

MONCLER

MONCLER E NEW YORK: UN LEGAME CHE ATTRAVERSA I DECENNI TROVA NUOVA ESPRESSIONE NEL PIÙ GRANDE FLAGSHIP STORE MONCLER AL MONDO

Dopo aver celebrato i momenti più iconici della sua storia a New York con la retrospettiva “New York in Moncler”, il brand apre le porte della sua nuova boutique simbolo sulla Fifth Avenue che si sviluppa su due livelli

New York, 10 settembre 2026 – Moncler inaugura sulla Fifth Avenue il suo flagship store più grande al mondo, a testimonianza di un legame profondo e duraturo con New York.

“Moncler Fifth Avenue è un brand statement in una delle vie più iconiche al mondo. Lo abbiamo pensato come uno spazio vivo, ispirato alla cultura e allo spirito di New York, e al tempo stesso fedele al DNA di Moncler.

Un luogo dove incontrare l’energia di New York, delle sue community e delle persone che rendono questa città unica. È questo il significato di questo progetto. Il negozio di Fifth Avenue non è solo il nostro flagship più grande al mondo, la nostra ambizione è quella di diventare parte della vita di questa città, una “destination” per chi vive a New York, per chi viaggia per chi viene qui in cerca di ispirazione.”

Remo Ruffini, Executive Chairman of Moncler S.p.A

Più che un semplice negozio, Moncler Fifth Avenue rappresenta la massima espressione del dialogo continuo tra il brand e la città. Concepito come luogo di incontro, scoperta e scambio culturale, il flagship store dà vita all’universo Moncler attraverso un calendario mensile di format esperienziali, insieme a collezioni, servizi e iniziative esclusive pensate per Fifth Avenue. Con una superficie di 2.200 metri quadrati distribuita su due livelli, il più grande flagship store al mondo del brand offre un’esperienza immersiva nell’universo Moncler, dove il DNA del brand incontra il dinamismo della metropoli.

Situato nell’iconico General Motors Building, al 767 di Fifth Avenue e a pochi passi da Central Park, il negozio unisce l’heritage outdoor di Moncler all’energia di New York. Attraverso volumi imponenti, un’architettura scultorea e un attento equilibrio delle proporzioni, lo spazio reinterpreta il patrimonio del brand in un linguaggio contemporaneo, profondamente radicato nell’identità della città.

Il piano terra presenta le ultime proposte delle linee Uomo, Donna e Enfant di Moncler Collection, insieme alle creazioni realizzate in collaborazione con i designer della piattaforma Moncler Genius e alle ultime novità footwear.

MONCLER

Il secondo piano è dedicato a Moncler Grenoble, la dimensione del brand pensata per la montagna e le attività outdoor, dove high performance e high style si incontrano. Radicata nell'heritage alpino e nello spirito pionieristico del brand, Moncler Grenoble propone il guardaroba ideale per vivere la montagna durante tutto l'anno: dall'abbigliamento alle maschere da sci high-performance passando per i capi sofisticati perfetti per l'après-ski, fino a look che giocano con layer leggeri, progettati per l'escursionismo e il trekking. Lo spazio ospita inoltre una selezione curata di brand partner, tra cui le interpretazioni Moncler Grenoble degli sci Stöckli, i caschi POC, gli snowboard WHITESPACE x Moncler Grenoble realizzati in collaborazione con il brand ambassador e campione di snowboard Shaun White.

Il flagship store rappresenta il culmine di oltre vent'anni di collaborazione con lo studio di design francese Gilles & Boissier. Concepito come un manifesto architettonico del DNA di Moncler, l'ambiente, che riprende l'atmosfera di una galleria d'arte, invita a scoprire oltre settant'anni di innovazione, know-how e cultura outdoor. Fin dall'ingresso, soffitti altissimi che superano gli otto metri di altezza creano un suggestivo senso di verticalità – un omaggio al DNA alpino di Moncler e agli iconici grattacieli della città. Colonne monumentali scandiscono lo spazio, mentre una “curiosity cabin” ospita le diverse installazioni temporanee.

Ogni elemento, materiale e proporzione è pensato per esprimere l'identità poliedrica di Moncler, dove passato e futuro si incontrano. La facciata in vetro, rivestita in granito di Saint Williams e impreziosita da strisce LED, crea un effetto visivo che richiama l'intensità luminosa della vicina Times Square, mentre la pietra introduce una presenza materica e naturale, ripresa all'interno nelle colonne, negli archi e nelle pareti, accentuando il contrasto.

Il caratteristico pavimento a scacchiera alterna texture lucide e strutturate, coniugando eleganza e contemporaneità. Imponenti elementi espositivi in vetro si ergono come monumentali cascate di ghiaccio, mentre opere d'arte accuratamente selezionate, installazioni multimediali e elementi decorativi realizzati su commissione si susseguono in un percorso espositivo dall'atmosfera museale. A dominare l'ambiente, un'imponente opera scultorea in pietra di Ugo Rondinone connette i due piani, sottolineando la dimensione e l'altezza dello spazio, mentre le opere di Jean-Guillaume Mathiaut, Paul Bik e Arno Declercq abbracciano diversi movimenti artistici, continenti e generazioni, arricchendo la narrazione culturale del negozio.

MONCLER

LOVEFROM, MONCLER: Un abbinamento perfetto

I clienti dello store di Fifth Avenue avranno accesso in anteprima esclusiva alla seconda collezione LoveFrom, Moncler. Nata dalla collaborazione con il team LoveFrom del designer Jony Ive, la nuova collezione interpreta la filosofia di design di Ive attraverso quattro capispalla modulari.

Moncore, una giacca imbottita in piuma, è l'elemento principale della collezione. Tre altre tipologie di giacche, una field jacket, un parka e un poncho, si sovrappongono alla Moncore e si agganciano con estrema semplicità grazie all'innovativo Duo Button magnetico, che si chiude con un caratteristico click. Ogni pezzo è completato dall'iconico patch LoveFrom con l'orso Montgomery.

La collezione è realizzata in delicate tonalità neutre ispirate ai classici capi impermeabili. Ogni capo è realizzato in nylon riciclato con fibre tinte in filo sottoposte a un trattamento taslan, che conferisce al tessuto un aspetto morbido e opaco. Il materiale viene tessuto su telai di dimensioni eccezionalmente ampie, consentendo di ricavare ogni capo da un unico pannello continuo di tessuto.

In esclusiva per Moncler Fifth Avenue è disponibile una selezione di sei patch in edizione limitata ispirati alla città di New York, che raffigurano un taxi giallo, una mela, una chitarra, una batteria, l'impronta della zampa di un orso e un disco in vinile. Fino al 1° ottobre, i clienti possono personalizzare il proprio capo scegliendo fino a quattro patch, per creare una combinazione unica e personale.

A completare l'esperienza, un packaging dedicato, ispirato all'universo LoveFrom, Moncler, che include una scatola Montgomery Bear e una selezione di bozzetti che illustrano le possibili combinazioni tra le diverse giacche. Ispirato al flagship store di Fifth Avenue, il packaging comprende anche un set esclusivo di nove cartoline dedicate a New York, accompagnate da una collezione di adesivi che raffigurano le iconiche mascotte dei due brand, Monduck e Montgomery.

La collezione LoveFrom, Moncler Autunno/Inverno 2026 sarà disponibile in anteprima esclusiva presso Moncler Fifth Avenue, per poi arrivare in boutique Moncler selezionate e su Moncler.com, a partire dal 1° ottobre.

MONCLER

MONCLER TO MEASURE: Il debutto dell'esclusivo Made-to-Order

L'inaugurazione del flagship store sulla Fifth Avenue segna anche il debutto di Moncler to Measure, un esclusivo atelier Made-to-Order dedicato a tessuti e materiali d'eccezione.

Massima espressione del know-how del brand, Moncler to Measure propone una selezione di quattro capispalla iconici personalizzabili attraverso la scelta del cliente tra tessuti preziosi, finiture e dettagli ricercati. Questa nuova funzionalità porta a un livello superiore l'esperienza di personalizzazione firmata Moncler.

Moncler to Measure propone due modelli di giacche da donna e due da uomo, ciascuno disponibile in una ricca gamma di materiali, tra cui flanella di cashmere, seta, pelle, pelle scamosciata, shearling e fil coupé shaggy. I clienti possono inoltre scegliere tra modelli già impreziositi da dettagli quali borchie metalliche, effetto gessato, motivi check ricamati a mano, cristalli scintillanti, motivi floreali tridimensionali tagliati al laser e raffinate lavorazioni di perline. Sono disponibili tre opzioni per il logo: l'iconico logo Moncler in feltro, un profilo del logo tono su tono privo di lettering oppure una finitura completamente priva di logo. Per una vestibilità ancora più personalizzata, i clienti possono inoltre scegliere tra due diverse lunghezze delle maniche, mentre l'interno del capo può essere impreziosito da un'etichetta in pelle in cui è impresso il nome del cliente.

In quantità limitate, Moncler to Measure sarà disponibile in esclusiva presso il nuovo flagship store di Fifth Avenue a partire dall'apertura, per poi arrivare nella boutique Moncler Champs-Élysées di Parigi dal 15 settembre.

DIGITAL DESTINATION: 5th Ave on the Go

5th Ave on the Go è la sezione dedicata a Moncler Fifth Avenue su Moncler.com, che amplia l'esperienza del flagship store, oltre i confini del negozio, attraverso una serie di attivazioni digitali. Progettata per creare un collegamento tra il mondo fisico e quello digitale, la piattaforma consente agli utenti di beneficiare della stessa attenzione e livello di servizio del flagship store ovunque si trovino. Nel corso dell'anno, sarà possibile scoprire lanci esclusivi, tra cui la seconda collezione LoveFrom, Moncler, e accedere a servizi come Moncler to Measure. La piattaforma introduce inoltre esperienze digitali premium, tra cui la Outewear Guide e una Virtual Dressing Room.

Lanciata per la prima volta negli Stati Uniti in concomitanza con l'apertura del negozio, la Outewear Guide è un'esperienza digitale basata sull'intelligenza artificiale che aiuta il cliente a

MONCLER

individuare il capospalla Moncler più adatto alle proprie esigenze. Attraverso un breve percorso guidato, che prevede un massimo di tre semplici domande sulle proprie necessità e sul proprio stile di vita, il cliente riceve una selezione personalizzata fino a 12 modelli. Grazie all'IA, è inoltre possibile confrontare i diversi prodotti e ricevere indicazioni sulle caratteristiche di ciascun modello. Contenuti dedicati a vestibilità, grado di calore, materiali, lavorazioni e colore completano l'esperienza, aiutando i clienti a scegliere con maggiore consapevolezza il capo più adatto alle proprie esigenze.

Debutta negli Stati Uniti entro la fine dell'anno, la Virtual Dressing Room, un'esperienza digitale basata sull'intelligenza artificiale che reinventa l'esperienza di prova e aiuta il cliente a valutare la vestibilità dei capi. Attraverso la scansione del volto del cliente e l'inserimento delle proprie misure corporee, la piattaforma crea un avatar digitale personalizzato sul quale vengono visualizzati i diversi capi. Il cliente può così confrontare le taglie e vedere come un modello veste su petto, spalle e vita, verificando anche la lunghezza delle maniche. Una visualizzazione a 360 gradi completamente interattiva completa il servizio, permettendo di osservare il capo da ogni angolazione, portando l'esperienza del fitting direttamente a casa.

È possibile scoprire di più su 5th Ave on the Go visitando:
<https://www.moncler.com/link/page/new-york-5th-avenue>

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.