

Featherstone & Co



PARIS

PRESENTS

A FABULOUS BLEND OF ARTISTS

GREEN

T^s

**LIMITED EDITION
ORGANIC T-SHIRTS**

**WARNING: PROFITS WILL BE DONATED TO THE
"A ROOM TO READ" ORGANIZATION
FOR THE EDUCATION OF CHILDREN IN IMPOVRISHED AREAS.**

DOSSIER DE PRESSE
Edition 2010

FEATHERSTONE & CO: DEUX CREATRICES S'ENGAGENT!

LA COLLECTION DE T-SHIRTS GREEN T'S PAR FEATHERSTONE & CO

La marque française de prêt-à-porter éthique et écologique **FEATHERSTONE & CO** engage sa première collaboration avec une association caritative internationale et lance sa collection de T-shirts **GREEN T's par FEATHERSTONE & CO** !

Pour cette grande première, les deux fondatrices de **FEATHERSTONE & CO**, **Annabelle de Bernède** et **Catherine Valenza**, se sont associées à 4 artistes contemporains pour la création de des 4 T-shirts **GREEN T'S par FEATHERSTONE & CO**:

- **ANDRE** / www.monsieura.com
- **BETONY VERNON** / www.betonyvernon.com
- **DURAN DURAN** / www.duranduran.com
- **HARLAND MILLER** / www.whitecube.com

En coton organique, les 4 modèles seront édités à 100 exemplaires chacun (modèles Femme et Homme) et vendus en édition limitée et numérotée sur le site internet de la marque (www.featherstoneandco.com), ainsi que dans une boutique parisienne pour la **fin de l'année 2010**.

Tous les bénéfices des ventes seront reversés à l'association caritative d'aide à l'éducation des enfants "**ROOM TO READ**".

FEATHERSTONE & CO souhaite faire de ce projet une opération annuelle et lancera la première édition de **GREEN T'S**:

Le **mercredi 22 Septembre 2010** à partir de **18h**
Galerie Magda Danysz – 78, rue Amelot Paris XI

RSVP : bmcs presse - presse@bmcs.fr – t : 01 42 86 00 01



L'OPERATION GREENT T'S

Depuis sa naissance, **FEATHERSTONE & CO** communique et revendique son engagement éthique et environnemental à travers sa mode et notamment grâce à ses T-shirts à message. En coton organique, ils s'impriment et s'expriment d'un "*GREEN IS NOT A COLOUR, IT'S A WAY OF LIFE*" engagé.

C'est ce message qui définit le mieux la philosophie de **FEATHERSTONE & CO** et sur lequel la marque a naturellement décidé d'appuyer l'opération **GREEN T'S** et l'intervention des 4 artistes.

A travers **GREEN T'S**, les deux fondatrices de **FEATHERSTONE & CO** souhaitent aujourd'hui s'associer et agir aux côtés d'organisations caritatives internationales afin d'appuyer leur engagement écologique et éthique par des actions plus concrètes.

Pour sa première collaboration, **FEATHERSTONE & CO** met en œuvre son désir d'engagement auprès de l'organisation "**ROOM TO READ**", et lance la collection de T-shirts arty **GREEN T's par FEATHERSTONE & CO**.

Depuis 10 ans, l'organisation « **ROOM TO READ** » fondée par l'ex partenaire de Bill Gates chez Microsoft, John Wood, se concentre sur la question de l'éducation des enfants dans les régions défavorisées du monde en s'attelant à y construire des écoles et des bibliothèques et à fournir des livres et des bourses d'études.

FEATHERSTONE & CO a rencontré "**ROOM TO READ**" grâce au site www.touch2give.com qui s'engage pour une pratique éthique, écologique et responsable de l'industrie de la mode en regroupant des marques et des individus qui partagent cette même philosophie, et en les associant à des organisations caritatives afin de générer des interactions entre mode, éthique et écologie.





LA MARQUE FEATHERSTONE & CO

FEATHERSTONE & CO est une marque de prêt-à-porter française, féminine et avant tout porteuse de sens.

FEATHERSTONE & CO est née de la volonté des deux fondatrices, **Annabelle de Bernède** (stylisme et design) et **Catherine Valenza** (Gestion et logistique), d'allier créativité stylistique et envie de sens et d'éthique.

En effet, c'est en remarquant qu'elles ne trouvaient pas de quoi satisfaire à la fois leurs envies de style et d'éthique qu'**Annabelle de Bernède** et **Catherine Valenza** décident de lancer une marque qui associerait plaisir de s'habiller, silhouettes féminines et coupes sensuelles, à une conception écologique et éthique du vêtement.

Les créatrices créent ainsi **FEATHERSTONE & CO** et dirigent leur choix de création vers une ligne favorisant des pièces aux découpes simples mais précises, adaptées à la femme actuelle, alliance subtile de modernité et de sensualité, tout en utilisant des matières biologiques naturelles et des processus de fabrication éthique.

Elles s'appliquent à revoir, à étudier, à peaufiner leurs collections en travaillant minutieusement les coupes autour de matières délicates et raffinées : Tee-shirts, petites robes et ensembles en jersey de bambou, coton bio, cachemire ou soie.

Pour un meilleur contrôle sur les processus de fabrication, les matières et la durabilité des collections, **FEATHERSTONE & CO** agit à plusieurs niveaux :

- Les circuits courts sont privilégiés ;
- Exigence dans le choix des collaborateurs avec lesquelles la marque travaille, eux-mêmes engagés pour le respect de la dignité humaine ;
- Choix des matières premières organiques et de l'attention portée à leurs provenances écologiquement responsables ;
- Fabrication en France ;
- Le travail des teintures est fait dans le souci d'un impact environnemental minimum.

À terme, les fondatrices de **FEATHERSTONE & CO** souhaitent pouvoir mettre en place une infrastructure financière pour débloquer des fonds qui les impliqueront dans la création de réseaux influents sur l'impact environnemental.

www.featherstoneandco.com



LES FONDATRICES:

ANNABELLE DE BERNEDE et **CATHERINE VALENZA**, c'est l'art d'allier les basics à un certain savoir-faire, à la tradition, au luxe et à la philanthropie.

Leurs Parcours

Annabelle de Bernede et **Catherine Valenza**, sont parisiennes et se connaissent depuis de nombreuses années.

Elles ne sont ni l'une ni l'autre étrangères aux causes altruistes, humanitaires et éthiques dans lesquelles elles sont chacune impliquées depuis des années auprès d'associations caritatives.

C'est tout spontanément, et par effet de rebonds, que va naître leur désir d'agir et de s'impliquer par la création d'une entreprise éco responsable.

Elles sont convaincues par l'urgence nécessaire d'une amélioration des modes et des habitudes de consommation, plus raisonnables, respectueux de l'environnement et socialement justes.

« C'est collectivement que les efforts prendront du sens et pourront réduire au maximum l'empreinte écologique, et pourront influencer sur la qualité, le respect, l'équité qui incombe à tout individu qui travaille... »

Leurs trajets personnels

Après des études d'histoire de l'art pour Catherine, et de stylisme, à Esmod, pour Annabelle, les fondatrices ont été amenées l'une et l'autre, pour diverses raisons, à vivre à l'étranger pendant plusieurs années. Elles en ont acquis une ouverture d'esprit et ont pu en nourrir leurs inspirations.

De la même façon, elles ont pu tirer de leurs expériences en tant que reporters et de leur environnement social fortement lié au monde artistique une connaissance de soi, une affirmation de leurs désirs et de leurs objectifs personnels, mais aussi une source d'idée et de créativité.

Elles mûrissent ainsi leurs désirs de responsabilité et de limitation des impacts de l'industrie, de la consommation et de nos mondes contemporains sur l'homme et l'environnement. Elles passent donc à l'acte en créant leur entreprise **FEATHERSTONE & CO**, en octobre 2007. La première collection Printemps/Eté 2009 sera présentée en septembre 2008.

« *FEATHERSTONE & CO, c'est l'alliance sensuelle entre féminité et développement durable* »



World Change Starts with Educated Children®



ROOM TO READ :

PHILOSOPHIE

L'idée de **ROOM TO READ** est que, pour changer le monde, tout doit commencer par l'éducation des enfants.

Les fondateurs rêvent d'un monde où chaque enfant pourra suivre une éducation de qualité qui lui permettra d'être au maximum de son potentiel et ainsi de contribuer au mieux au bon fonctionnement de sa communauté et du monde.

ROOM TO READ cherche à transformer les vies de millions d'enfants des pays en développement par une action directe d'alphabétisation et d'éducation égalitaire. En travaillant avec les communautés locales, des organisations partenaires et les gouvernements sur place, **ROOM TO READ** développe l'alphabétisation des enfants, leurs habitudes de lecture dès l'école primaire, et encourage les jeunes filles à poursuivre leurs études dans le secondaire, afin d'acquérir toutes les qualifications nécessaires au succès dans le travail et au-delà.

HISTORIQUE

C'est après un trek au Népal où il a pu visiter plusieurs villages et écoles locales que John Wood décide de lancer **ROOM TO READ** dont il est désormais le président.

Dirigé par son envie d'apporter de l'aide aux enfants, John Wood démissionne de son poste de cadre supérieur chez Microsoft et monte une équipe internationale pour travailler avec les villages des pays défavorisés et leurs habitants, afin de proposer des solutions durables à leurs problèmes d'éducation.

En 2000, **ROOM TO READ** commence à travailler avec des communautés rurales du Népal et y construit des écoles et des bibliothèques.

L'organisation étend ensuite rapidement ses actions dans les pays où les problèmes d'éducation sont identifiés : Vietnam (2001) ; Cambodge (2002), Inde (2003).

Suite au tsunami de 2004, l'association s'engage également au Sri Lanka et au Laos.

Enfin, en 2006 **ROOM TO READ** pénètre le continent africain : Afrique du Sud, Zambie (2007).

Dernier pays en date, le Bangladesh en 2008.

www.roomtoread.org

ANDRÉ

presse **bmcs**

Né en Suède, Portugais d'origine et Parisien d'adoption, **André** est surtout citoyen du monde.

D'abord connu comme graffeur, il marque les murs des villes qu'il traverse avec son personnage emblématique Mr A, un joyeux luron qui fait sourire les façades, les boîtes aux lettres, les camions ou les coins les plus inaccessibles des villes.

Puis avec les "Love Graffitis" il déclame l'amour à travers des noms de personnes chères tagués sur d'immenses surfaces.

André devient plus tard l'homme incontournable de la nuit, d'abord à Paris avec le Baron et l'Hôtel Amour, puis à New York et Tokyo, et d'autres lieux éphémères.

André est aujourd'hui une marque à lui tout seul et il est plus que jamais citoyen de son joyeux monde.

Pour le projet "Green T's ", **André** nous donne un Mr A heureux de lire et d'ouvrir des livres...



DURAN DURAN

presse
bmcs

Fondé en 1980 à Birmingham par Nick Rhodes, John Taylor, Andy Taylor, Roger Taylor (sans relations) et Simon Le Bon, **Duran Duran** est le symbole à la fois de la pop triomphante, de la génération MTV et de l'outrance assumée.

Avec plus de 100 millions d'albums vendus, des dizaines de tubes sur une période de 30 ans, des tournées mondiales monstres, et après des séparations et reformations, le groupe continue sa carrière avec ses 4 membres originaux (sans le guitariste Andy Taylor qui est parti en 2009).

Duran Duran est l'illustration de cette génération qui, de la banlieue anglaise et du Thatcherisme, est passée à la Jet Set et à la gloire en très peu de temps.

Après un album produit par Timbaland et Justin Timberlake, le groupe termine son nouveau 13ème album avec Mark Ronson.

Pour le projet "Green T's", Duran Duran nous offre sa version "verte" de l'Union Jack avec toutes les déclinaisons possibles du mot « green » en anglais. C'est le fruit de longs voyages entre 2 villes durant une tournée... le "Green Union"!



HARLAND MILLER

presse
bmcs

Harland Miller est à la fois un artiste peintre et un écrivain, combinant les 2 activités avec succès.

Après avoir vécu à Berlin, Paris et New York, **Harland Miller** publie son premier roman "Slow Down Arthur, Stick To Thirty« (2000), l'histoire d'un gamin qui sillonne le nord de l'Angleterre en compagnie d'un imitateur de David Bowie.

En 2001 il commence une série de tableaux basés sur les couvertures vintage des fameux livres de poches Penguin Books.

En recyclant les motifs inhérents aux Penguins Books, **Harland Miller** met au point un système qui combine à la fois le PopArt, l'abstraction et la figuration, tout en jouant avec son amour du texte.

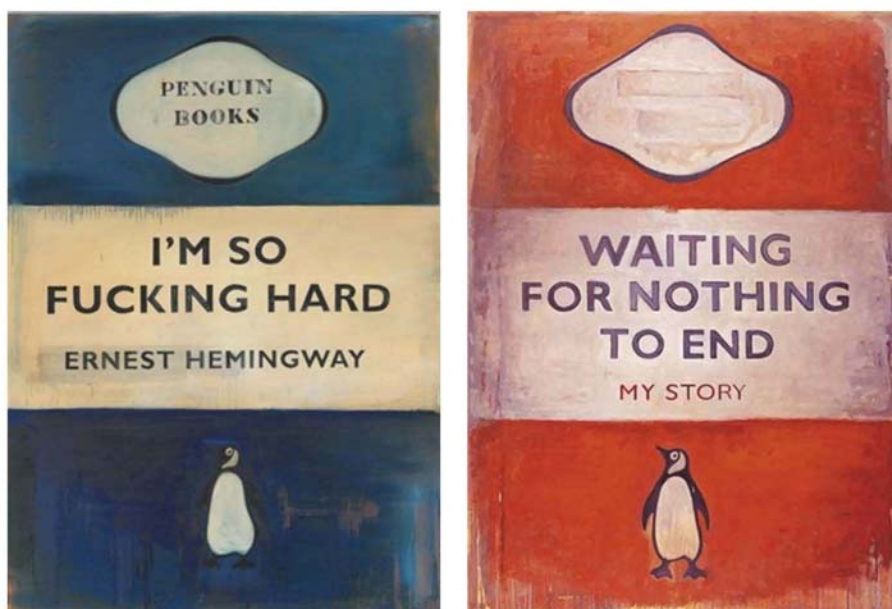
Les images produites sont humoristiques, sardoniques et nostalgiques. **Harland Miller** y insère ses phrases parfois drôles ou mélancoliques.

Ayant décidé de terminer sa série des Penguin Books, **Harland Miller** continue son aventure picturale en explorant de nouveaux territoires et en organisant des expositions comme celle dédiée à Edgar Allan Poe qui regroupait les plus grands noms de l'art international.

Harland Miller est né dans le Yorkshire en 1964 et a exposé à la Royal Academy, au Baltic Museum et au ICA en Angleterre, à la Kunsthalle de Mannheim (Allemagne), ainsi qu'aux USA et en France.

Harland Miller est représenté par White Cube, Londres

Pour le projet "Green T's" Harland Miller a utilisé son tableau "Don't Let The Bastards Cheer You Up« (Ne laisse pas les salauds te reconforter).



Featherstone & Co



PARIS

PRESSE



Igor Robinet-Slansky

T: +33 (0)1 42 86 00 01

E: igor@bmcs.fr

AGENT COMMERCIAL



Vanessa Lemonnier

T: +33 (0)1 42 86 00 01

E: vanessa@bmcs.fr