

2026... une année importante

MAISONS

30 ANS

DU MONDE



30 ANS DE...



Voyages



Partages



Inspirations



Souvenirs

LA DEMANDE

Les 30 ans

“Célébrer les **30 ans** de Maisons du Monde
Faire rayonner le **Flagship**”

PROBLÉMATIQUE

Les 30 ans

Comment faire de **l'ouverture du Flagship** une expérience capable d'impacter les gens et de réintroduire **l'humain**, du **lien** et du **partage** ?

LE CONTEXTE

Les 30 ans

Retour à l'analogique

Besoin d'humain

Envie d'expériences vraies



L'IDÉE FONDATRICE

30 ans de voyage

“Comment raconter un **voyage** ?”

CARTE POSTALE

ALBUM

PHOTO

LE CONCEPT

30 ans de voyage

NOTRE IDÉE

**Mais au fond... un lieu ne vaut rien tant qu'il
n'est pas vécu.**

Alors ces voyages-là... qu'est-ce qu'on en fait ?
On les vit. **On les partage.**
Et surtout... on les **capture.**

Une photo. Un instant. Un souvenir.

LE CONCEPT CRÉATIF

La mise en abyme



MAISONS
30 ANS
DU MONDE

LE CONCEPT CRÉATIF

La mise en abyme

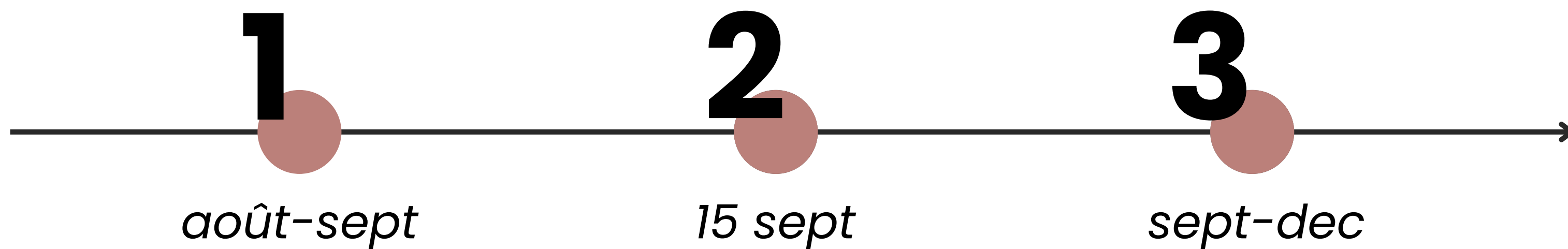


LE DÉCOR NE PREND VIE QUE LORQU'IL EST HABITÉ

MAISONS
30 ANS
DU MONDE

LA CAMPAGNE

En 3 temps



CIBLES

Qui toucher ?

CŒUR DE CIBLE

FEMMES 30 – 40 ANS | CSP+ | CLIENTÈLE

CRÉER LE DÉSIR ET L'ÉMOTION

CIBLE PRINCIPALE

25 – 45 ANS | CSP / CSP+ | URBAINS / PÉRI-URBAINS

GÉNÉRATEUR DE VENTES

CIBLE SECONDAIRE

18–30 ANS (GEN Z) ET 55+ ANS CSP | CSP+

NOURRIR L'IMAGE ET PRÉPARER L'AVENIR

CIBLE RELAIS

PRESCRIPTEURS ET INFLUENCEURS

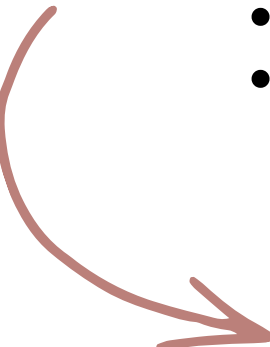
AMPLIFIER ET FAIRE RAYONNER LA CAMPAGNE

OBJECTIFS

de la campagne

METTRE EN LUMIÈRE

- Mettre en avant les 30 ans de Maisons du Monde
- Faire connaître le flagship comme lieu d'expérience déco
- Valoriser l'évolution de la marque et son ADN multi-styles



DEVENIR LA LOVE BRAND

- Renforcer l'attachement à une marque installée et légitime
- Associer les 30 ans à une image moderne et émotionnelle



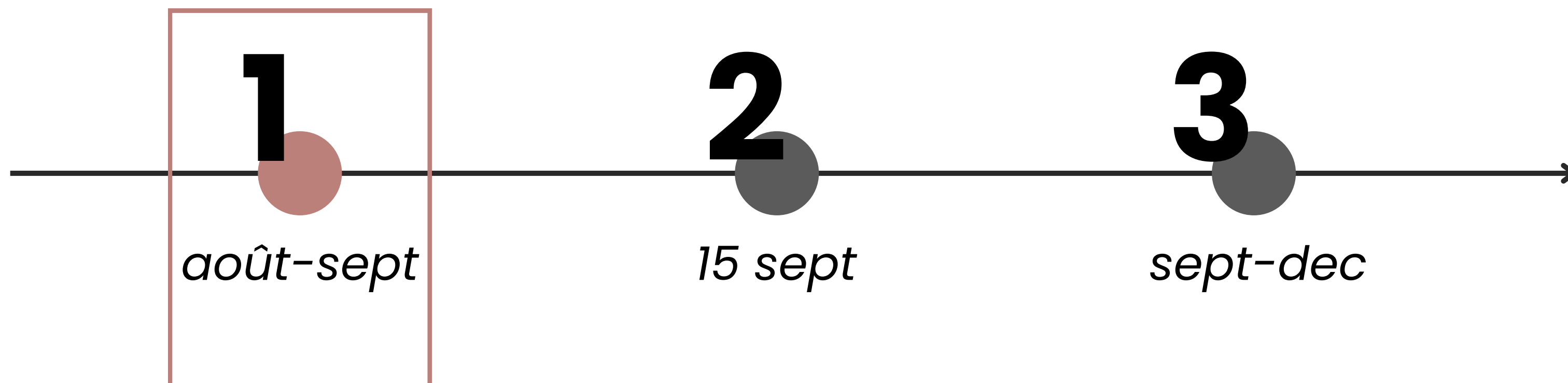
PASSER À L'ACTION

- Générer du trafic vers le flagship (événement, découverte)
- Inciter à célébrer les 30 ans via l'achat (collections spéciales)
- Encourager le partage d'expérience (réseaux sociaux, UGC)

LA CAMPAGNE

En 3 temps

“LE VOYAGE COMMENCE”



INVITATIONS

24 Août

J-22

En collaboration avec **Kodak**

À qui : Presse spécialisée, influenceurs, amis, collaborateurs internes...

Contenance : Appareil photo, accessoire pour la soirée VIP du Flagship + carte postale d'invitation

KPI : Part des invités stratégiques présents (presse / influence / VIP)
Reach earned généré par l'unboxing

Budget :
5 460 € HT internalisé
9 580 € HT full agence



MAISONS
30 ANS
DU MONDE

PÔLE INFLUENCE

24 Août

J-22

Miley Home
100,1K



Déco
15 %

Girl Go Green
15,2K



Engagés
35 %

Eva Guess
1,4M



Beauté
20 %

Lifestyle
30 %

Romy
1,2M



INVITATIONS

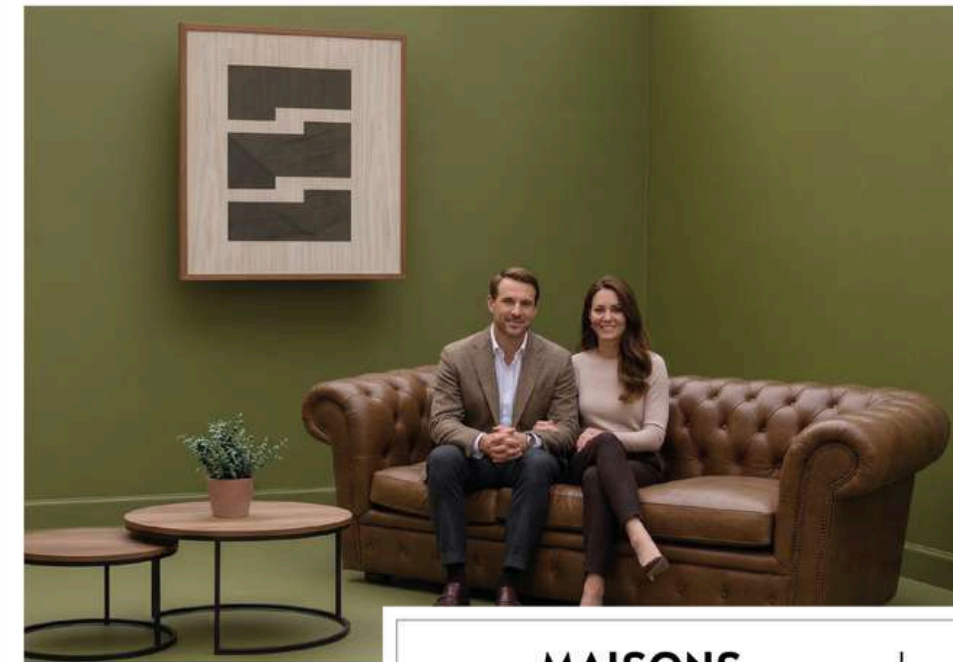
24 Août

J-22

À qui : Nos clients basés en Île de France
(liker,lover,addcit)

Format : Envoie d'invitation

KPI : Nombre d'emails envoyés
Taux d'ouverture
Taux de clic vers l'événement
Nombre d'inscriptions générées



AFFICHAGE

31 Août - 6 Sept

J-15

Objectif : Faire connaître l'événement Flagship auprès d'un public parisien et enregistrer des entrées

Où : À Paris

Durée : 1 semaine

Spécificité : Affiche à scanner, interactive

KPI :

Taux de scan du QR code

Nombre d'entrées auflagship
attribuées à l'affichage

Budget :

12 000 € HT

internalisé

18 000 € HT

full agence



MAISONS
30 ANS
DU MONDE

AFFICHAGE

31 Août - 6 Sept

J-15



AFFICHAGE

31 Août - 6 Sept

J-15



Bouton qui renvoie vers
le site web.

COMPTE À REBOURS

31 Août - 6 Sept

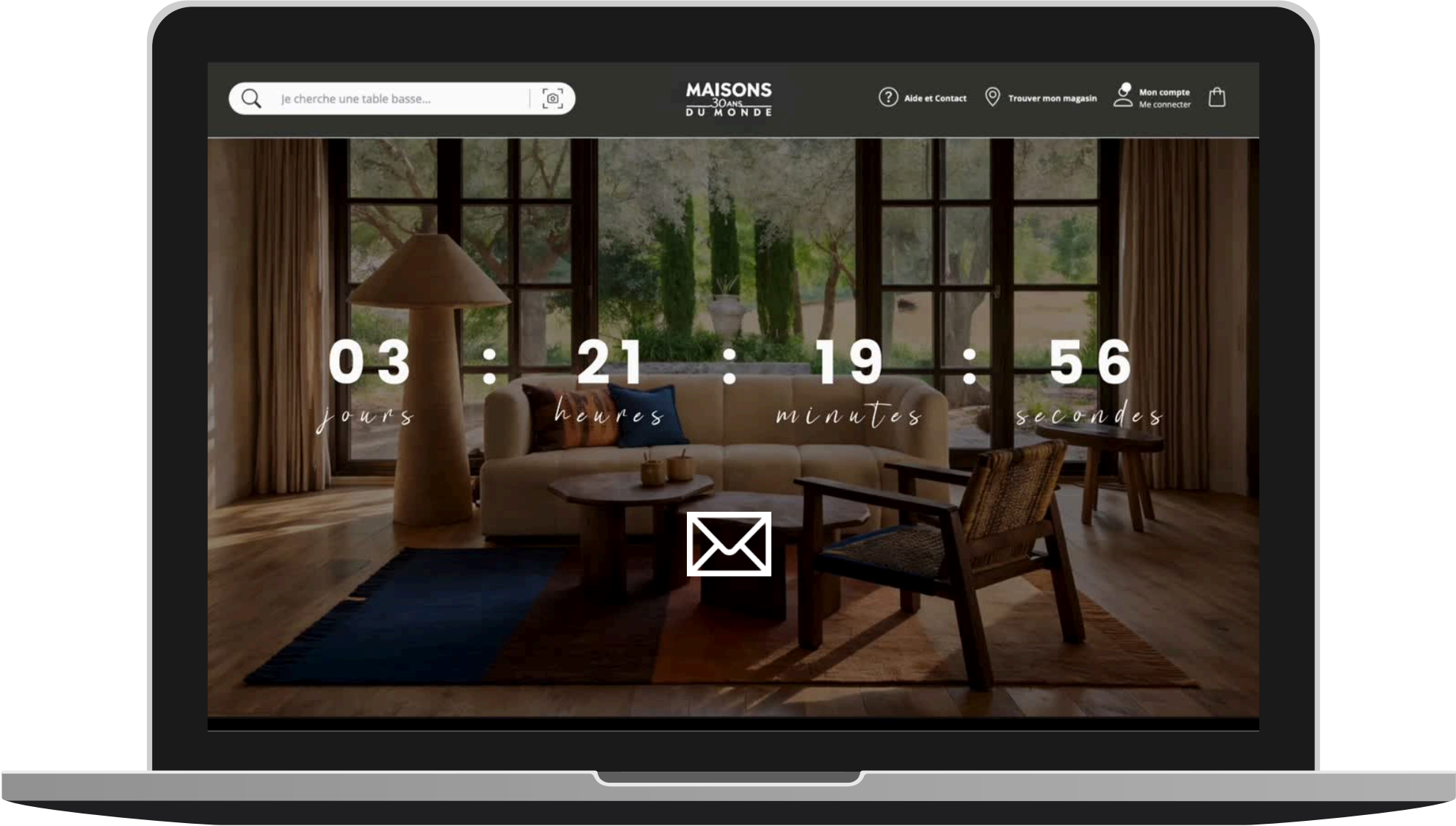
J-15

Où : Site web de Maisons du Monde

Action : S'inscrire pour la journée événement Flagship

Durée : 2 semaines

KPI : Nombre de visites sur la page countdown	Budget : 400 € HT
Taux de conversion en inscription	internalisé
Nombre d'inscriptions générées	6 700 € HT
	full agence



STREET MARKETING

5-6 Sept

J-10

Objectif : Attirer l'attention et faire parler des 30 ans de Maisons du Monde

Action : Scènes avec les 30 produits iconiques de la marque

Où : 5 grandes villes françaises

KPI : Nombre d'interactions sur place (participants / passants engagés)
Nombre de contenus UGC générés (photos, stories, posts)
Reach social généré (organique + influence locale)

Budget :
27 150 € HT
internalisé
39 400 € HT
full agence



STREET MARKETING

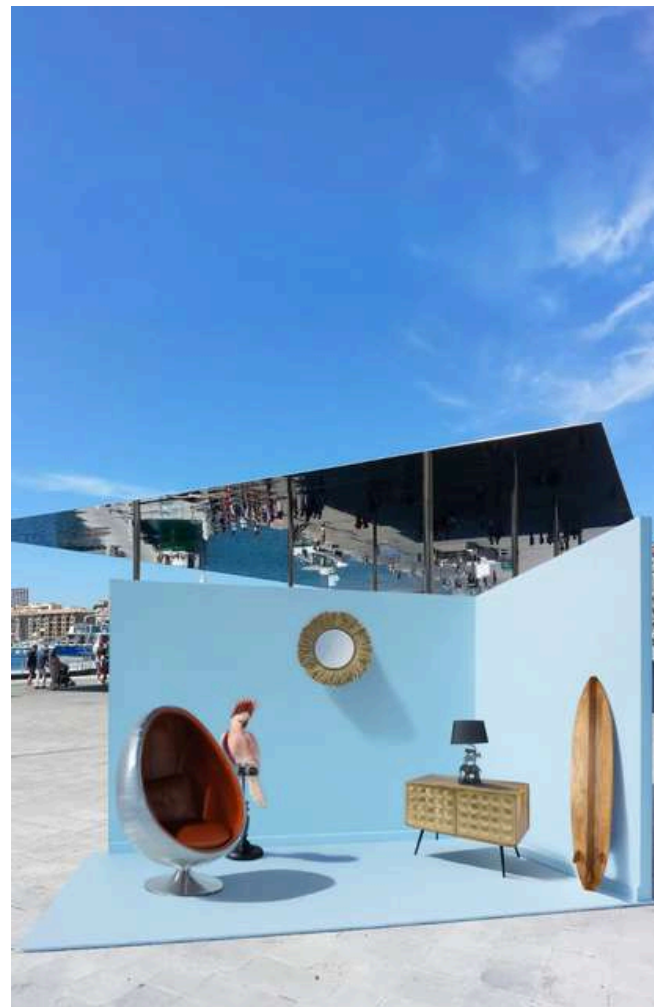
5-6 Sept

J-10



Paris

Avenue des Camoëns



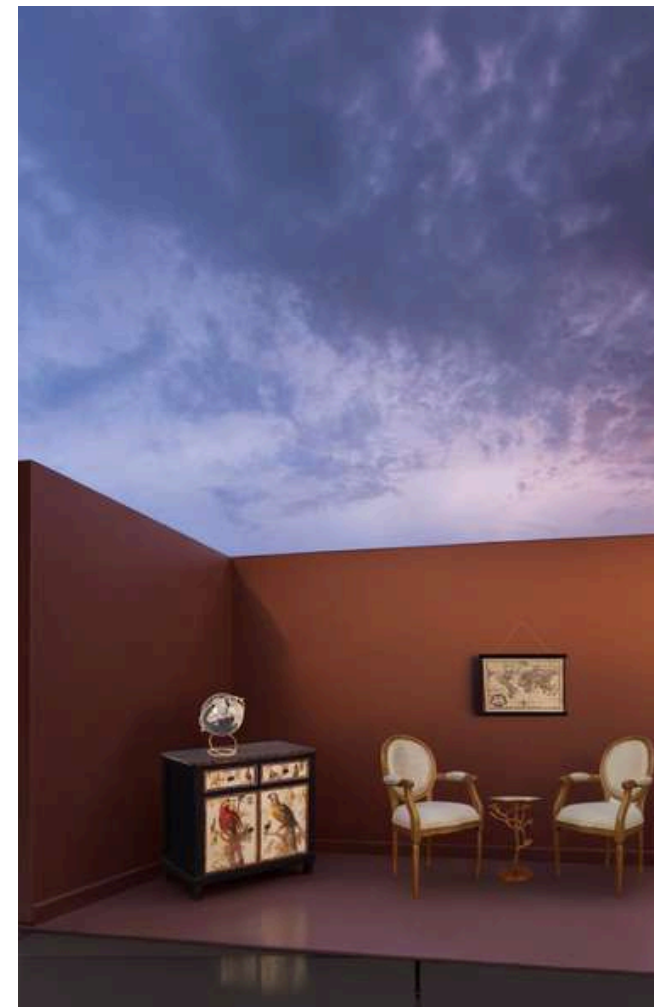
Marseille

Vieux-Port



Lille

Place de l'horloge



Bordeaux

Place de la Bourse



Lyon

Place Bellecour

MAISONS
30 ANS
DU MONDE

STREET MARKETING

5-6 Sept

J-10

Où : Marseille, Lille, Bordeaux et Lyon.

Action : Photo booth + repartage sur les réseaux en identifiant @maisonsdumonde.
Tenter de gagner des cadeaux

Impression : Photo imprimée sur place + envoyée par mail



MAISONS
30 ANS
DU MONDE

STREET MARKETING

5-6 Sept

J-10

Où : Paris

Action : Photo booth + repartage sur les réseaux en identifiant @maisonsdumonde.

Tenter de gagner des cadeaux +
2 places à la soirée Flagship

Tag : #30ansdevoyage

Impression : Photo imprimée sur place + envoyée par mail



MAISONS
30 ANS
DU MONDE

STREET MARKETING

5-6 Sept

J-10

Objectif : Contacter les médias locaux via un **communiqué de presse** pour annoncer notre action de street marketing pour les 30 ans de voyage de Maisons du Monde



Paris



Marseille



Lille



Bordeaux



Lyon

STREET MARKETING

5-6 Sept

J-10

Objectif : Créer de la popularité sur l'anniversaire, faire parler et créer de l'intérêt envers Maisons du monde.

Medias : Créer des interviews sur place le jour 1 en cross canal avec @maisonsdumonde

KPI : Nombre d'interactions sur place (participants / passants engagés)
Nombre de contenus UGC générés (photos, stories, posts)
Reach social généré (organique + influence locale)

Budget :
27 150 € HT
internalisé
39 400 € HT
full agence

MAISONS
30 ANS
DU MONDE



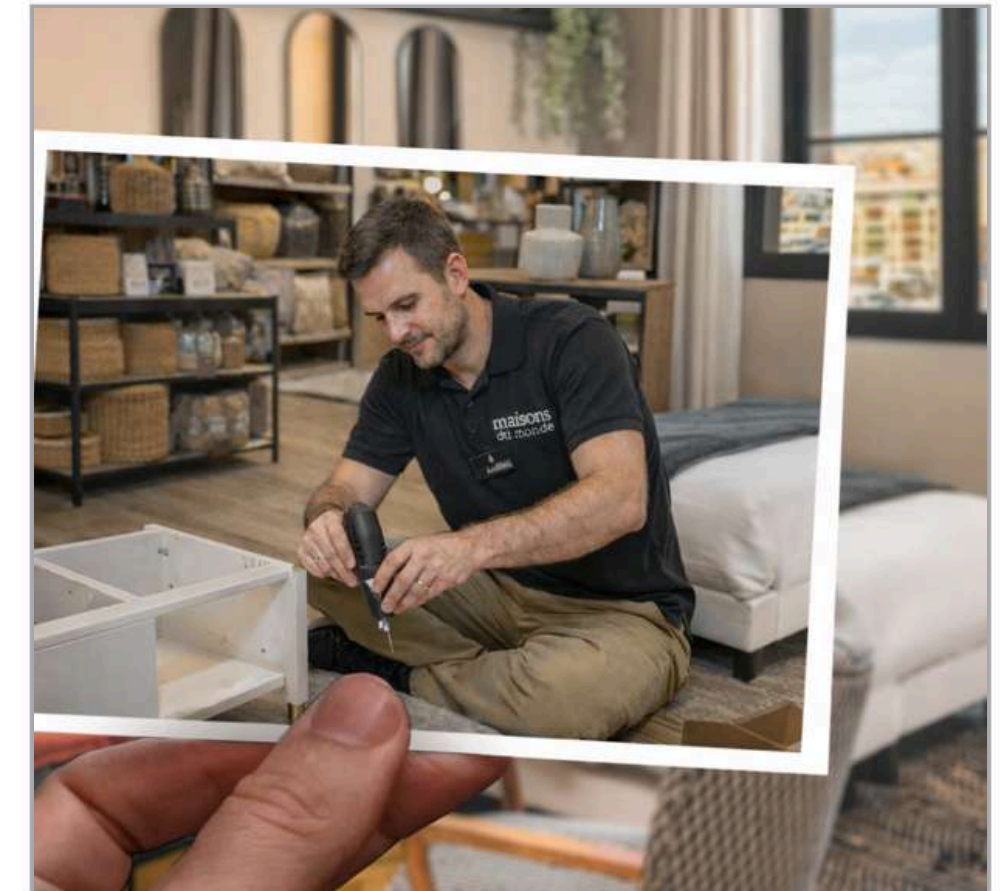
RÉSEAUX SOCIAUX

Septembre

J-22

Objectif : Raconter l'histoire de MDM. Rencontre de cultures, moments de vie que le designer partage en rencontrant les peuples qui ont inspiré le meuble.

Réels : "L'album des 30 ans" – Vidéos récurrentes



100k views

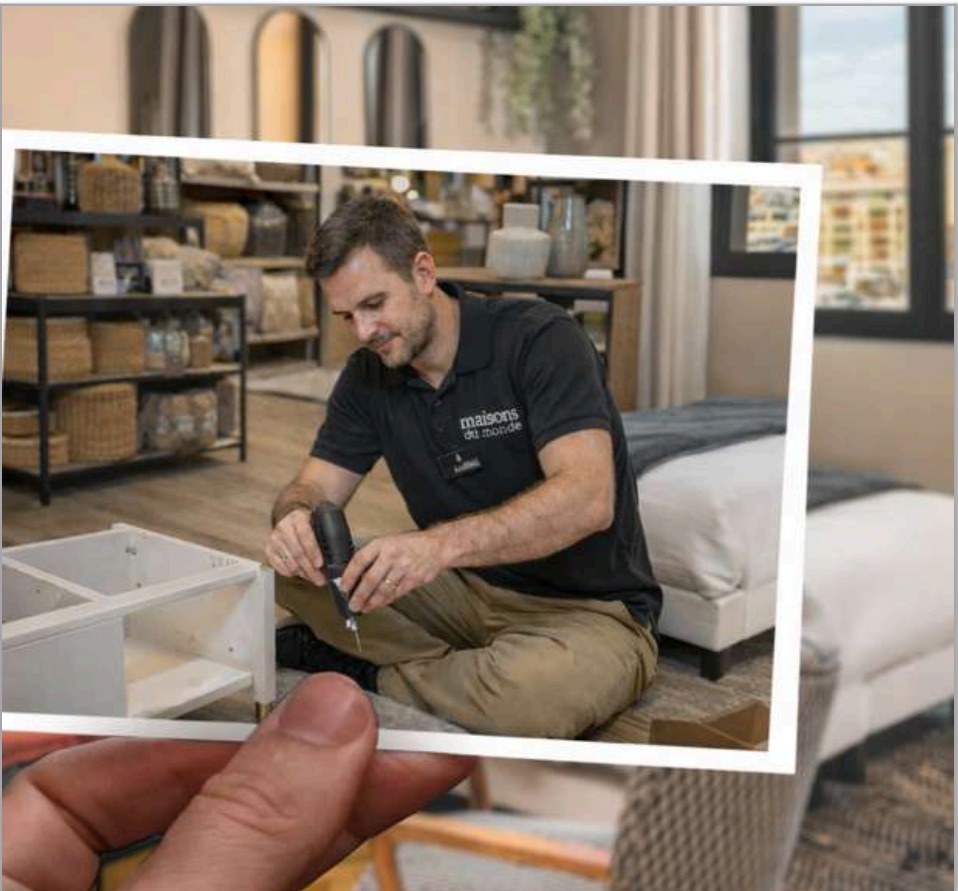
View all 1065 comments
1 DAYS AGO

RÉSEAUX SOCIAUX

Septembre

J-22

Les concepteurs



100k views

View all 1065 comments
1 DAYS AGO

Les clients



100k views

View all 1065 comments
1 DAYS AGO

Les designers



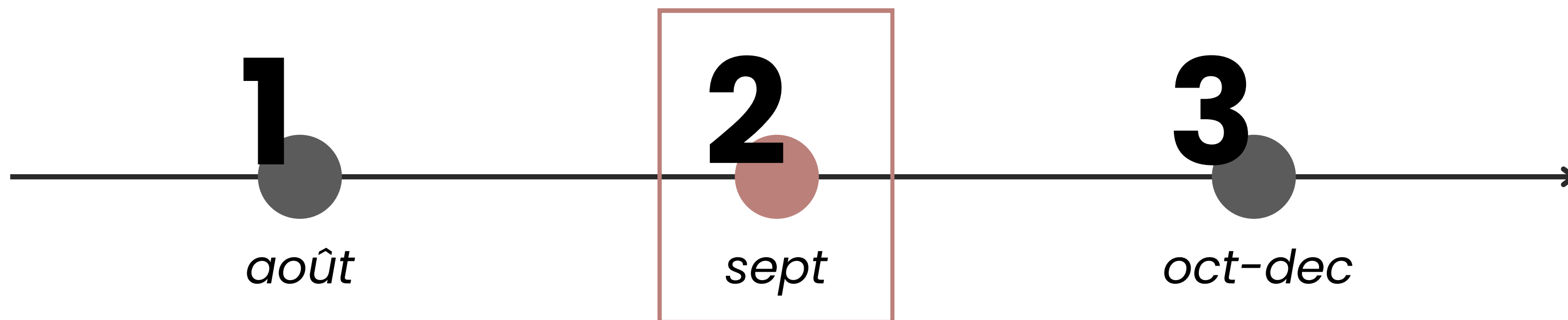
100k views

View all 1065 comments
1 DAYS AGO

LA CAMPAGNE

En 3 temps

"LE VOYAGE *PREND VIE*"

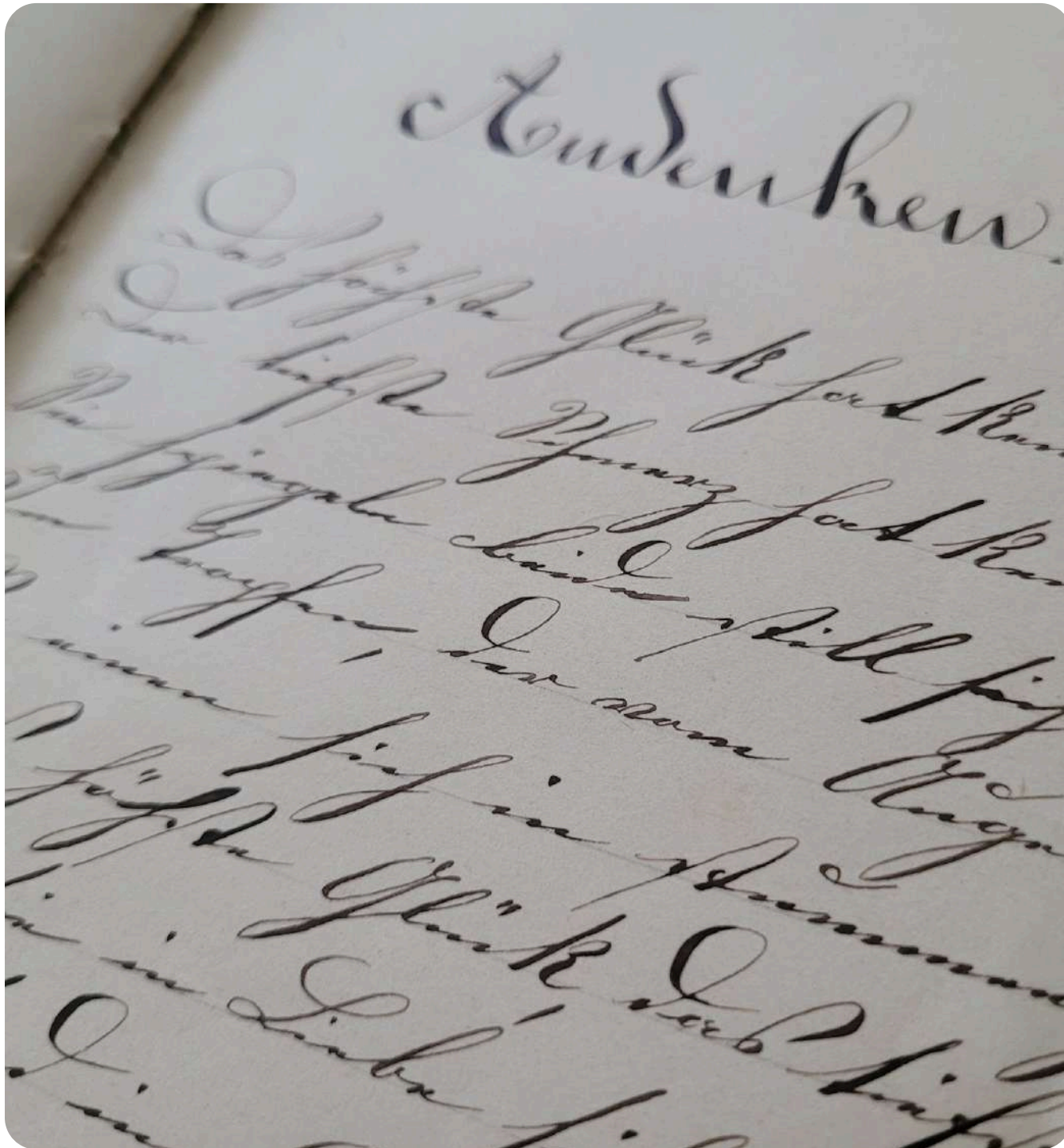


LE FLAGSHIP



CAHIER DES CHARGES

J-J



DATE : 15 septembre 2026

HEURE :

- Journée : 10h-17h
- Soirée : 18h-22h

NOMBRE DE PARTICIPANTS :

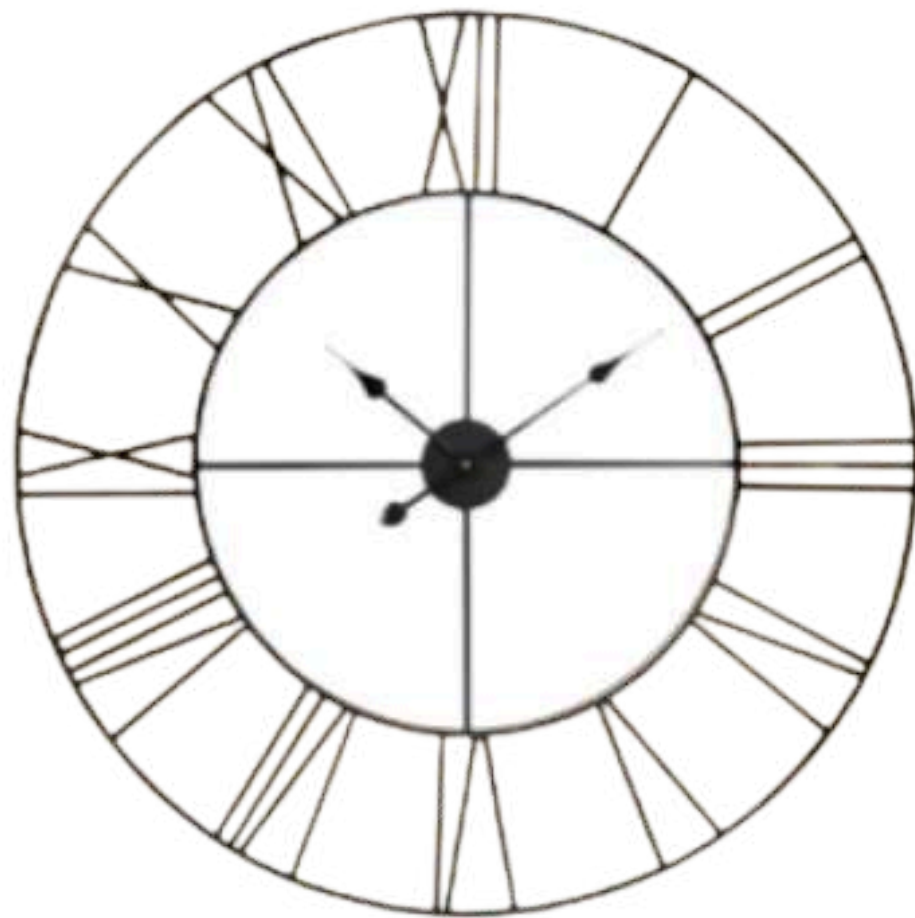
- Journée : environ 1500 personnes
- Soirée : 200 personnes

PRESTATIONS ATTENDUES :

- Fêter l'année des 30 ans
- Mettre à l'honneur les 30 produits iconiques de la marque

PROGRAMME

J - J



14H00
Verre de l'amitié et geste inaugural

18H00
Arrivée des invités à la soirée
Participation au parcours immersif

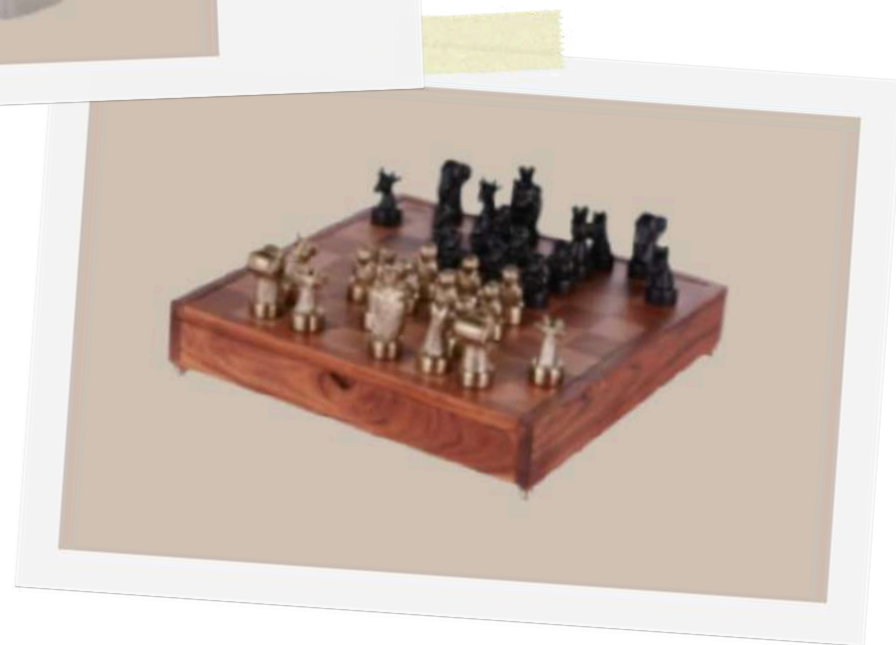
20H00
Cocktail dinatoire

10H00
Ouverture du Flagship et lancement du
parcours immersif

17H00
Fermeture du Flagship pour le public

19H30
Verre d'accueil et geste inaugural

22H
Fin de l'événement



JOURNÉE

POURCOURS CLIENT - 3 TEMPS

J-J

Fil rouge

- Carte postale à compléter
- Tampons à chaque étape
- Souvenirs personnalisés

LE VOYAGE DES 30

- Entrée dans l'expérience
- 30 produits iconiques
- Inspirations & matières
- Coulisses de la création

LE VOYAGE SE VIT

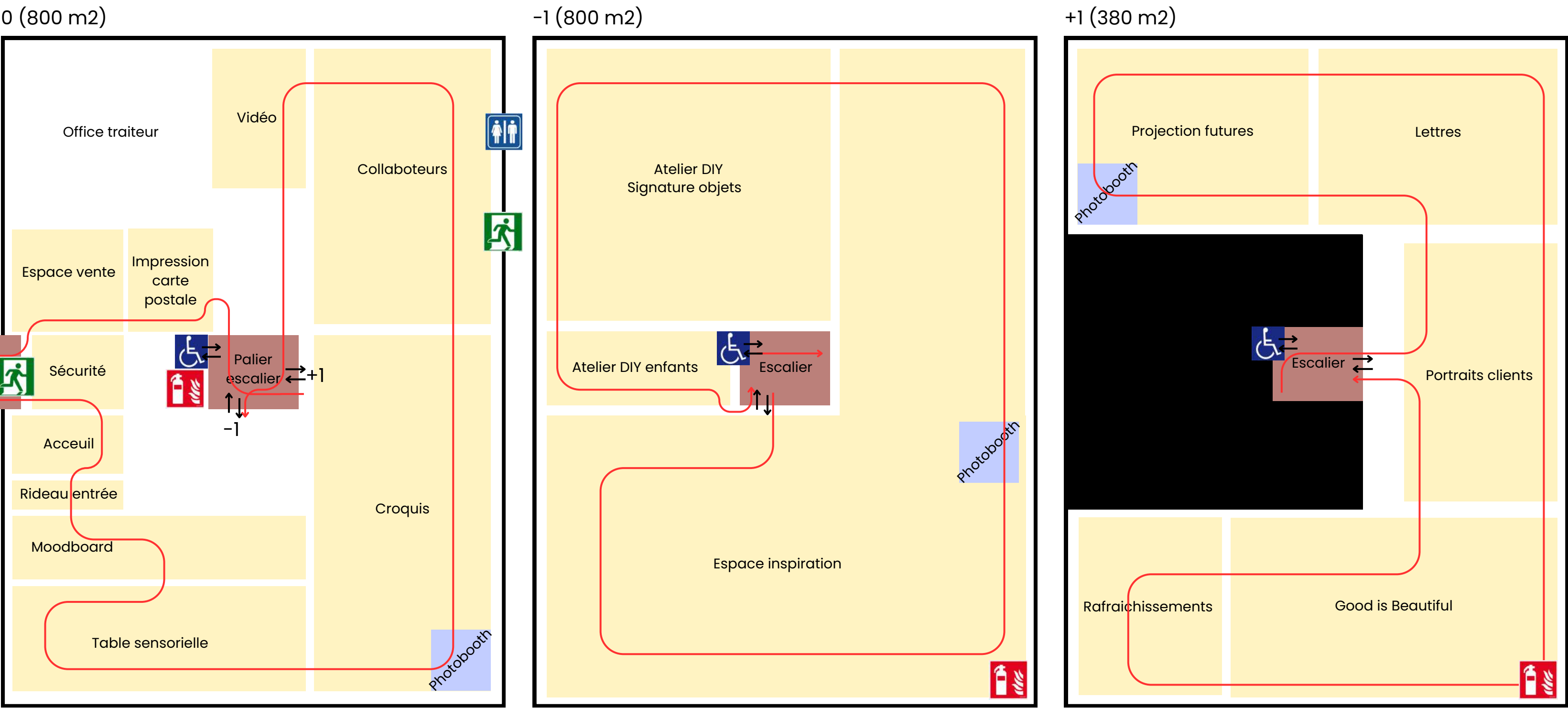
- Univers par continent
- Immersion sensorielle
- Projection chez soi
- Ateliers participatifs

LE VOYAGE SE PARTAGE

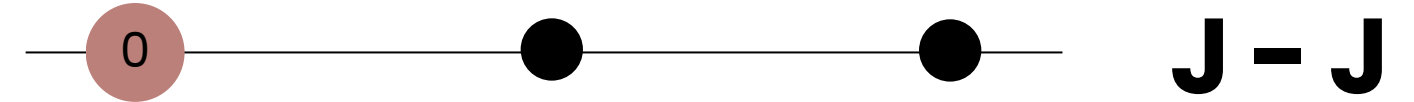
- Valeurs & engagements
- Expression & contribution
- Co-crédation du futur
- Souvenirs

"Un parcours à vivre, à ressentir et à partager."

PLAN D'IMPLANTATION - JOURNÉE J-J



ARRIVÉE DES PARTICIPANTS



ÉMARGEMENT

- Inscription via QR code
- Accès par créneaux toutes les 15 minutes : 50 personnes par session
- Événement grand public premium
- Flux fluide

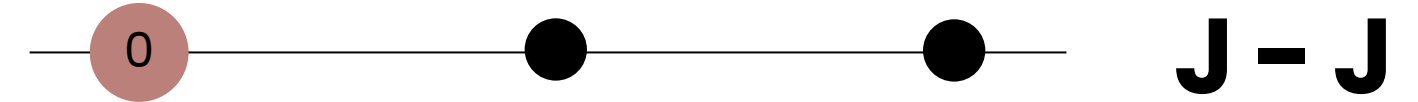
SÉCURITÉ

- Présence continue d'agents de 10h à 17h
- Répartis sur l'ensemble du parcours
- Gestion des accès

ACCUEIL

- Remise de la carte postale collector
- Entrée immersive

LE VOYAGE DES 30

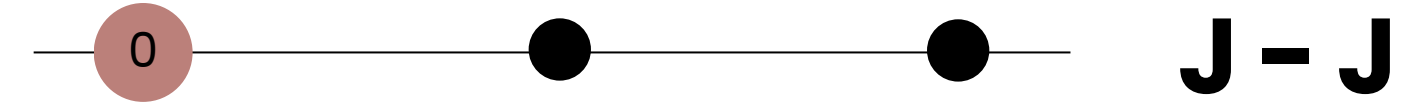


- Immense mur visuel qui illustre les paysages et cultures inspirant les designers.
- Découverte des 30 produits iconiques à travers une mise en scène créative.
- Immersion immédiate dans l'univers de la marque.

- Découverte tactile des matières brutes utilisées dans les créations (cuir, bois, lin...).
- Expérience sensorielle pour explorer textures et sensations.
- Renforcement de l'immersion dans le processus de création des produits.



LE VOYAGE DES 30



PHOTOBOOTH

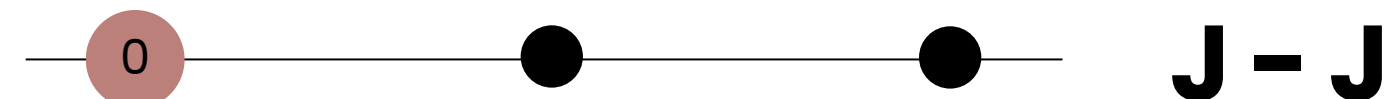
- Photo Booth "Atelier" pour capturer le premier moment du parcours.
- Validation du premier tampon pour la carte postale collector.
- Photo envoyée par mail directement aux visiteurs.
- Animation encadrée par un employé pour garantir une photo par visiteur.

- Zone Croquis présentant les dessins originaux des produits phares.
- Portraits des designers pour découvrir les visages derrière les créations.
- Atelier interactif avec un jeu de correspondance entre croquis et meubles finis.
- Immersion dans le processus créatif et l'histoire des produits iconiques.



CROQUIS / ATELIER / PHOTO

LE VOYAGE DES 30



COLLABORATEURS

- Mur des collaborateurs mettant en avant les visages et contributions des équipes sur les 30 dernières années.
- Chaque portrait est accompagné d'une phrase clé résumant l'esprit, l'expérience ou le souvenir marquant de chaque collaborateur.

- Vidéo d'une minute dévoilant les coulisses de la création à travers le monde.
- Expérience visuelle et immersive pour prolonger l'engagement des visiteurs.



VIDEO

Diagram of a 1D chain with three sites. The middle site is highlighted in red and labeled -1 . To the right is the label $J - J$.



- Exposition format magasin
- Parcours olfactif (bougie senteur pays inspiration)
- Cartel avec prix et QRcode (site internet)



MAISONS
30 ANS
DU MONDE

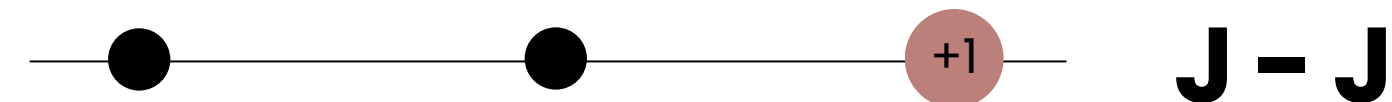
A horizontal line with three black dots representing sites. The middle dot is highlighted with a red circle and labeled -1 . To the right of the line is the text **J - J**.



- Atelier DIY
- Création d'un objet
- Signature de la création
- Création de bougeoir pour les enfants



LE VOYAGE SE PARTAGE



PORTRAIT CLIENT

- Exposition de photos de clients capturées lors des opérations de street marketing de la marque.

- Atelier écriture de lettre à soi même ou aux femmes dans les maisons d'accueil de Maisons du Monde



LETTRE

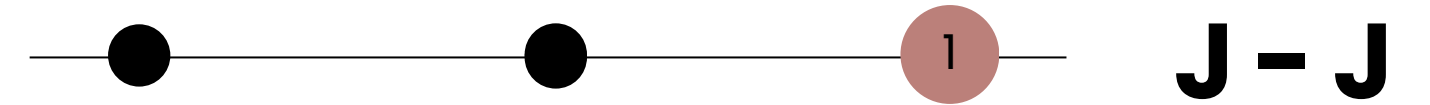
J - J



- Donnez une seconde vie à vos meubles grâce au service de Maisons du Monde



LE VOYAGE SE PARTAGE



RAFRAICHISSEMENT

- Buffet boissons chaudes
- Eaux
- des mange-debout

30 ANS DE VOYAGE, DE PARTAGE

— 0 — ● — ● — J — J

- Impression photo du dernier photobooth
- Carte postale souvenir avec tampon

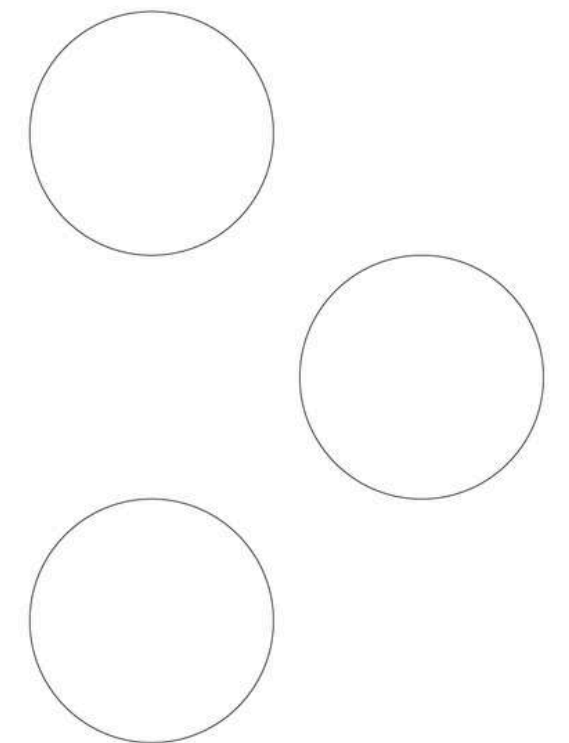


MAISONS
30 ANS
DU MONDE

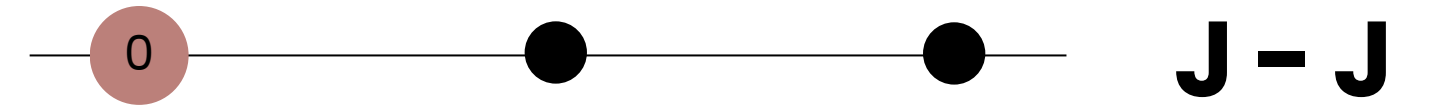
MAISONS
30 ANS
DU MONDE

30 ans de voyage, de partage
3 escales, 1 tour du monde,
1 histoire à partager.
Collectionnez les tampons au fil de votre
voyage pour révéler votre souvenir exclusif et
co-écrire avec nous les prochaines années.

5 Bd Montmartre, 75002 Paris

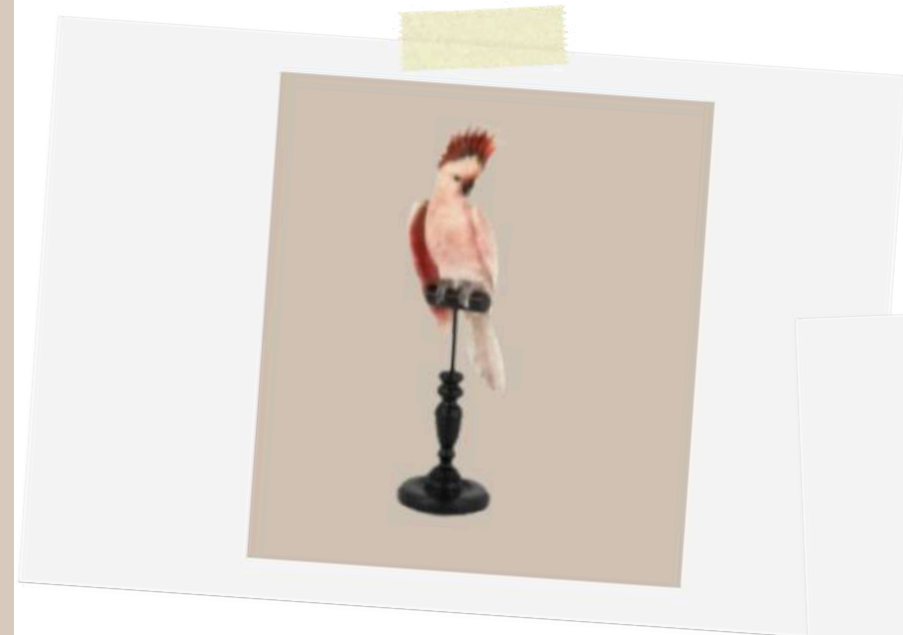


LE VOYAGE DES 30



30 ANS DE VOYAGE, DE PARTAGE

- Achat en direct



SOIRÉE



Le pôle Influence & Rayonnement (70 invités)

- Léna Situations
- Influenceurs Lifestyle / Déco / Voyage
- Presse

ELLE
DECORATION

Le Parisien

marie claire
Maison

Le pôle Clients & Communauté (54 invités)

- Clients Top acheteurs : client programme addict
- Le grand gagnant du concours réseaux sociaux

Le pôle Amis & Partenaires (46 invités)

- Amis de la marque & Associations
- Prescripteurs B2B & Architectes

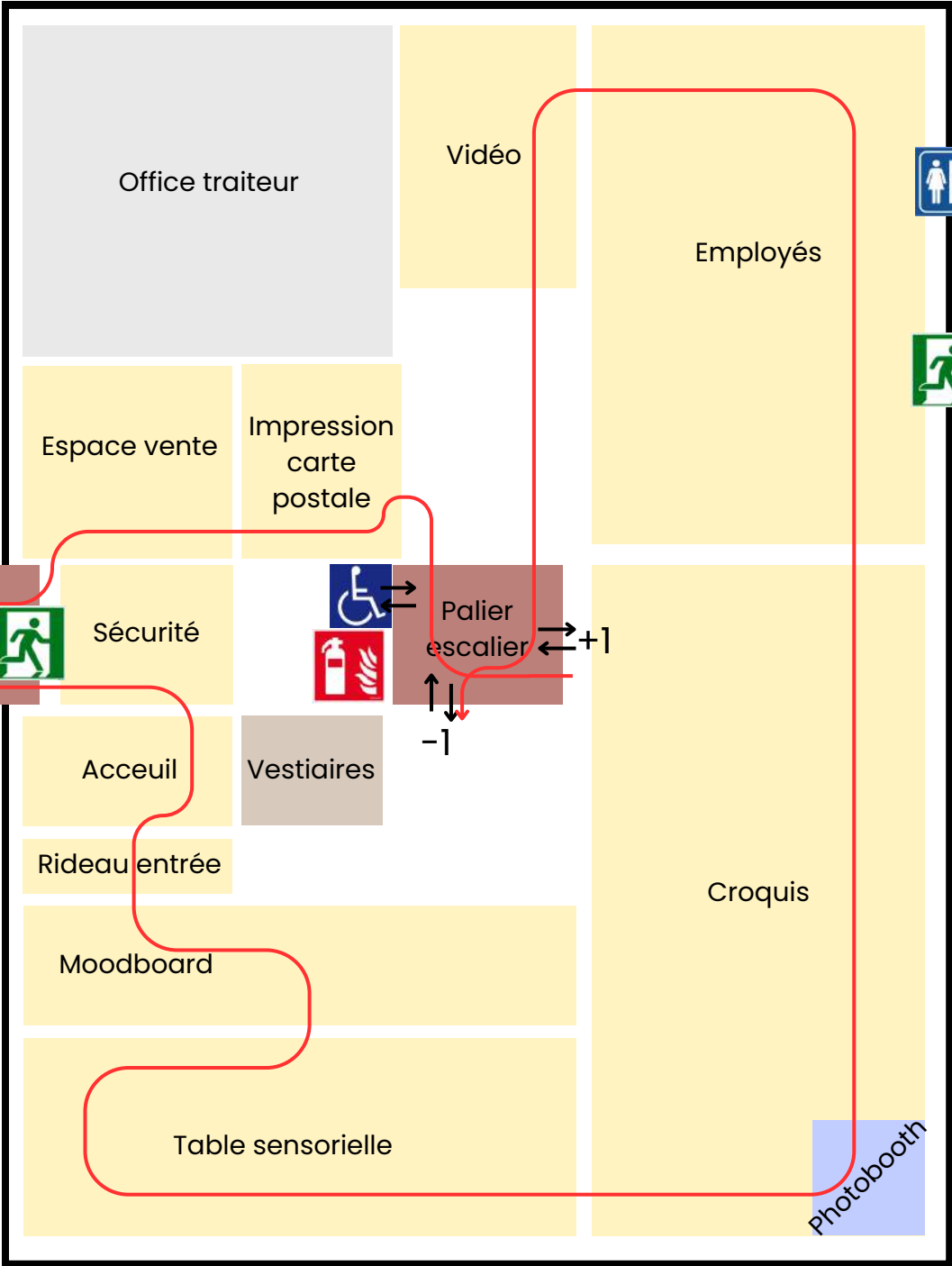
Le pôle Interne & Collaborateurs (30 invités)

- Top Management & Porte-paroles
 - François-Melchior de Polignac DG, Rémi-Pierre Lapparent DRSE, Constance Fouquet, Pierre Barbe,...
- Salariés Parisiens : jeu concours interne
- Collaborateurs Historiques

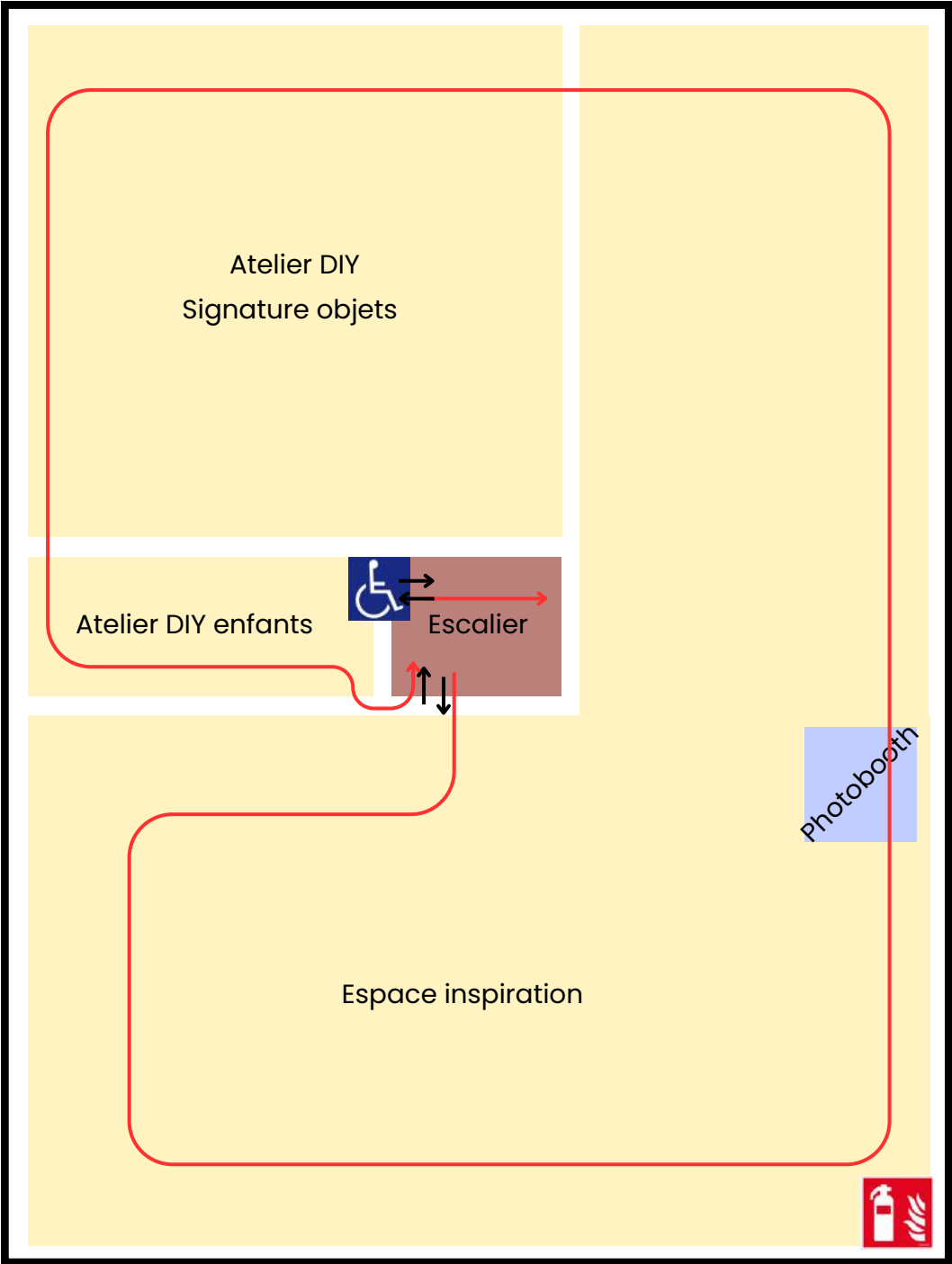
PLAN D'IMPLANTATION - SOIRÉE

J-J

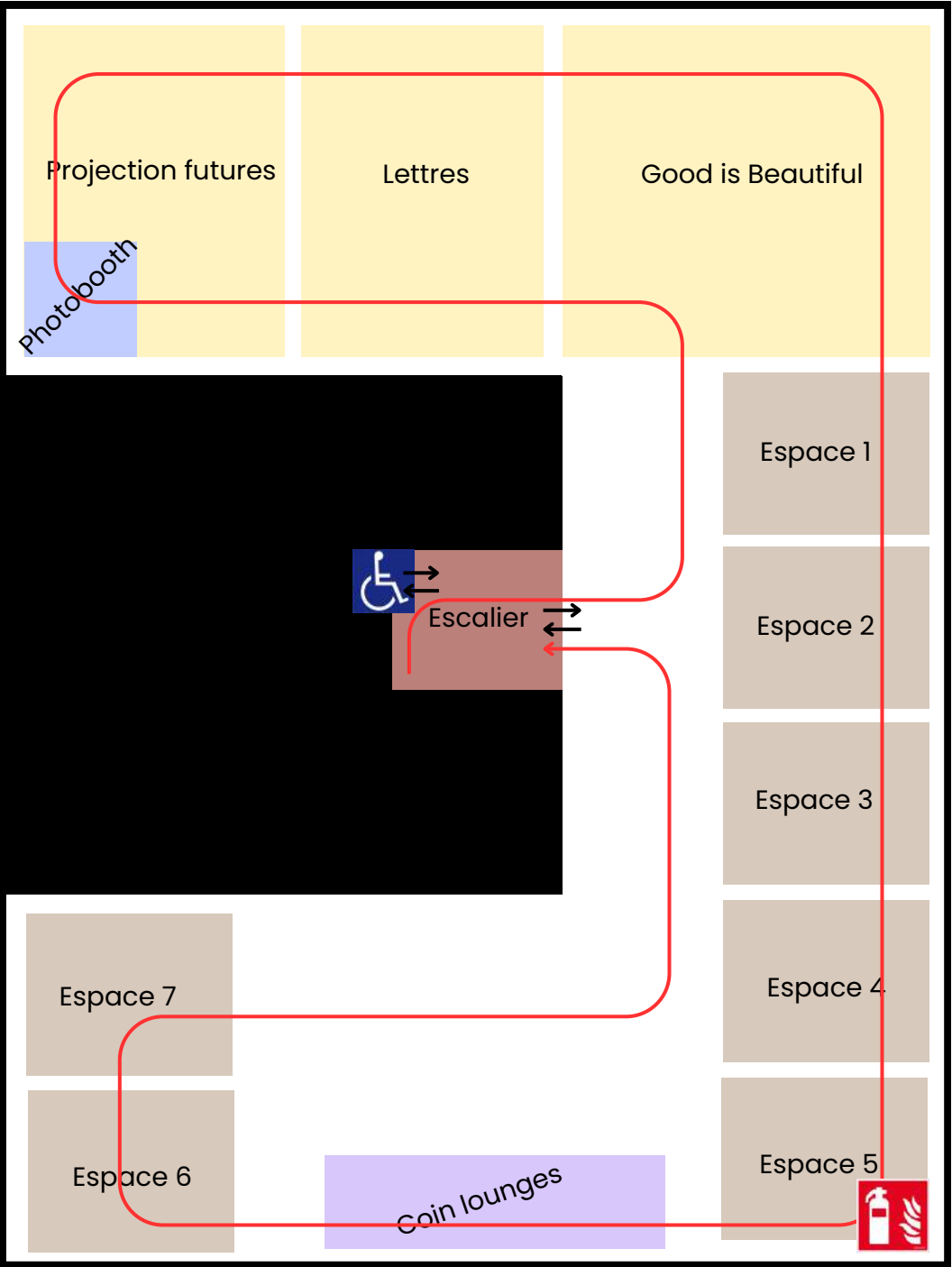
0 (800 m2)



-1 (800 m2)



+1 (380 m2)



LE VOYAGE SE PARTAGE

1

J-J

- Mise en avant des 7 espaces d'inspiration
- Cocktail dinatoire tour du monde

ESPACES

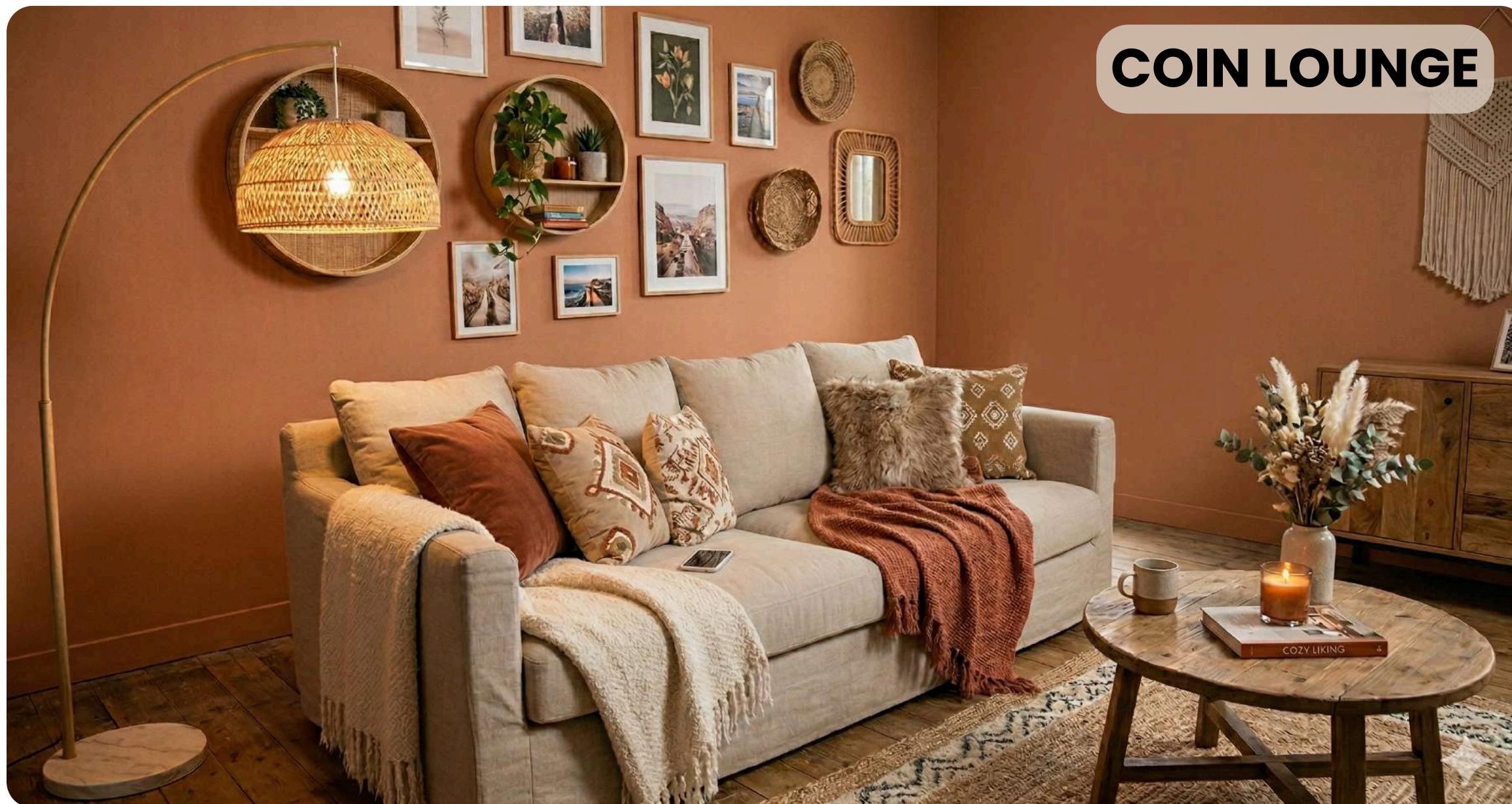
MAISONS
30 ANS
DU MONDE



LE VOYAGE SE PARTAGE

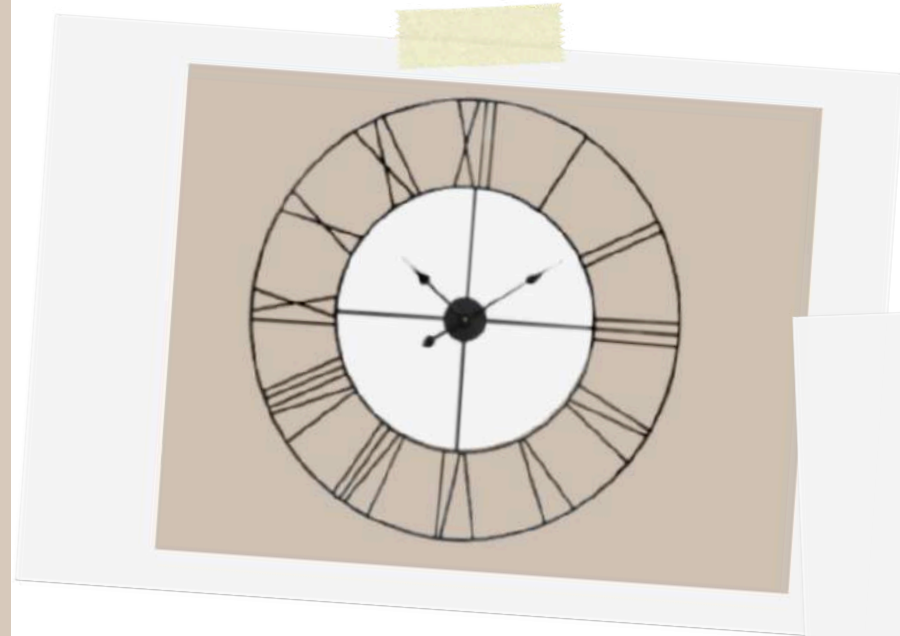
+1

J-J



COIN LOUNGE

- Espace détente photo
- Avant première de la collection automne / hiver



LES PLUS QUI FONT LA DIFF'

MAISONS
30 ANS
DU MONDE

PRISE DE PAROLE DE LA DIRECTION

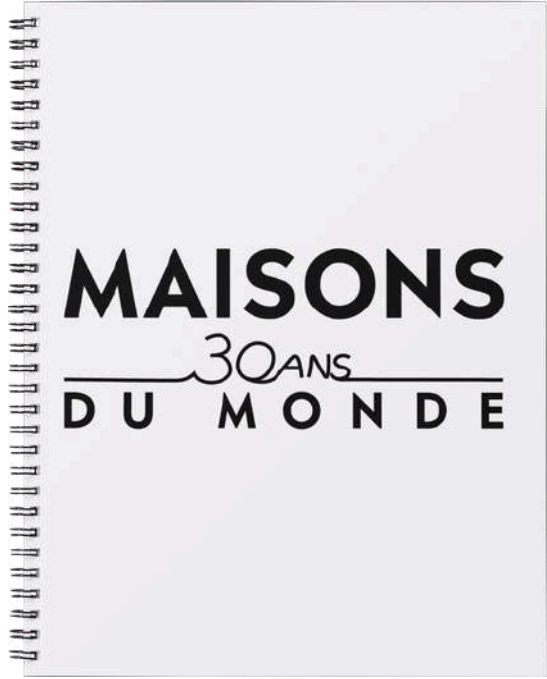
- 14h et 19h30
- François-Melchior de Polignac fera un discours lors du lancement de la soirée
- Vidéo
- Geste inaugural
- 2 temps forts

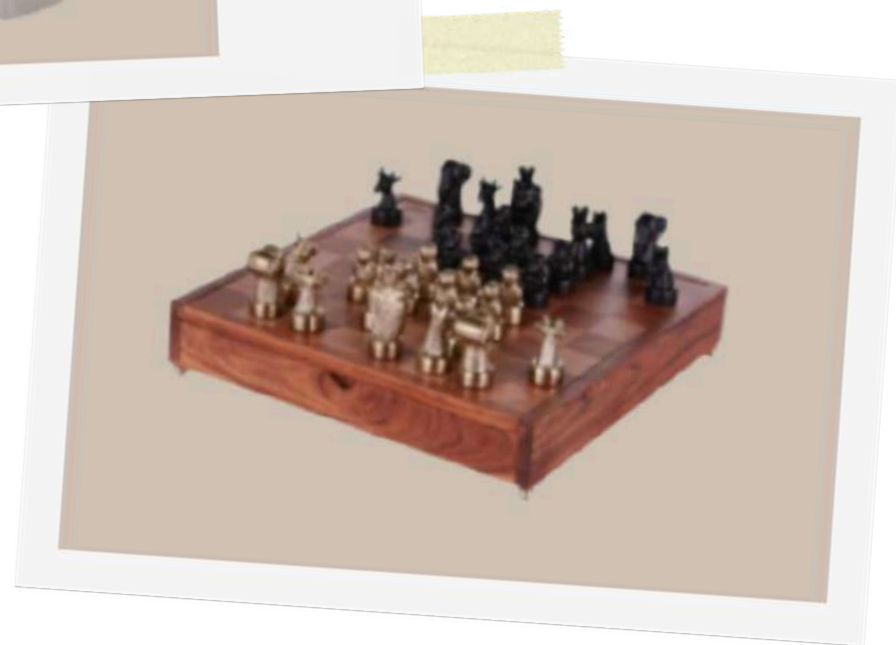


GOODIES



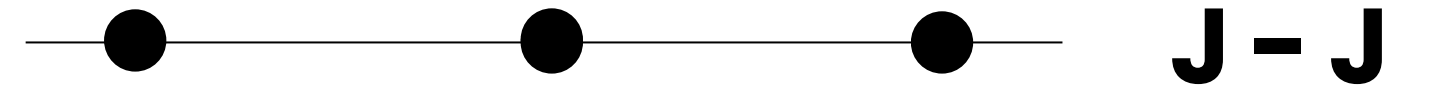
MAISONS
30 ANS
DU MONDE





MISE EN OEUVRE

LE VOYAGE SE PARTAGE



TECHNIQUE

- Son
- Electricité
- Prise de parole



MISE EN LUMIÈRE

- Ambiance

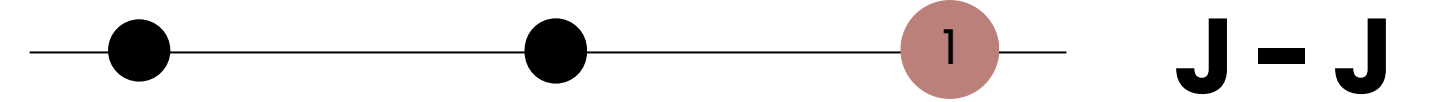


MOBILIER

- Mange debout
- Poteaux de balisage



LE VOYAGE SE PARTAGE

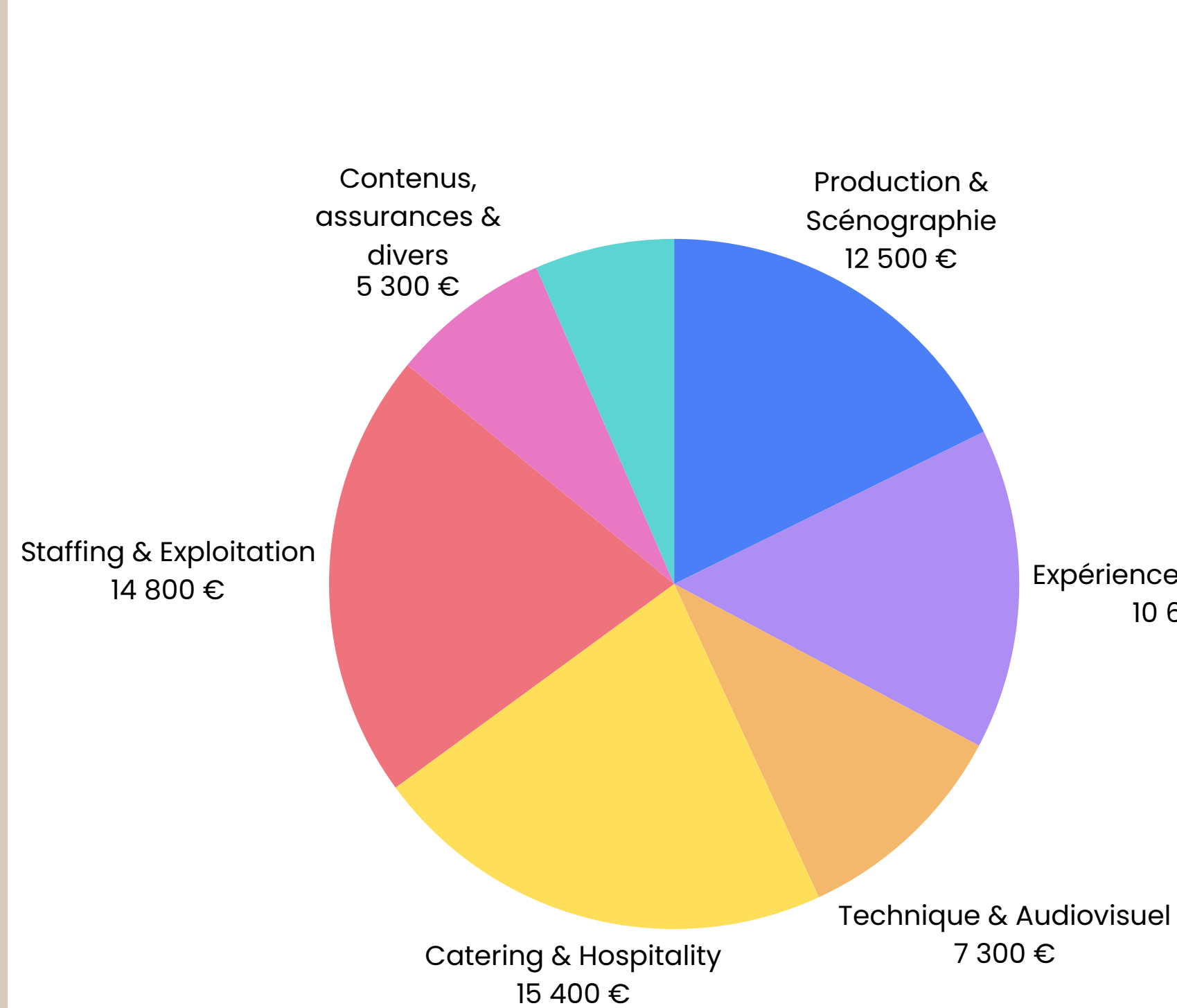


STAFF

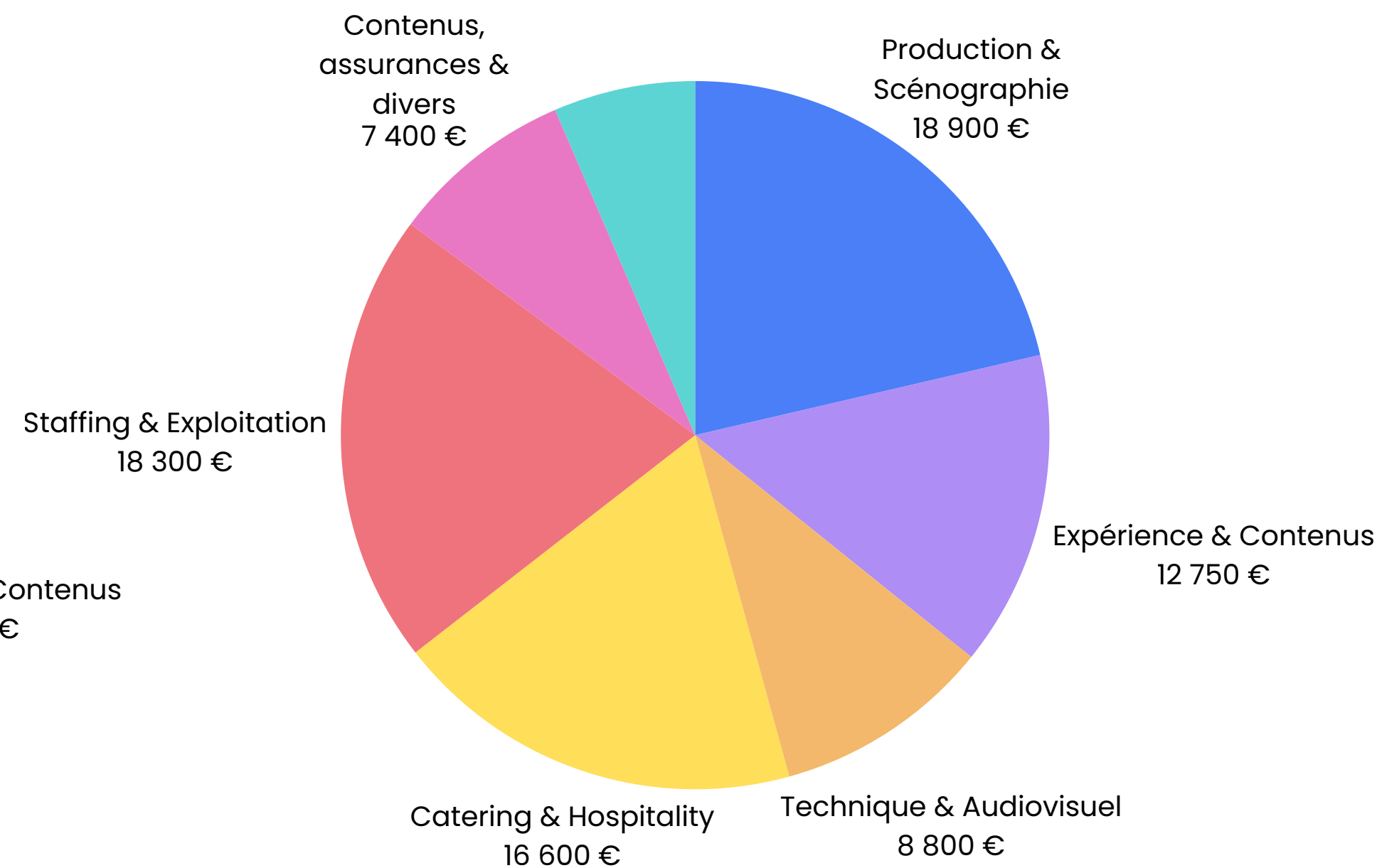
- Vos équipes auront 1H pour réaménager le 1er étage.



BUDGET



Internalisée MDM
70 513 €



Full Agence
94 013 €

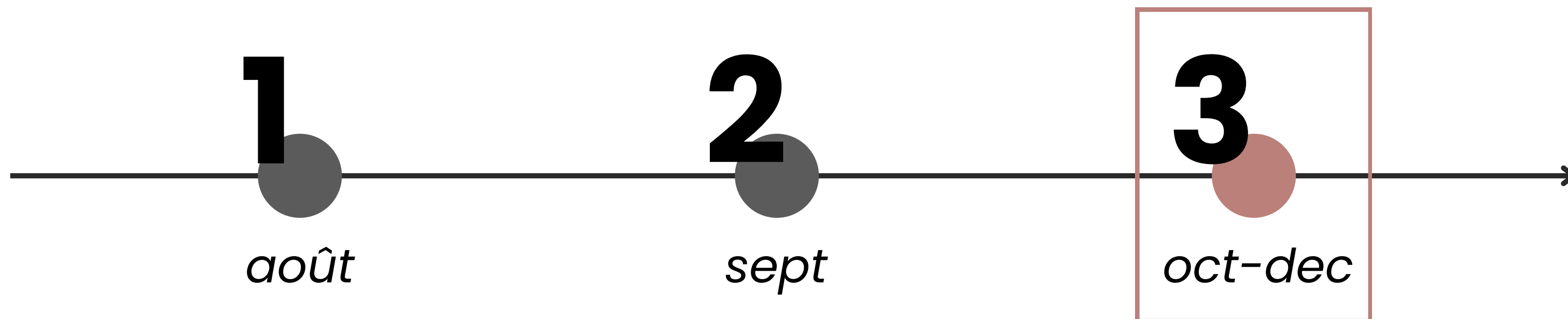
RETROPLANNING

Tâches / Étapes	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.
CONCEPTION & VALIDATION							
Validation finale du parcours et des 30 produits iconiques	X						
Choix du traiteur (menu 7 continents + boissons journée) et des parfums Esteban	X						
Validation des plans d'implantation (Niveaux 0, -1, 1)		X					
PRODUCTION & TECHNIQUE							
Commande des goodies et cartes postales collector		X	X				
Développement de l'interface Tablettes (Nuage de mots)			X	X			
Programmation des 3 Photobooths (envoi mail + impression)			X	X			
Production de la vidéo rétrospective (30 ans)				X	X		
LOGISTIQUE & PARTENARIATS							
Briefing des associations (refuges femmes)		X					
Réservation du personnel (Hôtes, Sécurité, animateurs)			X				
Commande du mobilier collection AH (pour le salon lounge)				X			
DERNIÈRE LIGNE DROITE							
Montage scénographie & Signalétique							J-4
Répétition générale (Dry Run le 14/09)							J-1
Traiteur installation arrivage							JJ
JOUR J : 15 SEPTEMBRE (10h-17h)							JJ
BILAN & ARCHIVES (Lettres 10 ans)							J+1

LA CAMPAGNE

En 3 temps

“LE VOYAGE SE PARTAGE”



RÉSEAUX SOCIAUX

16 Sept -15 octobres

J+1/30

Publication : Retour en images sur la journée et la soirée des 30 ans de Maisons du Monde

Canaux : Instagram et LinkedIn



100k views

[View all 1065 comments](#)
1 DAYS AGO

MAISONS
30 ANS
DU MONDE

RÉSEAUX SOCIAUX

16 Sept -15 octobres

J+1/30

La journée



100k views

[View all 1065 comments](#)
1 DAYS AGO

La soirée



100k views

[View all 1065 comments](#)
1 DAYS AGO

La vidéo



100k views

[View all 1065 comments](#)
1 DAYS AGO

MAGAZINE

Numéro d'octobre 2026 (mi-octobre)

Publication : Retour en images sur la journée et la soirée des 30 ans de Maisons du Monde

Canaux : ELLe deco

J+1 - 30

MAISONS
30 ANS
DU MONDE



LE FLAGSHIP

MAISONS du DU MONDE

L'ÉVÉNEMENT EN UN COUP D'ŒIL

DATE
15 septembre 2026

HORAIRES
• Journée grand public : 10h-17h
• Soirée privée : 18h-22h

PARTICIPANTS
• Environ 1500 visiteurs dans la journée
• 200 invités pour la soirée exclusive

OBJECTIFS
• Célébrer les 30 ans de la marque
• Mettre à l'honneur 30 produits iconiques
• Partager les valeurs et engagements
• Ouvrir une nouvelle page tournée vers l'avenir

ÉVÉNEMENT EXCEPTIONNEL

30 ans de voyage immersif signés Maisons du Monde

Paris, septembre 2026. À l'occasion de son trentième anniversaire, Maisons du Monde a transformé son flagship en une véritable odyssée sensorielle. Plus qu'un événement, c'est une immersion totale dans l'ADN de la marque : un voyage entre cultures, matières et émotions.

**UN PARCOURS COMME
UNE INVITATION AU VOYAGE**

Dès l'entrée, les visiteurs sont happés par un immense mur visuel, véritable mosaïque de paysages et de scènes de vie du monde entier. Cette installation, cœur de l'expérience, illustre les racines géographiques, créatives, illustre les motivations d designers et plonge immédiatement l'œil dans l'univers de la marque.

Ce moment fort marque le début du parcours «Le Voyage des 30 ans», pensé comme une exploration en trois temps : **découvrir, ressentir, partager.**



Table sensorielle : découverte des matières brutes.

**ENTRE INSPIRATION
ET EXPÉRIENCE SENSORIELLE**

L'expérience ne se limite pas au regard. Une table sensorielle invite à toucher les matières brutes — bois, lin, cuir — révélant les secrets de fabrication des pièces iconiques.

Plus loin, croquis, portraits de designers et vidéos immersives dévoilent les coulisses de la création rendant hommage aux équipes qui ont façonné l'identité de la marque au fil des années.



Croquis originaux, portraits de designers et vidéo immersive des coulisses de la création.

UNE EXPÉRIENCE COLLECTIVE

Un espace dédié permet aux visiteurs de laisser un mot, contribuant à une œuvre collective tournée vers l'avenir. Entre engagement, créativité et partage, Maisons du Monde affirme ici une vision : **le design comme lien entre les cultures et les individus.**



Immersion par continent : un parcours olfactif et visuel au cœur des inspirations.

PARTICIPER, CRÉER, PARTAGER

- ✓ Photobooths pour immortaliser chaque étape
- ✓ Ateliers DIY pour créer son propre objet
- ✓ Carte postale collector à compléter tout de long du parcours

Chaque visiteur repart avec un souvenir unique, reflet de son propre voyage au sein l'événement.



Carte postale collector tamponnée, souvenir personnalisé de l'expérience.

**Un événement à vivre, à ressentir...
et surtout à partager.**

EVENT HÔTEL

Oct - nov - dec

J + 30



DIY ET SIGNATURE

LES ESCALES MAISON DU MONDE

- Prolonger les expériences en région
- Déployer des activations inspirées du flagship
- Créer un réseau d'expériences locales
- Weekend récurrents
- Thématiques par destination

MAISONS
30 ANS
DU MONDE

EN BOUTIQUES

01-29 Nov

J+48



Activation boutique :

Pendant le mois de novembre : en partageant leur photo, ils peuvent participer à un tirage ou bénéficier d'un avantage en magasin.

"Zone corner "album photo" pour voir les photos de l'événement 30 ans.

KPI : Nombre de participations (UGC générés)
Trafic en magasin sur la période
Taux de conversion en achat
Panier moyen / ventes générées pendant l'opération

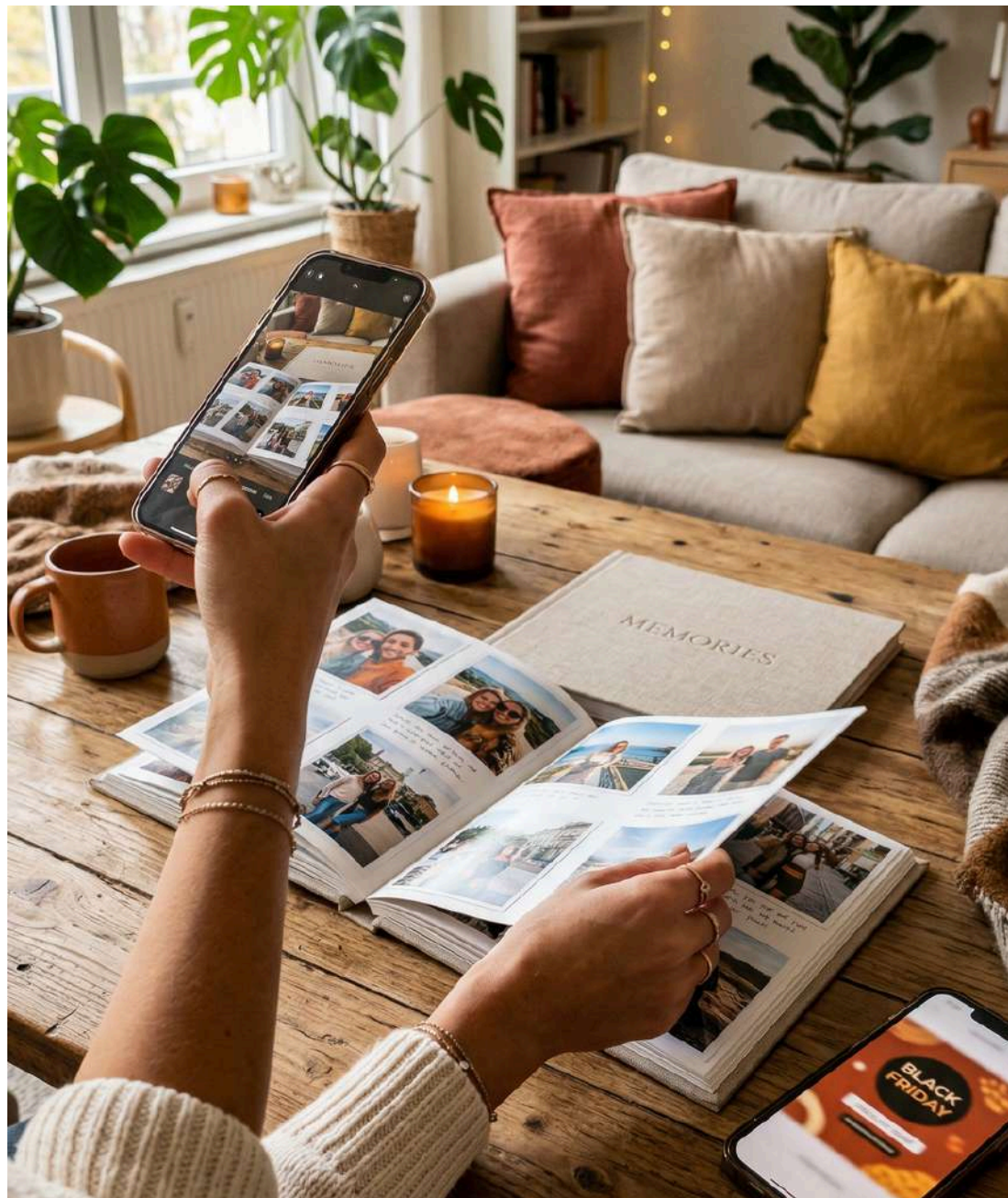
Budget :
11 500 € HT
internalisé
20 500 € HT
full agence

MAISONS
30 ANS
DU MONDE

BLACK FRIDAY

23-29 Nov

J+48



Activation influenceur :

- Code promo -30 % sur une sélection (Black Friday)
- Lien tracké inclus
- Communication en amont du week-end via un album photo personnalisable
- Objectif : permettre d'identifier les produits en promo et les ajouter au panier

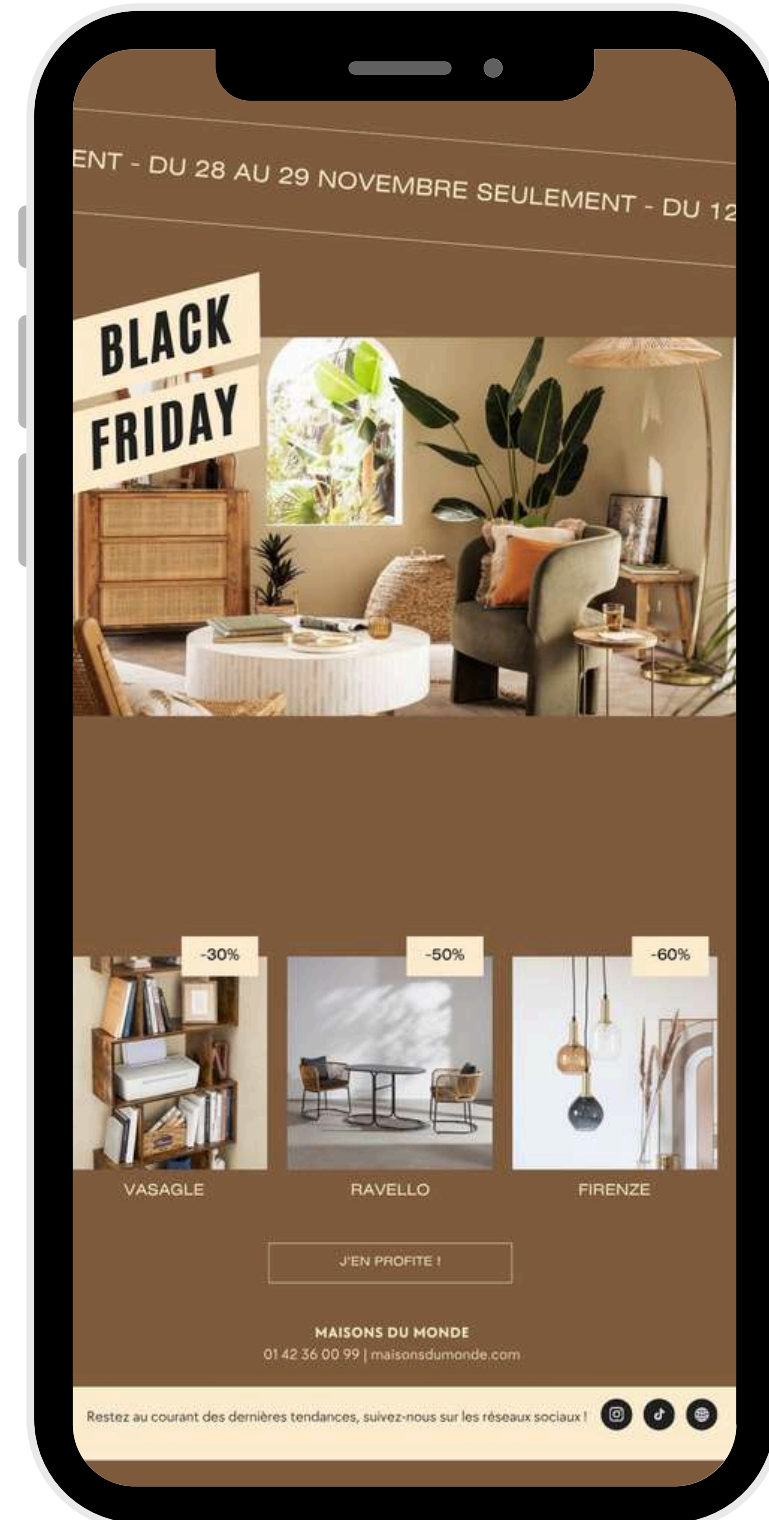
KPI : Nombre de clics via le lien tracké
Taux d'utilisation du code promo
Taux de conversion en achat
Chiffre d'affaires généré par l'activation

Budget :
3 400 € HT
internalisé
6 600 € HT0
full agence

BLACK FRIDAY

28-29 Nov

J+70



Newsletter : annonce Black Friday + relance le samedi

KPI : Taux d'ouverture
Taux de clic
Chiffre d'affaires généré via la newsletter
Taux de conversion en achat

MAISONS
30 ANS
DU MONDE

AFFICHAGE

15 nov - 22 nov

J + 45

Objectif : Faire connaître la nouvelle collection de Noël auprès d'un public national et enregistrer des entrées

Où : Grandes villes de France

Durée : 1 semaine

Spécificité : Affiches avec le concept des 30 ans

KPI : Couverture nationale (GRP / OTS)
Évolution des ventes / trafic sur la période

Budget :
28 000 € HT
internalisé
36 000 € HT
full agence

MAISONS
30 ANS
DU MONDE



AFFICHAGE

15 nov - 20 déc

J + 45

Les vendeurs



100k views

[View all 1065 comments](#)
1 DAYS AGO

Les clients



100k views

[View all 1065 comments](#)
1 DAYS AGO

Les designers



100k views

[View all 1065 comments](#)
1 DAYS AGO



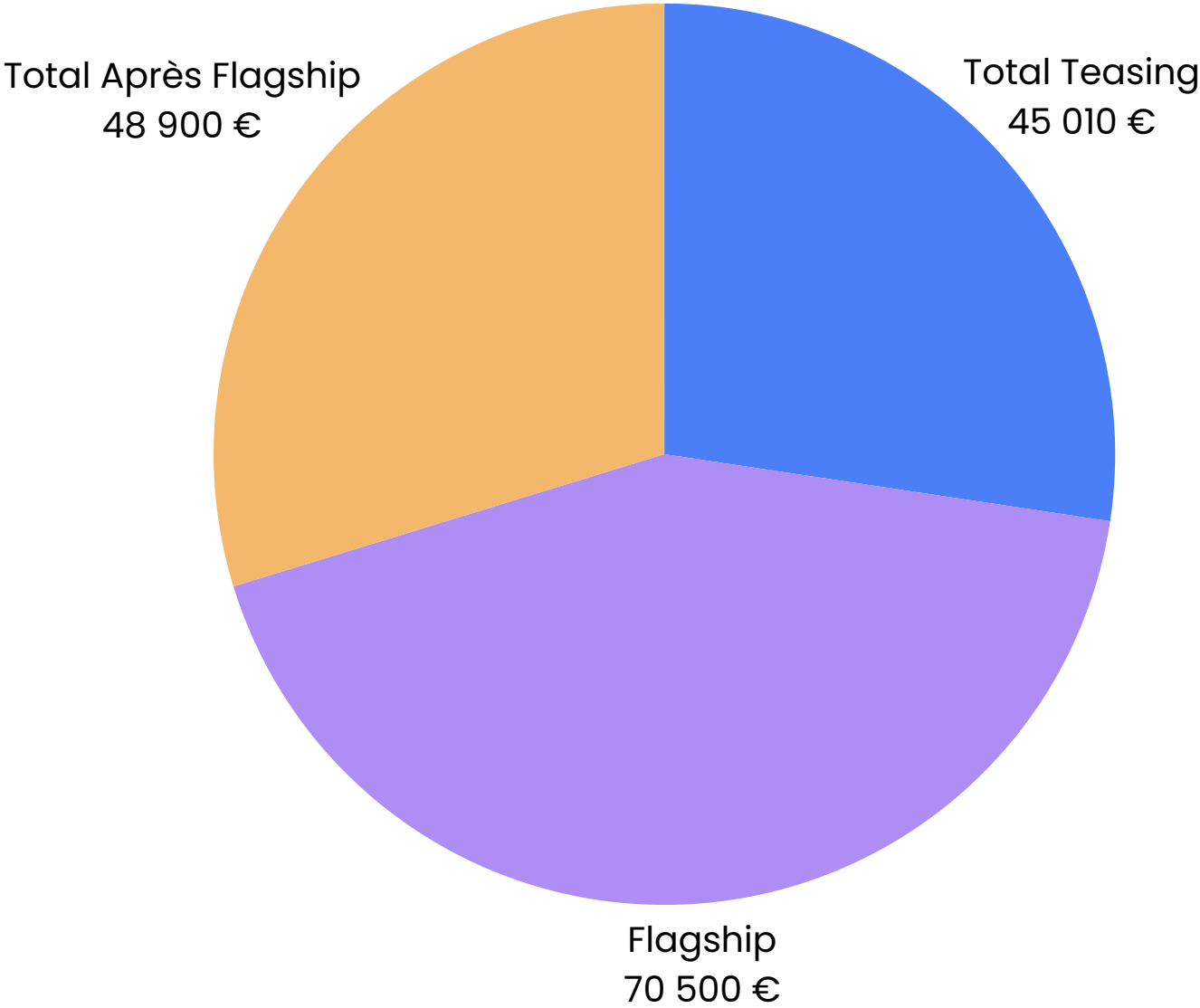
Noël : La photo sous le sapin – pour tout achat fait en boutique et sur le e-commerce entre le 1 déc et le 15 déc : réception d’une carte postale timbrée prête à envoyer pour les fêtes de fin d’année.

“Écrivez un souvenir à quelqu'un que vous aimez, on s'occupe de l'envoyer”.

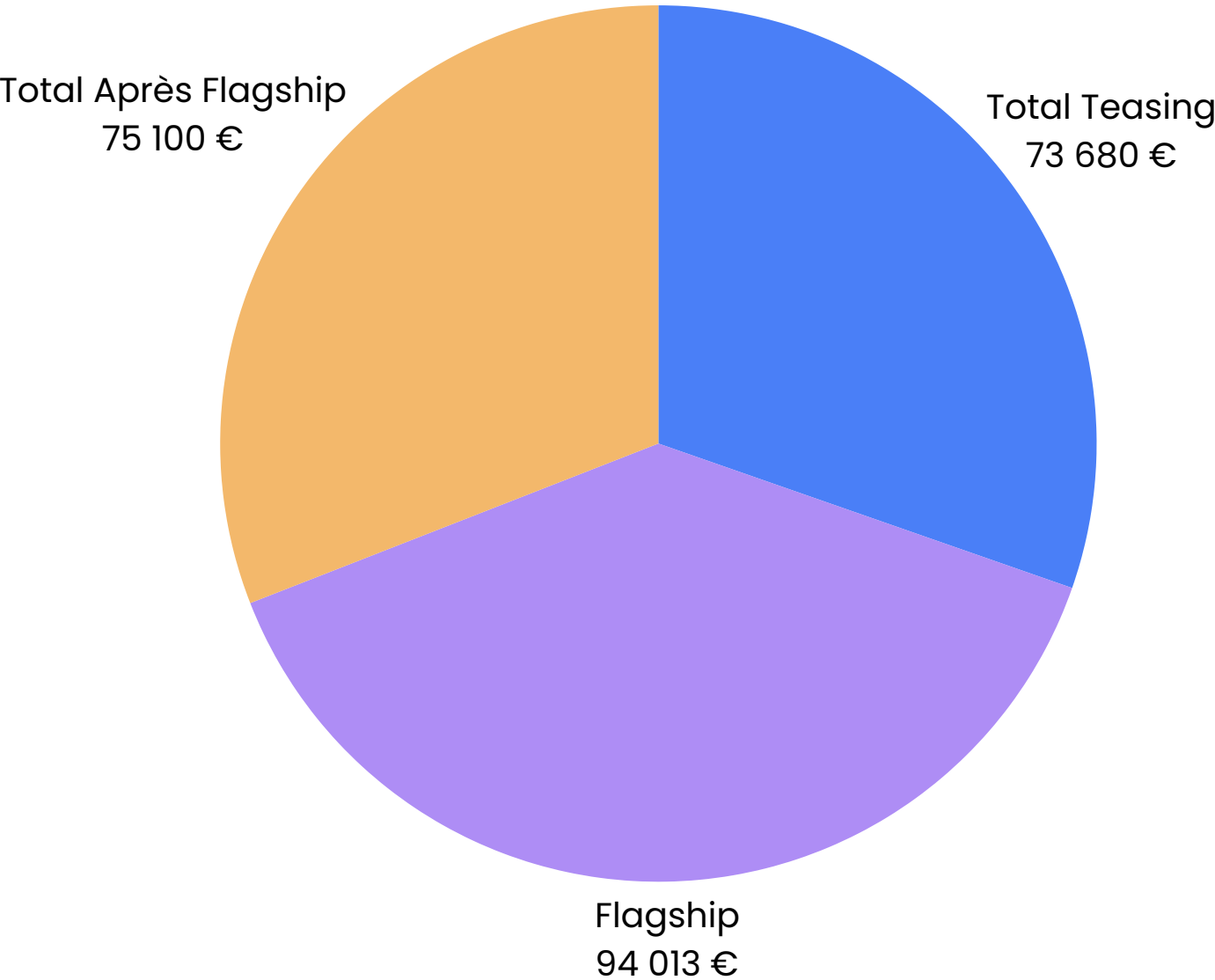
KPI : Nombre de cartes envoyées
Taux de participation à l’activation
Panier moyen des participants
Impact sur les ventes (période Noël)

Budget :
6 000 € HT
internalisé
12 000 € HT0
full agence

BUDGET TOTAL



Internalisée MDM
161 010 €



Full Agence
236 193 €

MAISONS

30 ANS

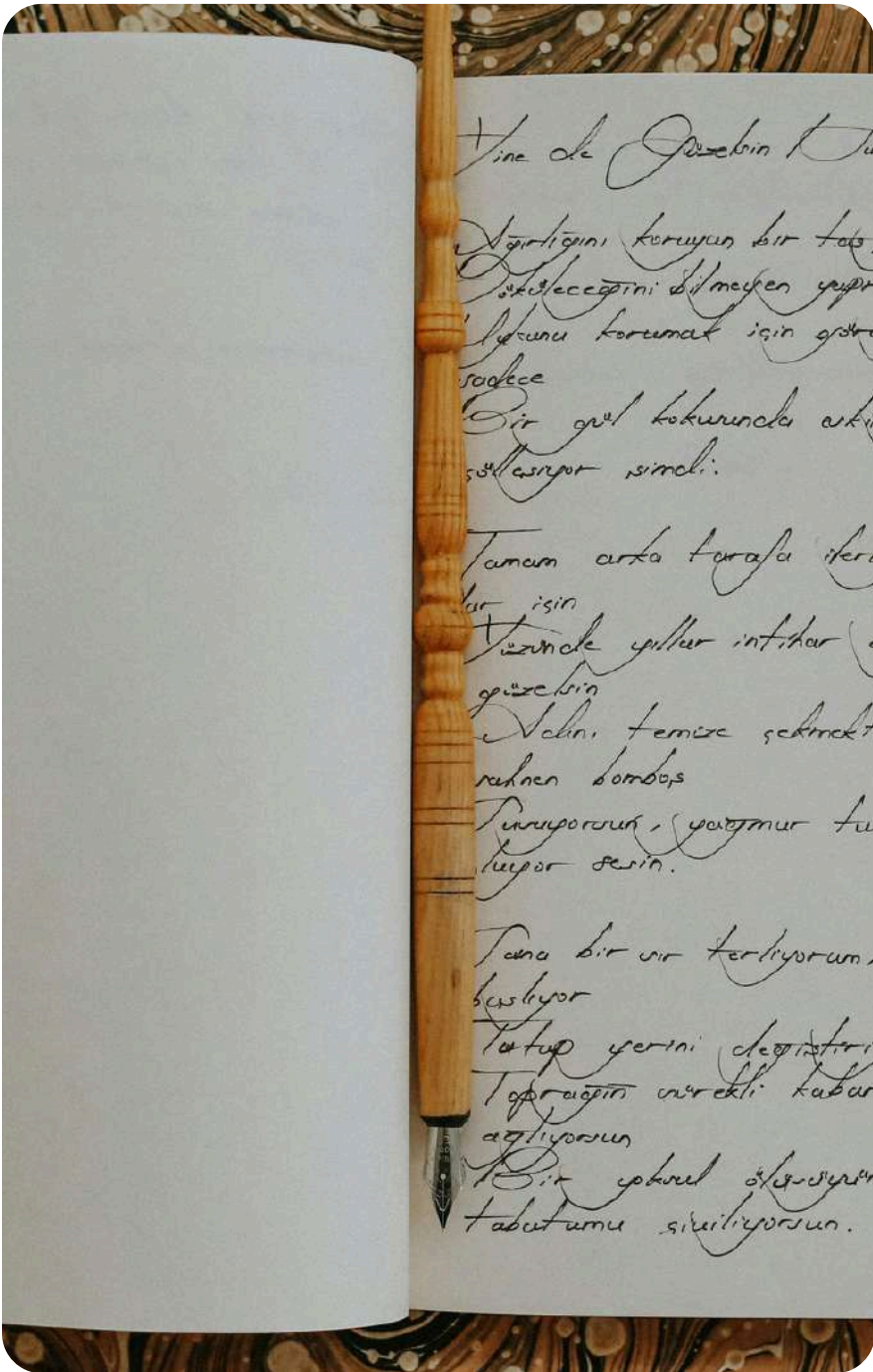
DU MONDE

Le voyage commence.
Le voyage se vit.
Le voyage se partage.



Annexes

CAHIER DES CHARGES - EVENT



CIBLES : GRAND PUBLIC

COEUR DE CIBLE

- Déco lovers grand public en recherche d'inspiration et d'une expérience à vivre
- Clients Maisons du Monde existants

CIBLES SECONDAIRES

- Passants / curieux / touristes attirés par l'animation du flagship
- Jeunes actifs / couples / groupes d'amis (sortie lifestyle)
- Familles
- Professionnels (crédibilité et B2B) : architectes d'intérieur, décorateurs, agences, hôteliers/restaurateurs, bureaux/espaces tertiaires, prescripteurs
- Collaborateurs (siège Maison du Monde + équipes en magasin)

OBJECTIFS

- **Émouvoir & incarner la marque** : faire vivre Maison du Monde comme une expérience de voyage immersive
- **Attirer & faire découvrir le flagship** : générer du trafic et installer le lieu comme une destination
- **Faire parler & créer du contenu** : transformer les visiteurs en relais (UGC, social, presse)
- **Transformer sans forcer** : générer de l'achat d'impulsion et de l'intention future
- **Fidéliser & engager** : créer du lien et faire participer les visiteurs à l'histoire des 30 ans

PERSONNA



- Prénom : Camille
- Âge : 34 ans
- Profil : Cliente fidèle, elle possède déjà plusieurs pièces MDM. Elle vient pour l'attachement sentimental à la marque.

- Elle passe du temps sur la table sensorielle. Elle touche le lin et le bois, ce qui renforce sa perception de la qualité. Elle adore découvrir les visages des designers (le côté humain).
- Elle craque pour l'odeur de la bougie Esteban (zone Méditerranée) et scanne un QR code pour un futur achat de buffet. Elle participe à l'atelier de personnalisation pour son salon.
- Escale 3 : C'est l'étape qui la touche le plus. Elle écrit une lettre à elle-même pour ses 42 ans. Elle repart avec sa carte postale tamponnée, émue par la photo finale.
- Son objectif : Transformer sa relation commerciale en souvenir mémoriel.

INVITÉS SOIRÉE

J - J

Le pôle Influence & Rayonnement (70 invités)

- Léna Situations + 1 : (2 pers.) l'invitée d'honneur pour la visibilité massive.
- Influenceurs Lifestyle / Déco / Voyage : (43 pers.) profils engagés RSE, design, déco, lifestyle. (Voir tableau influ)
- Presse spécialisée & Lifestyle : (20 pers.)
 - AD Magazine, Elle Décoration, Un journaliste du Parisien Économie, My Little Paris



Le pôle Clients & Communauté (54 invités)

- Clients Top acheteurs : (60 pers.) client programme addict
- Le Grand Gagnant du Concours RS + 1 : (2 pers.) l'unique duo ayant remporté l'expérience VIP.

Le pôle Amis & Partenaires (46 invités)

- Amis de la marque & Associations : (20 pers.)
 - Lisa Gachet : Fondatrice de Make My Lemonade, Marie Claire, prisma Media, Hervé Cuisine, représentant les maisons d'accueil pour les femmes, représentant fondation
- Prescripteurs B2B & Architectes : (23 pers.) professionnels pour valider l'expertise du flagship.
 - Stéphanie Lhermitte (Agence Marika Dru), Hugo Sauzay et Charlotte de Tonnac (Agence Festen), L'agence Rhinov...

Le pôle Interne & Collaborateurs (30 invités)

- Top Management & Porte-paroles : (10 pers.)
 - François-Melchior de Polignac DG, Rémi-Pierre Lapparent DRSE, Constance Fouquet...
- Salariés Parisiens : jeu concours interne (10 pers.)
- Collaborateurs Historiques : stylistes/vendeurs/... (10 pers.) : Géraldine Florin...

MAISONS
30 ANS
DU MONDE

INVITÉS SOIRÉE

J – J

Le pôle Influence & Rayonnement (70 invités)

- Influenceurs Lifestyle / Déco / Voyage : (43 pers.) profils engagés RSE, design, déco, lifestyle. (Voir tableau influ)

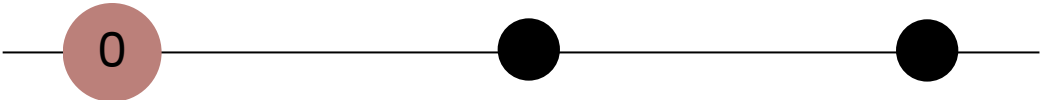
1) Romy	1,2M	Collab avec MDM (pub)	Mode, Skincare, Lifestyle	
2) Gabrielle Joséphine	53,4k	Une vidéo « what’s new chez MDM ? » (collab)	Lifestyle / Esthétique, mode, bien-être / sport, voyage, lecture	assez proche commu (partage passion lecture, sport)
3) William.e	1,9M	Collab	La Déco & Aménagement, la musique, mode & lifestyle	Répond aux comentaires
4) Jadehaustey	288,3K	Collab	Création & Couture, esthétique, Art de Vivre & Lifestyle	Demande l’avis de la communication sur ces créa
5) Chaz	3503	Achète sa déco à MDM (aime la marque)	Automobile, Sport & Fitness, Shopping & Déco, vlogs	Répond aux commentaires
6) Eva guess	1,4M	Collab	Modele	
7) Miley home	100,1K	Collab	Décoration d’intérieur	
8) Lrxlea	17,4K	Collab	Beauté	
9) Noholita	227,7K	Collab	Beauté, food, vlogs	
10) ELLE décoration (presse)	104,5K	Collab		
11) kay.mbl	1,1M	Collab		
12) alichuree	343,2K	Collab		
13) Marie Claire Maison (presse)	3298	Collab		

INVITÉS SOIRÉE

J – J

14) kombini (presse)	3,5M	Collab (seconde chance)		
15) iam.moana	1,6M	Collab		
16) Apolline_guer	2,4M	Collab		
17) Ouest France shopping (presse)	4548	On parle de leur nouvelle collection Automne/Hiver.	Ouest-France Shopping n'est pas juste un journal régional ; c'est une verticale puissante qui se concentre sur les bons plans, les tests produits et les tendances de consommation.	
18) Sarah Poniatowski (designer)		Elle a fait une collection pour eux.		
19) Lisa Gachet (designer)		Elle a réalisé une collection capsule de décoration et de petit mobilier aux couleurs pop et aux motifs géométriques qui a fait un carton en 2021.		
20) Mory Sacko (chef cuisinier)	335K	Collaboration avec Maison du Monde pour concevoir une sélection d’objets d’art de la table et du quotidien.		
21) Shakina M'Sa (Styliste engagée)	25,9K	Collaboration créative et responsable avec MDM. Sa marque de fabrique se distingue par le bleu de travail qu'elle détourne en élément couture dans ses collections		
22)Iznowgood (créatrice de contenue engagée)	152K	Elle décrypte la mode et la déco sous l'angle de la durabilité sans jamais être moralisatrice. Elle est très pédagogue sur les matières et la provenance des objets.		
23) Victoria Arias (Influenceuse lifestyle voyage et bien-être)	111K	Elle est très engagée sur la protection de l'environnement.		
24) Chamellow3 (influenceuse éco-activiste)	48,7K	Elle est la fondatrice du collectif Aware , qui sensibilise à l'écologie dans le milieu de la mode et de l'influence.		
25) dorisdecoration (marque/boutique de décoration éco-responsable)	3755	C'est une plateforme qui propose de la décoration "tendance, éthique et durable". Leur concept phare est l'échange de décoration contre des réductions.		
26) Girl Go Green (influenceuse lifestyle, zéro déchet)	15,2K	Très axé sur le quotidien, la maison et comment éviter le plastique/le jetable.		
27) Laury Thilleman	196,6K	Ancienne Miss France, elle est aujourd'hui l'égérie du "Bien-vivre" et de l'écologie positive. Elle a créé <i>Parisienne et Alors</i> , une marque de mode éco-responsable		

ARRIVÉE DES PARTICIPANTS



J - J

Rechercher des événements

MDM – ÉVÈNEMENT 30 ANS DE VOYAGE ET DE PARTAGE

PAR MAISONS DU MONDE

Suivre

5 Bd Montmartre, 75002 Paris

Mardi 15 Septembre 2026, de 10h à 17h

Gratuit

Mar, 15/09/2026
10h à 17h

Réservez votre place

Rechercher des événements

Aperçu

JOURNÉE ANNIVERSAIRE – LES 30 ANS DE MAISONS DU MONDE

Embarquez pour nos 30 ans de voyage et de partage

Le monde s'invite chez vous, et pour une journée exceptionnelle, nous vous invitons au cœur du monde. À l'occasion de nos 30 ans et de l'ouverture de notre nouveau Flagship parisien, devenez l'explorateur d'un parcours immersif unique sur trois escales...

En savoir plus

Bon à savoir

Principales infos

10h à 17h

En personne

Accessible pour tous

Gratuit

Mar, 15/09/2026
10h à 17h

Réservez votre place

MDM – ÉVÈNEMENT 30 ANS DE VOYAGE ET DE PARTAGE

15/09 – 10H30

Libre

Les ventes se terminent le 15 sep. 2026

Si tu ne peux finalement pas venir, n'oublie pas d'annuler ta réservation !

15/09 – 10H45

Libre

Les ventes se terminent le 15 sep. 2026

Si tu ne peux finalement pas venir, n'oublie pas d'annuler ta réservation !

0,00 €

S'inscrire

RETROPLANNING

Tâches / Étapes	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.
CONCEPTION & VALIDATION							
Validation finale du parcours et des 30 produits iconiques	X						
Choix du traiteur (menu 7 continents + boissons journée) et des parfums Esteban	X						
Validation des plans d'implantation (Niveaux 0, -1, 1)		X					
PRODUCTION & TECHNIQUE							
Commande des goodies et cartes postales collector		X	X				
Développement de l'interface Tablettes (Nuage de mots)			X	X			
Programmation des 3 Photoboosts (envoi mail + impression)			X	X			
Production de la vidéo rétrospective (30 ans)				X	X		
LOGISTIQUE & PARTENARIATS							
Briefing des associations (refuges femmes)		X					
Réservation du personnel (Hôtes, Sécurité, Animateurs)			X				
Commande du mobilier collection AH (pour le salon lounge)				X			
DERNIÈRE LIGNE DROITE							
Montage scénographie & Signalétique							J-4
Répétition générale (Dry Run le 14/09)							J-1
Traiteur installation arrivage							JJ
JOUR J : 15 SEPTEMBRE (10h-17h)							JJ
BILAN & ARCHIVES (Lettres 10 ans)							J+1

BUDGET FLAGSHIP



Poste	Version internalisée MDM	Version 100% agence révisée	
Pré-production, repérage technique, planning opérationnel	2 200€	4 500€	
Structures scéno / cloisons / rideaux / podium discours	3 500€	4 200€	
Décorations hors MDM, fleurs, tissus, masking	1 200€	1 500€	
Mobilier généraliste hors MDM	500€	900€	
Signalétique, kakémonos, adhésifs de parcours	1 300€	1 800€	
Papeterie collector, cartes postales, tampons, badges	1 100€	1 400€	
Moodboard géant, encadrements, portraits, table sensorielle	1 700€	2 200€	
Mur collaboratif, tablettes, nuage de mots	1 000€	1 400€	
3 photobooths + habillage + impressions	5 400€	6 000€	
Workflow photo / email / numéro de tirage	1 000€	1 500€	
Ateliers DIY et consommables	2 200€	2 800€	
Signatures olfactives / stand Seconde Vie / petits consommables RSE	500€	700€	
Atelier “Lettre dans 10 ans” : archivage, indexation, logistique	350€	500€	
QR codes et supports produits	150€	250€	
Technique son, lumière, écrans, micros, vidéo	5 800€	7 000€	
DJ + ambiance musicale + SACEM / Spré	1 500€	1 800€	
Traiteur, boissons et staff catering soirée 200 pax	15 000€	16 000€	
Hôtes, hôtesse, vestiaire, orientation	1 800€	2 500€	
Sécurité, SSIAP, contrôle d'accès	4 600€	5 200€	
Animateurs freelances parcours + 1h manutention	4 500€	5 200€	

BUDGET FLAGSHIP

Techniciens, régie, support IT	1 800€	2 500€	
Manutention montage-démontage, runners	1 600€	2 200€	
Photographe, vidéaste, montage récap	3 000€	3 800€	
Goodies de sortie + emballage	900€	1 200€	
Assurance événement / RC / provision casse-décote mobilier	1 800€	2 500€	
Ménage, nettoyage, gestion déchets	500€	700€	
Repas staff, eau, loges	400€	600€	
Divers et imprévus techniques mineurs	600€	900€	
Sous-total exploitation	65 900€	81 750€	
Marge de sécurité	4 613 € (7%)	5 723 € (7%)	
Marge agence	0€	6 540 € (8%)	
TOTAL HT	70 513€	94 013€	

BUDGET COMM

Street marketing canapé

Poste	Détail global	Total HT
Photobooth week-end	5 photobooshs x 850 €	4250
Tirages / consommables	5 villes x 400 €	2000
Transport / manutention locale	5 villes x 500 €	2500
Équipe locale / animation légère	5 villes x 700 €	3500
Technique / assurance / connectivité	5 villes x 400 €	2000
Micro-influenceurs	X micro-influenceurs au total x 250 €	?
Autorisation / location / emprise	Paris 1000 € + 4 villes x 600 €	3400
Mobilier / décor MDM valorisé (non compté dans le budget)	5 villes x 1 500 €	7 500
Murs / cloisons de décor	5 villes x 400 €	2000
Sol / revêtement scénique	5 villes x 200 €	1000
Habillage / stylisme / montage décor	5 villes x 250 €	1250
Total		21900

Compte a rebours

Poste	Budget agence HT	Budget w internalisation
Conception UX/UI + wording page	600€	0€
developpement web	1 400€	0€
Module galerie / album photo	700€	0€
Gestion consentement image / RGPD /axeptio	500€	250€
Modération et mise en ligne des photos	500€	0€
Création des visuels du compte à rebours	1 000€	0€
Habillage sonore / montage audio	150€	0€
Autorisation / licence musique	150€	150€
Règlement / mentions légales jeu concours	400€	0€
Production social organique	600€	0€
Community management / reposts / suivi hashtag	450€	0€
Gestion opérationnelle du jeu concours	250€	0€
	6 700€	400€

BUDGET COMM

Action 3 — Affichage “30 ans de voyage et de partage”

Poste	Version internalisée MDM	Version 100% agence
Conception / adaptation créative affichage	0€	800€
Déclinaisons print / digital / magasin	0€	900€
Achat d'espace extérieur Paris / 2 semaines	9 000 €	9 000 €
Honoraires achat d'espace / suivi régie	0€	1 200 €
Impression affichage extérieur	700€	700€
Animation “affichage augmenté”	900€	1 400 €
Intégration QR code + page mobile / redirection flagship	900€	1 400 €
Tracking / recette / tests	250€	300€
Impression affichage magasins MDM	600€	600€
Kit de déploiement magasins	250€	350€
Production social organique	0€	500€
Community management / publication / reposts	0€	450€
Gestion de projet / coordination	0€	900€
Total HT	12 600 €	18 500 €

Action 4 — Colis presse

(Pour 80 envois)

Poste	Version internalisée MDM	Version 100% agence
Stratégie — conception éditoriale + wording	0€	650€
Création — direction artistique du colis	0€	900€
Création — exécution graphique / BAT	350€	600€
Prototype — <u>mockup</u> physique	300€	300€
Fabrication — box premium	2 240 €	2 240 €
Contenu — inserts / goodies légers	720€	720€
Opérations — personnalisation / adressage / packing	400€	520€
Print — tirage invitation / flyer / consignes UGC	160€	160€
Logistique — expédition France	1 040 €	1 040 €
RP — coordination / relances	0€	1 450 €
Communication UGC — templates repost / suivi social	0€	500€
Pilotage — gestion de projet / imprévus	250€	500€
Total HT	5 460 €	9 580 €

BUDGET COMM

Action 5 — RS “30 visages de MDM”

Sur une base de 10 vidéos à distiller au long de l’année

Poste	Version internalisée MDM	Version 100% agence
ORGANIQUE		
Édito — concept de série	0€	1 200 €
Pré-production	900€	1 500 €
Production — tournage	7 500 €	9 000 €
Production — photographe / stills	900€	1 200 €
Post-prod — montage principal	3 600 €	4 200 €
t-prod — déclinaisons social cutd	1 400 €	1 800 €
t-prod — habillage motion / sous-t	1 000 €	1 500 €
Audio — sound design / musique	500€	700€
on — community management org	0€	900€
tage — suivi production / coordina	400€	1 100 €
Total organique	16 200 €	23 100 €
PAID		
atégie média / ciblage / paramétra	0€	700€
tation créas paid (formats sponso	500€	800€
estion / optimisation des campagn	0€	1 200 €
Achat média social ads	6 000 €	6 000 €
Total paid	6 500 €	8 700 €
TOTAL	22 700 € HT	31 800 € HT

Après event

Action 1 — Carnet de Voyage des 30 ans

Poste	Internalisée MDM	100% agence
Conception UX / parcours / wording	0€	900€
Développement du module quiz + carnet digital	1 800 €	3 200 €
Paramétrage CRM / segmentation / collecte data	500€	1 000 €
Mail de bienvenue + automatisation des “tampons” mensuels	700€	1 800 €
Création du guide PDF post-achat	500€	1 200 €
Recette / tests / mise en ligne	300€	800€
Total	3 800 €	8 900 €

Action 2 — Fin septembre : capitaliser sur l’évent

Poste	Internalisée MDM	100% agence
Tri / curation / retouches des photos event	700€	1 600 €
Création du carrousel “Album Souvenir”	400€	1 000 €
Production de 3 vidéos immersives (CEO / Design / Comm)	3 000 €	6 500 €
Déclinaisons TikTok / Reels / LinkedIn	500€	1 200 €
Kit corner “album photo” pour les boutiques	700€	1 400 €
Publication / repost UGC / community management	300€	700€
Total	5 600 €	12 400 €

BUDGET COMM

Action 3 — 15 octobre : Noël conceptuel + Accès Première

Poste	Internalisée MDM	100% agence
Adaptation créative du territoire Noël	500€	1 200 €
Production des visuels digital / magasin / presse	900€	1 800 €
Paramétrage CRM “Accès Première”	800€	1 600 €
Mise en place de l’avantage stock prioritaire / livraison offerte	600€	1 300 €
Kit magasin / habillage point de vente	400€	1 200 €
Coordination / publication / suivi	200€	1 100 €
Total	3 400 €	8 200 €

Action 4 — 28/29 novembre : Black Friday

Poste	Internalisée MDM	100% agence
Kits studio photo mood Noël en magasin	3 500 €	5 500 €
QR code + page de récupération photo	1 200 €	2 200 €
PLV / tuto / habillage du dispositif photo	600€	1 200 €
Paramétrage code promo / tracking / couponing	500€	900€
Albums photo personnalisés influenceurs + routage	1 800 €	3 500 €
Teasing / activation social autour de l’opération	400€	900€
Newsletter annonce + relance Black Friday	500€	1 000 €
Community management / reposts / suivi UGC	700€	1 300 €
Coordination réseau magasins	1 200 €	2 000 €
Logistique / impressions / réassort	1 100 €	2 000 €
Total	11 500 €	20 500 €

BUDGET COMM

Action 5 — Novembre : Le Mur des Futurs

Poste	Internalisée MDM	100% agence
Conception du dispositif / wording	400€	900€
Kit créatif magasins (templates / mode d'emploi)	600€	1 400 €
Développement formulaire tablette / collecte data	1 200 €	2 200 €
Outil / licence légère d'agrégation des réponses	600€	1 000 €
Impression supports magasins	1 300 €	2 600 €
Synthèse des données / restitution insights	900€	1 700 €
Coordination du déploiement réseau	800€	2 000 €
Total	5 800 €	11 800 €

Action 6 — Décembre : La photo sous le sapin

Poste	Internalisée MDM	100% agence
Conception de la carte postale / copy	400€	900€
Impression des cartes postales pré-timbrées	2 500 €	3 200 €
Affranchissement / envois	2 200 €	3 000 €
Insertion colis / logistique boutiques	1 300 €	2 200 €
Page explicative / FAQ / landing simple	300€	700€
Relais emailing / social	500€	1 100 €
Gestion opérationnelle / SAV / suivi envois	700€	1 600 €
Coordination / réassort	0€	1 200 €
Total	7 900 €	13 900 €