

M A R C Y

PARIS

DOSSIER DE PRESSE

Bureau de création, nous réinventons l'uniforme en apportant du conseil par une expertise mode





Le mot du Fondateur

Fondée en 2009, MARCY Paris s'inscrit comme **un acteur incontournable du vêtement corporate**. En tant que bureau de style, MARCY Paris **apporte du conseil par une expertise mode**.

Avec nos **10 collaborateurs passionnés**, nous relevons les challenges en réalisant des collections aux spécificités techniques et habillons notamment les équipes des plus grands constructeurs automobiles.

MARCY Paris **réinvente l'uniforme** en créant des lignes plus casuels, modernes. Notre bureau de création développe aussi des **lignes lifestyle** destinées à la vente, qui ajoute de la valeur et **renforce le sentiment d'attachement à la marque**.

Dans une **stratégie de développement de marque à 360°**, afin d'augmenter la visibilité de nos clients, nous déployons notre pôle **destiné à l'objet média**.

Nous intégrons toutes les étapes au sein de notre studio de création : **inspiration, design, fabrication, recherches des matières, suivi des tendances, veille stratégique et technique, digitalisation**. Une démarche qui s'assimile au travail d'une marque de prêt-à-porter. Une approche globale fondée sur un engagement en faveur du développement durable qui signe l'esprit de MARCY Paris.

À bientôt,
Marcy de Soultrait

LIGNE VÊTEMENT



L'esprit de performance

Peugeot Sport, Citroën, Porsche, Renault Formula One... les grands **constructeurs de l'automobile font aujourd'hui** confiance à MARCY Paris. En sélectionnant des textiles aux fonctionnalités et performances parmi les plus pointues du marché, l'entreprise intervient aujourd'hui sur les plus grands défis sportifs au monde.

Vêtements techniques

Engagée depuis plusieurs années avec les équipes techniques de Peugeot Sport, MARCY Paris **repense et crée les vêtements les plus adaptés aux contraintes** d'un rallye automobile devenu mythique : le Dakar.

Pour accompagner les pilotes et les équipes de la marque au lion dans leurs performances, le studio a imaginé et produit l'intégralité des vêtements portés par la Team Peugeot Sport et ses champions Stéphane Peterhansel, Cyril Despres, Carlos Sainz et Sébastien Loeb.

Déclinant via son bureau de création toutes les pièces du vestiaire sportif : chemise, parka, veste de pluie, pantalon, softshell ou casquette, MARCY Paris imagine une collection capable de lutter contre tous types d'intempéries.

Les circuits de Formule 1

Engagée sur les plus grands circuits de Formule 1 comme partenaire de la Team Renault Formula One et ses deux pilotes Carlos Sainz Jr. et Nico Hülkenberg, MARCY Paris signe une collection complète, des polos réalisés en matière respirante à la rainjacket totalement imperméable et résistante. Un vestiaire qui voyage aujourd'hui dans les grandes capitales de la F1.





Encadré : La technologie Sympatex

Référence en matière de **tissus techniques et innovants**, MARCY Paris collabore avec SYMPATEX dont les matières et performances coupe-vent, respirable et imperméable font l'unanimité parmi les professionnels des sports techniques et de l'extrême. Réalisés avec la membrane la plus mince du monde, les vêtements proposés par MARCY Paris protègent les équipes grâce à ses composants hydrophiles, régulant ainsi la température du corps.

L'art du bon uniforme

Le bien-être au travail est devenu un enjeu primordial et le vêtement d'entreprise doit être confortable tout en **véhiculant la meilleure image** à travers le monde. D'ailleurs, on ne parle plus vraiment d'uniforme mais de vêtement corporate. Les équipes sont désormais consultées lors de la mise en place d'un nouveau projet sur leurs tenues.

En septembre 2017, le parc aquatique Villages Nature, à l'initiative d'Euro Disney et du groupe Pierre & Vacances, ouvrait ses portes. Partenaire du projet, MARCY Paris signe la collection d'uniformes de ce nouveau parc, prévu pour accueillir plus d'un million de visiteurs cette année.

Des vêtements aux coloris travaillés pour distinguer chaque corps de métiers et **conçus pour s'adapter à leur quotidien**, parti pris qui avait déjà séduit la SNCF et ses agents iDTGV.

En parallèle, MARCY Paris s'intéresse aussi à l'uniforme aérien et collabore avec La Compagnie, nouvel acteur dans le secteur du transport aérien, réputé pour ses vols business entre Paris et New-York. Couronné du titre de Miss Hôtesse 2015 par le magazine Lui puis élu **3ème uniforme le plus élégant au monde par la presse anglaise**, MARCY Paris **bouscule alors les codes** en remplaçant la jupe d'hôtesse par un bermuda.





Les collections Lifestyle

Avec son **expertise mode**, MARCY Paris dessine et crée sur-mesure des collections de prêt-à-porter. Un parti pris sport et style qui vient de séduire la marque Beneteau, leader mondial de la voile et des bateaux de loisir. Inspiré par le luxe, l'élégance et le confort de Beneteau, le studio MARCY Paris a dessiné une collection complète - chemise, doudoune, parka, casquette et polo - en **harmonie avec l'univers de la marque**.

Un art de vivre que l'on retrouve dans la boutique DS Lifestyle, boutique officielle des produits dérivés de la marque DS Automobiles où les amateurs et fans de la marque retrouvent chemises, parkas, polos et softshells griffés.

La collaboration avec Citroën

Citroën confie le look de ses équipes à MARCY Paris. **Projet développé à l'échelle européenne**, la ligne de vêtements s'adapte aussi à la géographie et aux cultures des points de vente. MARCY Paris choisit de repenser les collections dans leur intégralité afin d'être en **cohérence totale avec le nouvel esprit Citroën**. Le résultat : une collection déclinant robes fluides, pantalons colorés et tops élégants pour la femme, un dressing complet pour l'homme, passant des vestes beiges avec pochette assortie jusqu'au pantalon rouge.



LIGNE OBJET MÉDIA



Un éventail de choix

Ce département s'inscrit dans le **prolongement de l'activité de MARCY Paris**. Le gadget est révolu et laisse sa place aux produits dérivés qualitatifs qui fortifient l'image des marques. MARCY Paris favorise l'expérience client en proposant des produits corporate entièrement personnalisés. Richesses des couleurs, des styles, des formes, MARCY Paris crée un total look corporate en **élargissant ses champs de compétences à la création d'objets sur-mesure**.

La société MARCY Paris s'engage pour le respect du travail et de l'environnement à proposer des objets recyclés.

À l'ère du digital : Wynd

Variante les formes et les couleurs, MARCY Paris s'assure de proposer du choix tant au niveau des coloris que du style. L'équipe jeune et dynamique qui compose MARCY Paris relève tous les défis pour **répondre aux besoins de ses clients**.

Reflète de l'imagination chez MARCY Paris, la palette de couleurs proposée fait **rayonner l'image des marques**. Désireux de satisfaire ses clients, les indispensables du bureau font peau neuve sous l'œil avisé des équipes du bureau de création.





Projet sportif : Peugeot Sport

Assembler les couleurs et les formes tout en respectant les codes de l'entreprise sonne comme une évidence pour l'équipe. Avec Peugeot Sport, MARCY Paris a développé la gamme en proposant des accessoires corporate venant **renforcer leur image de marque**. C'est ainsi que MARCY Paris contribue au rayonnement du lion emblématique de la marque. **Les entreprises font appel à la créativité et la réactivité du bureau de création parisien.**

L'UNICEF

MARCY Paris participe au développement et à la communication de cette belle initiative en apportant finesse et élégance sur des outils du quotidien transformé en véritable levier stratégique. Apprécié à l'unanimité, #CookForSYRIA est désormais inscrit sur toutes les cuillères en bois.



De la création aux initiatives digitales : MARCY Paris
mise sur l'expérience client



Expérience client digitale

L'image va au-delà des produits ou services proposés. MARCY Paris aide les grands groupes à **accroître leur notoriété**. Le bureau de création déploie ses compétences en offrant à ses collaborateurs une expérience client digitale. **Les sociétés demandeuses d'originalité et de créativité** trouvent chez MARCY Paris des outils de stratégie de communication. Au cœur de l'ère digitale, l'entreprise parisienne **optimise l'expérience client**, facteur primordial dans les relations entretenues entre le consommateur et la marque.

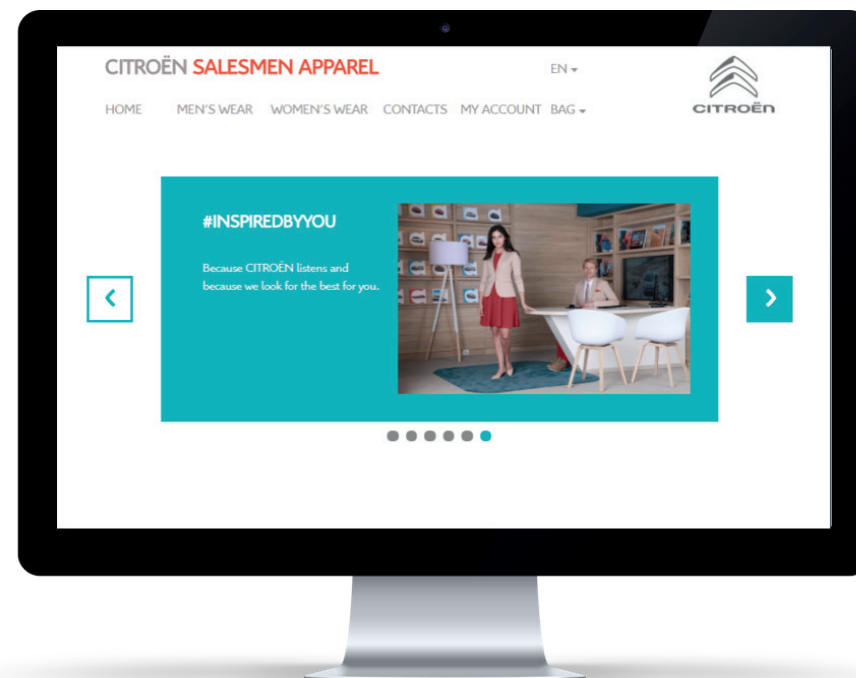
Outils de performance

Citroën confie le look de ses équipes à MARCY Paris mais également **la mise en place et la construction d'un site internet** dédié aux concessionnaires. Un projet conduit de A à Z par l'équipe MARCY Paris. Grâce à la plateforme créée, le message est diffusé aux collaborateurs via une communication consistante et cohérente.

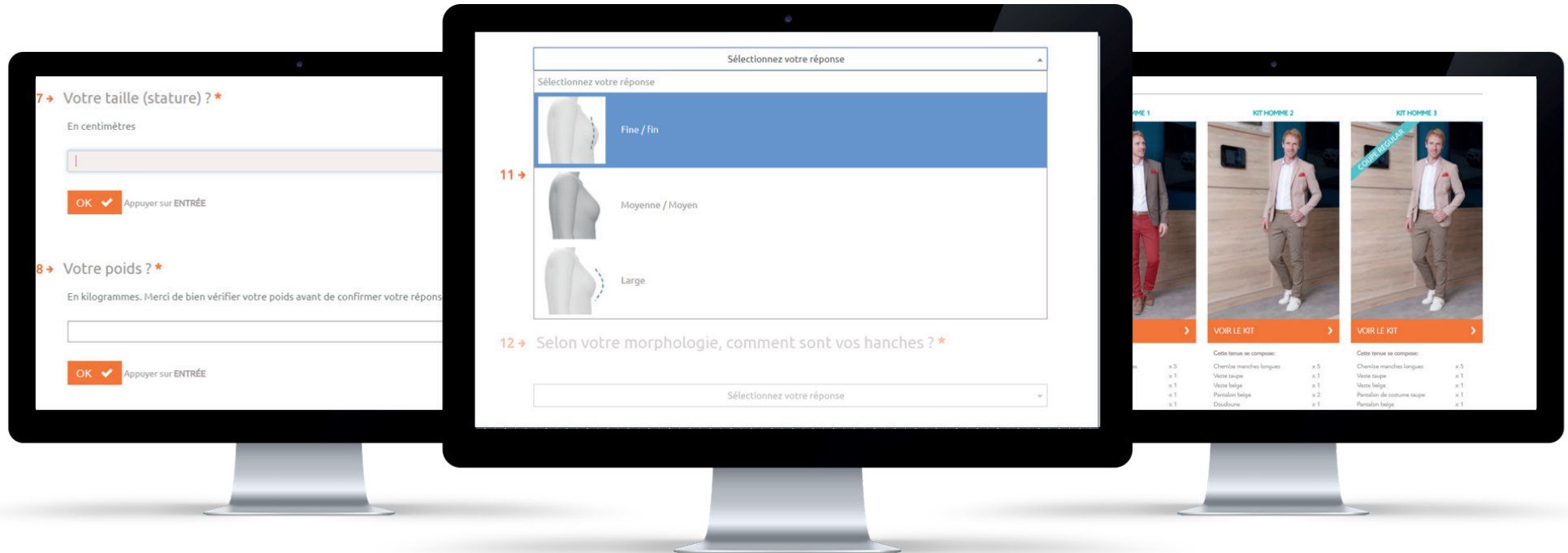
Ces solutions permettent au client d'interagir de la manière la plus simple et fluide avec l'entreprise.

En collaboration avec une start-up française, MARCY Paris a mis au point un questionnaire composé de quelques questions permettant de **déterminer avec exactitude la taille des produits portés par les équipes.**

Une fois le questionnaire rempli, l'algorithme recommande les bonnes tailles et réduit le risque des retours à moins de 3%.



Un service digital





Ils nous font confiance

