

Shoppe Object Paris confirme son ambition européenne après une deuxième édition en forte croissance



Après avoir posé les premières bases de son édition parisienne en janvier, Shoppe Object Paris franchit un nouveau cap : une deuxième édition qui confirme la pertinence de son positionnement et affirme Paris comme une nouvelle porte d'entrée vers le marché européen et international. Entre sélection pointue et passerelle avec son écosystème new-yorkais, le rendez-vous lifestyle et design poursuit son développement avec une ambition claire : faire de la curation sa signature.

Du 5 au 7 septembre dernier, Shoppe Object Paris réaffirmait l'intérêt du secteur pour un nouveau rendez-vous dédié au design, au lifestyle et à la beauté au sein du salon Who's Next. Après une première édition réussie en janvier, la sélection doublait de taille avec cette fois-ci 100 marques – des exposants fidèles et bien établis tels que **Bang, Avenida Home et British Colour Standard**, aux nouvelles marques prometteuses, notamment **Mogléa, Vitra et La Manufacture de Digoïn** – pour **78% de nouveautés, 34% de marques françaises et 66% internationales**. Une diversité qui traduit l'ambition de Shoppe Object : faire de Paris un **point d'accès au marché international**, à la croisée des scènes créatives françaises et internationales.

« Cette deuxième édition valide notre choix d'implanter Shoppe Object à Paris et d'y construire une communauté qui dépasse les frontières du marché français. C'est une dynamique que nous voulons continuer à accélérer. » – **Frédéric Maus, CEO WSN**

La curation, signature de Shoppe Object Paris

Dans un marché où l'offre des salons professionnels ne cesse de s'élargir, Shoppe Object Paris fait le choix d'une **sélection éditorialisée**, pensée à échelle humaine. L'enjeu : permettre aux acheteurs de découvrir de nouvelles marques dans un environnement harmonieux, où les univers se répondent. « Notre ambition est de proposer une sélection exigeante, où chaque marque trouve sa place et contribue à créer un ensemble cohérent. C'est cette curation qui fait l'identité de Shoppe Object. » – **Matthieu Pinet, Managing Director of Design chez WSN.**



Une vision partagée par **Mel Andrel**, habituée de Shoppe Object New York, exposante pour la première fois sur l'itération parisienne : « J'adore participer à Shoppe Object NY pour sa curation très pointue. J'attendais le même niveau de sélection à Paris : l'identité est différente, mais l'ADN est le même. » Cette approche est également perçue comme un véritable facteur de différenciation. **Salima Zahi** souligne ainsi : « La curation est vraiment au cœur de l'expérience Shoppe Object : elle crée une unité et permet de mieux mettre en valeur nos produits. »

Un rayonnement international qui s'affirme

Cette deuxième édition confirme également la capacité de Shoppe Object Paris à attirer une communauté internationale. Sur l'ensemble des rendez-vous dédiés aux professionnels et organisés par le groupe WSN, **56% des visiteurs sont internationaux et 140 pays sont représentés**. Côté exposants, Shoppe Object Paris affiche **66% de marques internationales**, venues enrichir l'offre française de nouvelles inspirations et de nouveaux savoir-faire.

Comme pour les marques, le salon constitue pour les acheteurs un espace de rencontres stratégiques. **Anthea Han et Adriano Tawin, de The Stacked Store à Singapour**, retiennent « *la découverte de nouvelles marques et les échanges directs avec leurs fondateurs* », qui permettent de mieux comprendre « *les produits et les histoires qui les accompagnent* ». **Sharif Labo, fondateur de La Gent**, souligne de son côté une sélection « *particulièrement bien curatée* », qui « *répond aux véritables besoins des concept stores indépendants* ».

Cette ouverture constitue également un enjeu pour les marques déjà implantées en France. Pour **Chloé Meydan, Country Manager France chez &Tradition**, « *Shoppe Object Paris nous met au contact une nouvelle cible d'acheteurs* », notamment les boutiques des musées, les concept stores et grands magasins.



Et pour les nouveaux exposants, l'expérience dépasse souvent la seule prise de contact commerciale. **Pauline Valle Manfredi, créatrice des savons Cavanha**, résume : « *L'équipe et l'ambiance globale sont incroyables, on se sent valorisés. J'ai rencontré de super contacts, notamment des boutiques de musées et des resorts à l'international. Si on me propose de revenir, je n'hésite pas !* »

Beauté, food, design : le lifestyle élargit son terrain de jeu

Cette édition poursuivait l'ouverture de Shoppe Object Paris à de nouvelles catégories du lifestyle, avec l'arrivée de la **beauté, du bien-être et de l'épicerie fine** aux côtés du design, de la décoration et des objets du quotidien. Une diversification qui répond à l'évolution des concept stores, dont les sélections deviennent de plus en plus transversales. Avec ces nouveaux univers, Shoppe Object Paris élargit les possibilités de sourcing tout en conservant son fil rouge : **une sélection pointue, contemporaine et pensée pour les nouveaux usages du retail.**

Shope Object trouve à Paris un nouveau terrain d'expression. S'appuyant sur l'édition new-yorkaise, cette approche internationale constitue un atout pour les marques comme pour les acheteurs, en facilitant les rencontres entre les communautés professionnelles américaines et européennes. **Jesse James, Fondateur et Président de Shope Object Series** résume : « *Paris et New York sont deux scènes différentes, mais profondément complémentaires. Shope Object crée une passerelle entre ces communautés et permet aux marques de rencontrer de nouveaux marchés.* »

Cette connexion répond aussi à une attente des exposants : accéder à de nouveaux marchés tout en retrouvant l'ADN, la qualité et le niveau de sélection qui font la singularité de Shope Object.



Les prochains rendez-vous :

Shope Object Paris sur Première Classe : 2-5 octobre, Tuileries

Shope Object Paris sur Who's Next : 15-18 janvier, Paris Expo Porte de Versailles

Shope Object Paris : 7-9 février 2027, The Starrett-Lehigh Building, New York



À propos de Shoppe Object

Shoppe Object est une collection de salons haut de gamme consacrés à la maison et aux cadeaux, qui célèbrent une sélection de marques et de créateurs visionnaires présentés dans des cadres raffinés, de New York à Paris. Né d'un esprit d'avant-garde visant à célébrer et à servir la communauté progressiste du commerce de détail et du design, Shoppe Object est un lieu de rencontre, d'expression d'idées et la manifestation physique d'un engagement et d'un respect communs pour ce qui est beau, inspiré et bien fait. Ressource incontournable pour les commerçants créateurs de tendances et les éditeurs influents, le salon phare de Shoppe Object se tient chaque année en février et en août à New York, dans le bâtiment historique Starrett-Lehigh, avec des événements internationaux supplémentaires qui font leurs débuts à Paris en partenariat avec le groupe WSN. www.shoppeobject.com

À propos du groupe WSN

Depuis plus de 35 ans, WSN conçoit et organise des rendez-vous qui inspirent, connectent et célèbrent la créativité. Acteur clé à la croisée de la mode, du design, du lifestyle et de la culture, le groupe propose des expériences qui allient business et émotions, et accompagne marques, distributeurs, talents émergents et professionnels des industries créatives. En dix ans, WSN est passé de 2 à 12 événements annuels, tous pensés pour répondre aux multiples attentes des industries créatives. Parmi ses formats emblématiques figurent Première Classe et Who's Next, ainsi que de nouveaux concepts comme Matter & Shape ou DRP. Au-delà de ces rendez-vous, WSN développe des solutions continues pour les communautés créatives à travers des initiatives telles que WSN Academy, RUN, ou des partenariats avec Ankorstore, Fashop, PagesMode et Ulule. La diversité de ses entités constitue une force qui lui permet, à Paris et à l'international, d'apporter toute l'année des réponses aux enjeux des marchés créatifs. www.whosnext.com

Contact presse SHOPPE OBJECT PARIS

14
SEPTEMBRE

STEPHANIE MORLAT - stephaniemorlat@14septembre.com - 06 11 35 39 01
ANTOINE MBEMBA - antoinebemba@14septembre.com - 06 72 37 13 51