



MAISONS DU MONDE

MEUBLES & DÉCORATION

Camille Boudet - Cindy Czech – Nour Fares et Yeting Qiu
MBA Mode et design



Analyse de la marque

Quelques chiffres en 2019 :

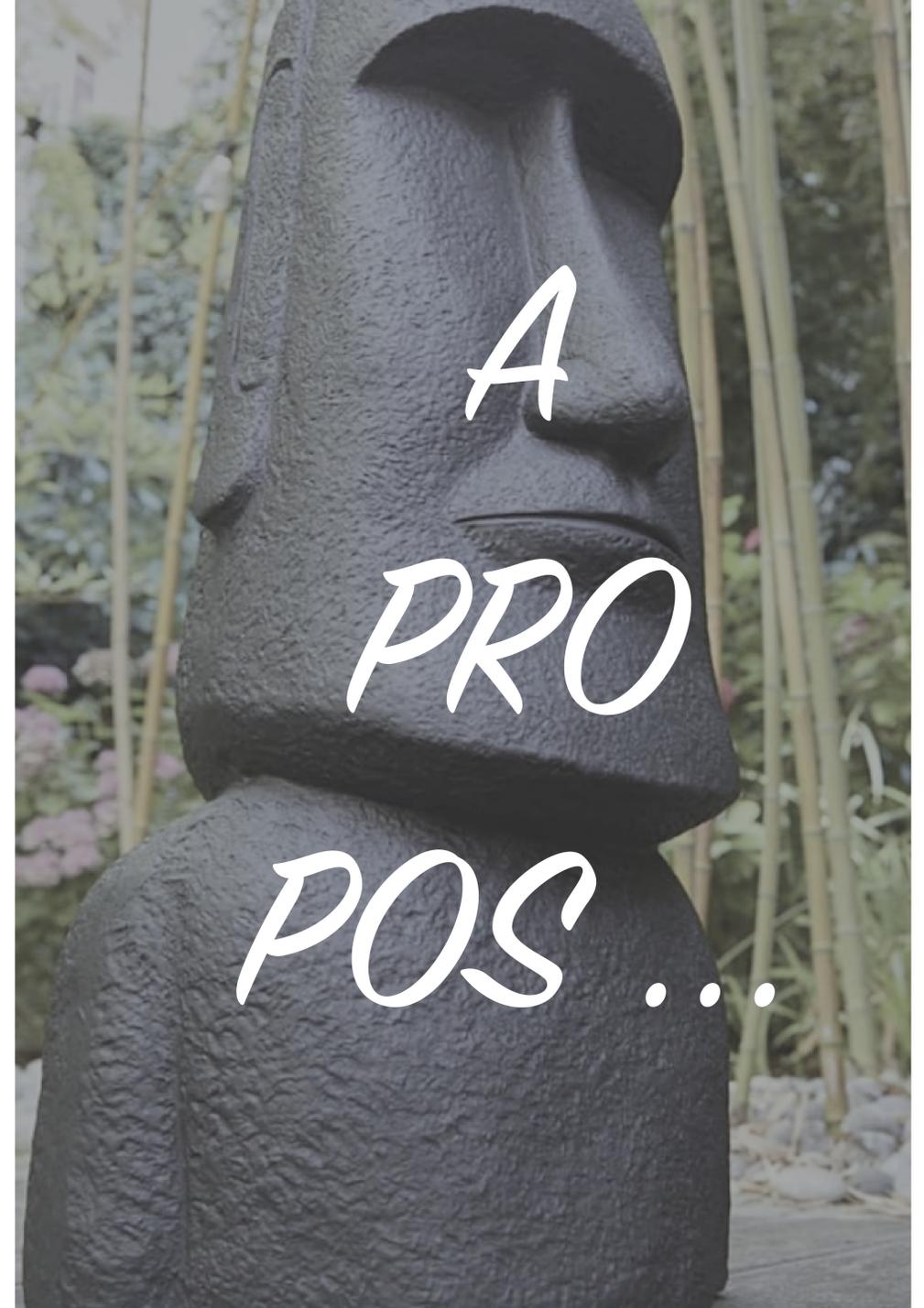
125 millions d'€ en 2019
de vente du groupe

153 millions d'€ en 2019
EBITDA

376 magasins dans 9 pays
France, Italie, Espagne,
Belgique, Luxembourg,
Allemagne, Suisse, États-
Unis et Portugal

45% des ventes
Hors de la France

70% Modani
Participation groupe Modani

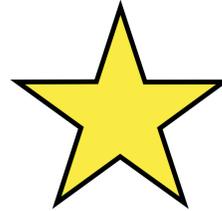


Codes de la marque

...



La Passion



L'exigeance

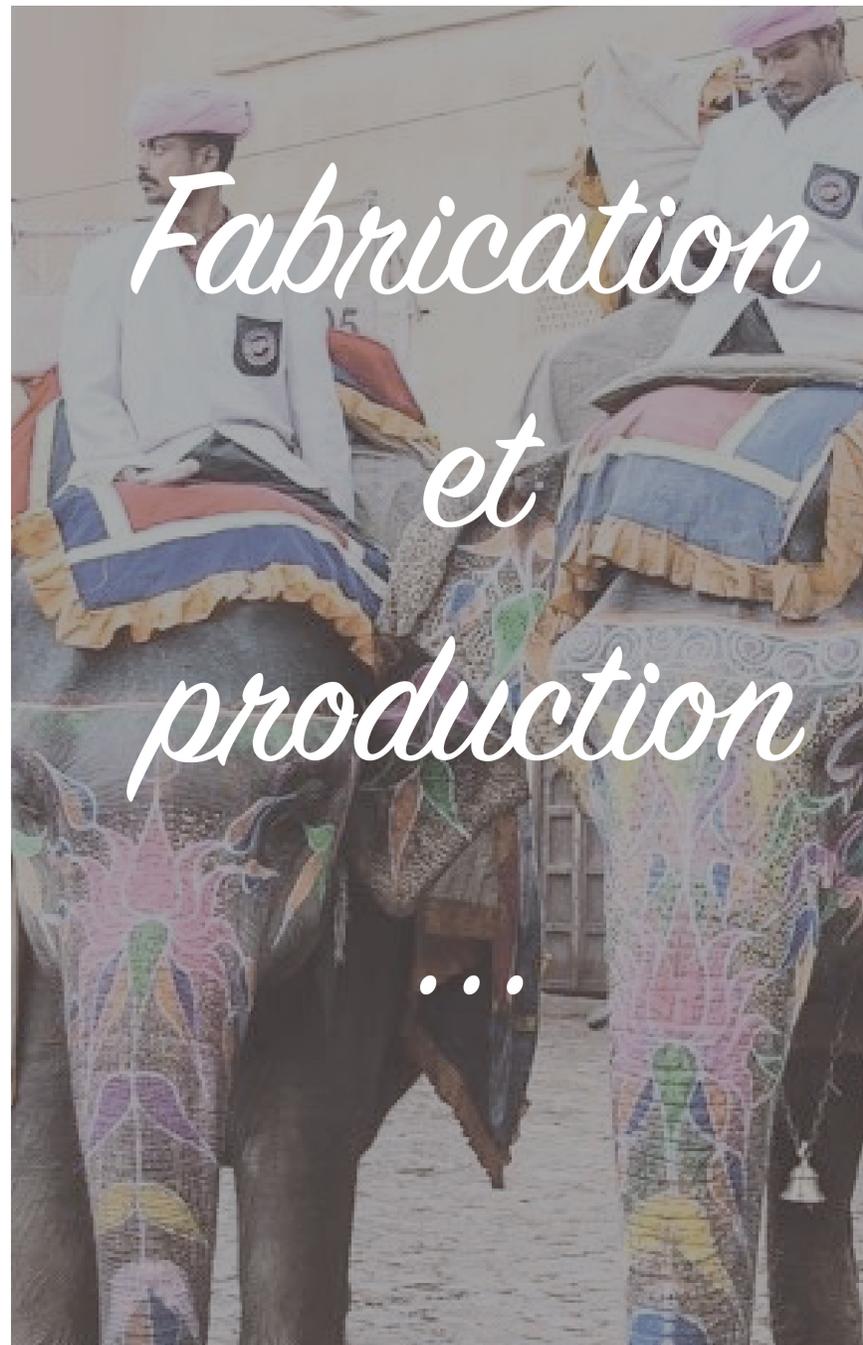


L'audace



L'engagement

Les matériaux
sont soigneusement
sélectionnés



Partenariat avec
des **associations**

Les fournisseurs
sont
majoritairement
situés en **Inde**

L'approvisionnement
est fait en **Chine**

CA : 1 225 400 € en 2019

Vente de détail (97,2%)

Via Internet (22,7%)

60% du CA est réalisé en France

Vente aux franchisés (0,6%)



*Résultats
financiers*





*Une stratégie
de
ciblage*



Ciblage

Coeur de cible :

Femmes actives 25-34 ans
Clientèle urbaine
Cadre moyen



Cible principale :

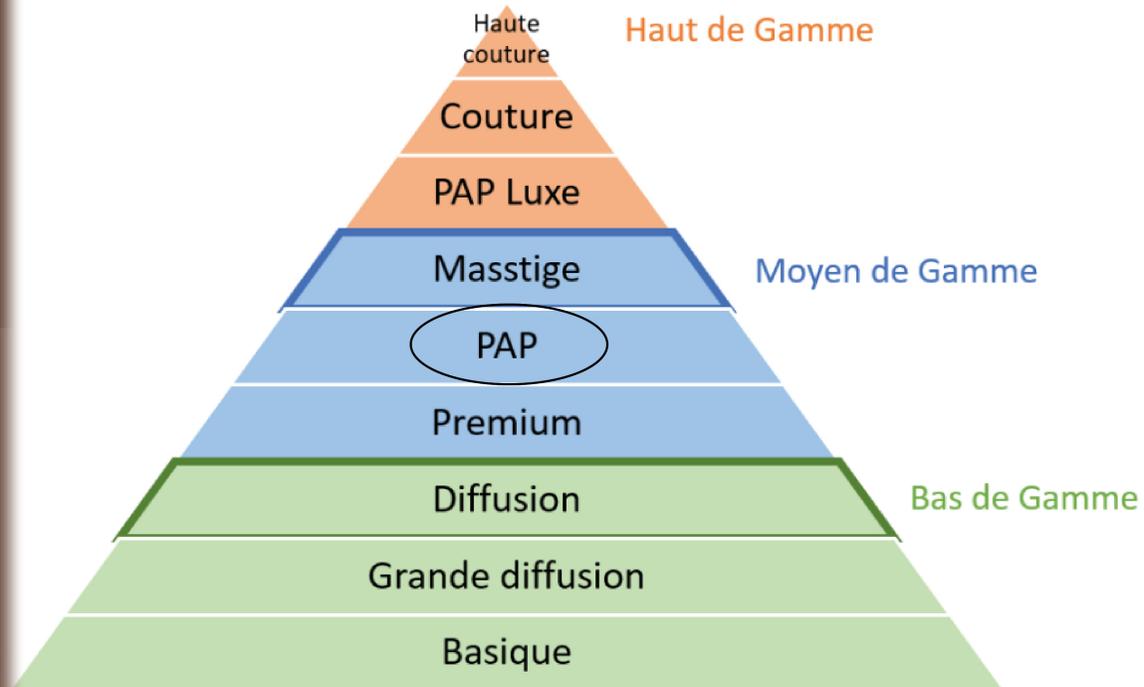
Femmes actives 35-44 ans
Elles sont en couple
Possèdent deux enfants
CSP+



différenciée



Positionnement



Le marché de la décoration
moyenne gamme

S'adresse à une clientèle diversifiée
grâce à des prix accessibles.



Ikea **Westings** **Habitats**
Interiors **But** **Fly**
Casa **H&m Home**
MILIBOO
TIKAMOON
Kave home **Made** **ZaraHome**

Les concurrents

Conforama **Primark** **Hema**
BHV
Flying **Muy Mocho** **Action**
Urban Outfitters **Anthropologie.fr.**
MONOPRIX **ZODIO**
Muji



7 grands styles de collections :

Industriel- Contemporain

Inspiré d'ailleurs- Bord de mer- Vintage

Campagne -Classique Chic

Les gammes de produit

Chaque collection comprend :

- Canapés et fauteuils
- Meubles
- Jardin
- Linge de maison et tapis
- Décoration
- Luminaires
- Arts de la table
- Junior



376 magasins répartis dans neufs pays Stratégie sélective

Réseau de magasins ⁶ (En unités)	A la fin de :					2018
	2019	4T19	3T19	2T19	1T19	
France	233	233	227	224	221	221
Italie	48	48	48	47	45	45
Espagne	27	27	24	24	23	23
Belgique	24	24	22	21	21	22
Allemagne	11	11	10	10	10	10
Suisse	9	9	8	8	7	7
Luxembourg	3	3	3	3	3	3
Portugal	1	1	1	1	-	-
Royaume-Uni	-	-	4	4	4	4
États-Unis	20	20	17	16	15	14
Nombre de magasins	376	376	364	358	349	349
Ouvertures nettes	+27	+12	+6	+9	0	+25
Surface ('000 m²)	432.3	432.3	416.7	408.1	398.2	398.4
Variation nette	+33.9	+15.6	+8.6	+10.1	+0.2	+35.2

Distribution



Politique de merchandising

Parcours circulaire

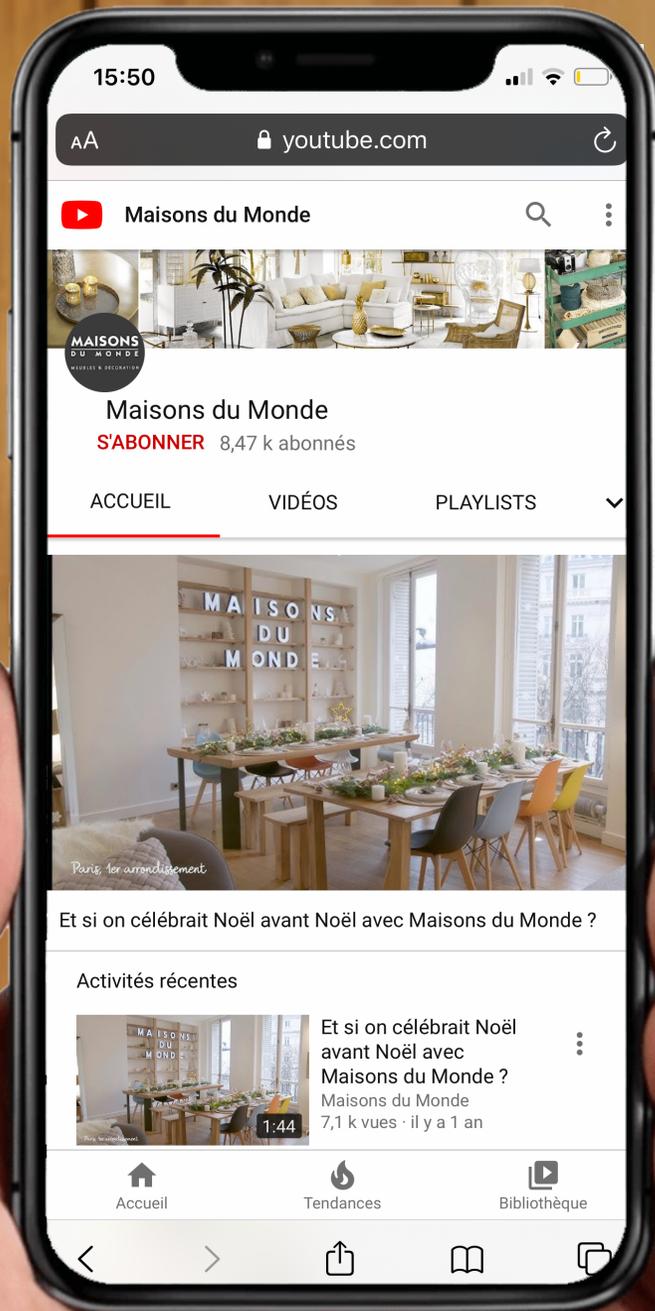
Stratégie merchandising
étouffée

T
W
I
T
T
E
R

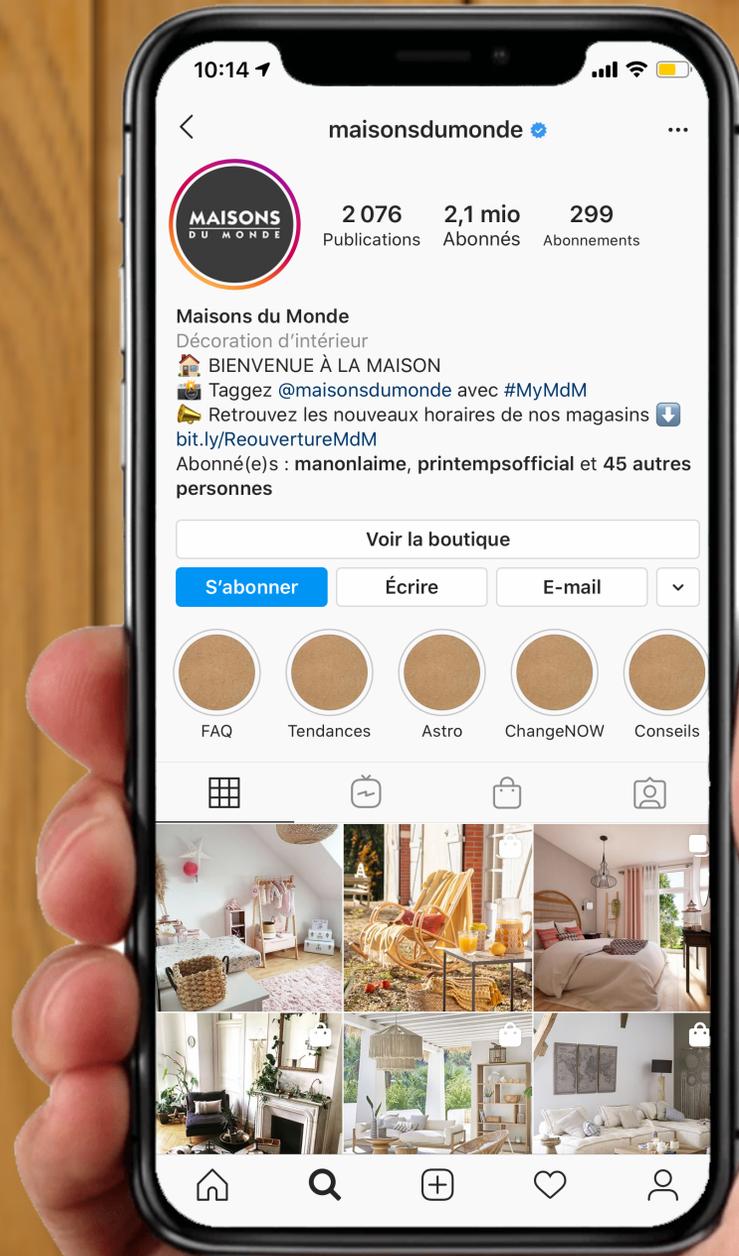


F
A
C
E
B
O
O
K





Y
O
U
T
U
B
E



I
N
S
T
A
G
R
A
M

Je cherche un produit..



MAISONS
DU MONDE



Aide et Contact



Magasins

Trouver un magasin



Mon compte

Se connecter



NOUVEAUTÉS ▾

PRODUITS ▾

PIÈCES ▾

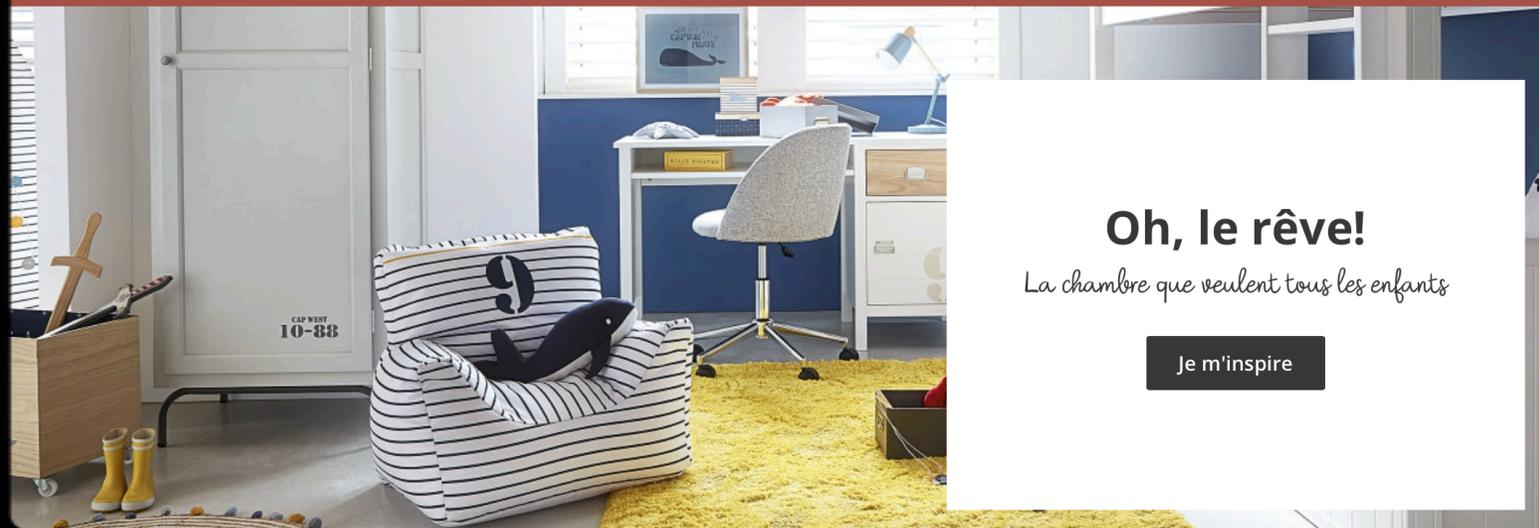
STYLES ET TENDANCES ▾

BUSINESS

Conseil Déco

Le Mag'

Assurons la livraison à domicile et la livraison gratuite en magasin. Compte tenu du contexte, les délais peuvent être allongés. En savoir plus sur les mesures de sécurité et horaires des magasins

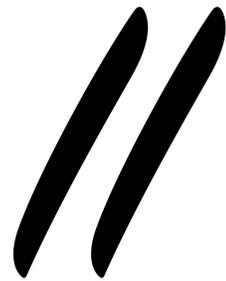


Oh, le rêve!

La chambre que veulent tous les enfants

Je m'inspire

E-SHOP



Analyse des nouvelles boutiques N-N1-N2-N3



N

BOIS
STYLE ETHNIQUE
MERCHANDISING PAR THÈME
OFFRE TRÈS IMPORTANTE EN
BOUTIQUE
DES PRODUITS CRÉÉS PAR LA
MARQUE
PRIVILÉGIE LE STYLE À L'UTILITÉ
MAGASIN STYLE USINE

N+1

BOIS
STYLE ETHNIQUE
MERCHANDISING PAR THÈME
OFFRE TRÈS IMPORTANTE EN
BOUTIQUE
DES PRODUITS CRÉÉS PAR LA
MARQUE
PRIVILÉGIE LE STYLE À L'UTILITÉ
MAGASIN STYLE USINE

Les codes Maisons du Monde

N+2

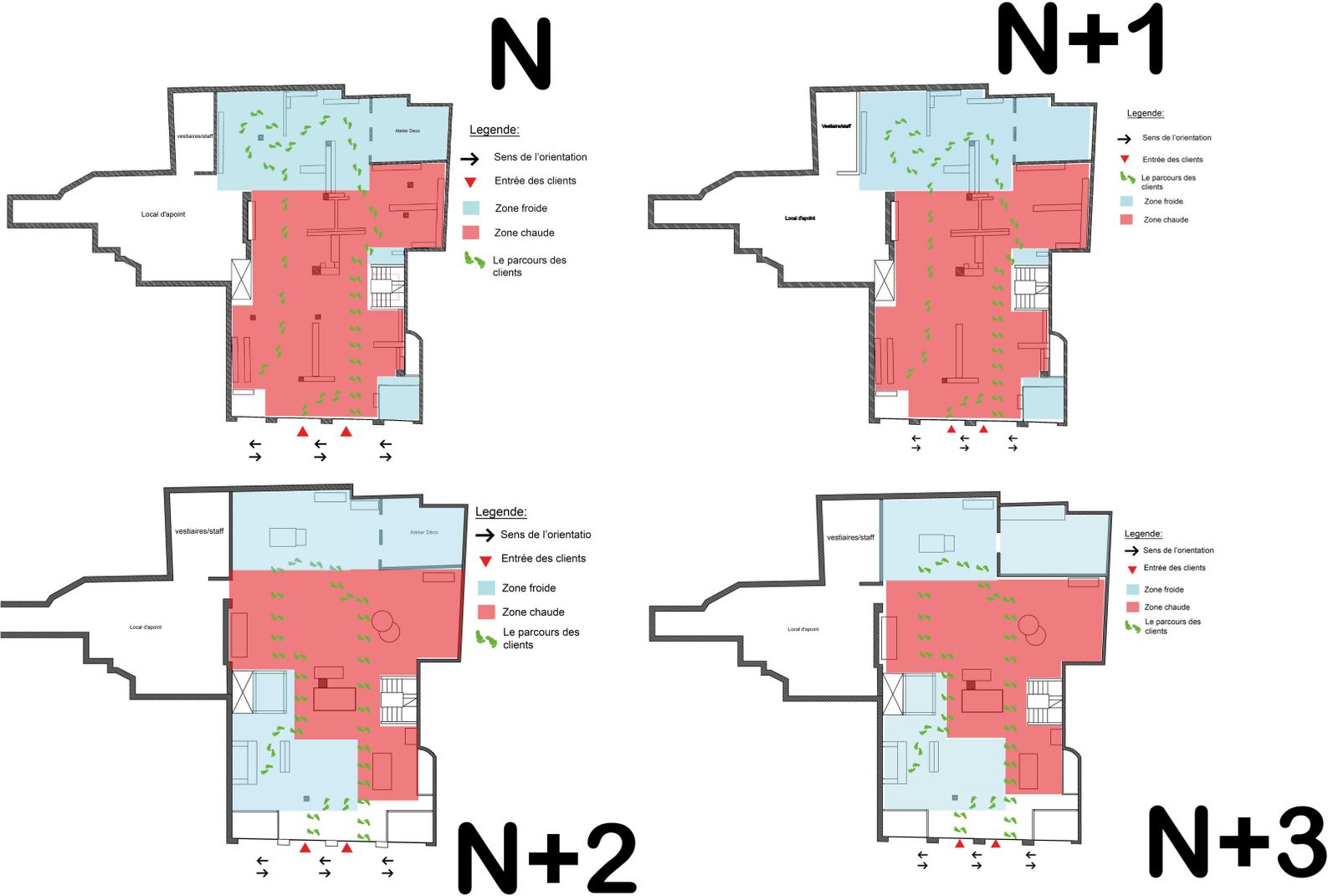
BOIS
STYLE ETHNIQUE
~~MERCHANDISING PAR THÈME~~
DES PRODUITS CRÉÉS PAR LA MARQUE
~~OFFRE TRÈS IMPORTANTE EN~~
BOUTIQUE
PRIVILÉGIE LE STYLE À L'UTILITÉ
FORT TAUX DE RENOUVELLEMENT DES
PRODUITS
~~MAGASIN STYLE USINE~~

N+3

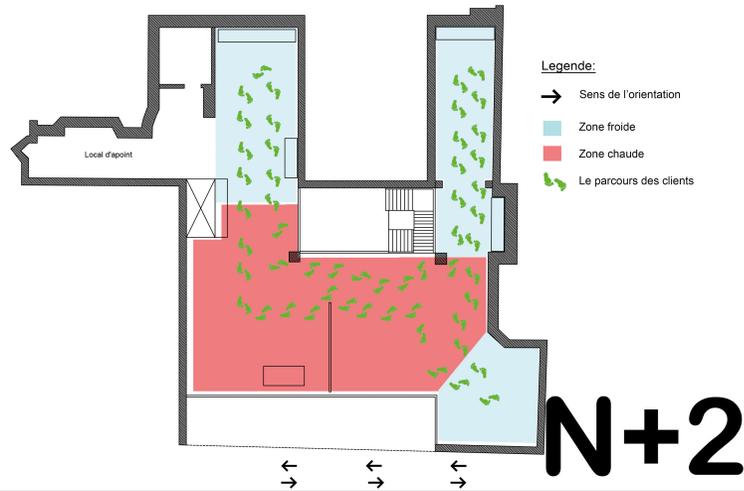
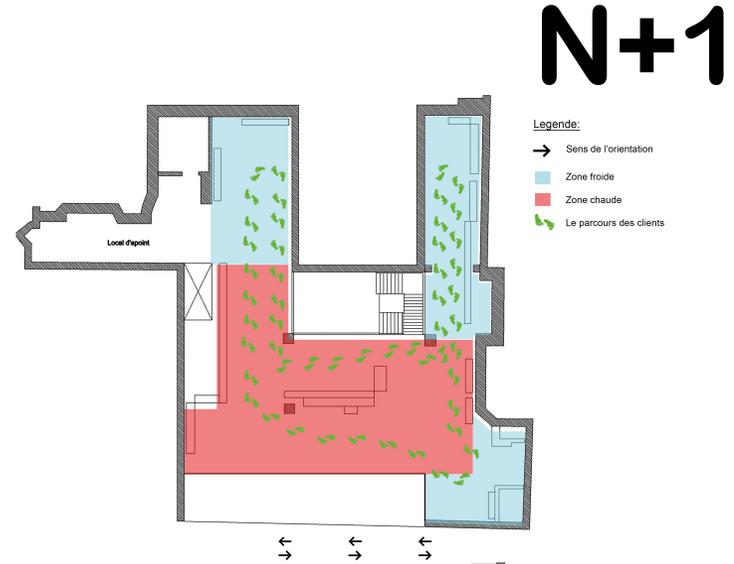
BOIS
STYLE ETHNIQUE
~~MERCHANDISING PAR THÈME~~
OFFRE TRÈS IMPORTANTE EN
BOUTIQUE
DES PRODUITS CRÉÉS PAR LA
MARQUE
PRIVILÉGIE LE STYLE À L'UTILITÉ
FORT TAUX DE
RENOUVELLEMENT
~~MAGASIN STYLE USINE~~

Les codes Maisons du Monde

Rez-de-chaussée

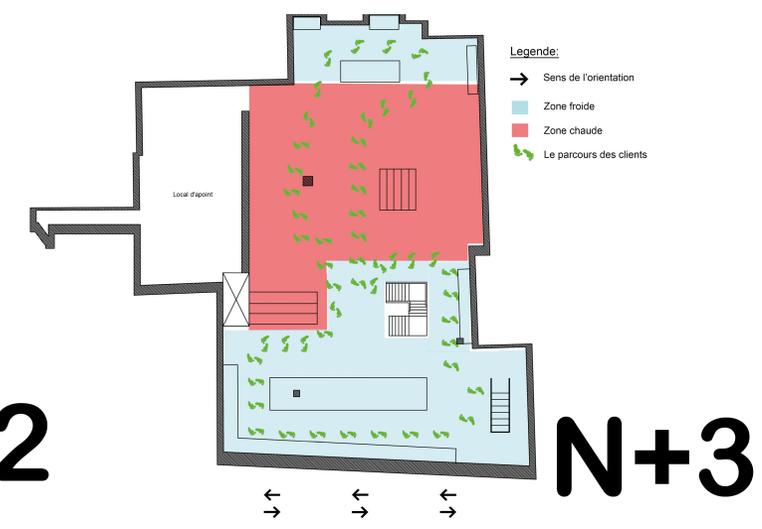
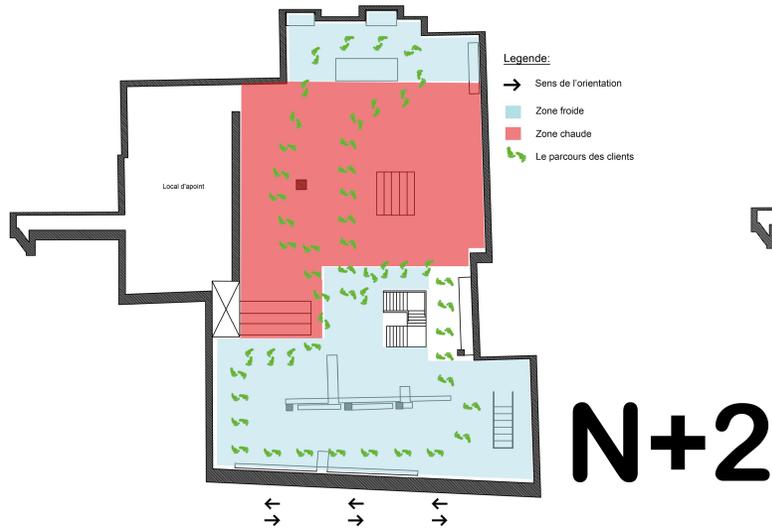
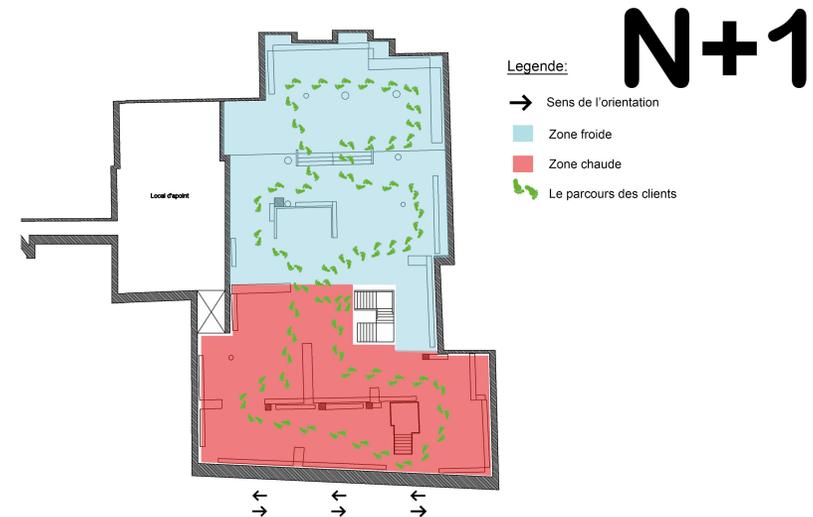


Niveau 1



Plans de masse

Niveau -1



Plans de masse

N Stratégie de merchandising étoffée

N+1 Stratégie de merchandising étoffée

N+2 Stratégie de merchandising étroite

N+3 Stratégie de merchandising étoffée

Stratégies de merchandising



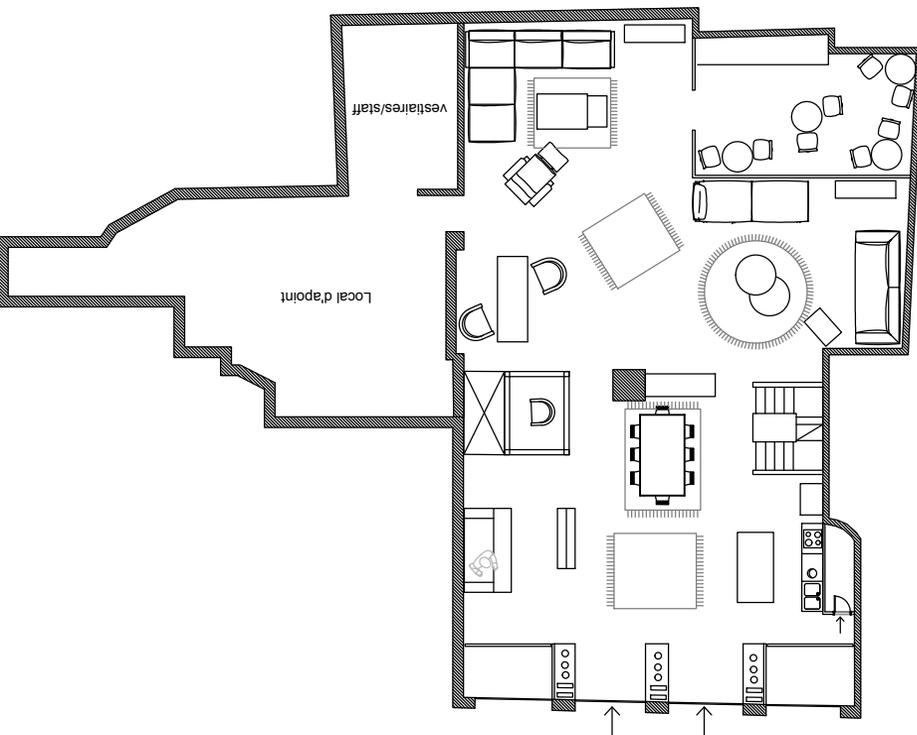
**Focus sur la
nouvelle
boutique
N4**



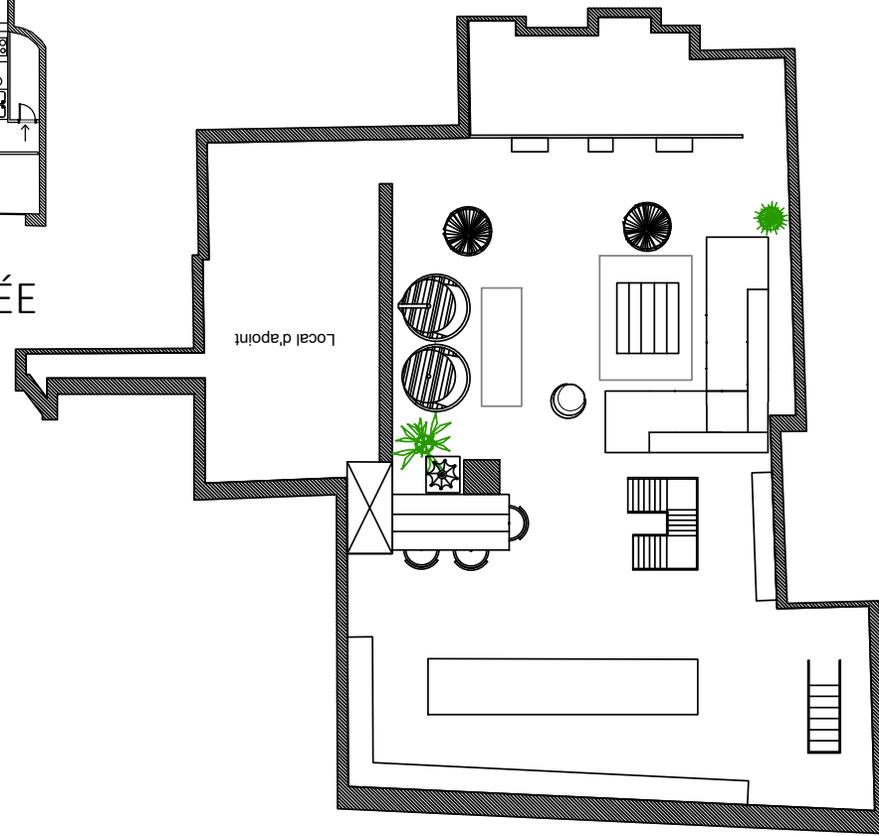
N+4

BOIS
STYLE ETHNIQUE
MERCHANDISING PAR THÈME
OFFRE TRÈS IMPORTANTE EN
BOUTIQUE
DES PRODUITS CRÉÉS PAR LA
MARQUE
PRIVILÉGIE LE STYLE À L'UTILITÉ
FORT TAUX DE
RENOUVELLEMENT
MAGASIN STYLE USINE

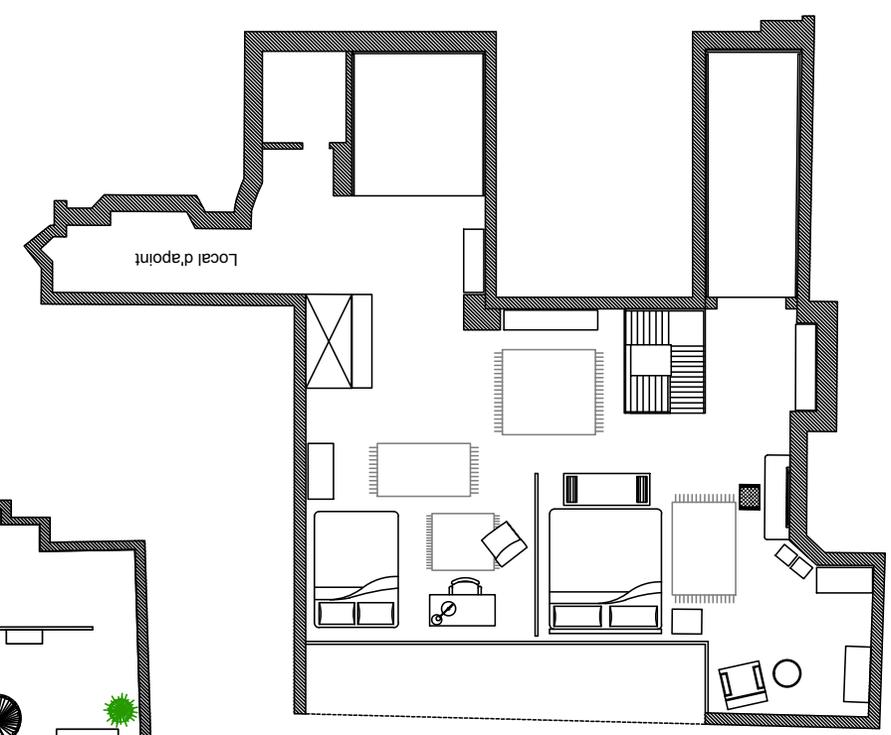
Les codes Maisons du Monde



REZ-DE-CHAUSSÉE



NIVEAU -1

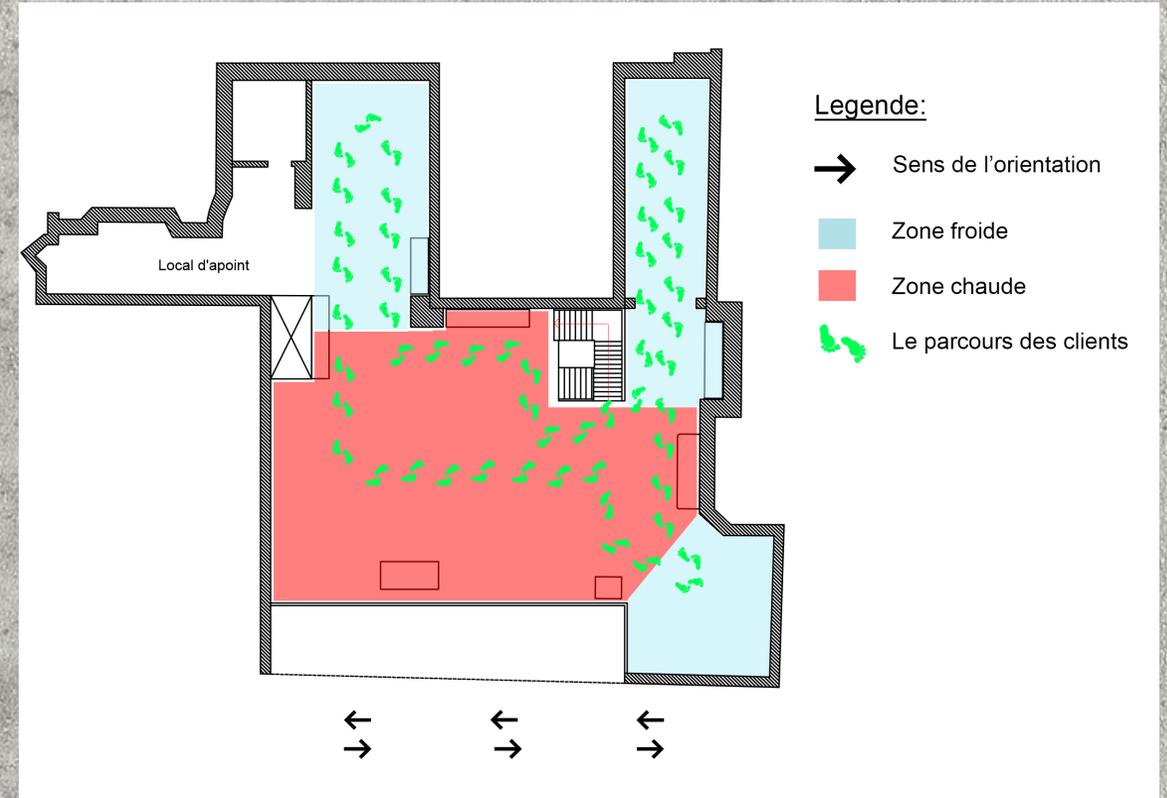


NIVEAU 1

REZ-DE-CHAUSSÉE

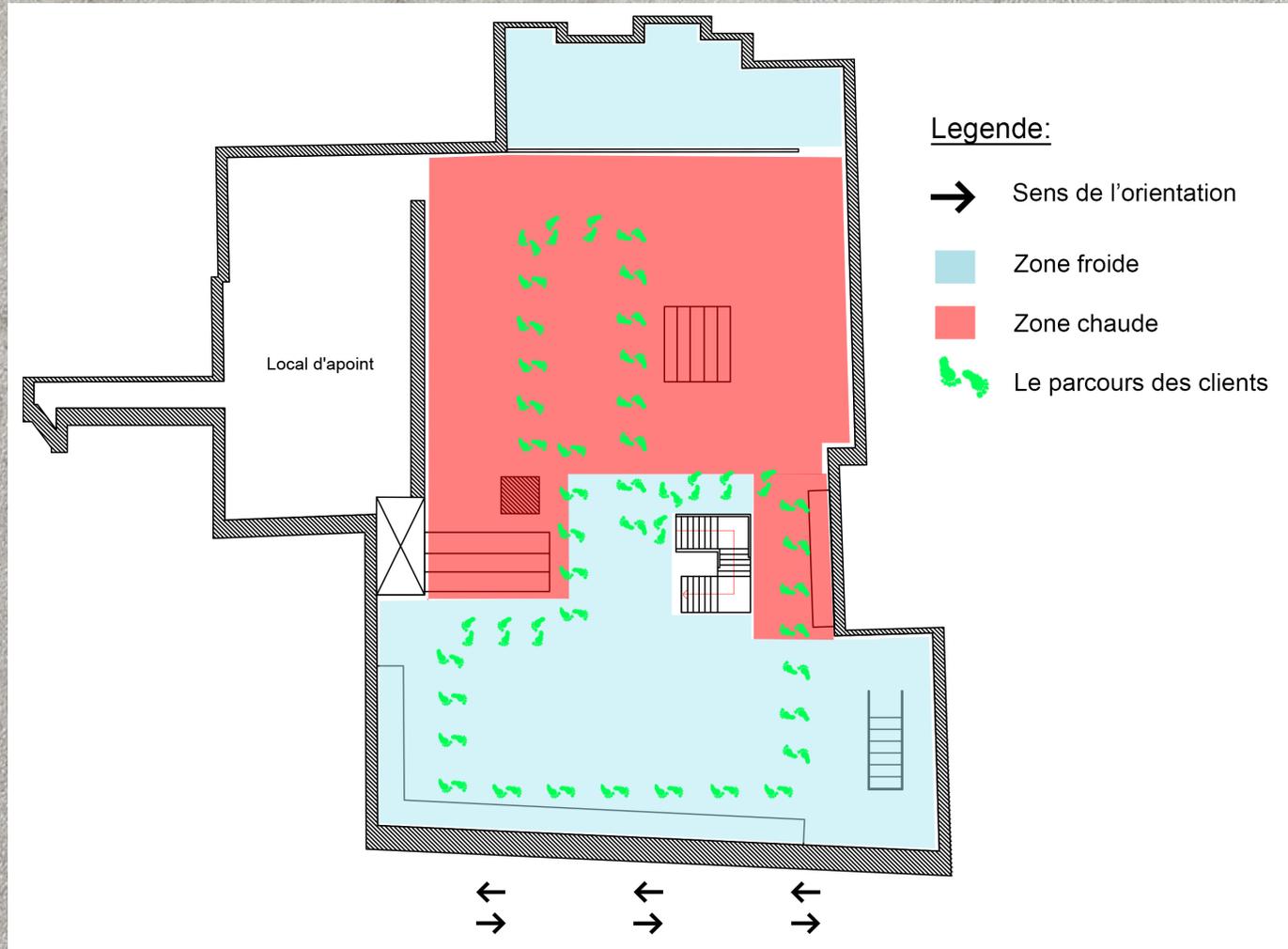


NIVEAU 1



Plans de masse

NIVEAU -1



Plans de masse

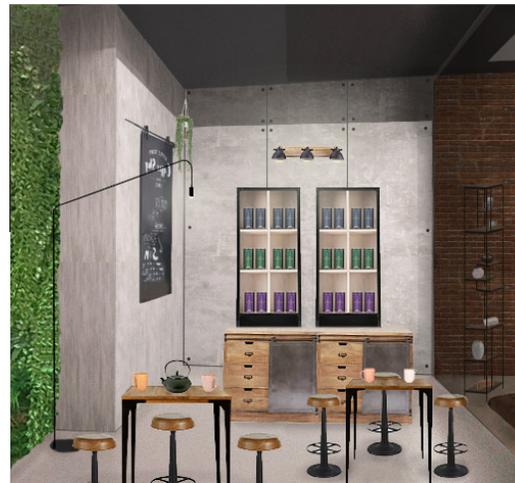
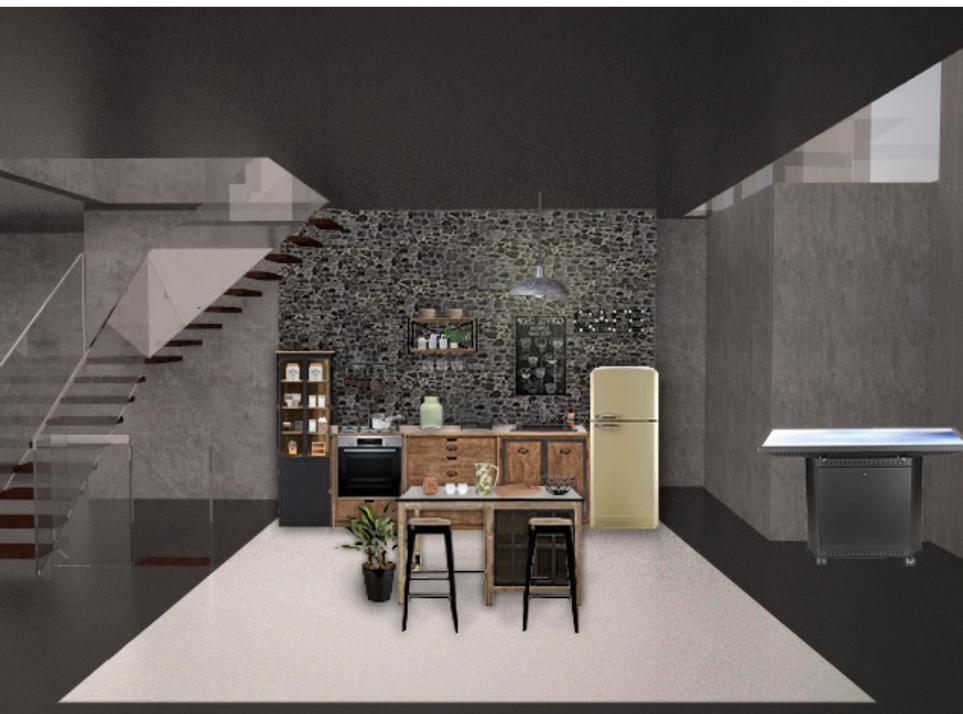
An abstract painting with a textured surface, featuring various shades of blue, green, and yellow. The brushstrokes are thick and expressive, creating a sense of depth and movement. The colors are layered and blended, with some areas appearing more saturated than others. The overall composition is dynamic and visually rich.

Les perspectives



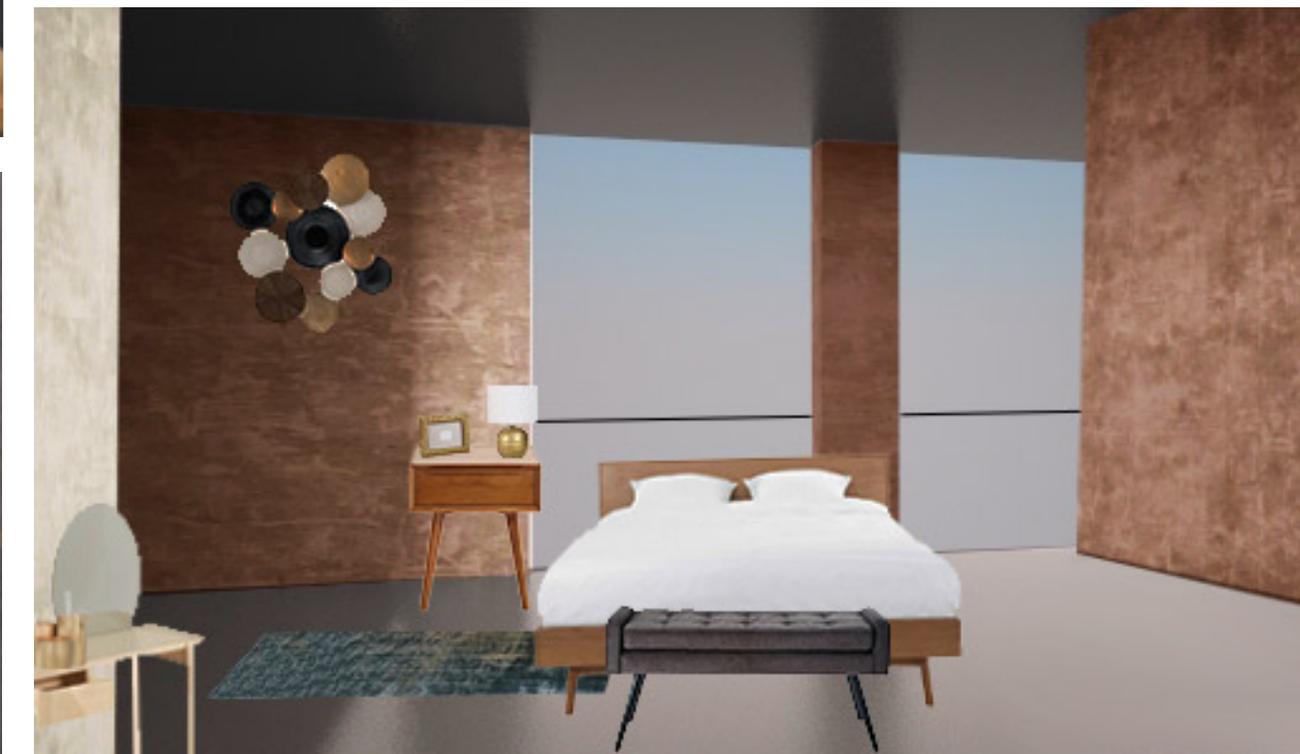
Rez-de-chaussée





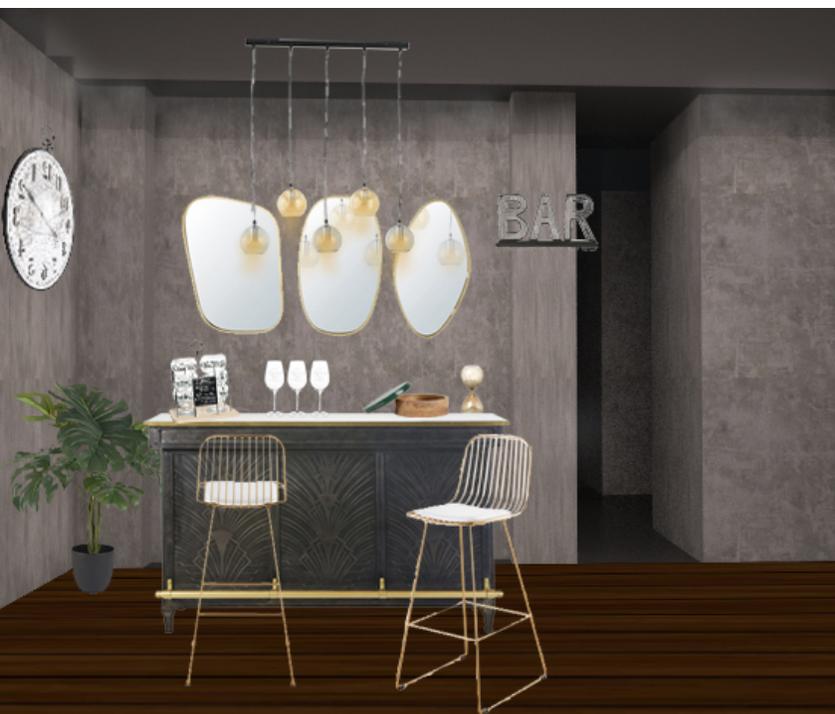


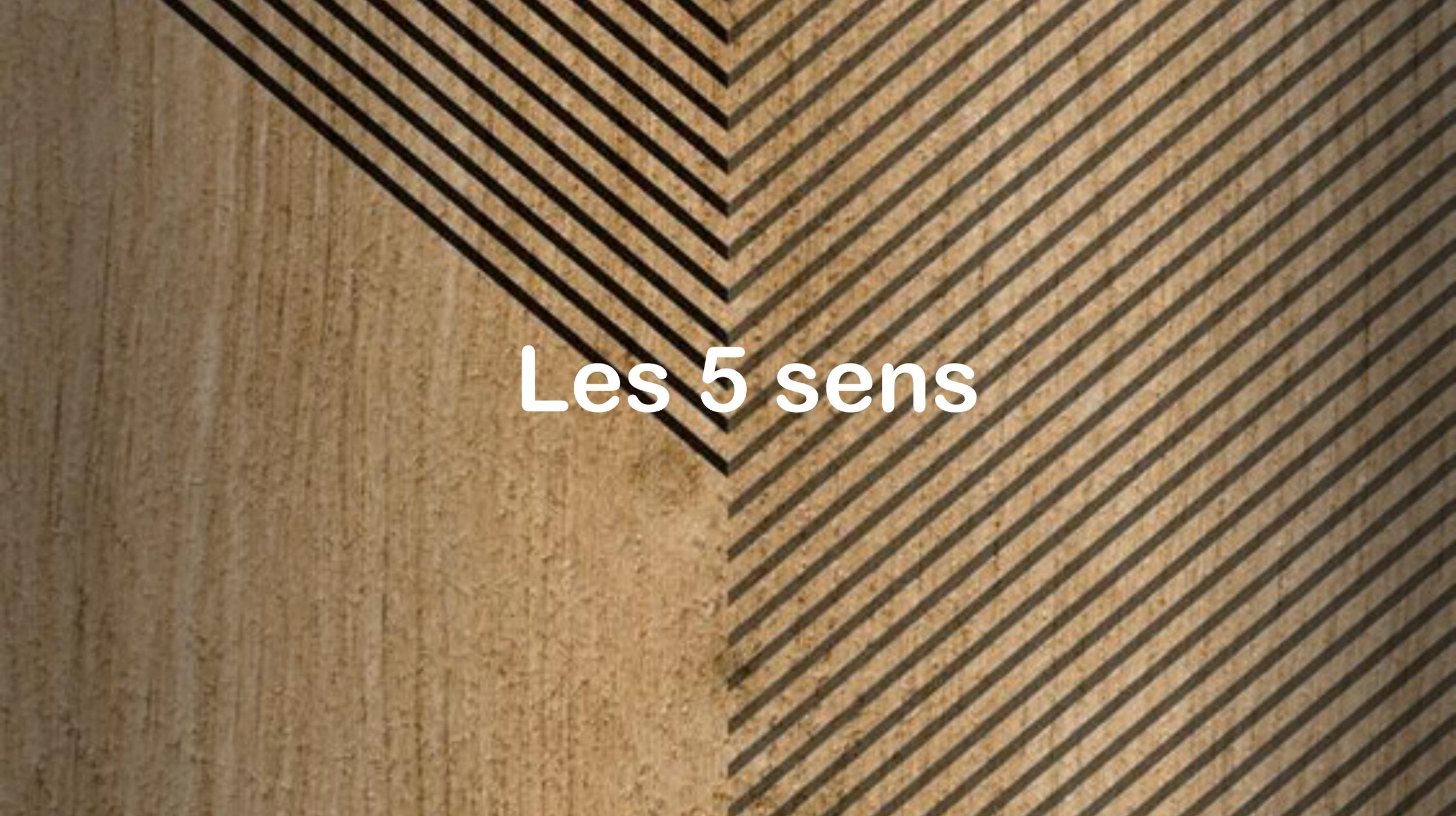
Niveau 1





Niveau -1



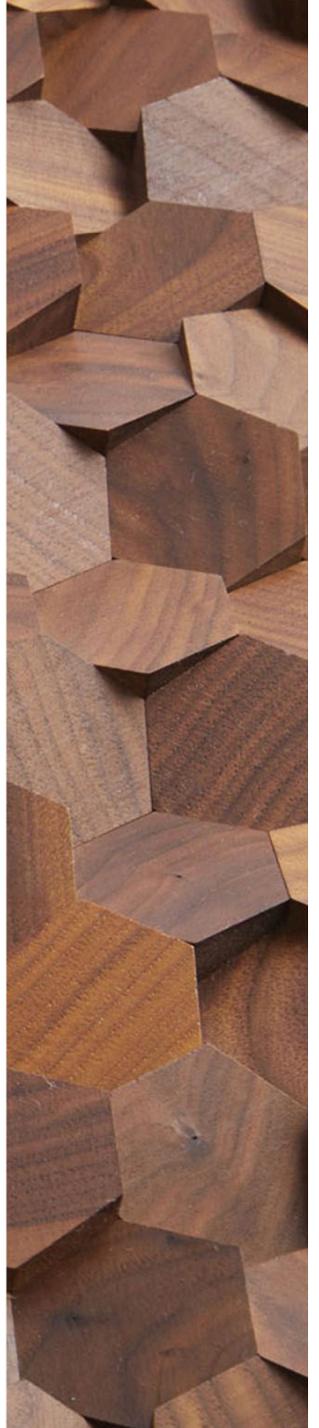


Les 5 sens



- Un parfum aux huiles essentielles de thé vert avec plus de 40% de thé.
- Le parfum ne sera pas vendu sur place
- Sera diffusé grâce à des détecteurs de mouvements précis dans chaque espace de la boutique.

L'odorat

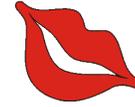
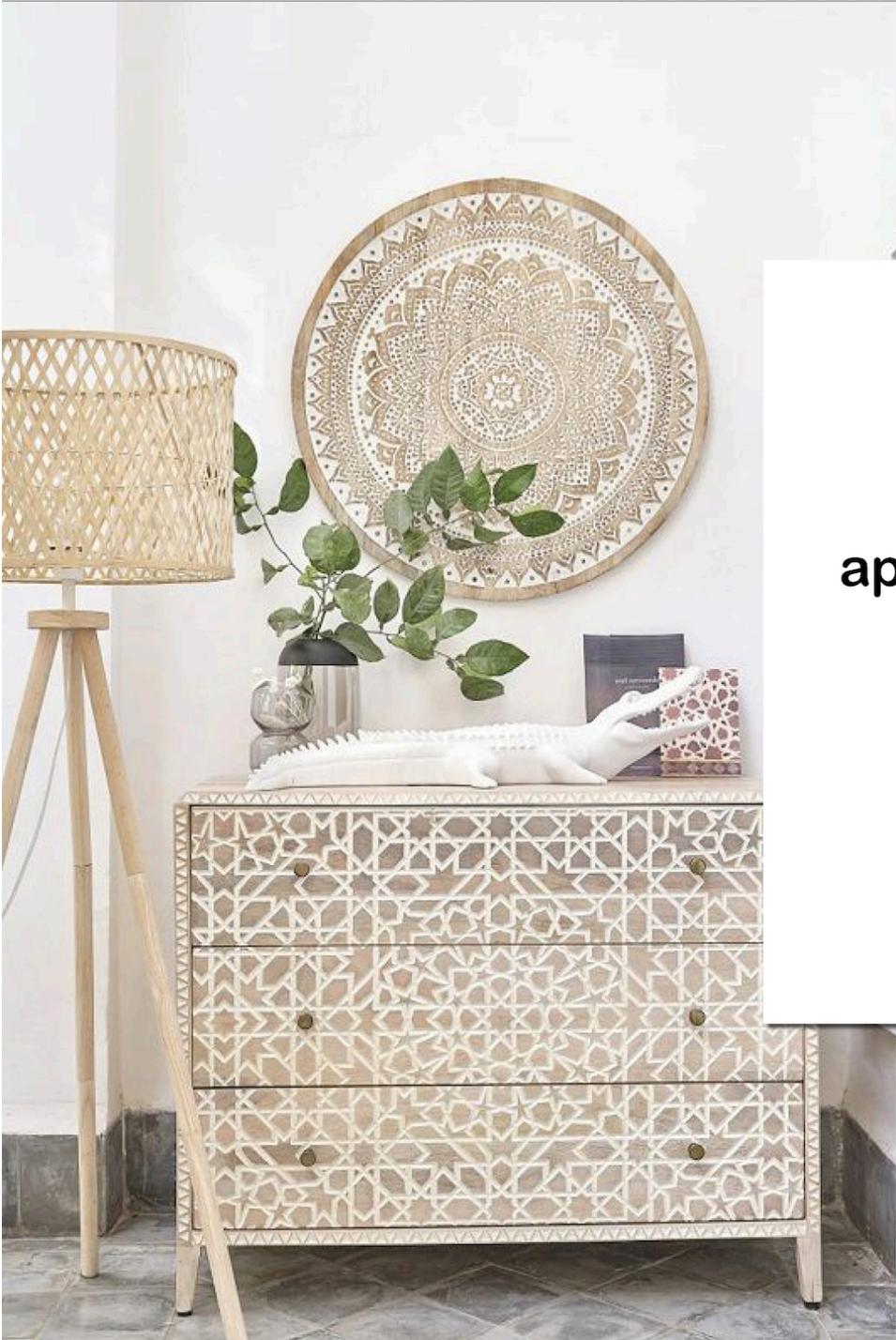




- Displays rectangulaires
- Trois couleurs prédominantes : le Marron, le Noir et le gris
- La lumière sera jaune et n'éclairera pas de façon directe le chaland.
- Les murs sont en béton

La vue





**Dégustation de thé
appelée “les thés du monde”.**

Le goût

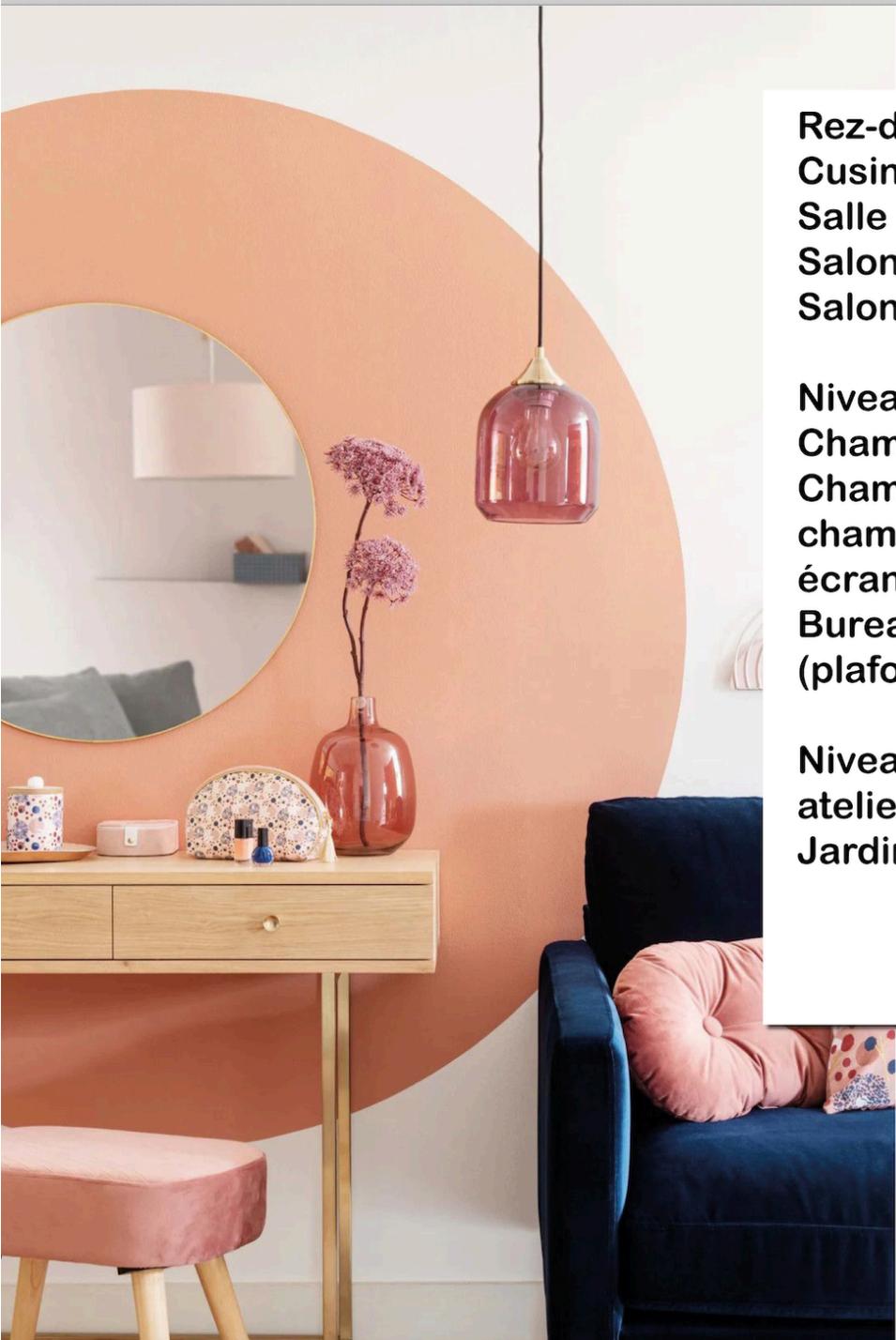




**Playlist composée
de 3h de musique**

L'ouie





Rez-de-chaussée :

Cuisine : Métal - Bois - Verre

Salle à manger : bois - Métal- verre

Salon : verre - métal - cuir

Salon privé : Métal - Bois - Verre

Niveau 1 :

Chambre parents : bois- métal- coton

Chambre ado : bois-métal-coton

**chambre bébé/enfants : verre le verre des
écrans)- metal (plafond)- beton**

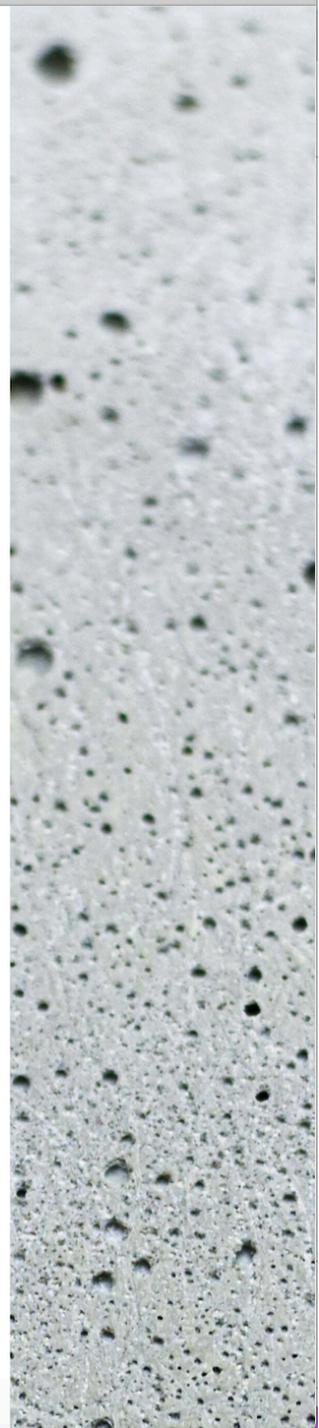
**Bureau : verre (le verre des écrans)- le-metal
(plafond)- béton**

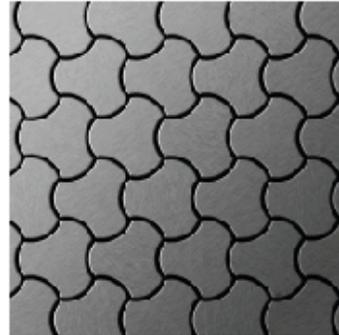
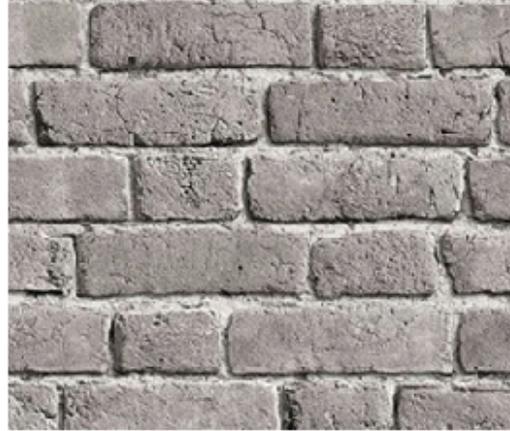
Niveau -1 :

atelier déco / textile: plastique- bois- métal

Jardin : Résine - métal - bois.

Le toucher

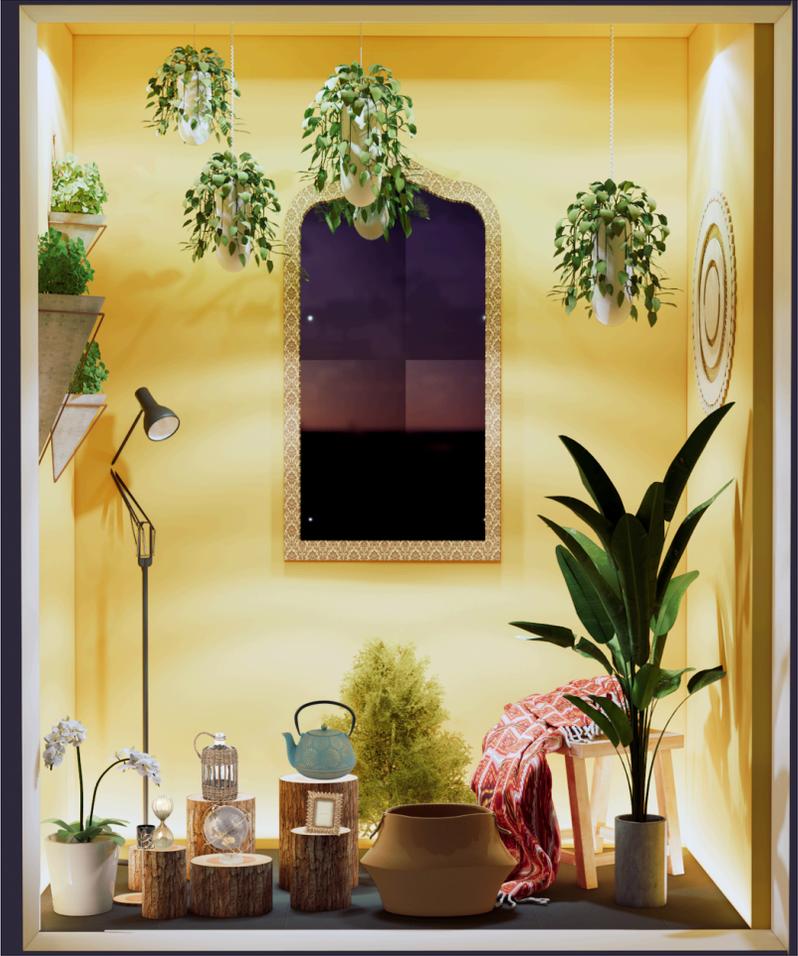




Moodboard matériaux

The background of the image consists of numerous wooden planks of varying shades of brown, from light tan to dark chocolate. These planks are arranged in a perspective that makes them appear to converge towards a single point on the right side of the frame, creating a strong sense of depth and movement. The lighting is soft, highlighting the natural grain and texture of the wood.

Les vitrines



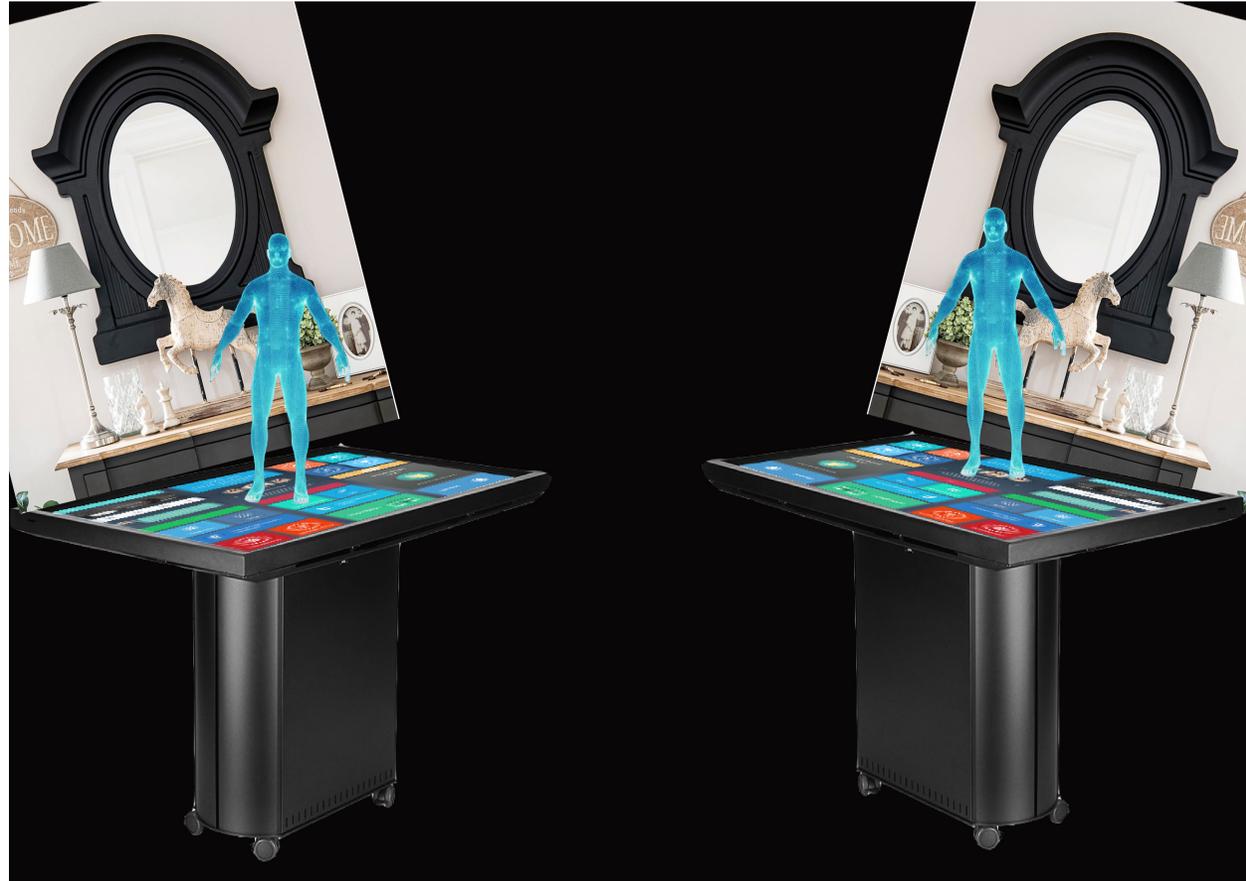
V1



V2



V3





Scannez et découvrez !