



**Maison & Objet.** Les chutes de neige et les mouvements sociaux ont influé sur la fréquentation du Salon, qui a été en recul de 6% avec 84.000 visiteurs (dont 55% de Français). *Agnès-Emmanuelle Thion*

# Maison & Objet a été un bon cru pour le textile

Les spécialistes du textile qui ont participé au grand Salon de décoration ont vécu une session satisfaisante, notamment grâce à une sectorisation plus lisible.

**L**a dernière édition de *Maison & Objet* s'est terminée sous un froid glacial. Les chutes de neige ont sans doute joué sur la fréquentation, tout comme les mouvements so-

ciaux, qui auraient découragé certains étrangers de se déplacer jusqu'en France. Avec 84.000 visiteurs (dont 55% de Français), cette session, qui s'est déroulée du 18 au 22 janvier, a accusé un

recul de 6% du nombre de ses visiteurs par rapport à janvier 2018.

Le nombre de marques a, lui, progressé, pour atteindre 2.910, contre 2.729 l'an dernier. Plus de 600 d'entre elles par-

ticipaient au Salon pour la première fois. Au total, 65 pays étaient représentés. Le Top 5 s'est ainsi établi entre l'Italie, le Royaume-Uni, la Belgique, l'Allemagne et les Pays-Bas, le Japon arrivant en dixième position et les Etats-Unis en douzième. « Les retours du public ont conforté le parti pris de sectorisation des halls, initié en septembre dernier et optimisé en janvier, remarque Philippe Brocart, le directeur général de la *Safj*, l'organisateur du Salon. L'organisation en deux pôles, *Maison* d'une part et *Objet* de l'autre, rend l'offre plus lisible pour la majorité des exposants. »

Une multitude de petites marques textiles étaient réparties dans l'ensemble des halls en fonction du style qu'elles défendaient. Ainsi, le néerlandais *Snurk* et ses parures de lit dédiées aux enfants se trouvaient dans le hall 3, tandis que *Maison Le-*



gilet et ses accessoires haut de gamme était installée dans le hall 4, tout comme *La Serviette Paris*. Majoritairement, l'offre textile était rassemblée dans le hall 5A, comme le réclamaient nombre de marques depuis le démantèlement du hall 2, historiquement dédié au textile. Néanmoins, cette nouvelle organisation, rodée depuis septembre dernier, n'a pas attiré de nouvelles peintures de la profession, notamment celles qui ont jeté l'éponge lors des éditions précédentes, telles que *Beauvillé*, *Garnier-Thiébaud* et *Le Jacquard français* dans l'univers de la table ou *Blanc des Vosges*, *Tradilinge*, *Vandershooten*, *Fremaux-Deforme* et *Descamps* dans le linge de lit.

Dans l'ensemble, les exposants qui sont restés fidèles se sont montrés satisfaits. C'est le cas de *Lasa International*. «*La fréquentation n'a pas été optimale, notamment du côté des Français*, constate Olivier Mercier, le représentant français du fabricant portugais. *En revanche, nous avons vu revenir en masse les Russes, les Italiens et les Asiatiques. Nous attendons avec impatience de voir si les prises de contact vont se transformer en commandes fermes.*»

### Espace de travail

De son côté, la jeune marque de linge de lit *Les Pensionnaires*, fondée par Elsa Garaix, qui participait pour la première fois au Salon, s'est montrée particulièrement satisfaite. Tout aussi comblé par cette session, Grégory Bricout, le directeur artistique de *Lefebvre* (marque *Today*), rappelle qu'il n'a toutefois pas connu les années fastes de la décennie précédente. «*Nous participons depuis seulement deux ans au Salon et toujours avec le même succès. Toutes les centrales que nous avons invitées ont répondu présente.*» Installée sur un stand de 90 m<sup>2</sup>, l'entreprise nordiste envisage, pour la prochaine session de septembre, d'opter pour une surface plus importante, entre 120 et 150 m<sup>2</sup>.

*Stof* a également affiché un bilan satisfaisant, en évoquant une fréquentation toujours aussi importante. Chez l'éditeur

italien *Missoni*, installé dans le hall 8, le bilan est un peu plus nuancé, en raison d'une fréquentation en dents de scie. «*Missoni s'impose davantage comme une marque lifestyle que comme un éditeur*, rappelle Patrice de Robillard, le dirigeant

de la filiale française. *Plutôt que le hall 8, historiquement dédié au contract et aux éditeurs, nous aurions peut-être intérêt à nous rapprocher des halls consacrés à la décoration ou ceux plus proches du hall 5A.*»

Quant à *Harmony*, son dirigeant, Lionel Dubos, s'est également montré satisfait. «*Depuis que nous participons au Salon, nous n'avions jamais connu une première journée aussi*

*dense. Et ce qui nous satisfait encore davantage, c'est le nombre de nouveaux clients, notamment internationaux. Nous attirons essentiellement des concept-stores en quête de produits originaux et de qualité.*»

Soucieuse d'être en phase avec l'évolution des modes de vie, la *Safi* a annoncé dès la fin du Salon le thème de la prochaine session, qui se déroulera du 6 au 10 septembre 2019. «*Le fil rouge de septembre concernera l'espace de travail, précise Philippe Brocart. Notre rapport au travail est en pleine mutation et, sous l'impulsion de changements sociétaux, les bureaux se réinventent et se délocalisent.*» L'organisateur ne veut pas échapper à ce mouvement, qui concerne non seulement les entreprises soucieuses d'offrir à leurs salariés des espaces de travail «*comme à la maison*», mais aussi les particuliers, qui aménagent chez eux leur bureau et leur espace de télétravail. «*Paris est le leader européen dans ce domaine, avec 52 millions de mètres carrés de bureaux. Sans compter que nous sommes les champions de la réinvention du travail, avec près de 7.000 start-up, 135 incubateurs et 210 espaces de coworking.*» En cherchant à devenir également «*le laboratoire d'expression d'un nouvel art de travailler*», *Maison & Objet* élargit son spectre de compétences et s'inscrit dans les nouvelles tendances liées à l'habitat. La maison évolue, *Maison & Objet* aussi.

AGNÈS LEGOEUL ●

---

Les peintures  
du textile qui  
ont quitté  
Maison & Objet  
ne sont toujours  
pas revenues.

---



### **Le textile était omniprésent à Maison & Objet.**

L'offre textile a été majoritairement rassemblée dans le hall 5A, même si un certain nombre de marques étaient disséminées à travers tout le Salon.

*Anne-Emmanuelle Thion*