

MONCLER

MONCLER RE/ICONS: CHER, JENNIE E GRACE JONES RIDEFINISCONO IL SIGNIFICATO DI ESSERE PIONEERS

Milano, 15 ottobre 2026 – Fin dalle sue origini, Moncler è al fianco di chi ha il coraggio di raggiungere le vette più alte, equipaggiando i pionieri più intrepidi: coloro che esplorano per primi, aprendo la strada a chi verrà dopo.

Questo spirito rivive nella nuova collezione Moncler Re/Icons, che rivisita alcuni dei modelli più iconici degli archivi del brand, reinterprestandoli per il presente. Protagoniste della campagna sono tre icone contemporanee, tre pioniere, ciascuna con un percorso straordinario: Cher, JENNIE e Grace Jones. Nel corso delle loro carriere hanno saputo superare i propri limiti, sfidando le convenzioni e ridefinendo i propri orizzonti, creando nuove prospettive destinate a influenzare le generazioni future.

Ispirata alle fotografie d'archivio di Lionel Terray, pioniere dell'alpinismo e tra i primi collaboratori di Moncler, la campagna ritrae le tre protagoniste attraverso immagini dal forte impatto visivo, in cui indossano reinterpretazioni di capispalla e accessori iconici del brand.

CHER. OLTRE GENERI E GENERAZIONI.

«Avere uno spirito pionieristico significa andare avanti con determinazione. I pionieri erano persone forti. Significa continuare, non arrendersi e saper essere grati».

Cher ha superato ogni aspettativa, raggiungendo le vette del successo e mantenendosi ai massimi livelli nel corso della sua carriera. Libera da ogni definizione imposta dagli altri, ha attraversato decenni di continua reinvenzione e cambiamento, lasciando un segno distintivo nella musica, nel cinema e nella moda, affermandosi come una delle figure più influenti della cultura pop. In equilibrio tra passato e futuro, tra heritage e modernità, incarna uno spirito di innovazione autentica che continua ad evolversi.

Vincitrice di Emmy, Grammy, Golden Globe e Oscar, lo spirito pionieristico di Cher attraversa le generazioni, unendo persone di età diverse nel segno di una visione condivisa, libera e autentica, dell'espressione di sé.

Cher indossa la giacca Himalaya della collezione Moncler Re/Icons in bianco e la giacca Verone in nero, completate da un'audace sciarpa gialla che richiama l'iconico abito-sciarpa di Bob Mackie indossato da Cher nel The Cher Show.

MONCLER

Nel corto su Re/Icons, Cher gioca con la sciarpa evocando il celebre gesto di apertura dello show, dando il via al movimento dei ballerini intorno a lei, in un crescendo di energia.

JENNIE. UN MONDO SENZA CONFINI.

«Il mio sogno più straordinario è continuare a scoprire nuove versioni di me stessa che ancora non conosco. Continuare a creare liberamente, a vivere nuove esperienze e non smettere mai di sognare più in grande».

Affermatasi nel panorama del K-pop, JENNIE è oggi una figura di riferimento internazionale, capace di rappresentare lo spirito di una nuova generazione. La sua presenza sulla scena contemporanea attraversa con naturalezza musica, moda e cultura digitale, contribuendo a ridefinire lo stile e le forme di espressione individuale. Punto di riferimento di una generazione che trova nella sua libertà espressiva uno stimolo ad affermare la propria identità, JENNIE disegna un orizzonte in cui arte, creatività e individualità si incontrano e si evolvono continuamente.

JENNIE indossa la giacca Karakorum della collezione Moncler Re/Icons in nero e il gilet Tibb color caramello, circondata da volti provenienti da ogni parte del mondo. In contrasto con questa folla vasta e in continuo movimento, emerge la sua presenza unica e distintiva, riflettendo la portata globale straordinaria della sua influenza come pioniera della cultura contemporanea.

GRACE JONES. L'IDENTITÀ COME ESPRESSIONE.

«Lo spirito pionieristico nasce dalla sfida. Mi piacciono quelle sfide che mi fanno sentire di aver realizzato qualcosa che sembrava impossibile».

Esiste una sola Grace Jones. Icona e anticonformista, ha trasformato la propria immagine in un manifesto d'avanguardia, sovvertendo le convenzioni della musica, della moda, dell'identità e del genere, e dando vita a un linguaggio espressivo radicalmente nuovo. Sempre coerente con la propria visione, ha fatto del proprio stile una forma di affermazione, trasformando l'energia creativa in uno strumento di espressione personale e ridefinendo il concetto stesso di icona. Audace, straordinaria e inconfondibile, ha aperto la strada a chi sceglie di distinguersi anziché conformarsi.

Grace Jones indossa la giacca Karakorum della collezione Moncler Re/Icons in una profonda tonalità di viola, richiamo diretto al suo iconico sodalizio artistico con il regista Jean-Paul Goude. Circondata da figure che ne riprendono i tratti e il trucco scenografico che la contraddistingue, diventa il riflesso potente di un'immagine che continua a lasciare il segno, in un gioco visivo che sfuma i confini tra originale e icona, passato e presente.

MONCLER

Fotografata e diretta da Gabriel Moses, la campagna mette in risalto ciascuna protagonista, collocandola al centro di una folla in una potente affermazione di individualità. Attingendo alle loro storie, al segno lasciato nel tempo e alla loro presenza inconfondibile, Moses dà vita a un racconto visivo dal carattere cinematografico, che celebra forza, grazia e originalità. Attraverso tre universi distinti, Cher, JENNIE e Grace Jones non hanno mai seguito il percorso già tracciato da altri, ma hanno creato il proprio.

La collezione Moncler Re/Icons è disponibile da oggi in una selezione di boutique Moncler e su [moncler.com](https://www.moncler.com).

Moncler nasce nel 1952 sulle Alpi francesi di Monastier de Clermont. Nel corso degli anni il marchio si è evoluto in un dialogo continuo tra creatività e contemporaneità alla costante ricerca di un punto di vista unico senza mai perdere il legame con le proprie radici montane.

Forte di un'autentica identità outdoor, che rimane ancora oggi una costante fonte di ispirazione, Moncler è guidato da uno spirito di innovazione e da un'energia che trova espressione in tre dimensioni di brand: Moncler Collection, che incarna l'essenza di uno stile metropolitano sofisticato; Moncler Grenoble, la dimensione dedicata alla montagna e alla vita all'aria aperta che unisce stile e performance; e Moncler Genius, una piattaforma di co-creazione per menti creative e visionarie che sfida le convenzioni per andare oltre ciò che è ordinario.

Con sede a Milano, Moncler produce le proprie collezioni sia direttamente sia attraverso una rete selezionata di partner, e le commercializza attraverso negozi fisici e digitali gestiti direttamente così come attraverso selezionati negozi multimarca e department store nel mondo.