

MAISONS DU MONDE

GOOD IS BEAUTIFUL : 1 AN DE MOUVEMENT, DES ANNÉES D'ENGAGEMENT

Maisons du Monde, le leader européen de la maison accessible, désirable et durable, a lancé en 2022 son mouvement de marque « Good is beautiful » afin d'ancrer le développement durable au cœur de sa stratégie.

Good is beautiful est un mouvement de fond qui porte les ambitions de Maisons du Monde, afin de créer un impact positif auprès de l'ensemble de son écosystème. Ce mouvement se déploie autour de 5 engagements qui se matérialisent par des actions concrètes pour que le beau ne vive plus sans le bon. **1 an après son lancement, découvrez l'état d'avancement des objectifs de la marque :**



Engagement #1 - Proposer une offre tendance et responsable

30% **40%**

2022

2025

Maisons du Monde intègre à ce jour 30% de son offre dans sa sélection tendance et responsable Good is beautiful. Depuis le début de ce mouvement il y a un an, le Groupe a en effet poursuivi ses efforts et augmenté de 10% son offre responsable en développant plus de produits en matières éco-responsables, made in Europe ou en préservant des savoir-faire. L'objectif fixé à 2025 est de 40% de produits responsables au sein de l'offre.

Des matières responsables pour réduire l'impact environnemental des produits

En sélectionnant avec soin ses matières premières à travers le monde, Maisons du Monde veille à limiter l'impact de ses produits sur l'environnement. Pour intégrer la sélection Good is beautiful, les produits peuvent être :

- Composés de matières recyclées pour éviter un nouveau prélèvement de ressources naturelles et limiter les émissions de CO2
- Composés de matières certifiées par des labels reconnus, pour garantir la gestion durable des ressources naturelles
- Conçus avec des procédés de fabrication moins polluants ou sans substances nocives pour la santé

Quels impacts positifs ?

Choisir ces produits permet d'avoir un impact direct positif sur la préservation de l'environnement, de la biodiversité ou de réduire les émissions de gaz à effet de serre.

Bibliothèque Canopy
Bois certifié
499 €



Fauteuil à dîner Santa Fe
Bois certifié responsable
249 €



Housse de coussin
Sharifa
Coton biologique
14,99 €



Housse de coussin Erkan
OEKO-TEX® STANDARD 100
14,99 €



Vitrine Wayampi
Bois tracé
1 099 €

Parure Baixo
Coton biologique
129 €



Table à dîner Dolores
Bois tracé
789 €

Miroir Dalmate
Bois recyclé
259 €



Buffet Aveiro
Bois tracé
799 €



Table à dîner Reykjavik
Bois recyclé
1 199 €

Housse de coussin Shali
Coton recyclé
16,99 €



Jetée Blussel
Coton recyclé
54,99 €

Ensemble
4 serviettes Barnaux
Coton biologique
14,99 €

Housse de coussin Carlet
OEKO-TEX® STANDARD 100
14,99 €



Housse ordi Felt
Textile recyclé
7,99 €



Tapis Dario
Laine
OEKO-TEX® STANDARD 100
49,99 €

Jetée Tanal
Coton biologique
59,99 €



Des produits fabriqués localement pour développer le Made in Europe

La fabrication européenne permet le développement d'une industrie locale et favorise la réduction des distances de transport. Pour intégrer la sélection Good is beautiful, les principales étapes de fabrication du produit doivent émaner d'un pays de l'Union Européenne, du Royaume-Uni, de la Norvège ou de la Suisse, et plus de la moitié des dépenses de fabrication doivent y avoir été effectuées.

Quels impacts positifs ?

Choisir ces produits permet de réduire les émissions de gaz à effet de serre pour lutter contre le changement climatique et de préserver le tissu industriel européen.

Canapé d'angle Célestin
convertible 5 places
Made in France
2 199 €



Canapé Curve 3/4 places
Velours
1 599 €



Canapé Prague 2/3 places
Made in France
999 €



Fauteuil Emmanuelle
Art du cannage
419 €



Suspension Aveiro
Tressage de fibres
végétales
299 €

Statuette cactus Aveiro
Tressage de fibres
végétales
99,99 €



Panier de rangement
Zurich
Tressage de fibres
végétales
19,99 €

Des produits uniques pour préserver les savoir-faire d'ici et d'ailleurs

Au cœur des collections et des engagements de la marque, les savoir-faire d'ici et d'ailleurs des fournisseurs Maisons du Monde méritent le respect et l'attention de tous. Les préserver, c'est protéger un patrimoine culturel et valoriser l'artisanat en soutenant les emplois qui y sont liés. Pour intégrer la sélection Good is beautiful, les produits doivent témoigner d'une technique traditionnelle locale et historique mais aussi d'une volonté de transmission, d'utilisation de matières premières locales et l'emploi d'une main d'œuvre locale et qualifiée assurant une fabrication à la main ou industrielle.

Quels impacts positifs ?

Choisir ces produits permet de perpétuer des traditions, de soutenir la création et les savoir-faire. Ces produits donnent un supplément d'âme à nos intérieurs, ils sont une source d'inspiration et d'ouverture sur le monde.

Housse de coussin Fidel
Tissage manuel
24,99 €



Coussin
Tressage de fibres
végétales
39,99 €



Engagement #2 - Agir avec des associations de terrain pour préserver l'environnement et aider ceux qui en ont besoin

6,8
millions

10
millions

2022

2025

Au cœur du mouvement Good is beautiful, la Maisons du Monde Foundation soutient financièrement et accompagne des associations de terrain pour préserver les arbres en France et à l'international, partout où il y a urgence à agir. Depuis sa création en 2015, elle a déjà soutenu 53 projets menés par et pour les populations locales dans 19 pays et reversé 6,8 millions d'euros. L'objectif fixé à 2025 est de 10 millions d'euros.

Maisons du Monde s'engage auprès d'associations partenaires pour créer des lieux de vie pour les personnes qui en ont le plus besoin. L'entreprise d'ameublement et de décoration en est convaincue : se sentir bien chez soi est un droit essentiel, aménager des espaces à la fois chaleureux et rassurants permet de se reconstruire et d'aller de l'avant. Depuis le lancement de Good is beautiful, ce sont ainsi 29 lieux de vie solidaires qui ont été aménagés en collaboration avec de nombreuses associations : hébergement d'urgence pour les femmes victimes de violence conjugale et de discrimination avec la Fondation des Femmes, établissements du pôle Enfance-Famille de la Croix-Rouge française, centres d'accueil pour femmes atteintes de cancer avec Ma Parenthèse, foyer de vie pour personnes en situation de handicap avec La Chevalerie... L'objectif fixé à 2025 est la création de 100 lieux de vie.

Par ailleurs Maisons du Monde fait don chaque année de milliers de produits à des communautés Emmaüs réparties dans toute la France pour lutter contre la pauvreté. Le fruit de la vente de ces produits au sein des boutiques solidaires permet de soutenir leur activité et de participer à la mission sociale de l'association.



Engagement #3 – Favoriser l'égalité des chances

La marque s'engage en faveur de l'égalité des chances grâce à une politique des ressources humaines qui fait de la diversité une richesse, permettant à chacun de s'ouvrir sur le monde. Trois axes sont privilégiés :



Le handicap

Le Groupe a doublé en 18 mois le nombre de collaborateurs en situation de handicap au sein de ses effectifs, et travaille activement à la sensibilisation de ses managers, dont 70% sont aujourd'hui formés sur ce sujet.



Les jeunes et la mixité sociale

25% des collaborateurs Maisons du Monde ont moins de 25 ans et l'entreprise a une moyenne d'âge de 36 ans. Dans cette veine, elle a accueilli 172 alternants pour la promotion 2022, soit un effectif doublé au siège et en magasins depuis deux ans ; et 400 stagiaires sont accueillis chaque année en France. Pour travailler encore plus loin à l'insertion de jeunes de toute origine et milieu social, Maisons du Monde a conclu un partenariat avec l'IGS pour créer une promotion de vendeurs et une promotion de managers des ventes. Le mentorat a également été développé avec l'association Article 1 pour accompagner des jeunes étudiants dans leur insertion professionnelle et inviter les équipes Maisons du Monde à s'engager dans des initiatives qui prônent la mixité et l'égalité des chances. D'ici 2025, 500 jeunes seront accueillis dans le cadre de ce mentorat.



L'égalité hommes/femmes

Maisons du Monde compte 66% de femmes parmi ses collaborateurs et 70% des promotions internes dans l'entreprise sont des femmes. Le Groupe dédie par ailleurs un budget d'augmentation spécifique en faveur des femmes, permettant de faire des rattrapages année après année en cas d'inégalités salariales. Un nouvel accord égalité femmes/hommes ambitieux vient par ailleurs d'être signé pour être toujours plus proche des évolutions sociétales, et même les devancer autour de trois thématiques principales : la parentalité, l'égalité et équilibre vie professionnelle/vie personnelle et le leadership féminin.



Engagement #4 – Proposer un cycle de vie circulaire, social et solidaire

Maisons du Monde s'engage à prolonger la durée de vie de ses produits en favorisant des solutions de réemploi et de réparation. Parce qu'il arrive que les produits soient un peu abîmés (petit choc, léger défaut), le Groupe a créé un pôle de réparation et de reconditionnement. Ces ateliers « Seconde chance » se situent dans le sud de la France, à Saint Martin de Crau. Dès qu'il est possible, les produits déclassés ou les produits retournés par les clients sont remis à neuf par des artisans Maisons du Monde spécialistes du bois, du textile et du cuir. 25 000 meubles et canapés sont ainsi réparés chaque année dans les ateliers.



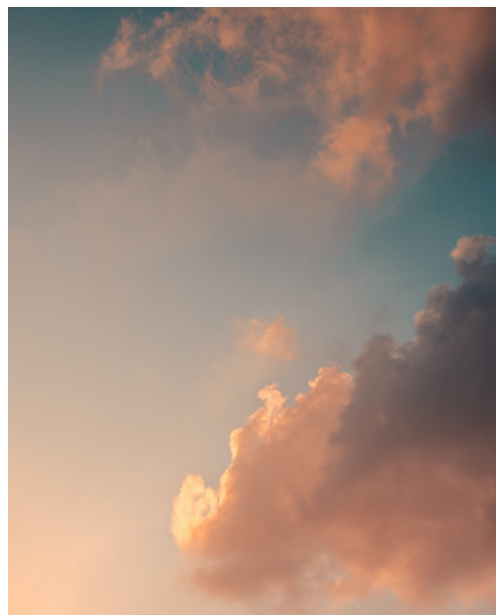
Pour aller plus loin dans l'économie circulaire, l'enseigne renforce son ambition en lançant en 2023 une offre de produits d'occasion Maisons du Monde.



Engagement #5 – Transformer nos métiers pour réduire notre empreinte environnementale

L'ambition 2025 de Maisons du Monde est de réduire de 25% son intensité carbone, en faisant évoluer ses pratiques internes et en réduisant son empreinte environnementale. Depuis 2018, le Groupe a ainsi réduit son intensité carbone de 19,1%. Pour y parvenir et pour une transition forte et durable, Maisons du Monde s'engage à tous les niveaux : conception des produits, transport avec l'engagement dans l'initiative FRET21, consommation d'énergie et alimentation en électricité renouvelable des points de vente avec la certification ISO 5001.

Ces actions déployées depuis 2016 ont permis au Groupe de réduire ses consommations moyennes de plus de 20% entre 2016 et 2021. De plus, 98% des magasins du Groupe sont alimentés en électricité d'origine renouvelable grâce à des contrats d'achat d'électricité verte. Depuis le 15 octobre 2022, un plan d'économie d'énergie préventif a été mis en place au sein des magasins et des sièges sociaux du Groupe : limitation de la température de chauffage à 18°C dans les surfaces de vente et à 20°C dans les bureaux et locaux sociaux ; réduction de l'éclairage des enseignes et vitrines, extinction de l'ensemble des enseignes à l'heure de la fermeture du dernier magasin ; fermeture des portes des magasins et activation du mode hiver pour les portes automatiques.



Autant d'actions mises en place pour que le beau ne vive plus sans le bon.

Maisons du Monde est le leader européen de la Maison accessible, désirable et durable.

Une marque d'ouverture et d'échanges qui fédère ses 7 millions de clients autour des lifestyles désirables et durables. Des univers Maison multistyles que l'on retrouve dans les collections constamment renouvelées du meuble à la décoration. Optimisme, créativité, engagement et proximité sont au cœur des valeurs de la marque, qui s'appuie sur un modèle omnicanal hautement performant. Digitalisation et conseils clients impulsent la love brand et sa Raison d'Être : « Inspirer à chacun l'envie de s'ouvrir au monde, pour créer ensemble des lieux de vie uniques, chaleureux et durables. En 2022, Maisons du Monde a lancé son mouvement de marque Good is beautiful afin d'ancrer définitivement le développement durable dans sa stratégie. Un mouvement qui se déploie autour de 5 engagements. Pour que le beau ne vive plus sans le bon. Une offre et des engagements à retrouver sur www.maisonsdumonde.com.

Contact presse – Agence Grenadine RP

Dao Buillas : dao@grenadine-rp.com

Gabrielle Abehsera : gabrielle@grenadine-rp.com

Agathe Henry : agathe@grenadine-rp.com

01 42 78 01 53