MARCY PARIS

BILAN DE

RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DE L'ENTREPRISE

2023

SOMMAIRE

Introduction

- Marcy Paris s'engage
- Nos chiffres clés 2023

Nos valeurs

- Proximité
- Circularité
- Partenariats
- Nos définitions

Marcy Paris au service de l'humain

- Notre audit par Good Fabric
- L'accent sur les audits de nos usines
- Des vêtements inclusifs
- Ressources humaines et diversité

Objectifs futurs et stratégie RSE

- Marcy Paris à l'écoute de ses employés, une gouvernance horizontale
- Marcy Paris à l'écoute de ses clients
- Marcy Paris, une stratégie
- Marcy Paris, pour l'éco-responsabilité des matières
- Marcy Paris, pour l'éco-conception
- Marcy Paris, pour la transparence
- Marcy Paris, audit & qualité
- Chiffrer notre performance sociale et environnementale

Nos projets

- Marcy Paris avec La Cravate Solidaire
- Réparation des vêtements
- Sensibiliser
- Marcy Paris soutient l'art et la culture

Conclusion

INTRODUCTION

Le sixième rapport du GIEC souligne l'urgence climatique. L'industrie textile a de toute évidence un rôle à jouer dans la transition écologique et sociale. Nous nous sommes donnés pour mission de promouvoir un modèle de développement éthique, érigeant l'humain et le respect de la nature et de la biodiversité en priorités absolues.

Ce bilan a vocation à nous guider et à rendre compte de notre manière d'envisager notre activité et nos collaborations, à travers nos engagements RSE. Sur la base d'une démarche volontaire et transparente, nous promouvons une vision centrée sur une action efficace et adaptée. Chez Marcy Paris, nous pensons que les entreprises doivent être actrices du changement, en s'impliquant pour garantir le meilleur présent et le meilleur futur possible. C'est pour cela que nous nous portons volontaires.

Dans ce rapport, il s'agit de faire l'état des lieux de nos impacts et des actions mises en œuvre pour devenir meilleur d'un point de vue éthique. Il s'agit dès lors de rendre compte du plan de déploiement de notre démarche RSE à l'horizon 2028.

82%

Des références sont confectionnées en Europe*

7

Labels fournisseurs (OCS, ISO9001, RWS, GRS, Woolmark, ISO26000)

17/20

Satisfaction qualité / durabilité (Audit : Good Fabric)

100%

Des références Homme comportent des matières d'origine naturelle*

75%

Des personnes de la direction de l'entreprise sont des femmes

1/4

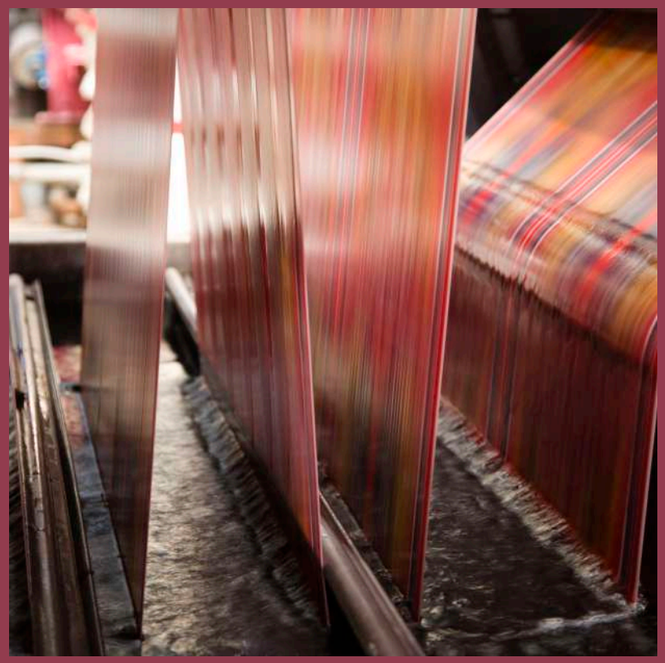
Des références Femme sont fabriquées en France*

*La collection permanente est composée de 64 modèles, elle se décompose en 46 modèles Femme et 18 modèles Homme.

NOS VALEURS

70%

de notre collection Homme est confectionnée en Europe avec du tissu européen.



Maîtriser l'impact de notre activité au cours des différentes étapes de production est pour nous une priorité dans la poursuite de nos objectifs écologiques et sociaux. Ainsi, 70% de notre collection homme est fabriquée en Europe à partir de tissus issus de fabrication européenne.

PROXIMITÉ

EUROPE 82%

36% Bulgarie - Femme : hauts/vestes/gilets/robes/pantalons/jupe/combinaison
24% France - Femme : hauts/robes/jupe/wellness - Homme : pantalons
9% Lithuanie - Homme : vestes/gilets/pantalons
8% Portugal - Homme : chemises - Femme : chemises/robe chemise
3% Italie - Homme & Femme : pull
2% Roumanie - Homme : veste casual

6% MAGHREB

6% Maroc - Homme & Femme : jeans/pantalons

12% ASIE

6% Vietnam - Homme & Femme : chemises
3% Sri Lanka - Homme & Femme : chino
3% Chine - Homme & Femme : pull

Nous sommes d'ailleurs particulièrement attentifs à ce que le lieu de production de nos vêtements se situe au plus près du lieu de distribution, pour réduire les impacts du transport, stimuler le développement local et promouvoir les circuits les plus courts possibles.

La proximité est pour nous un moyen de mieux maîtriser nos impacts à travers une meilleure connaissance du terrain et des normes qui régissent le secteur.

À *fortiori*, nous privilégions une production en Europe pour la qualité des conditions de travail qui y font cours.

RÉPARTITION DES PAYS DE FABRICATION DES TISSUS DE NOTRE COLLECTION PAR RÉFÉRENCES

22% - Chine

17% - Portugal

16% - Corée du Sud

11% - Italie

08% - Espagne

08% - France

06% - Vietnam

06% - Turquie

03% - Indonésie

03% - Inde

Nous tentons de prendre en compte tous les impacts sociaux et environnementaux du cycle de vie de nos vêtements, en délivrant les produits les plus qualitatifs et durables pour nos clients.

Nous ambitionnons de scruter chaque étape de la vie du vêtement avec la plus grande attention, de la production des matières premières, jusqu'à la fin de vie, en passant par la confection, le tissage, et le transport pour épondre à nos objectifs en matière d'éthique.

Dans la poursuite de cette démarche circulaire, nous proposons un système de réparation, afin de donner à nos vêtements une longévité maximale, limitant la surconsommation, tout en offrant à nos clients les services de la plus grande qualité possible.

ECO-DESIGN
Croquis, patronage,
prototypage, sourcing...

VALORISATION
Recyclage, réparation..

FIN DE VIE
Incinération, enfouissement..

UTILISATION
Lavage, séchage, repassage..

TRANSPORT DISTRIBUTION

EMBALLAGE
Polybag, étiquettage..

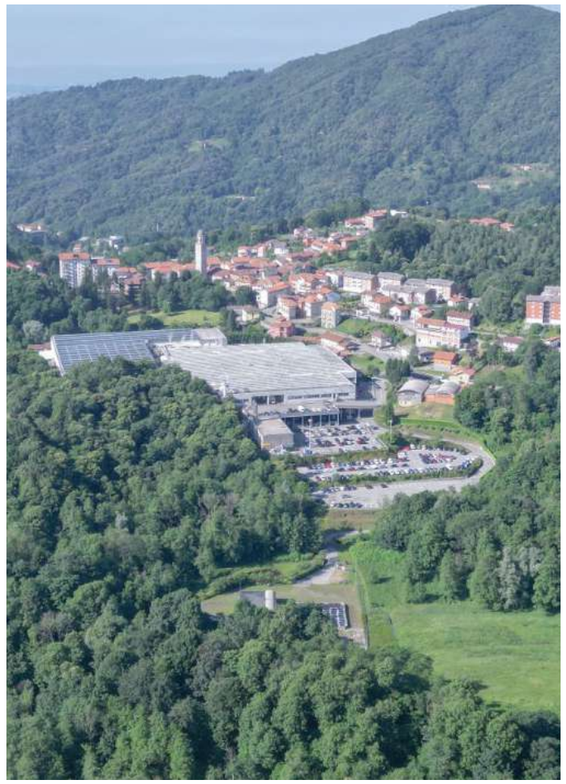
CONFECTION DU VÊTEMENT
Découpe, couture...

ENNOBLISSEMENT
Teinture, traitement...

PRODUCTION DU FIL PRODUCTION DU TEXTILE
Filage, filature, texturation.
Tissage, tricotage...

EXTRACTION DES MATIÈRES PREMIÈRES
Coton, laine, polyester,
viscose, eau...

Usine Paolo de Oliveira - Portugal



Usine Reda 1865 - Italie

Nous sommes attentifs au choix et à la pérennité de nos partenariats, en travaillant autant que possible avec des acteurs responsables qui partagent nos valeurs sociales, et de respect de la nature. Nous défendons une vision collective des enjeux sociaux et environnementaux, à travers une éthique ouverte, tournée vers l'autre et vers le monde.

Nous en tenons pour preuve la qualité et la fidélité de nos partenariats. La majorité de nos tissus sont fabriqués par l'usine Paulo de Oliveira, située à Covilha dans le centre du Portugal, et qui s'est dotée d'une démarche environnementale très avancée. Ainsi, elle est presque autonome en énergie grâce à près de 15 000 panneaux solaires dans lesquels elle a investi, et est certifiée par cinq labels différents, dont Global Recycled Standard (GRS), Responsible Wool Standard et Oeko-Tex. De plus, elle limite l'eutrophisation et la pollution des eaux en recyclant elle-même les eaux usées dans sa propre station de traitement.

Par ailleurs afin de nous assurer de s'accorder sur des valeurs communes, nous sommes en train de mettre en place une lettre d'engagement social que nous demandons à nos fournisseurs de signer.

Toujours soucieux de travailler avec des partenaires responsables, notamment en ce qui concerne nos nouvelles références comme levier d'intégration progressive de la RSE, nous avons fait produire notre nouveau modèle de veste « Riga » en tissu fabriqué par l'usine Reda 1865. Également très engagée, elle est certifiée ISO 14001, ISO 45001, et B Corp.

FOCUS SUR LA LIGNE WELLNESS

La collection permanente Marcy Paris propose également une gamme Wellness, dessinée, développée et produite en prenant en compte tous les critères d'éco-responsabilité établies dans notre stratégie RSE.

En effet celle-ci est entièrement fabriquée en France avec des étoffes provenant d'Europe. De plus, 100% de ces modèles respectent la condition d'éco-responsabilité chez Marcy Paris, soit contenant plus de 50% de matières certifiées et labellisées.

Pour cette gamme, l'accent a été mis sur la composition et la fabrication des modèles, en choisissant de collaborer avec l'organisme SEAQUAL®, distribuant du polyester recyclé à 100% dont l'approvisionnement en matière provient à 10% de déchets des océans. Afin d'aller plus loin, nous collaborons également avec l'entreprise Française 4F, fournissant la gamme technique et éco-responsable NATURA®.

Des partenariats innovants couplés à une fabrication 100% Made In France, c'est l'objectif fixé pour assurer confort, modernité et éco-responsabilité aux vêtements de la ligne Wellness.

Marcy Paris a posé les fondements d'une démarche RSE par des définitions précises liées aux objectifs de la marque.

PRODUIT ÉCO-RESPONSABLE

Produit composé à hauteur d'au moins 50% de l'une ou plusieurs des matières suivantes : les matières recyclées (certifiées GRS ou RCS), le coton biologique (certifié GOTS ou OCS), le lin, le Tencel®, la viscose FSC et Ecovero®, la laine RWS, la soie certifiée Oeko-Tex Standard 100, ou encore le cuir durable labellisé Leather Working Group.

PRODUIT ÉCO-CONÇU (ADEME)

Produit ayant été conçu en tenant compte de l'intégralité des impacts environnementaux liés à tout son cycle de vie (production, confection, transport, entretien, fin de vie...), afin de les minimiser. Chez Marcy Paris nous apportons un soin particulier à la durabilité intrinsèque (solidité, finitions, stabilité...), et extrinsèque (esthétique, intemporalité...) ainsi qu'à la circularité de nos produits.

EMBALLAGE À FAIBLE IMPACT

Emballage dont la conception vise à la neutralité vis-à-vis de l'environnement lors de son cycle de vie d'après l'un ou plusieurs des critères suivants : ré-employabilité, recyclabilité, éco-responsabilité des matières, labellisation, biodégradabilité.

USINE À RISQUE

Usine située en zone pouvant potentiellement enfreindre les principes de l'Organisation Internationale du Travail.

MATIÈRE À RISQUE

Matière représentant un danger du point de vue : de sa solidité, de sa durabilité matérielle, de ses impacts, ou de sa toxicité pour l'homme et pour la nature.

MARCY PARIS AU SERVICE DE L'HUMAIN

POUR ÊTRE LES PLUS CONSCIENTS ET LES PLUS EFFICACES POSSIBLE DANS LA MISE EN ŒUVRE DE NOTRE DÉMARCHE RSE, NOUS AVONS FAIT AUDITER NOTRE SOCIÉTÉ PAR GOOD FABRIC, POUR L'ÉVALUER, PRÉCISER NOTRE STRATÉGIE RSE ET SON DÉPLOIEMENT.

AINSI, GOOD FABRIC A ENQUÊTÉ AUPRÈS DE NOS FOURNISSEURS AINSI QUE DE NOS CLIENTS POUR ÉVALUER LA QUALITÉ DE NOS PRODUITS ET DE NOS PARTENARIATS.

MARCY PARIS ÉVALUÉ PAR SES CLIENTS

4.3/5 Note de satisfaction qualité de nos clients

4.5/5 Note sur la qualité de la collaboration

MARCY PARIS ÉVALUÉ PAR SES FOURNISSEURS

8.5/10 Note sur la relation entre l'entreprise et ses fournisseurs

4.5/5 Note sur la qualité des tissus

Nous avons également fait réaliser nos analyses du cycle de vie (ACV) par Good Fabric. Ainsi, le pantalon Munich, la veste Paolo et la chemise Athènes ont été analysés.

« Imposer une dynamique RSE dès le début à chaque nouvelle collaboration. »

Amélie Atamian - Assistante de production

Par soucis de promouvoir des pratiques éthiques et durables dans la chaîne de production et d'approvisionnement, il nous semble fondamental de porter une attention toute particulière sur l'audit et la certification de nos usines. Pour nous, la qualité des conditions de travail de nos ouvriers est fondamentale. C'est pourquoi nous nous battons pour travailler en priorité avec des usines fiables et auditées de ce point de vue.

De la même manière, nous privilégions les usines maîtrisant leurs impacts environnementaux afin qu'ils répondent aux normes internationales, et, par-là, à nos valeurs.

Nous demandons les certificats d'audits sociaux et environnementaux systématiquement, à toutes les usines avec lesquelles nous travaillons.

« L'audit nous permet de maîtriser notre impact. Il s'agit pour nous de mieux maîtriser pour mieux choisir nos partenaires. »

Marcy de Soultrait - Fondateur

Pour s'adapter à chaque personne et à chaque morphologie, Marcy Paris a mis en place sur l'ensemble de sa collection permanente une grande amplitude de tailles, incluant petites et grandes tailles. Il s'agit par-là de donner à nos clients la possibilité de développer leur politique d'inclusion, à travers le vêtement envisagé comme vecteur d'émancipation professionnelle et personnelle.

En ce qu'il définit les identités, le vêtement se doit d'être conçu avec la plus grande attention afin de favoriser l'épanouissement professionnel de son porteur. Parce que chacun a le droit de s'épanouir dans sa profession, Marcy Paris s'engage main dans la main avec ses partenaires. *C'est notre vision.*

08/10

Est la note moyenne donnée par notre équipe sur l'importance de l'écologie et de la RSE dans leur quotidien.

Marcy Paris recrute ses employés dans un état d'esprit d'ouverture et de diversité. Il nous semble essentiel de mettre en œuvre au quotidien un espace où chaque personne trouve sa place, sans n'être jugé ni discriminé de façon injuste sur la base de critères arbitraires, culturels ou ethniques, ou de préjugés quelconques. Marcy Paris s'engage fermement contre toutes ces formes de discriminations, au titre où chacun a le droit d'être estimé et respecté, condition même de la dignité humaine.

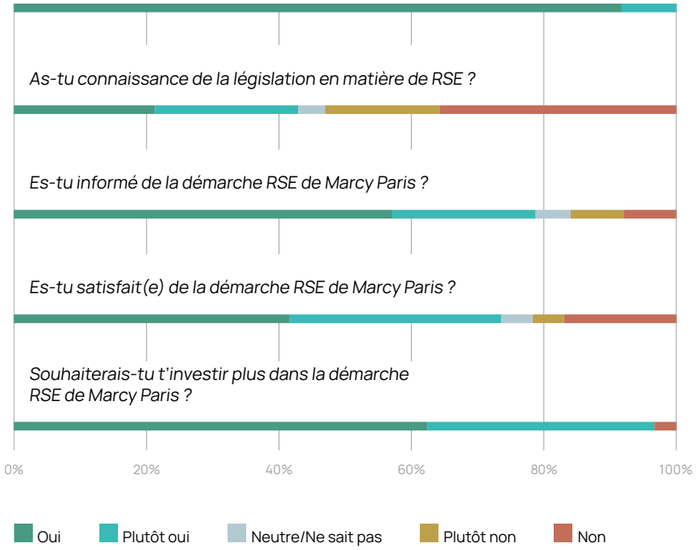
Nous-nous engageons auprès de nos équipes pour leur garantir les meilleures conditions de travail possibles, en mettant à leur disposition un cadre de travail confortable, respectueux de leur bien-être et de leur santé mentale et physique.

OBJECTIFS FUTURS ET STRATÉGIE RSE

« Notre démarche RSE est déjà avancée, et on pourrait se satisfaire par exemple de la proportion de confection européenne dans notre collection. Mais il faut en faire plus. Nous mettons l'amélioration continue de nos performances environnementales et sociales au cœur de notre projet. »

Marcy de Soultrait - Fondateur

Chacun est concerné par les enjeux de transition sociale et environnementale, tout le monde doit avoir son mot à dire, pour que nous puissions avancer avec la force du collectif vers un futur meilleur. C'est pourquoi nous avons mené une série d'entretiens en interne, afin de récolter les avis de tous nos employés pour prendre les décisions les plus justes, légitimes, et adaptées possibles.



Notre enquête nous a conforté dans notre démarche. Outre la légitimité démocratique qu'elle a donné à nos engagements, l'enquête a révélé des fragilités au niveau de la transparence de l'information, de sa fluidité, de sa clarté, et de sa circulation. Par extension, il faut améliorer la connaissance de nos chaînes de production.

Pour répondre à ce problème, nous mettons progressivement en place une formation continue de l'ensemble de nos équipes aux impacts de l'industrie textile, à travers une approche transversale et systémique. Il s'agit de favoriser la prise de décision la plus responsable possible, à la lumière de la connaissance et tout au long de la chaîne de valeur.

Marcy Paris attache une attention déterminante à la satisfaction de ses clients. Nous observons ces dernières années une véritable prise de conscience des enjeux sociaux et environnementaux de leur part, et nous sommes soucieux de travailler avec des partenaires qui partagent nos valeurs. Par conséquent, le dialogue avec nos clients s'inscrit dans cette volonté d'engagement. En échangeant avec eux, nous avons constaté l'expression d'un besoin croissant. C'est pourquoi nous mettons ces valeurs au cœur même de toutes nos collaborations, au service de nos clients, et au service de l'humain.

« Plus qu'une simple démarche, notre volonté est de faire de notre politique RSE un véritable prérequis. »

Marcy de Soultrait - Fondateur

« Nous sommes au début de notre engagement RSE. Nous sommes volontaires, et la situation avance bien. Il faut poursuivre et aller plus loin. »

Clémence Triché - Directrice Artistique

À partir du croisement de la vision de Marcy, des employés, et des partenaires, nous avons conçu une stratégie RSE ambitieuse, favorisant la cohésion et l'unité face aux grands défis contemporains que sont les transitions.

PRODUITS

PRIORITÉ TISSUS ÉCO-RESPONSABLES

OBJECTIF SECONDAIRE
ÉCO-CONCEPTION

USINES

PRIORITÉ TRAÇABILITÉ

OBJECTIF SECONDAIRE
AUDIT & QUALITÉ

90%

des modèles de la collection seront éco-responsables[1] en 2028, contre 19% aujourd'hui.

Il faut partir de la base, à savoir des matières, premier poste d'impact environnemental dans la mode. Il s'agira d'abord de faire un état des lieux de notre parc fournisseur, pour identifier les plus vertueux qu'il faudra conserver, et de réduire nos collaborations avec ceux qui ne répondent pas à nos valeurs. Il nous faudra ensuite analyser nos références actuelles, ce que nous avons déjà commencé.

Nous aurons alors toutes les clefs en mains pour agir. Il faudra réduire les matières polluantes[2] , et trouver les meilleurs substituts en termes de propriétés et de qualité, avant d'ajouter des matières certifiées[3]. Enfin, il faudra répertorier les tissus éco-responsables dans une matériauthèque dédiée.

À terme, toutes les nouvelles références développées seront écoresponsables au niveau des matières, limitant fortement leurs impacts.

[1] PRODUIT ÉCO-RESPONSABLE : Produit composé à hauteur d'au moins 50% de l'une ou plusieurs des matières suivantes : les matières recyclées (certifiées GRS ou RCS), le coton biologique (certifié GOTS ou OCS), le lin, le Tencel®, la viscose FSC et Ecovero®, la laine RWS, la soie certifiée Oeko-Tex Standard 100, le cuir durable labellisé Leather Working Group (LWS).

[2] Matières non certifiées en priorité.

[3] Matières certifiées et correspondant au critère d'éco-responsabilité selon les mêmes modalités de ce que nous avons défini comme étant les « produits écoresponsables », à savoir les produits dont la matière principale est composée à hauteur de 50% ou plus de matières certifiées.

TOUTE

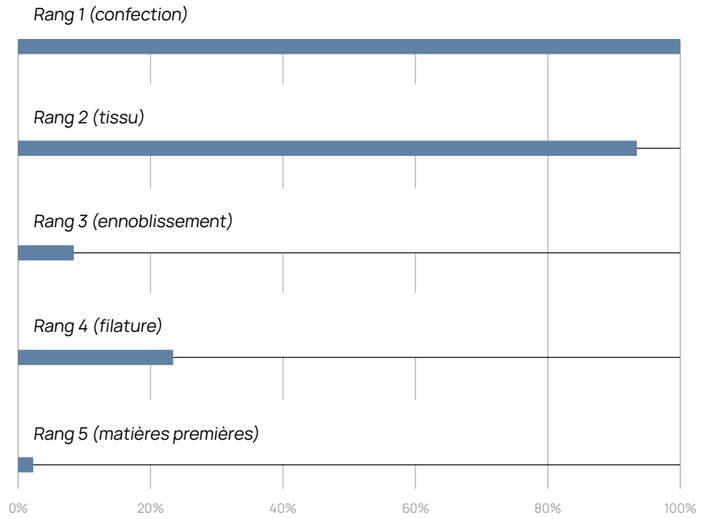
nouvelle référence sera éco-conçue en 2028.

Notre objectif est de mettre en œuvre l'éco-conception systématique de nos produits.

Cela passe par un aspect informationnel, incluant la chaîne de traçabilité sur les cinq premiers rangs à chaque nouveau choix d'usines ou de matières, mais aussi par un aspect matériel à réfléchir. Nos vêtements, doivent être produits de manière éthique, durables, réparables, et faciles à revaloriser à l'issue de leur usage.

Aucune étape de la vie du vêtement ne doit être faillible du point de vue social et environnemental. Aussi, pour chacune d'entre elle, il est nécessaire de pouvoir justifier son caractère responsable.

PROPORTION DE PRODUITS DE LA COLLECTION TRACÉS



TOUS

nos produits seront tracés aux 5 premiers rangs en 2028.

Nous avons tenté d'insuffler à notre démarche RSE une dimension à la fois transversale et systémique. Ainsi, les différents objectifs sont complémentaires. Par exemple, les exigences de traçabilité qui constituent notre second objectif principal, permettent de mieux optimiser l'éco-conception évoquée au-dessus.

Notre objectif de traçabilité vise les cinq premiers rangs de la chaîne de valeur, qui doivent être connus et répertoriés avant 2028.

À ce jour, et en ce qui concerne la collection Marcy Infinity, nous connaissons les deux premiers rangs de la chaîne de valeur respectivement à hauteur de 100% pour le premier, et 93% pour le deuxième. De plus, nous disposons de la traçabilité du rang 3 à hauteur de 4.5% des références et du rang 4 à hauteur de 22.5%.

Nous déploierons donc notre stratégie selon un calendrier progressif de renseignement des informations de traçabilité auprès de nos fournisseurs.

100% de nos usines seront auditées en 2028.

Notre second objectif consiste à faire auditer nos usines qui ne le seraient pas déjà, et en particulier celles qui sont localisées dans une zone dite « à risque » sur le plan social, notamment.

À ce jour, 50% des références de notre collection sont produites dans des usines de confection auditées. Une grande partie de nos références qui ne sont, pour le moment, pas auditées sont issues d'ateliers de confection situés en France et/ou ont signé une lettre d'engagement sociale et environnementale nous garantissant le respect des règles de l'OIT (Organisation International du Travail).

Il nous tient à cœur d'axer notre démarche sur la transparence comme levier d'incitation à l'action. Plusieurs de nos collaborateurs nous ont fait part de son importance durant notre enquête interne.

*les % sont calculés sur l'ensemble des usines de confection de la collection Marcy Paris qui se compose de 13 usines

« La transparence instaure un climat de confiance. Elle fait progresser notre démarche autant qu'elle vend. »

Chloé Morineau - Directrice commerciale adjointe

Prendre des engagements nécessite de pouvoir mesurer notre progression vers les objectifs que nous nous sommes fixés. Nous distinguerons deux types d'indicateurs de notre performance sociale et environnementale[1] .

D'abord les indicateurs rattachés à nos quatre objectifs majeurs :

- Proportion[2] de pièces éco-responsables (19% actuellement)
- Proportion de pièces dont nous connaissons la traçabilité (Rang 1 : 100%, Rang 2 : 100%, Rang 3 : 4,5%, Rang 4 : 22,5%, Rang 5 : 1,5%)
- Proportions de pièces fabriquées dans des usines situées en zones à risques que nous avons fait auditer (0% de la collection)
- Proportion de pièces éco-conçues

Il sera également nécessaire de mettre en œuvre des indicateurs de performance au sujet de nos objectifs annexes.

- Le nombre de projets annexes RSE réalisés
- Le pourcentage d'emballages à faible impact[3] que nous aurons mis en œuvre dans le total des emballages utilisés, notamment les polybags, pour lesquels un travail de veille est en cours
- Le pourcentage de collaborateurs sensibilisés aux impacts du textile et aux solutions envisagées
- Le nombre de vêtements (prototypes, shopping, non-conformes) donnés (171 pièces données cette année)
- Adhésion ou non à Global Compact et ICS

« Nous avons besoin de plus de concret, d'ACV, bref, d'une information fiable, accessible et synthétique. »

Laurie Poirette - Directrice commerciale

[1] Noter que ces indicateurs seront mesurés sur une base annuelle et mensuelle.

[2] À l'échelle de la collection et des volumes de vente.

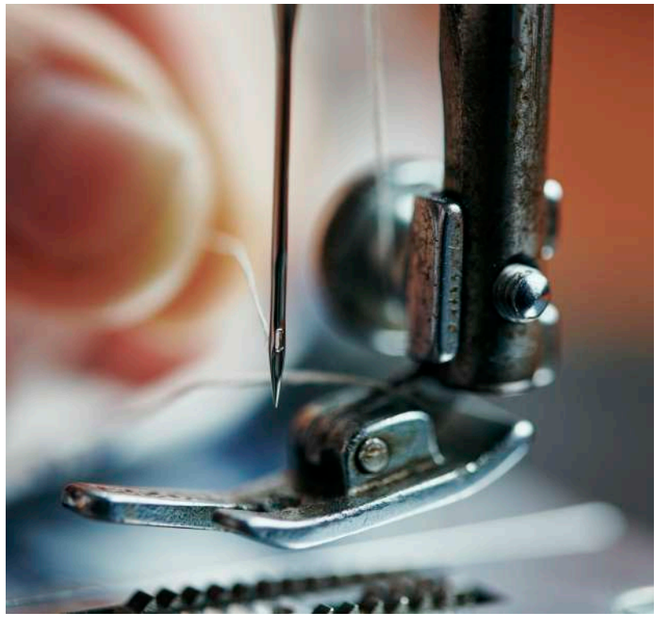
[3] EMBALLAGE À FAIBLE IMPACT : Emballage dont la conception vise à la neutralité vis-à-vis de l'environnement lors de son cycle de vie d'après l'un ou plusieurs des critères suivants : ré-employabilité, recyclabilité, éco-responsabilité des matières, labellisation, biodégradabilité.

Marcy Paris souhaite être acteur d'un monde meilleur. Cela passe aussi par des projets auxquels nous sommes particulièrement attachés et qui intègrent à la fois des dimensions sociales, environnementales et culturelles.

Tous nos surplus de vêtements sont donnés à l'association La cravate solidaire dans le cadre de notre partenariat.

Elle œuvre pour la réinsertion professionnelle de personnes éloignées du marché de l'emploi, notamment en proposant de les accompagner autour de leur image professionnelle et du style vestimentaire qui s'y rattache.

Nous sommes fiers d'avoir La cravate solidaire à nos côtés car pour nous aussi, le vêtement professionnel est un levier fondamental d'émancipation.



Notre prestataire logistique, Berry Service, est doté d'un parc complet de machines à coudre destinées à la reprise et à la réparation des vêtements.

Ainsi, plutôt que d'être considérés comme des déchets et être jetés, nos produits abimés peuvent être à la demande de nos clients, récupérés, réparés et restitués ou revendus afin d'éviter tout impact supplémentaire associé à un remplacement.

C'est le type de service que nous offrons par exemple à la chaîne d'hôtellerie responsable Okko, avec un stock de seconde main de tenues en parfait état qui lui est dédié. Ainsi, pas de gaspillage.

« Apprendre, comprendre, maîtriser. »

Marcy de Soultrait - Fondateur

Il est essentiel que nos employés soient formés non seulement aux impacts de leur secteur d'activité pour pouvoir les limiter au maximum, mais aussi aux solutions qui peuvent être mobilisées pour maîtriser ces impacts. Cette initiative s'inscrit dans la continuité de notre démarche d'implication directe des salariés dans la stratégie RSE. Parce que l'écologie est l'affaire de chacun et de chacune, il est important de s'engager.

Il s'agit à la fois de sensibiliser sur la démarche RSE de Marcy Paris et aux impacts de l'industrie du secteur. Par-là, nous cherchons à promouvoir une culture d'entreprise éthique d'un point de vue social et environnemental. À la suite de notre enquête RSE, nous avons constaté que ces enjeux étaient mieux pris en compte lorsque d'une part, les salariés s'impliquaient directement et d'eux même dans la politique RSE, et quand sa mise en œuvre cherchait à limiter la verticalité décisionnelle.

« Il faut instaurer un questionnement, une culture RSE dans la société et engager les commerciaux dans notre combat. La RSE ne doit plus être un à-côté mais un avec. »

Aline Huang - Responsable de la chaîne de production

Dans ses valeurs profondes, Marcy Paris a vocation à accompagner les artistes dans la création. Pour nous, la beauté fait avancer le monde et nous inspire pour le construire.

C'est dans cet esprit que nous soutenons chaque année de jeunes artistes émergents, en acquérant une nouvelle toile pour agrémenter notre bureau. Il s'agit à la fois de soutenir la création et la diffusion de l'art et de la culture auprès de nos collaborateurs.

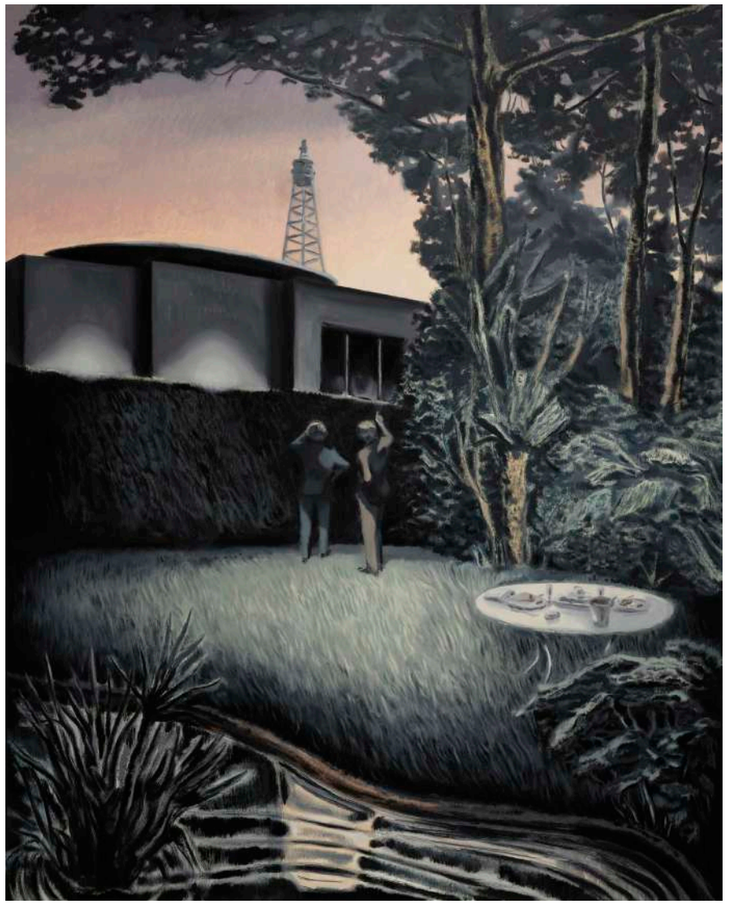
Cette relation avec l'art nous permet d'inspirer, de stimuler la créativité de nos collaborateurs, en contribuant au bien-être salarial à travers la dimension apaisante des œuvres sélectionnées.

L'aménagement de nos locaux est pensé pour mettre en œuvre une identité visuelle cohérente, lumineuse, qui met l'évocation des forces naturelles au centre. Pour permettre à la sensibilité de chacun de s'exprimer, nous préférons mettre en avant des œuvres abstraites, qui dialoguent avec les espaces, autant qu'avec les collaborateurs.

Il s'agit aussi de permettre une certaine élévation collective autour de l'art, à travers des workshops de discussion et de médiation autour des œuvres, visant à amener des éléments de connaissances, qui enrichissent la vision esthétique que nous promouvons dans nos collections vestimentaires. Nous avons vocation à promouvoir une vision similaire du vêtement d'uniforme. Il ne s'agit pas d'effacer les identités par l'uniforme, il s'agit d'unir les collaborateurs autour de codes esthétiques partagés, intemporels, durables, fondements d'une identité collective, et d'un esprit d'équipe fort.

Par ailleurs, dans toutes les décisions de l'entreprise nous avons à cœur de nous inscrire dans une logique de parité. Cela concerne aussi les choix des œuvres que nous acquérons.

Paul De Flers, *There's a storm coming*, 2021, Huile sur toile, 2000 x 1650 mm, Showroom Marcy Paris



Pierre Seinturier, *They want to believe*, 20xx, Huile sur toile, Showroom Marcy Paris

Cet engagement pour l'art et la culture n'a pas vocation lucrative. Il ne fait que témoigner de la démarche de long terme que nous tentons de mettre en œuvre, du point de vue ici culturel, mais aussi par extension, du point de vue social et environnemental. Enfin, il s'agit de promouvoir une culture d'entreprise tournée vers cette vision de long terme, véritable clef d'une éthique sociale et environnementale. Les œuvres restent. La planète doit rester. Voilà ce qui nous inspire dans l'art.

« Une relation passionnelle avec l'art. »

Marcy de Soultrait - Fondateur

CONCLUSION

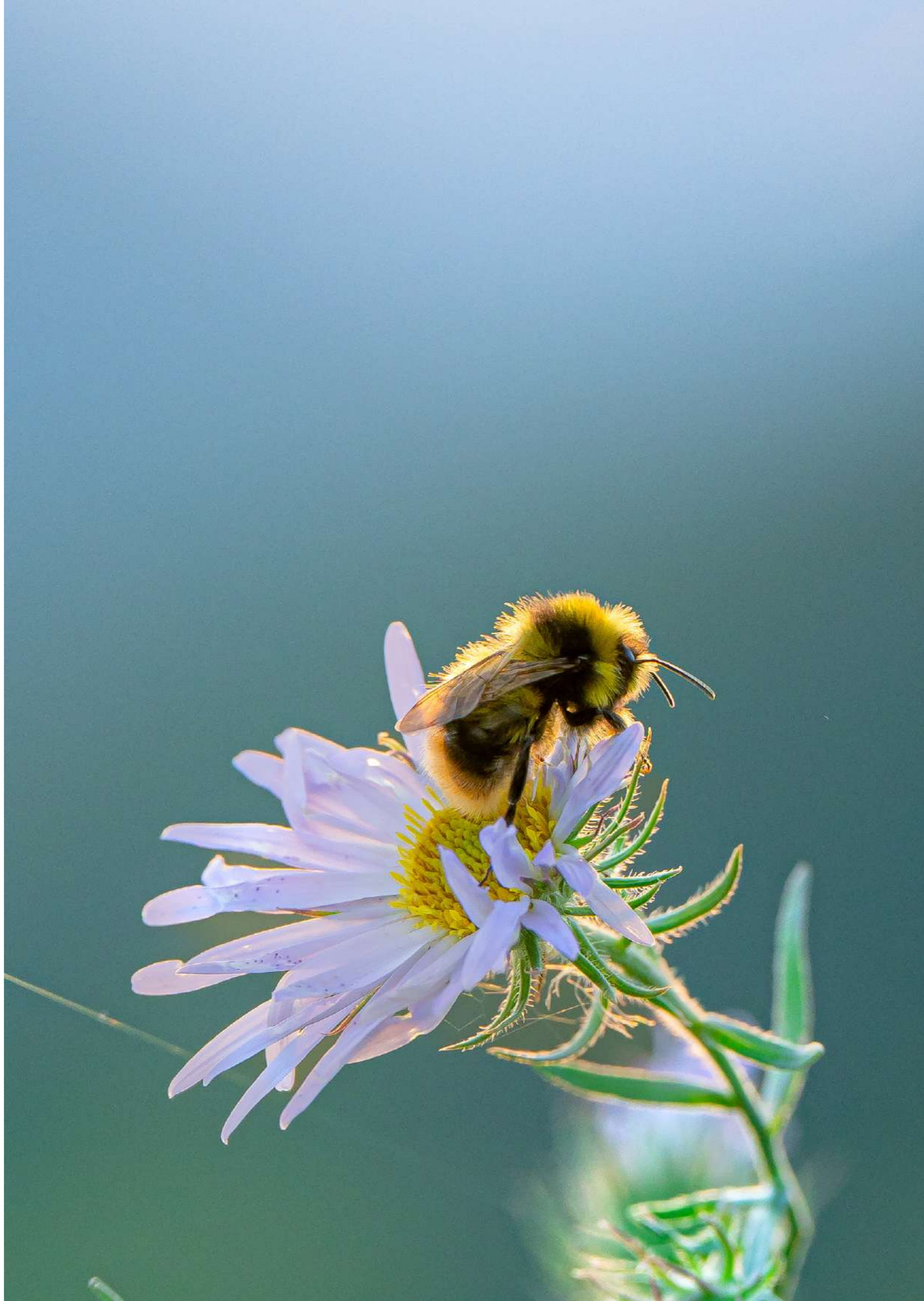
« L'heure est à la transparence, sous toutes ses formes. »

Pierre-Louis Bigot-Passeleygue - Chargé de projet RSE

En 2023, Marcy Paris a démontré son engagement pour une mode corporate plus durable et plus éthique. Grâce à des initiatives concrètes comme la production française et européenne, l'utilisation de matières éco-responsables et des partenariats solides, nous avons fait des progrès significatifs. Cependant, nous reconnaissons qu'il reste du chemin à parcourir. La transparence, la traçabilité et l'amélioration continue de nos pratiques sont au cœur de notre stratégie pour les années à venir. Ensemble, nous continuerons à œuvrer pour un avenir plus vert et plus juste, en plaçant l'humain et la planète au centre de nos préoccupations.

« Nous avons identifié nos axes d'amélioration et nous sommes confiants pour la suite de notre progression. »

Sarah Hau - Développeuse produit



MARCY PARIS

BILAN DE

RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DE L'ENTREPRISE

2023