

MONCLER

UN VIAGGIO NEGLI ARCHIVI DEL BRAND SVELA UNA NUOVA STAGIONE DI MONCLER RE/ICONS

Quattro iconici capi d'archivio – Karakorum, Verone, Himalaya e Tibb –
vengono reinterpretati per il presente, affiancati per la prima volta
da una selezione curata di total look ready-to-wear.

Milano, 5 ottobre 2026 – Moncler Re/Icons celebra i capi d'archivio che hanno definito l'identità di Moncler. La collezione 2026 nasce dall'incontro tra due elementi distintivi del brand: l'iconicità senza tempo radicata nella sua storia e lo spirito d'avventura delle spedizioni alpine, in un dialogo tra eredità del passato e innovazione che guarda al futuro.

Moncler Re/Icons 2026 rivisita quattro capi simbolo della storia del brand, dalle prime spedizioni degli anni Cinquanta fino ai cult degli anni Ottanta, rileggendoli attraverso una sensibilità contemporanea. Le immagini d'archivio, tra cui gli scatti del leggendario alpinista e uno dei primi collaboratori del brand Lionel Terray, raccontano la cultura alpina del brand e il suo impegno nel fornire equipaggiamento per le spedizioni e, insieme a un film che celebra le prime innovazioni di Moncler, dai sacchi a pelo imbottiti all'equipaggiamento da montagna di livello internazionale, fanno da sfondo al concept narrativo che attraversa la stagione invernale: "Pioneers in Moncler with Extraordinary Dreams".

L'ultima esplorazione dell'eredità creativa di Moncler porta i capi Karakorum, Verone, Himalaya e Tibb nel presente, senza mai perdere il legame con le loro origini: la montagna. È una storia di ricerca, ascesa e sogni straordinari, in cui lo spirito pionieristico di ieri continua a vivere in chi oggi scrive la propria storia. La collezione sarà presentata in anteprima durante la Paris Fashion Week, il 5 e 6 ottobre, presso Il Rifugio, uno spazio privato, recentemente rinnovato, all'interno del negozio Moncler sugli Champs-Élysées.

Le giacche della collezione sono caratterizzate da una sofisticata tecnica cromatica tono su tono, che conferisce un effetto ricercato attraverso l'accostamento di tonalità diverse della stessa famiglia cromatica. All'interno dei capi, l'iconica fotografia del K2 scattata da Vittorio Sella nel giugno del 1909 diventa un'etichetta, simbolo del legame indissolubile tra Moncler e la montagna. L'iconografia rivisitata e i loghi metallici applicati alle tasche si ispirano alle spille vintage dei souvenir alpini.

MONCLER

Per la prima volta, Moncler Re/Icons amplia la propria proposta oltre l'outerwear, con una collezione di full look che comprende windbreaker, T-shirt, pantaloni e gonne. Completano la proposta beanie e balaclava avvolgenti, foulard in silk-twill e occhiali da sole in titanio e pelle ispirati ai modelli vintage da alpinismo.

QUATTRO DESIGN ICONICI

Karakorum. Nato nel 1954. Re/Iconized nel 2026.

Nel 1954 Moncler realizzò la giacca Karakorum per equipaggiare Achille Compagnoni e Lino Lacedelli nella spedizione italiana che portò alla conquista della vetta del K2, la seconda montagna più alta del mondo. Nacque così un'icona destinata a segnare la storia, custodita da allora negli archivi del brand.

Il parka da spedizione per eccellenza, originariamente realizzato in cotone grezzo imbottito di piuma, viene reinterpretato in micro ripstop lucido da 10 denari, con una silhouette avvolgente ma leggera. Tra i dettagli distintivi, una chiusura frontale con doppio bottone a pressione, cappuccio rimovibile, coulisse con laccio, spallacci interni che permettono di portarlo come uno zaino e un'ampia tasca sul petto con il logo Re/Icons ridisegnato. È disponibile in nero, rosso e blu petrolio per l'uomo, e in nero e viola per la donna.

Il Verone. Nato negli anni Ottanta. Re/Iconized nel 2026.

Lanciata negli anni Ottanta, la giacca Verone è diventata un capo emblematico dei Paninari milanesi, il movimento giovanile nato tra i caffè e gli ambienti della moda della città. Con il loro stile riconoscibile e aspirazionale, i Paninari trasformarono il piumino in un elemento iconico del proprio guardaroba metropolitano, portando lo spirito della montagna nel cuore delle strade di Milano.

Ripensato in veste attuale/in chiave contemporanea, questo modello dal fit rilassato è realizzato in micro cotone opaco e leggero. Presenta un cappuccio estraibile e una chiusura con zip protetta da una patta antivento con bottoni. La palette, fresca e contemporanea, propone rosa pastello, lilla e nero per la donna, navy, grigio e nero per l'uomo.

L'Himalaya. Nato nel 2009. Re/Iconized nel 2026.

Dal suo debutto nel 2009, il piumino corto Himalaya si è affermato come uno dei capi più iconici e longevi del brand, fino a trasformarsi nel signature Moncler Maya. Il suo design si ispira all'equipaggiamento delle spedizioni degli anni Cinquanta, quando il brand vestì l'esploratore francese Lionel Terray per la storica prima scalata del Makalu, nell'Himalaya.

MONCLER

Re/Iconized nel 2026, l'Himalaya è realizzato in un morbido blend opaco di cotone e nylon, con fit rilassato, mantendendo e perfezionando i suoi elementi originari, come il cappuccio con coulisse e la tasca sulla manica con l'iconico logo patch. È proposto in bianco panna, marrone, navy e nero per l'uomo, con l'aggiunta del rosa pastello per la donna.

Il Tibb. Nato negli anni Ottanta. Re/Iconized nel 2026.

Il gilet Tibb originale degli anni Ottanta è diventato un'icona immediatamente riconoscibile di Moncler. Reinterpretato per il presente ma fedele ai suoi codici distintivi, questo gilet oversized è realizzato in Longue Saison opaco riciclato reversibile o nell'alternativa in gabardine di lana. Capo classico senza tempo, presenta la caratteristica trapuntatura boudin, una chiusura con doppia zip e tirazip rotonda, oltre a un logo metallico sul petto. È disponibile in nero, grigio, bianco e caramello per l'uomo, e in bianco, rosa pallido, caramello e nero per la donna.

THE ALPINE DIARY

Passato e presente si incontrano in The Alpine Diary, un libro speciale pensato come un diario personale di montagna. Momenti, impressioni, immagini e pensieri raccontano un viaggio attraverso l'eredità pionieristica del brand, unendo l'esplorazione all'esperienza emotiva della montagna. Scritto dal punto di vista di un immaginario esploratore degli anni Cinquanta, il libro combina pagine di diario manoscritte e immagini d'archivio in bianco e nero delle storiche spedizioni che hanno contribuito a definire il ruolo pionieristico di Moncler nell'abbigliamento tecnico per la montagna. Le immagini d'archivio si alternano alle fotografie a colori, dinamiche e contemporanee, della collezione Moncler RE/ICONS 2026. Intimo ed evocativo, The Alpine Diary diventa un archivio visivo dell'esplorazione: una testimonianza delle origini di Moncler e una riflessione sui sogni straordinari che continuano a guidarne il percorso.

Scarica qui l'Alpine Diary: <https://www.moncler.com/wlink/page/alpine-diary>

MONCLER PORTA LE SUE ORIGINI ALPINE NEL MONDO DEL CINEMA

Gli alpinisti che hanno contribuito a definire le origini di Moncler entrano nel mondo del cinema con *Bianco*, la prima collaborazione del brand per la realizzazione di un lungometraggio, diretto da Daniele Vicari e interpretato da Alessandro Borghi nel ruolo del leggendario alpinista Walter Bonatti. In linea con il tema della stagione Fall/Winter di Moncler, "Pioneers in Moncler with Extraordinary Dreams", il film attinge all'archivio del brand per riprodurre l'iconica giacca Karakorum, originariamente creata per la pionieristica spedizione sul K2 del 1954. Indossata dal cast di esploratori del film *Bianco*, la storica giacca porta sul grande schermo un elemento dell'archivio Moncler, mettendo in relazione la storia del brand con quella di una delle spedizioni più celebri e toccanti della storia dell'alpinismo.

MONCLER

Prodotto da Be Water Film con Rai Cinema, The Project Film Club e Tarantula, BIANCO sarà distribuito nelle sale cinematografiche italiane nel 2027 da 01 Distribution, mentre Rai Cinema International Distribution ne curerà le vendite internazionali.

La collezione Moncler Re/Icons sarà disponibile in pre-lancio esclusivo l'8 ottobre presso il negozio di Parigi sugli Champs-Élysées, seguita da un pop-up dedicato all'Isetan department store di Tokyo e in pre-lancio nel negozio di Moncler Fifth Avenue il 14 ottobre. Il lancio globale seguirà il 15 ottobre in una selezione di boutique Moncler e su 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.