

05-09 SEPT. 2024

MAISON **30** & OBJET
years

#MAISONETOBJET30YEARS

DOSSIER DE PRESSE



Acorn Vase, par ILEX STUDIO
©Ilex Studio, London, 2023

WWW.MAISON-OBJET.COM

05-09 SEPT. 2024

MAISON **30** & OBJET
years

#MAISONETOBJET30YEARS

Thème d'inspiration

TERRA 
COSMOS

Du cosmos à la terre, de la terre au cosmos

Septembre 2024

WWW.MAISON-OBJET.COM

30 ans de Maison&Objet : 2024, année cosmique

Après **TECH EDEN**, éclairage sur l'alliance vivifiante de la technologie et de la nature, Maison&Objet et l'agence de conseil en stratégie créative Peclers Paris poursuivent en septembre leur exploration optimiste, résiliente et stimulante avec un nouveau thème : **TERRA COSMOS**.

« Quand se télescopent espace - territoire réel et fantasme universel - et matérialité terrienne, quand s'entrecroisent science et magie, naissent alors de nouvelles fictions durables qui impactent le monde réel. »

Brune Ouakrat, Planneur Stratégique en charge de la prospective chez Peclers Paris

TERRA COSMOS décrypte ces nouveaux désirs et les attentes de consommateurs en quête d'expériences totales. Une vision prospective cosmique, mais bien ancrée dans la réalité d'un salon résolument tourné vers la nouveauté, la créativité et l'innovation.



KATSU STONES
©DR



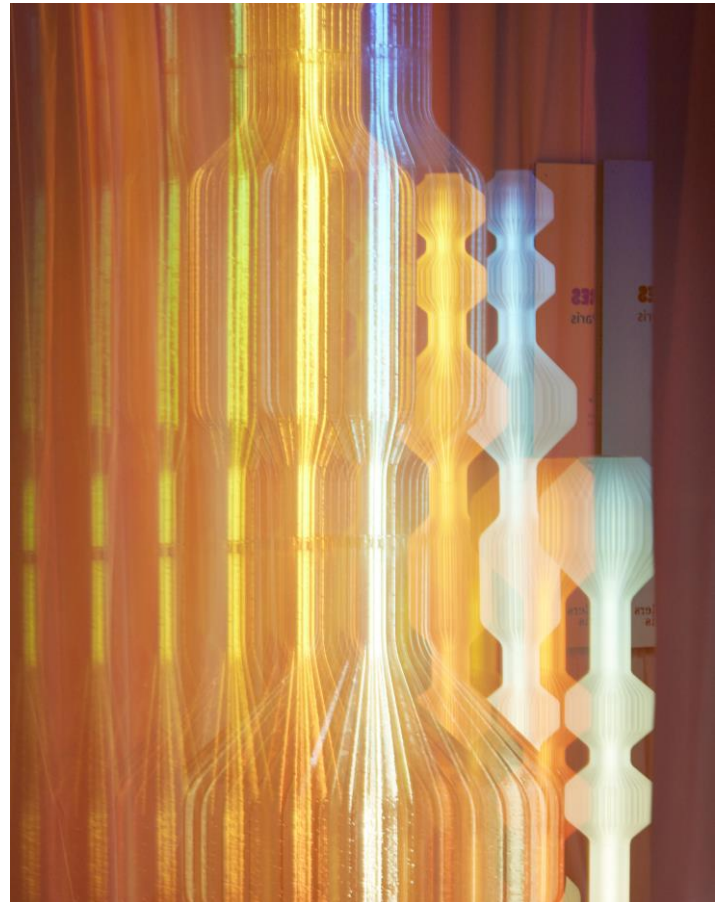
13 DESSERTS
©Anne-Emmanuelle Thion

A la conquête du cosmos : vers une nouvelle révolution cosmique ?

La perspective désormais envisageable de voyages dans l'espace et les avancées technologiques qui rejoignent les projections des fictions d'anticipation annoncent de profonds changements dans nos modes de vie. Cinquante-cinq ans après les premiers pas d'un homme sur la lune, les nouveaux succès scientifiques ravivent notre fascination et réactivent **un imaginaire lié au cosmos et synonyme d'avenir prometteur.**

« Dans cette nouvelle approche, il ne s'agit plus simplement d'un ailleurs extra-terrestre. Le cosmos, nous en faisons partie et ce positionnement implique une responsabilité, des créations et des pratiques résilientes et vertueuses. Il impose une vision plus large, ésotérique, magique dans laquelle on peut s'imaginer touriste en apesanteur, choisir de consulter les astres ou de rechercher des connexions bénéfiques avec les éléments. »

Brune Ouakrat, Planneur Stratégique en charge de la prospective chez Peclers Paris



LUCA ZITO
©Elodie Dupuis



IMPERFETTLAB
©DR



HENRI BURSZTYN
©DR

TERRA COSMOS, nouvelle frontière désirable et fertile

« Connexion, immersion, virtualité, matières intelligentes, 3D, IA... une part du fantasme devient accessible aujourd'hui et le consommateur est prêt pour des expériences immersives, sensorielles tandis que de nouvelles esthétiques s'immiscent dans son quotidien et le réenchante. »*

Brune Ouakrat, Planneur Stratégique en charge de la prospective chez Peclers Paris



WINT DESIGN LAB
©Anne-Emmanuelle Thion



ANGA
©DR



HOKARAN
©Alexis Narodetzky

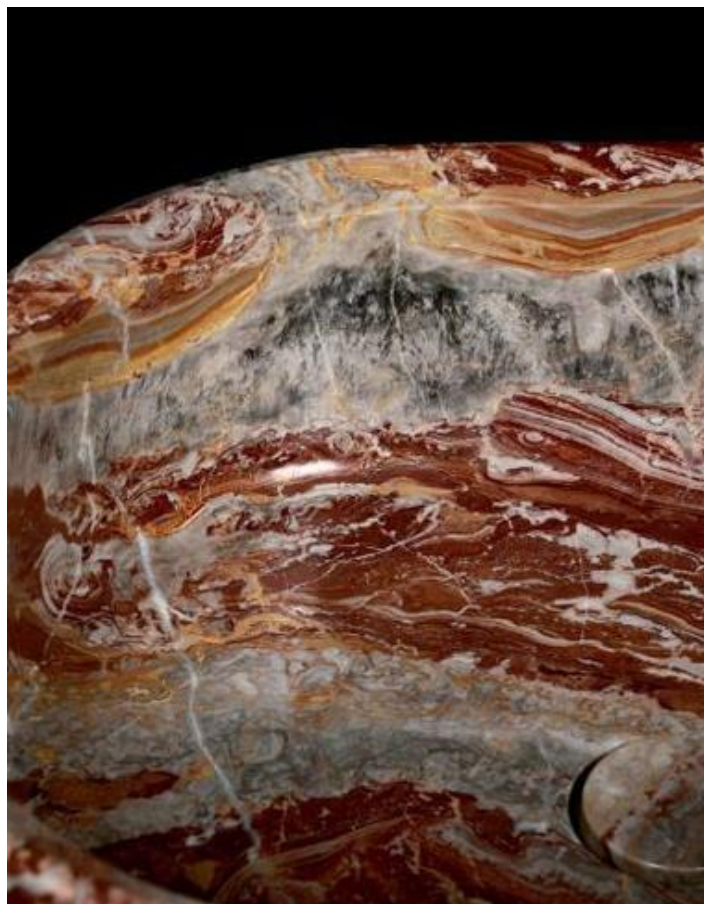
Les nouvelles matières de nos espaces

Elles sont **brutalistes** ou **sophistiquées**, irisées ou transparentes, elles évoquent autant la surface minérale des astres que les étendues célestes et stellaires. Avec TERRA COSMOS, la nouveauté se cristallise dans **l'intensité des matières**, à l'image des explorations formelles des designers d'Objects of Common Interest et de leur manière expérimentale de travailler aussi bien le métal que le verre.

« Les matériaux expriment un futurisme sensoriel qui habille les intérieurs de rugosités minérales, les investit de constellations d'objets satellites. Les formes aléatoires, la rondeur et l'ovalité accentuent l'aspect cosmique autant qu'elles en adoucissent les contours. Les luminaires produisent des halos vibrants, diffractent la couleur en spectres mouvants, en projections féeriques. »

Charlotte Cazals, Designer et *Trend Forecaster* chez Peclers Paris.

Pour une marque comme Lexon, les nouvelles frontières vont au-delà de la technologie. Elles incluent des domaines tels que la durabilité, le bien-être et la diversité, où les opportunités d'innovation sont nombreuses et cruciales pour répondre aux défis du monde contemporain.



ATELIER PLUS MONTECARLO
©DR



FORM
©Elodie Dupuis



MOSS SERIES
©Anne-Emmanuelle Thion



DCW ÉDITIONS
©Francis Amiand



LUDIVINE LOURSEL
©Francis Amiand

Des évasions polysensorielles

Dans l'hôtellerie et la restauration, l'expression de **TERRA COSMOS** s'étend au-delà d'un univers formel. **Découvertes immersives ou expériences extrêmes**, il ne s'agit plus seulement de mobiliser les sens, mais de les amplifier ou de les déstabiliser autant à l'aide de technologies que de récits merveilleux. Un parti-pris revendiqué par le chef danois Rasmus Munk qui se redéfinit "alchimiste". Son menu "holistique" se déguste dans le décor immersif de son restaurant de Copenhague où il fait voyager ses hôtes des profondeurs marines à celles des aurores boréales. Poser le pied à l'hôtel El Cosmico, dans un paysage texan désertique, relève d'**une expérience à la frontière entre le cosmique et le terrestre**. Ce camping de luxe sera bientôt doté d'habitations imprimées en 3D pour, conformément à sa promesse, fuir les urgences du quotidien, se reconnecter à ses sensations... et observer la voûte céleste.

Plongée dans le metaverse

De la boutique Acne Studio au pop-up store Moncler à Tokyo, dans le *retail*, les références cosmiques sont plus abouties encore quand **les décors futuristes et épurés rencontrent une expérience d'achat digitale et connectée**. L'esthétique d'avant-garde ouvre la voie à une nouvelle consommation.

Les espaces semblent tout droit sortis du metaverse, inspirés par des **créations architecturales et virtuelles** comme celles de l'artiste Hugo Fournier. Des environnements et des objets immatériels animent déjà les lieux conçus par le designer Harry Nuriev avec Crosby Studios. À la minéralité s'ajoutent souvent des aspects chromés, des transparences, des jeux avec le verre qui donne une versatilité aux lignes épurées.



©Alexis Narodetzky



FORM - THE CHROMA MIRROR
©DR



GALERIE PARIS DESIGN WEEK
©Anne-Emmanuelle Thion



paper benchwall designed by Stephanie Forsythe and Todd MacAllen
©studio_molo

TERRA COSMOS, un fil rouge à suivre

« Au-delà d'une vision prospective, le thème **TERRA COSMOS** sera incarné sur le salon. Les visiteurs vont le retrouver concrètement sous trois dimensions : la curation de produits, les animations, détaille Mélanie Leroy, directrice générale du salon, et le parcours de visite pour lequel le symbole de **TERRA COSMOS** servira de fil rouge ».

Les espaces *What's new?* Les interprétations expertes de **TERRA COSMOS**

« Avec les regards de nos curateurs, François Delclaux et Elizabeth Leriche, nous offrons aux visiteurs une déclinaison à la fois concrète et affûtée du thème », poursuit Mélanie Leroy. Ils ont carte blanche pour donner leur interprétation de **TERRA COSMOS** et créer la surprise sur les espaces *What's New? In Retail* pour le premier, *What's New? In Decor* pour la seconde avec une très large proposition de produits sourcés chez les exposants et intégrés dans des mises en scènes toujours inspirantes. L'espace *What's New? In Hospitality* sera quant à lui entièrement animé par le prochain Designer de l'année.



HENRI BURSZTYN
©DR



BACCARAT IMMERSIVE EXPERIENCE
©Anne-Emmanuelle Thion

Expériences, échanges et expérimentation

The Well-being Experience, What's New? In Hospitality, The Talks : Maison&Objet joint la prospective et l'expérientiel à l'utile. « **Pour répondre aux enjeux des professionnels, Maison&Objet s'appuie sur un des leviers qui fait sa singularité : une large communauté internationale d'experts reconnus dans l'industrie de la décoration et du design, pour partager et animer des échanges aussi pertinents qu'instructifs** », fait valoir Mélanie Leroy. Le thème sera donc testé, discuté et enrichi lors de ces moments forts du salon à travers une scénographie immersive de chacun des espaces, des masterclass de grands leaders d'opinion, du coaching adapté par métier et des tables rondes.

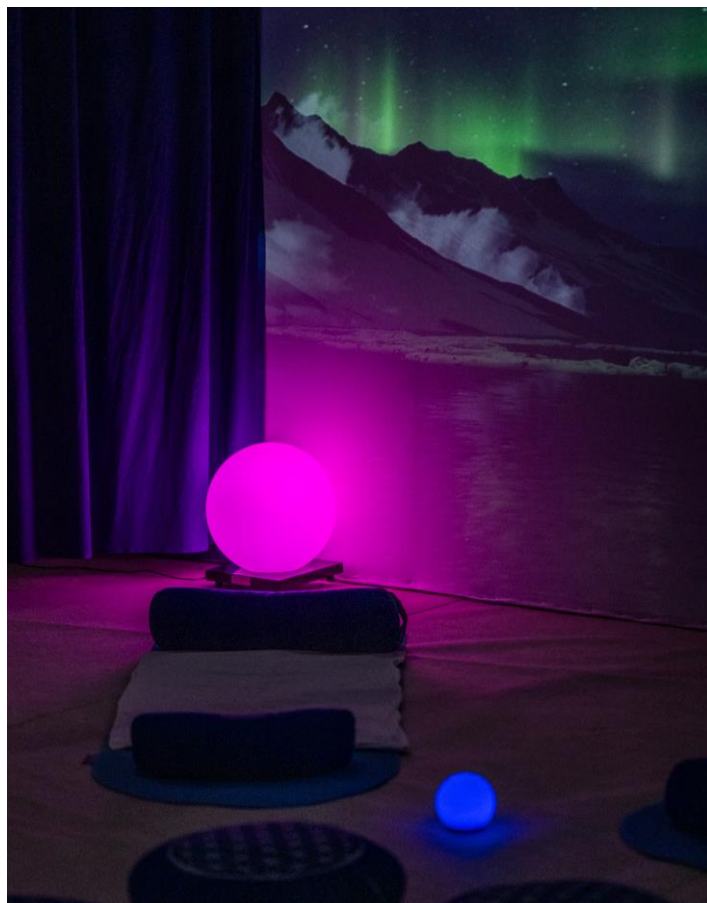
La galaxie Maison&Objet

Parcours fléché sur le salon, le thème **TERRA COSMOS** et ses nouveaux codes investiront tout l'écosystème de Maison&Objet, des sélections de la plateforme MOM aux showrooms et à certains événements de Paris Design Week tels que les expositions *Design sur Cours*.

Les nouveaux marchés de TERRA COSMOS

« Notre première mission est de décrypter et mettre en avant des tendances de marché qui feront le succès de nos clients demain. Concrètement cela se traduit par la mise en avant de nouveaux marchés et des marchés porteurs, d'une curation pointue de marques, de produits, mais aussi de couleurs, de matières, de motifs et d'inspiration au travers d'animations expérientielles et utiles. En un mot d'apporter des solutions concrètes autour d'un triptyque d'enjeux clés : l'innovation, la créativité et l'écoresponsabilité. Avec **TERRA COSMOS**, nous apportons un autre angle de vue sur le ré-enchantement du quotidien au travers du cosmos, de la terre et même de notre rapport à l'au-delà. La curation de produits va mettre en avant des secteurs ou sous-secteurs qui sont porteurs aujourd'hui et qui représentent une tendance croissante de marché. Nous parlons de tout l'univers du Well-being, mais aussi de magie, d'ésotérisme. La lithothérapie ou l'astrologie sont de vraies tendances de marché ».

Mélanie Leroy, Directrice Générale de Maison&Objet



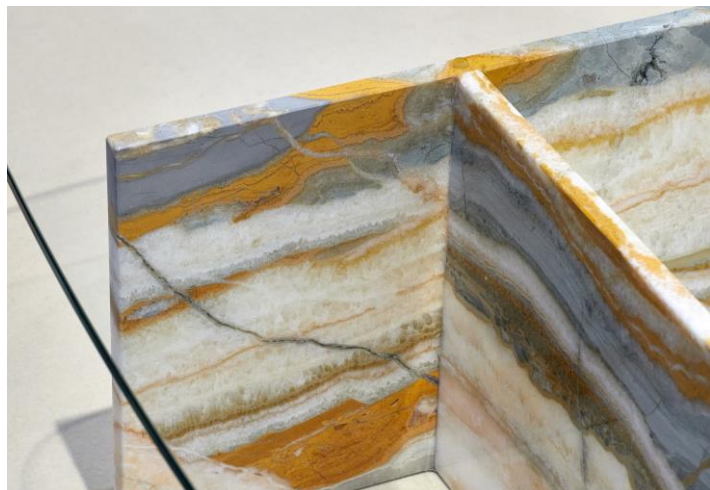
SENSOLIGHT – Well-being & Beauty
©Anne-Emmanuelle Thion



VANDANGFRAGRANCES - Well-being&Beauty
©Francis Amiard

Space Age, le cosmos vintage

Dans les années 60, le mouvement Space Age a trouvé son inspiration dans la conquête spatiale et l'imagerie du nucléaire. Son héritage s'exprime encore sur le salon à travers des objets aux formes organiques et aux couleurs pop. Les lampes à lave de Fisura en sont l'exemple le plus littéral.



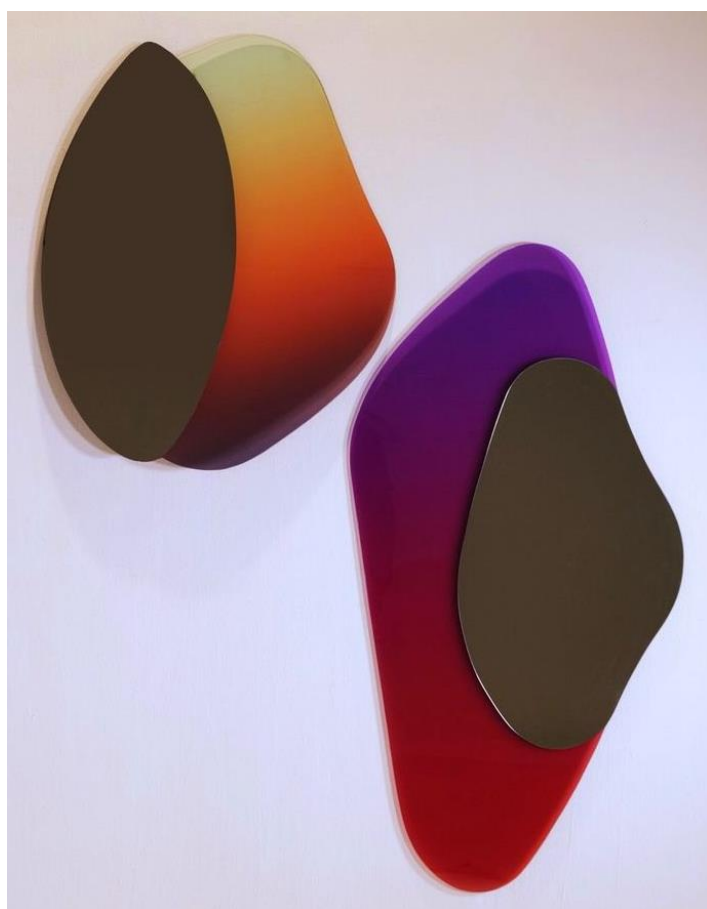
SONGE
©Elodie Dupuis



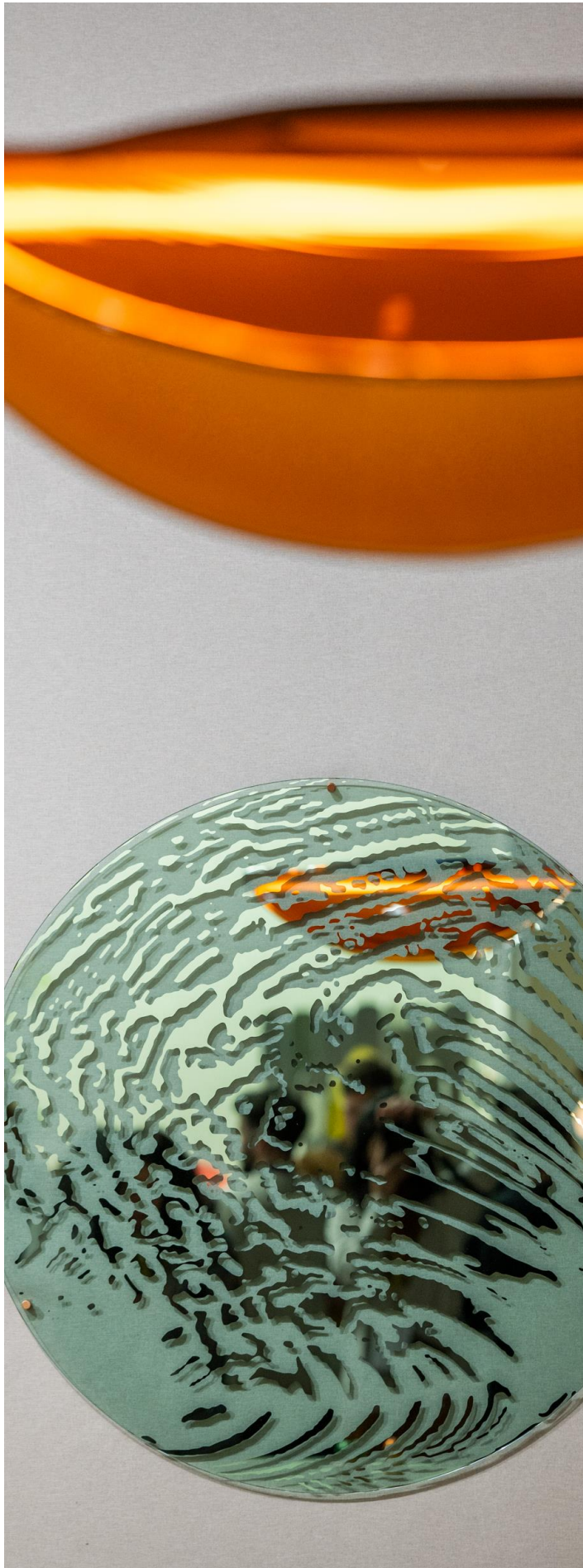
LAVA LAMP - FISURA
©DR



AMCA OVAL
©Anne-Emmanuelle Thion



FORM - THE CHROMA MIRROR
©DR



13 DESSERTS
©Anne-Emmanuelle Thion

TERRA COSMOS selon Elizabeth Leriche,

fondatrice du bureau de tendance
Elizabeth Leriche et curatrice de
l'espace *What's New? In Decor*

TERRA COSMOS, c'est ... ?

La tête dans les étoiles et les pieds ancrés sur terre pour être en connexion avec l'univers.

Quelles sont les images que suscitent ce thème ?

Le plaisir de rêver devant un ciel étoilé, la lueur de la lune, le rayonnement du soleil...

Projetons-nous dans le futur. À quoi va ressembler le prochain *What's New? In Decor* ?

Je vais essayer de retrouver des yeux d'enfant émerveillé, de susciter du rêve et de l'émotion, de trouver de la poésie face à ce monde futuriste et technologique. Ciel/Terre, apesanteur/ancrage, capsule/grotte, métal/terre, transparence/opacité, infiniment petit/immensément grand... Je vais sans doute jouer sur ces oppositions.

TERRA COSMOS selon François Delclaux,

fondateur de l'agence *Nouvel Air* et
curateur de l'espace *What's New?*
In Retail

Le cosmos, c'est ...?

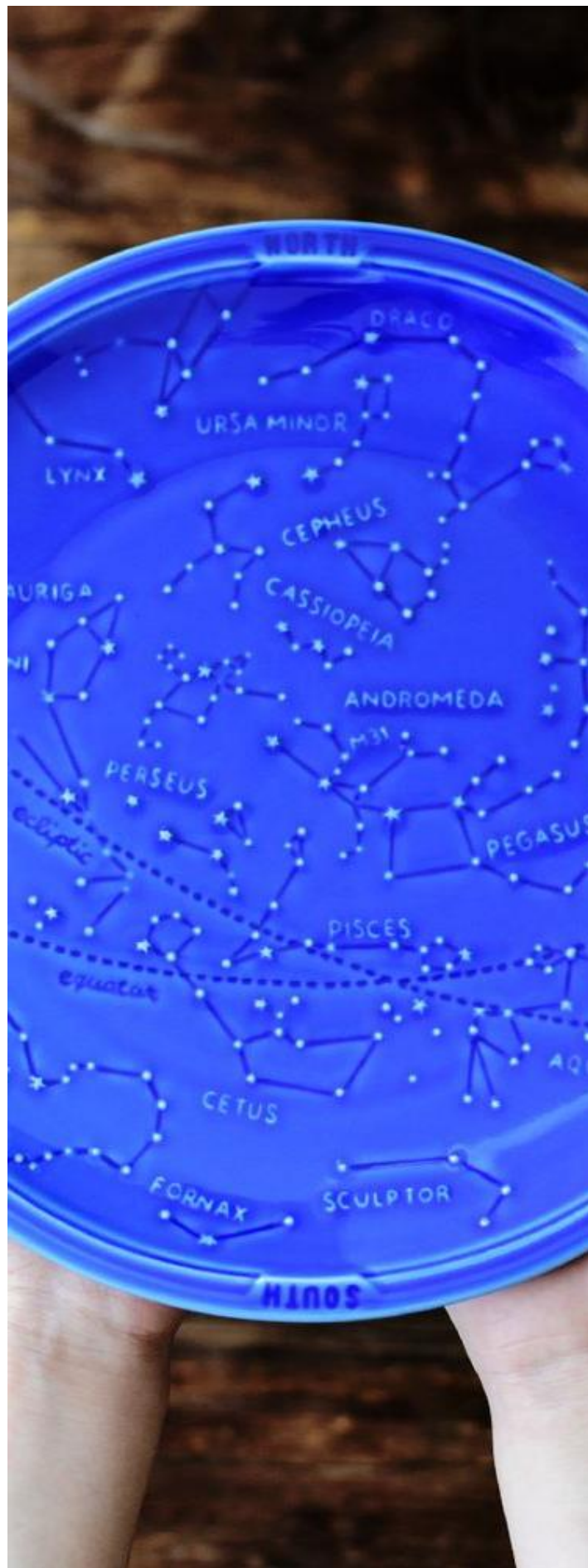
Porteur de rêves et de beaucoup de fantômes. La conquête spatiale retrouve une dimension de « nouvelle frontière ». Ce contexte irrigue aussi l'art de vivre et le design, en quête de nouveaux récits, mais aussi de nouveaux matériaux, surfaces, coloris...

Quels sont pour vous ceux qui représentent instantanément le thème ?

La minéralité brute, d'abord, qui fait référence aux déserts lunaires ou martiens. Chez Pulpo, la matière souvent massive, « primitive », comme tombée d'une météorite impose la forme même de l'objet. Le traitement de la lumière peut faire penser parfois à des cercles magiques chez l'éditeur Le Deun Luminaires. Les créations de Fuoriluogo Design évoquent des myriades d'étoiles.

Projetons-nous dans l'espace. À quoi va ressembler le prochain *What's New?* *In Retail* ?

Une évocation de trois planètes emblématiques de notre système solaire !



MARUMITSU POTERIE
©DR

Le *Space Age* comme une philosophie

Alexis Martial et Adrien Caillaudaud,
fondateurs de Amca Oval

Nous sommes intrinsèquement inspirés par le *Space Age*, tout d'abord par notre passion pour « le futur » mais aussi par notre obsession de la forme ovale, organique et englobante. Le *Space Age* est avant tout une philosophie, une recherche de l'innovation et d'un futur fantasmé. L'idée n'est pas aujourd'hui de reprendre le design d'une époque révolue, mais d'en extraire l'essence et de la concrétiser de manière contemporaine. Avec de nouveaux objectifs environnementaux et de nouvelles technologies. Pour la mode, c'est avant tout le minimalisme fonctionnel qui nous lie à ce mouvement créatif. Pour le design, c'est plutôt le concept de rétro-futur. L'ensemble donne un art de vivre ludique et résolument tourné vers l'avenir.



AMCA OVAL
©Anne-Emmanuelle Thion



LEXON
©DR

Les nouvelles frontières d'une marque innovante

Frédéric Boutin, directeur produit de LEXON

Pour une marque comme Lexon, les nouvelles frontières vont au-delà de la technologie. Elles incluent des domaines tels que la durabilité, le bien-être et la diversité, où les opportunités d'innovation sont nombreuses et cruciales pour répondre aux défis du monde contemporain. Dans un monde où la santé mentale et physique est de plus en plus valorisée, nous répondons en proposant aux consommateurs une nouvelle gamme de produits « Care » qui allie design et technologie au service du bien-être. Les entreprises peuvent également chercher à repousser les frontières de l'inclusion et de la diversité, en veillant à ce que leurs produits et leurs équipes reflètent la richesse de l'époque dans laquelle nous vivons.

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.



©Anne-Emmanuelle Thion



©Anne-Emmanuelle Thion



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

Filiale d'Ateliers d'Art de France et de RX France
T. +33 (0)1 44 29 02 00

Philippe Delhomme

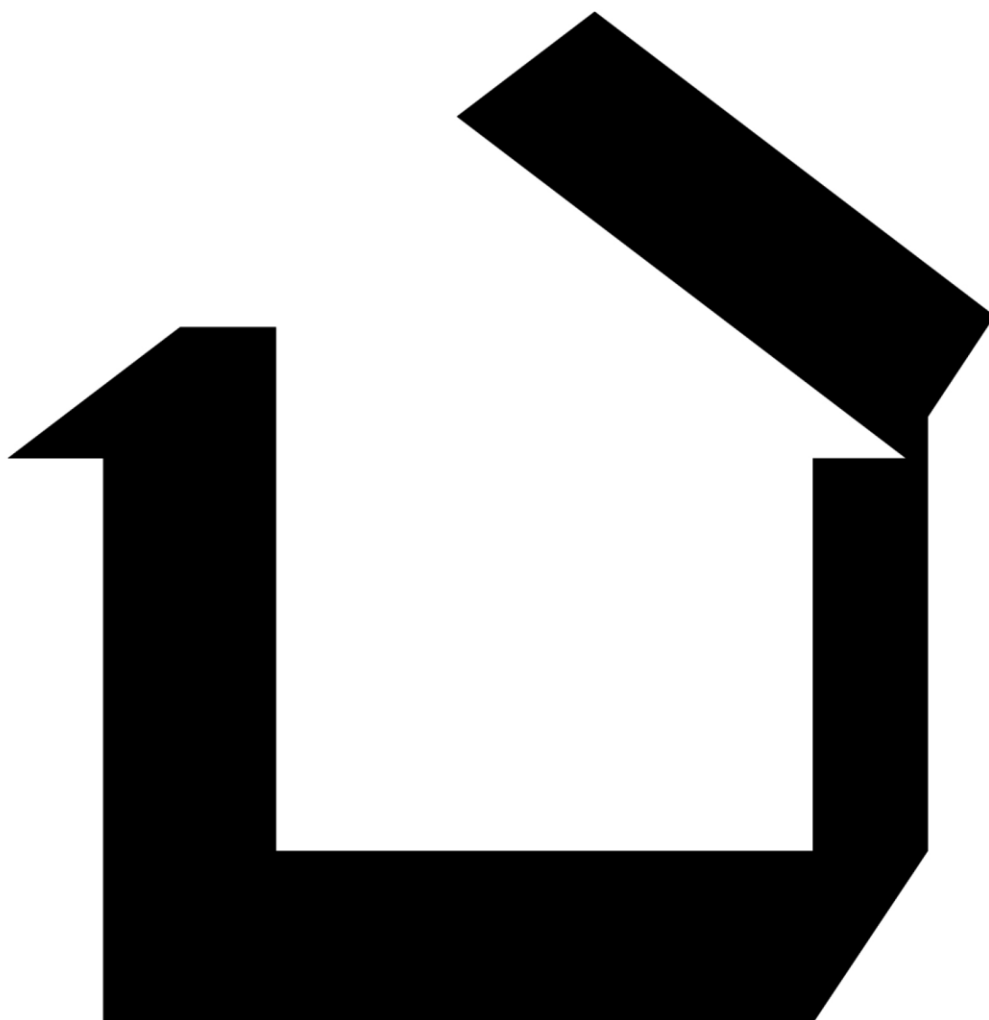
Président du Directoire

Mélanie Leroy

Directrice générale

Caroline Biros

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



WWW.MAISON-OBJET.COM
