



Mercedes-Benz

Communiqué de presse

9 novembre 2021

The Power of Two: Mercedes-Benz et Proenza Schouler s'associent pour créer une collection capsule.



Visuel de campagne de la collection avec l'actrice Laura Dern et son fils Ellery Harper, mannequin et musicien.

Stuttgart/New York. La collaboration entre Mercedes-Benz et la marque de mode new-yorkaise Proenza Schouler offre une nouvelle expérience en matière de mode de luxe et de design responsable. S'inspirant du voyage et des grands horizons, cette capsule en édition limitée composée de sept pièces unisexes a été imaginée pour les besoins d'un voyageur de luxe. La collection sera lancée le 9 novembre et sera disponible mondialement et en exclusivité sur le site www.proenzaschouler.com, chez Saks Fifth Avenue à New York et, chez Selfridges à Londres. La collection sera présentée sous forme d'exposition au [Studio Odeonsplatz](#), l'espace de la marque Mercedes-Benz dans le centre-ville de Munich, où des pièces pourront être achetées jusqu'à la fin du mois de novembre.

Chaque pièce de la collection est une étude dédiée à la couleur et au savoir-faire, reflétant la passion des deux marques pour les matériaux exquis et le design exceptionnel. Le logo emblématique de Mercedes-Benz, réinterprétée par Proenza Schouler dans un imprimé abstrait de différents coloris dont écru, marigold et bleu ciel, orne les couvertures en cachemire recyclé, accompagnées de leur harnais au tannage naturel. Conçu

Mercedes-Benz AG, 70546 Stuttgart, Allemagne
Téléphone +49 711 17 - 0, Fax +49 711 17 - 22244, dialog.mb@daimler.com, www.mercedes-benz.com
Domicile et juridiction : Stuttgart ; registre du commerce n° 762873
Président du conseil de surveillance : Bernd Pischetsrieder
Directoire : Ola Källenius (Président), Jörg Burzer, Renata Jungo Brüngger, Sabine Kohleisen, Markus Schäfer, Britta Seeger, Harald Wilhelm

Les chiffres sont fournis conformément à la réglementation allemande « PKW-EnVKV » qui ne s'applique qu'au marché allemand. Des informations supplémentaires sur les chiffres de la consommation officielle de carburant et des émissions officielles spécifiques de CO₂ des nouvelles voitures particulières sont disponibles dans le guide de l'U.E. « Informations sur les consommations de carburant, les émissions de CO₂ et la consommation énergétique des nouvelles voitures », mis gratuitement à la disposition de toutes les succursales de vente par DAT Deutsche Automobil Treuhand GmbH et sur le site www.dat.de.

 et Mercedes-Benz sont des marques déposées de Daimler AG, Stuttgart, Allemagne.

comme la touche finale d'une silhouette, le trench-coat en coton écologique vert olive offre une nouvelle interprétation d'un incontournable du voyage dont la doublure est ornée d'étoiles, rappelant le logo, à motif jacquard. Le col roulé en maille est fabriqué à partir d'un cachemire recyclé luxueux, et le t-shirt Tie & Dye en coton écologique - incontournable de Proenza Schouler - est produit à l'aide de méthodes de teinture organiques et écologiques. La ligne d'accessoires se compose d'un sac week-end surdimensionné à l'imprimé graphique, fabriqué en laine recyclée. Des porte-clés fabriqués à partir de cuir recyclé et portant le logo Mercedes-Benz complètent la collection.

« Les innovations révolutionnaires, le design qui façonnent les marques et la durabilité comme principes directeurs dans tous les domaines stratégiques, sont au cœur de notre façon de penser et d'agir. Aujourd'hui, nous présentons la première collection capsule de mode Mercedes-Benz en collaboration avec les designers de Proenza Schouler, Lazaro Hernandez et Jack McCollough. Avec « The Power of Two », deux marques qui partageant les mêmes valeurs s'unissent pour offrir un design et un artisanat de luxe responsables. Cette collaboration vise à emmener les clients et les fans dans un road trip durable qui reflète un design intemporel, où la mode devient un messenger contemporain de changement culturel valorisant le style de vie individuel », déclare Bettina Fetzer, vice-présidente de Communication & Marketing de Mercedes-Benz AG.

« Mercedes-Benz a toujours été une marque que nous respectons profondément et qui est ancrée pour le public et dans notre imaginaire depuis des décennies. Cette marque est synonyme d'artisanat sophistiqué et de luxe ambitieux et culturellement pertinent qui nous a toujours séduits. Récemment, l'engagement de la marque en faveur du tout électrique et de la mobilité sans émission, à travers l'introduction des modèles EQ, nous a particulièrement séduits en cette première partie de décennie. Nous voulions créer une collection inspirée par le voyage et les grands horizons, et nous en avons profité pour essayer de nouvelles méthodes de production écologiquement responsables. L'expérience nous a ouvert les yeux sur tout ce qui peut être fait en matière de conception durable, et nous sommes reconnaissants à Mercedes-Benz pour son partenariat tout au long de ce processus », déclarent Jack McCollough et Lazaro Hernandez, designers de Proenza Schouler.

The Power of Two, avec Laura Dern et Ellery Harper

La campagne intitulée « The Power of Two » met en scène Laura Dern et Ellery Harper. Le voyage visionnaire d'une mère et de son fils à bord de l'EQS entièrement électrique le long d'une côte, constituait le décor idéal pour les images de la collection de Mercedes-Benz et Proenza Schouler. L'actrice à succès Laura Dern et son fils, le mannequin et musicien Ellery Harper, tous deux passionnés de durabilité et de design responsable, incarnent l'esprit de voyage de la collection et les liens familiaux transgénérationnels. Avec Joe McKenna au stylisme et Harley Weir à la photographie, la campagne traduit le sens de la découverte et de l'exploration qui a inspiré la perspective du design.

Mercedes-Benz et la mode internationale

Depuis 1995, Mercedes-Benz s'est imposée dans le monde entier comme un acteur majeur du secteur de la mode, établissant des relations authentiques au sein de la communauté de la mode grâce à son engagement dans des initiatives en faveur des créateurs émergents, des collaborations innovantes, des partenariats pour la semaine de la mode et des événements en direct. La marque est actuellement présente dans de nombreux hauts lieux de la mode à l'échelle mondiale, parmi lesquels les Mercedes-Benz Fashion Weeks qui ont lieu en Russie, au Mexique, à Madrid, à Tbilissi et à Berlin, mais aussi le prestigieux Festival international de la mode, de la photographie et des accessoires de mode à Hyères.

Un avenir dans la mode sous le signe de la responsabilité

S'impliquant dans l'avenir durable du design de luxe, Mercedes-Benz travaille proactivement à assurer la pérennité de la croissance responsable de ses partenariats de mode, en mettant en avant les meilleures pratiques et en s'alignant sur des créatifs qui reflètent et défendent des valeurs telles que le design exceptionnel et intuitif, la créativité et l'innovation. Mercedes-Benz est ravie de développer son partenariat de longue date avec le Festival d'Hyères pour 2021 avec l'inauguration du Prix Mercedes-Benz de la durabilité, une

évolution du soutien de Mercedes-Benz aux finalistes du festival de la mode qui formera la prochaine génération de talents aux meilleures pratiques durables. A travers son programme « Mercedes-Benz Fashion Talents » et des collaborations créatives, la marque de luxe a soutenu près de 170 designers sur plus de 30 plateformes dans le monde entier, notamment à Milan, Londres, New York, Pékin, Sydney, Prague, Istanbul, Berlin et Accra.

A propos de Proenza Schouler

Proenza Schouler est une marque de vêtements et d'accessoires pour femmes basée à New York et fondée en 2002 par les designers Jack McCollough et Lazaro Hernandez. Le duo s'est rencontré alors qu'ils étudiaient à la Parsons School of Design : ils ont collaboré sur leur thèse de fin d'études, qui est devenue leur première collection sous le nom de Proenza Schouler. La collection, dont le nom est inspiré des noms de jeune fille des mères des designers, a été achetée dans son intégralité par Barneys New York. Connue pour s'inspirer de l'art contemporain et de la culture des jeunes et, pour combiner des techniques de confection traditionnelles avec des tissus développés sur mesure, Proenza Schouler a joué un rôle important dans la redynamisation de la mode américaine. Proenza Schouler a remporté le premier prix CFDA Vogue Fashion Fund et a remporté cinq CFDA Awards, dont celui du créateur d'accessoires de l'année et celui du créateur de vêtements pour femmes de l'année. La marque possède une boutique phare située au 121 Greene Street à New York, ainsi qu'une boutique éphémère à East Hampton, NY, et est vendue dans plus de 350 points de vente dans le monde.

Contact :

Sezin Durmus, téléphone: +49 (0) 176 309 326 61, sezin.durmus@daimler.com

Silvia Schlotz, téléphone : +49 (0) 160 86152 06, silvia.schlotz@daimler.com

Vous trouverez de plus amples informations sur **Mercedes-Benz** à l'adresse www.mercedes-benz.com. Les communiqués de presse et les services numériques destinés aux journalistes sont disponibles sur notre **plateforme en ligne Mercedes me media** à l'adresse media.mercedes-benz.com et sur notre **site Daimler Global Media** à l'adresse media.daimler.com. Vous pouvez également vous informer sur les sujets et événements actuels de Mercedes-Benz Cars & Vans sur notre **canal Twitter @MB_Press** à l'adresse www.twitter.com/MB_Press.

Mercedes-Benz en un coup d'œil
Mercedes-Benz AG est responsable de l'activité mondiale de Mercedes-Benz Cars et de Mercedes-Benz Vans, comptant plus de 170 000 employés dans le monde. Ola Källenius est président du Directoire de Mercedes-Benz AG. L'entreprise se focalise sur le développement, la production et la vente de voitures particulières, véhicules utilitaires légers, véhicules de loisirs et de services en lien avec les véhicules. Par ailleurs, l'entreprise aspire à être le leader dans les domaines de l'électromobilité et des logiciels automobiles. Le portefeuille de produits comprend la marque Mercedes-Benz avec Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach, Mercedes-EQ, la Classe G et la marque smart. La marque Mercedes me offre l'accès aux services numériques de Mercedes-Benz. Mercedes-Benz AG est l'un des premiers constructeurs mondiaux de voitures particulières de luxe. En 2020, il a vendu près de 2,1 millions de voitures particulières et près de 375 000 utilitaires légers. Dans ses deux segments d'activité, Mercedes-Benz AG n'a cessé d'étendre son réseau de production dans le monde, comptant près de 35 sites de production sur quatre continents, tout en se préparant à satisfaire les exigences de la mobilité électrique. En parallèle, l'entreprise met en place et étend son réseau de production de batteries mondiale sur trois continents. Le développement durable étant le leitmotiv de la stratégie de Mercedes-Benz et de l'entreprise elle-même, cela signifie créer de la valeur durable pour toutes les parties prenantes : pour les clients, les employés, les investisseurs, les partenaires commerciaux et la société dans son ensemble. Nous nous appuyons pour ce faire sur la stratégie commerciale durable de Daimler, à travers laquelle la société assume la responsabilité des effets économiques, écologiques et sociaux de ses activités commerciales et prend en considération l'ensemble de la chaîne de valeur.