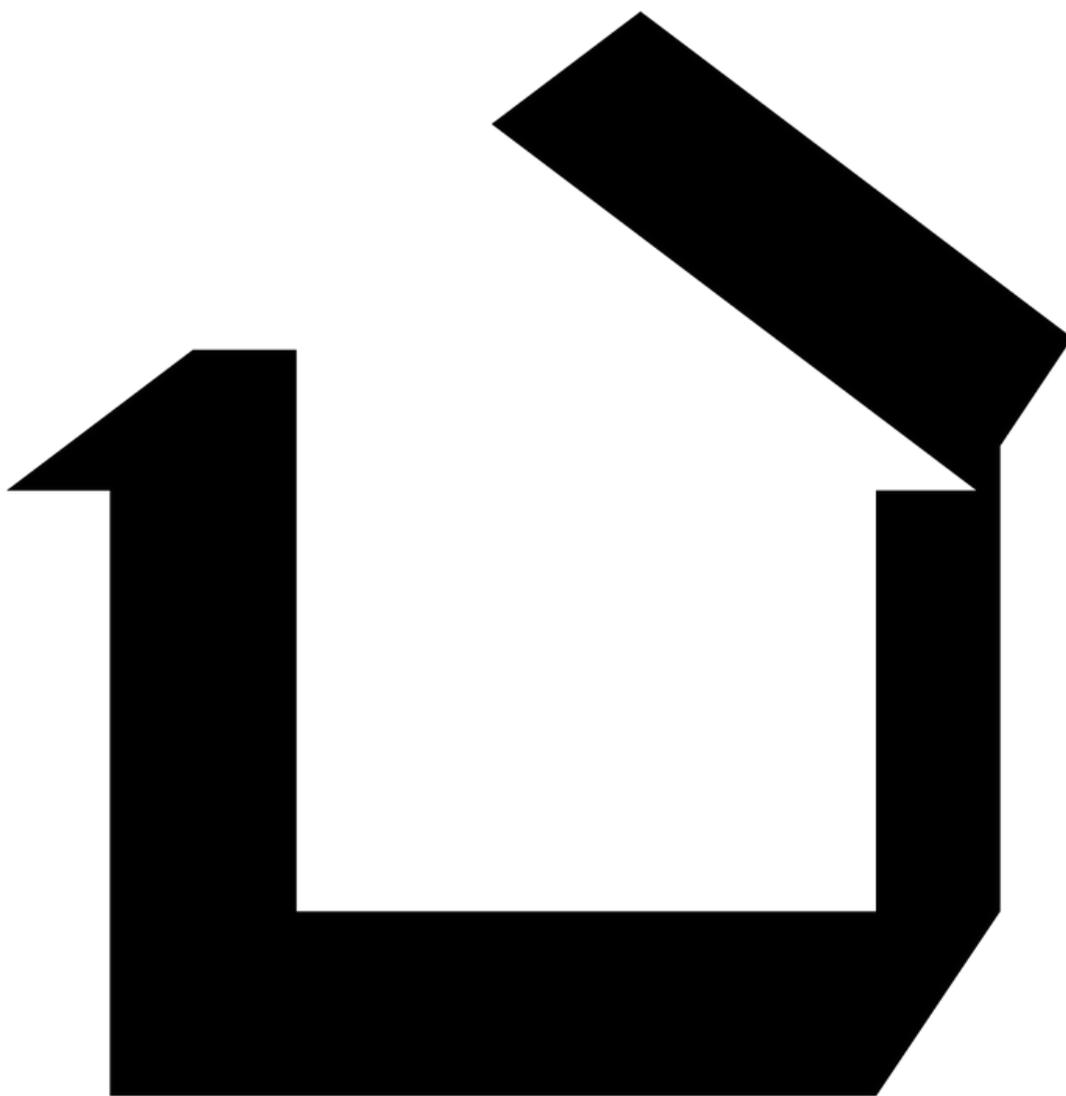
Philippe Delhomme

Président du Directoire

Mélanie Leroy

Directrice générale de SAFI





WWW.MAISON-OBJET.COM

Communiqué de presse
12 septembre 2024
