L'AGENCE 1.618 NOUS FAIT VISITER SON POP-UP AU PRINTEMPS





n juin dernier, l'agence 1.618 présentait son guide interactif pour mettre en lumière le travail éco-responsable de ses marques partenaires. Aujourd'hui, l'expérience digitale se concrétise en physique au 6ème étage du Printemps.

L'agence créative 1.618 qui fédère depuis 2009 des marques de luxe engagées dans les problématiques d'éthique et de durabilité dévoile son pop-up store en collaboration avec le **Printemps**. Voici trois bonnes raisons de s'y rendre.

Situé au 6ème étage, juste sous le « **7**° **Ciel** » dédié à la circularité, le pop-up 1.618 propose, depuis le 22 septembre, une sélection de produits haut de gamme et créatifs, alliant style et éthique et approuvés par le comité 1.618.

Un comité d'experts

L'agence 1.618 Paris a constitué un panel d'experts indépendants chargés d'approuver la nomination des marques entrantes triées sur le volet. On retrouve huit critères de sélection : l'innovation responsable, l'impact environnemental et la consommation énergétique, l'écoconception des packagings, la gestion du cycle de vie des produits, les engagement éthiques et sociétaux, le rôle éducatif, la gestion du sourcing, la traçabilité et les filières responsables et enfin la préservation de l'artisanat et des savoir-faire.

Vous retrouverez une sélection de ces marques approuvées au sein du pop-up, avec notamment JEM, Katia Sanchez, Nout, Oppidum, Nomasei, Benjamin Benmoyal, Valentine Gauthier, ou encore Dangleterre.



Penser au futur

Le chemin vers des pratiques plus éthiques et éco-responsables se trouve être long et ne peut se faire que par la force du groupe. C'est pourquoi l'agence 1.618 Paris organise chaque trimestre des rendez-vous avec ses différents membres afin de se présenter et d'échanger sur leurs bonnes pratiques. Cela permet à la fois d'étendre son réseau et de discuter des bonnes idées qui peuvent être mises en place.

L'agence, soucieuse de sensibiliser également le grand public, a mis en place depuis 2009, une **Biennale**, rencontre à mi-chemin entre exposition et salon. C'est un événement pensé pour les débats et pour les **rencontres entre les particuliers férus d'art de vivre et les curieux d'en apprendre plus sur l'éco-responsabilité.**



© Katia Sanchez

Le pop-up et la marketplace

Afin d'accompagner les marques qu'elle représente, l'agence a développé sa propre marketplace sur son site internet ainsi que des pop-up pour apporter de la visibilité.

Les produits sont certifiés biologiques, vegan et ou responsables. On peut enfin faire du shopping éco-responsable les yeux fermés. Pour avoir de plus amples informations sur les marques présentes, les clients pourront se rendre via un QRcode, sur le <u>Guide 1.618</u>, qui révèle les histoires et engagements des marques de la communauté.

À retrouver jusqu'au 31 décembre au 6ème étage du Printemps à Paris et sur le site du Printemps.