

HOME TRENDS

CAHIER DE TENDANCES

EDITION #1

DECRYPTAGE DES COURANTS DE CREATION DE L'HABITAT
ETUDE EXCLUSIVE ICONOCLAST / EXPRESS ROULARTA SERVICES

SOMMAIRE

- 1** **Méthodologie**
- 2** **Les fonctions de l'habitat**
- 3** **Le refuge idyllique**
NESTING REFUGE
SOFT FURNISHING
WHITE SERENITY
ZEN WELLNESS
OUTSIDE INSIDE
NATURE CLONING
GREEN SIMPLICITY
TOY AND JOY
COUNTRY LIFE
- 4** **L'expérience onirique**
INTENSE SENSATION
EROTIC STORY
FUN DEATH
SURREALISM SENSE
ART GALLERY

- 5** **Le full useful**
BACK TO MINIMALISM
MODULAR SNAPSHOT
EASY MOBILE
SPACE SAVING
COMPACT CUBE
INVISIBLE TECH
- 6** **L'ostentation statutaire**
MYTHICAL TOTEM
NEW LUXURIANCE
GLOSS FURNISHING
D MESURE
- 7** **Ressources**

OBJECTIFS

Fort de 5 grandes marques de décoration (Maison Française, Maisons Côté Sud, Maisons, Côté Ouest, Maisons Côté Est, Vivre Côté Paris, Maison Magazine, IDEAT et cotemaison.fr), le Groupe Express Roularta explore, toute l'année, les territoires de la décoration. En offrant rêve, inspiration, décryptage et conseils, les marques médias du Groupe Express Roularta participent à la définition et la diffusion des tendances de création, en permettant leur compréhension et leur expérimentation. **Un rôle qui permet au Groupe Express Roularta d'être un lieu incontournable d'analyse, de décryptage, de conversation et de dialogue autour de la décoration et du design.**

Véritable expert de la décoration et du design, Express Roularta a souhaité enrichir ce dialogue en éditant son premier cahier de tendances en 2010: HOME TRENDS. Cet outil a pour objectif d'**observer et de décrypter les grands courants de création de la décoration actuels: ce qui se crée, ce qui se vend, ce que les gens en font.** Et surtout de donner du sens à ce foisonnement créatif mondial grâce à une grille de lecture simple et référentiel permettant de rassembler l'ensemble des courants de création.

HOME TRENDS regroupe aussi bien les tendances émergentes ou installées, minimalistes ou ostentatoires, colorées ou virginales ... Un véritable observatoire du travail des designers. Un cliché d'une époque à la fois green, modeste, ludique, en crise, digitalisée, héroïque, singulière, collective.

METHODOLOGIE

ETUDE REALISEE PAR 

- 1 TRACKER LES TENDANCES EN FRANCE ET A L'INTERNATIONAL**
CASTING DES TENDANCES SUR LES SALONS SPECIALISES, GRAND PUBLIC ET PROFESSIONNELS,
CATALOGUE DE FABRICANTS, ESPACES COMMERCIAUX, SHOWROOM, SITES WEB, BLOGS ...
- 2 DONNER DU SENS AUX COURANTS DE CREATION**
COMPRENDRE LE FOISONNEMENT CREATIF A L'AUNE D'UNE GRILLE D'ANTHROPOLOGIE
INTEMPORELLE (Claude Lévi-Strauss, Peter Sloterdijk)
- 3 VALIDER LES PERSPECTIVES**
CROISER LES REGARDS D'EXPERTS TRANSDISCIPLINAIRES DE LA DECORATION
CATHERINE SALES, Rédactrice en chef de Maison Magazine,
MARTINE DUTEIL, Rédactrice en chef Vivre Côté Paris,
STEPHANE HUGON, Sociologue, Maître de recherche au CEAO, Centre d'Etudes sur l'Actuel et le Quotidien,
- 4 MOBILISER L'EXPERTISE DES TITRES DU GROUPE EXPRESS ROULARTA**
ILLUSTRER LES TENDANCES

SOURCES

SALONS

MAISON&OBJET
NOW
SCENES D'INTERIEUR
100% DESIGN
SALON INTERNATIONAL DE LA MAISON DE MILAN ...

REVUES, MAGAZINES

L'OFFICIEL SPECIAL DESIGN 2009/2010
CAHIERS D'INSPIRATIONS MAISON&OBJET N°14 / N°15
MIX
DOMOVISION 2009/2014, VIA
WALLPAPER
AD
IDEAT
MAISON FRANCAISE
MAISONS COTE SUD
MAISONS COTE OUEST
MAISONS COTE EST
VIVRE COTE PARIS
MAISON MAGAZINE
L'EXPRESS STYLES
...

CATALOGUES

IKEA
AMPM
HABITAT
FLY
LIGNE ROSET
ROCHE BOBOIS
CONRAN SHOP ...

SITES, BLOGS

LEBLOGDECO.FR
COTEMAISON.FR
MARIECLAIREMAISON.COM
ELLE.FR
DEKIO.FR
DECO.PLURIELLE.FR
MATERIALISTE.COM
AUFEMININ.COM/MAISON
LAGO.IT
MATERIALISTE.COM
CYBERFANNY.COM/DECORATION
DECO-DESIGN.BIZ
INHABITAT.COM
ZAINTERIORE.NET
MYTENDANCE.COM
DECOMAG.COM
DECORMAG.COM
NELLYRODY LAB ...

L'HABITAT, CLICHE D'UNE EPOQUE

DES TENDANCES DE CONSOMMATION FORTES

NAISSANCE D'UNE « NOUVELLE MODESTIE »

- « TOUTE CETTE CRISE, C'EST COMME UN GRAND MENAGE DE PRINTEMPS – AUSSI BIEN MORAL QUE PHYSIQUE. C'EST LA FIN DU BLING BLING ET DES STARS COUVERTES DE STRASS SUR TAPIS ROUGE. J'APPELLE CA LA NOUVELLE MODESTIE. », KARL LAGERFELD, JANVIER 2009
- « LA RUEE VERS LE NOUVEAU MAGASIN UNIQLO A APPORTE PREUVE DE CETTE ENVIE DE DEPENSER UTILE. » LES ECHOS, JANVIER 2010
- **SUCCES DU COMMERCE EN LIGNE EN 2009** : LES VENTE EN LIGNE ONT EBONDI DE +26% [25 MILLIARDS D'EUROS, FEVAD]

RETOUR A LA NATURE

- **SUCCES ELECTORAL DES VERTS** AUX ELECTIONS EUROPEENNES EN 2009
- **SUCCES DE LA DIFFUSION DE HOME** SUR FRANCE 2 [8 MILLIONS DE TELESPECTATEURS, 33% D'AUDIENCE]
- **20 MILLIARDS DE \$ POUR LES ENERGIES RENOUVELABLES** DANS LA PLAN DE RELANCE AMERICAIN
- **85% DES FOYERS FRANCAIS ONT ACHETE AU MOINS UN PRODUIT BIO**, VERT OU EQUITABLE EN 2009 [SOIT 1M DE + VERSUS 2008, SOURCE ETUDE EURO RSCG+HARRIS INTERACTIVE]
- 61% DES FRANCAIS SERAIENT PRETS A **PAYER 5% DE PLUS POUR UN BIEN ETHIQUE** [VS 52% EN 2002, CREDOC]

DEVELOPPEMENT DU CO-HABITAT

- **80% DES FRANCAIS SONT CITADINS**
- **15 MILLIONS DE CELIBATAIRES** EN FRANCE, SOIT 1 ADULTE SUR 3, +30% EN 10 ANS
- 1,8 MILLIONS DE FAMILLES MONOPARENTALES, SOIT 1 FAMILLE SUR 5
- UNE AUTRE FACON DE VOIR LA VIE : **AUGMENTATION DU CO-HABITAT**, RECREER DES FAMILLES DE CŒUR, RETROUVER UNE FORME DE COMMUNAUTE.

L'HABITAT, CLICHE D'UNE EPOQUE

DES TENDANCES DE CONSOMMATION FORTES

THE KIDS ARE BACK

- ON CELEBRE LE **BONHEUR**, « LUBIE JOYEUSE D'UNE EPOQUE QUI L'EST BEAUCOUP MOINS », L'EXPRESS, NOVEMBRE 2009
- CAMPAGNE MERE-FILLE DU COMPTOIR DES CONTONNIERS, DEVELOPPEMENT DES COLLECTIONS ENFANTS
- EXPLOSION DES VENTES DE LEGO (+20% SUR SES VENTES AU 1ER SEMESTRE 2009, +13% A NOEL)

VIVRE ENSEMBLE

- **L'EXPLOSION DES RESEAUX SOCIAUX**
400 MILLIONS D'UTILISATEURS INSCRITS SUR FACEBOOK EN FEVRIER 2008
UNNE AUDIENCE MULTIPLIE PAR 2 DEPUIS AVRIL 2009
120 MILLIONS VIDEOS SUR YOUTUBE
200 000 NOUVELLES VIDEOS MIS SUR YOUTUBE CHAQUE JOUR

EN QUETE D'EXPERIENCE

- LE GRAND RETOUR DES **SUPER HEROS**
SORTIE EN AVRIL 2009 DE X-MEN ORIGINS : WOLVERINE ET DE DRAGON BALL Z. SORTIE ETE 2010 DE IRON MAN 2.
ROBE SUPERWOMAN PAR JEAN-CHARLES DE CASTELBAJAC
EXPOSITION TARZAN AU QUAI BRANLY
ZORRO AUX FOLIES BERGERES
- LA PERTE DE REPERES ENTRE LE REEL ET L'IMAGINAIRE
AVATAR, JAMES CAMERON
CLONES, JONATHAN MOSTOW,
SUCCES DE L'EXPOSITION « L'ART SURREALISTE » AU CENTRE GEORGES POMPIDOU
- LE **REGNE DU SWITCH**, DU MELANGE POUR SE DIFFERENCIER
- SUCCES DES **SERIES TV GORE** [DEXTER]

DECRYPTAGE DU FOISONNEMENT CREATIF MONDIAL

Pour parler des tendances créatives autour de l'habitat, et si nous faisons un petit détour par l'anthropologie structurale? Donner du sens au foisonnement créatif grâce aux grilles de lecture anthropologiques, c'est mettre face à face l'ultra contemporain et le passé le plus reculé.

Comment ? **En débusquant derrière la nouveauté créative les grandes fonctions intemporelles de l'habitat décrites par Claude Levi-Strauss dans son « Anthropologie structurale » en 1958.**

Et pour compléter notre recherche, nous avons fait appel à Stéphane Hugon, sociologue, directeur de ERANOS et Maître de recherche au CEAQ (centre d'études sur l'actuel et le quotidien), et à la lecture attentive du philosophe allemand Peter Sloterdijk, grand spécialiste du lieu de vie avec sa fameuse trilogie « Sphères » (Bulles, Globe, Ecumes).

Pour Peter Sloterdijk, les conceptions traditionnelles de l'habitat tendent aujourd'hui à s'hybrider :

- **L'habitat physique (fonctionnel) est aussi un habitat psychique (identitaire).** Plus la société neuronale et la dématérialisation numérique se développent, plus s'intensifie le besoin de l'épaisseur physique des choses. C'est le grand retour de la sensualité des matériaux qui nous permettent de reconstruire une enveloppe protectrice dans un monde purement fonctionnel. La maison « outil » dotée de tout le confort moderne ne peut pas faire l'économie de la maison « émotion »

- **Par ailleurs, le recentrage actuel sur l'espace intérieur stimule un fort appel vers l'extérieur.** Il ne faut pas oublier que « Habitat » a la même racine étymologique que « habitude », « habitus ». L'isolation domestique permet de maîtriser un espace à soi. Mais le repli sur soi est aussi synonyme de rituels routiniers et d'ennui. Plus nous nous isolons dans nos bulles respectives, plus nous stimulons le désir de contacts, d'inconnu, de mimétisme, de mise en scène de soi. L'habitat est soumis à un subtil mélange entre l'hermétique et le poreux, le caché et le montré, l'intime et le social : hier la télévision, aujourd'hui Internet, demain des procédés de « réalité augmentée » et de voyage par procuration sans bouger de son fauteuil ?

DECRYPTAGE DU FOISONNEMENT CREATIF MONDIAL

4

grands territoires créatifs ont été identifiés en 2009 sur l'habitat. Mais il existe un temps de latence de 5 à 10 ans entre les tendances créatives en amont, et la réalité des marchés grand public en aval.

Par ailleurs, tous les territoires identifiés n'ont pas le même dynamisme et n'en sont pas à la même étape de maturation. Certains connaissent un décollage foisonnant et plein d'avenir, d'autres une période de maturation industrielle, et d'autres enfin enregistrent une fin de cycle.

4 GRANDS TERRITOIRES CREATIFS

LE REFUGE IDYLLIQUE

- Le green, le recyclage, le sacré totémique, le camouflé, l'idéologie de la cabane, le soft tech, la régression dans l'enfance, la campagne chic...
- Vers une promesse créative très forte et très variée qui a enregistré en 2009 une véritable explosion quantitative : vers un marché industriel mûr à l'horizon 2015 ?

L'EXPERIENCE ONIRIQUE

- L'ailleurs émotionnel, l'immersion polysensorielle, l'exploration virtuelle, l'audace artistique, l'iconoclaste énergisant...
- Une niche très audacieuse mais prometteuse pour un futur marché haut de gamme « arty » ?

LE FULL USEFULL

- Le modulable, le mobile, le léger, le pluri-usage, la simplicité astucieuse, ...
- Vers une maturation industrielle d'une tendance créative déjà ancienne, mais qui devient aujourd'hui très abordable et « grand public »

L'OSTENTATION STATUTAIRE

La revisitation contemporaine des grands styles historiques, l'hybridation des basiques, le gigantisme fastueux, l'actualisation des référents...
Un territoire créatif envoie d'essoufflement après les années « bling bling » ou d'évolution vers le Grand Mix.

RANG

REGISTRES

1

+ + +
+ + +
+ + +

2

+ + +
+ +

3

+ + +
+ + +

4

+ +
+ +

**NESTING
REFUGE**



**SOFT
FURNISHING**



**WHITE
SERENITY**



**ZEN
WELLNESS**



**OUTSIDE
INSIDE**



**NATURE
CLONING**



**NATURE
SIMPLICITY**



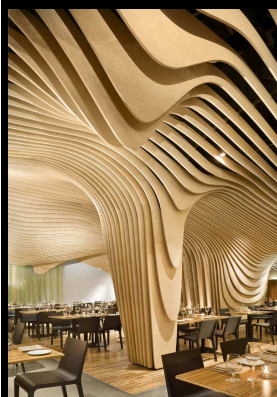
**TOY
AND
JOY**



**COUNTRY
LIFE**

HOME TRENDS

L'EXPERIENCE ONIRIQUE



**INTENSE
SENSATION**



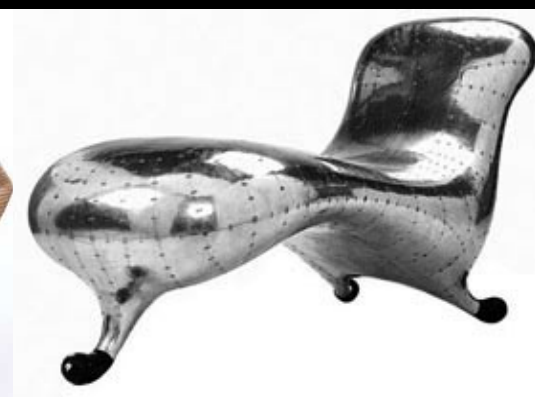
**EROTIC
STORY**



**FUN
DEATH**



**SURREALISM
SENSE**



**ART
GALLERY**

**BACK TO
MINIMALISM**



**MODULAR
SNAPSHOT**



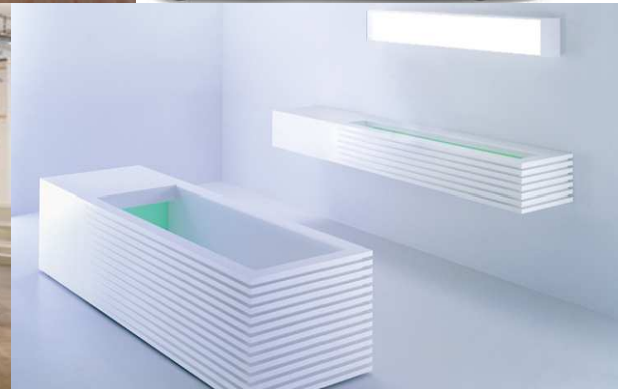
**EASY
MOBILE**



**SPACE
SAVING**



**COMPACT
CUBE**



**INVISIBLE
TECH**

HOME TRENDS

L'OSTENTATION STATUTAIRE

**MYTHICAL
TOTEM**



**NEW
LUXURIANCE**



**GLOSS
FURNISHING**



D MESURE

Le Groupe Express Roularta édite en France **5 marques référentes dans le secteur de la décoration** : Maison Française, Maison Côté Sud/Ouest/Est, Vivre Côté Paris, IDEAT, Maison Magazine, Cotemaison.fr. La richesse et la diversité de son offre éditoriale permet au Groupe Express Roularta d'accompagner, tout au long de l'année, ses lecteurs dans chacun de leur « instant décoration » : rêver, découvrir, s'inspirer, comprendre les tendances, décrypter le travail des designers, partager des envies, découvrir des nouveaux objets, produits ou influences, métamorphoser son chez soi, changer de perspective, aménager son sweet home... **Agents d'influence de tous les instants de décoration**, les marques médias du Groupe Express Roularta sont **sensibles, réactifs, créatifs, prescripteurs, se souviennent, libèrent les tendances et les rendent accessibles**. Nos lecteurs, **4,3 millions de fans à chaque parution**, l'ont bien compris. Les annonceurs aussi : le Groupe Express Roularta est le groupe le mieux investi publicitairement par le marché français.





HOME TRENDS 2009/2010
CAHIER DE TENDANCE
DECRYPTAGE DES COURANTS
DE CREATION DE L'HABITAT
EDITION #1