



MONCLER BEYOND
THE INSTITUTIONAL ADV CAMPAIGN

BEYOND FASHION, STRAIGHT INTO LIFE

Quando si parla dell'uomo, l'identità è una questione di individualità. Quando si parla di un brand, l'unicità è una questione di molteplicità. In entrambi i casi, l'energia risiede nella diversità.

Questo principio ha ispirato la nuova campagna pubblicitaria Moncler che, con l'intramontabile bianco e nero degli scatti di Craig McDean, si affida a diciannove individui con diversi percorsi di vita, età, etnia e origine, ma tutti accomunati da un'unica parola d'ordine: BEYOND.

BEYOND è l'espressione della pura forza umana che spinge l'uomo ad andare oltre gli schemi rigidi e i modelli precostituiti. BEYOND è una proposta di vita efficace e convincente perché è autentica e diretta, proprio come Moncler. BEYOND è la somma dei valori del brand, da sempre contraddistinto dalla volontà di andare oltre.

Moncler, sin dalla nascita nel 1952 in un paesino sui monti dell'Alta Savoia, è andato oltre l'attrezzatura da montagna per diventare un marchio completo, con un appeal metropolitano. È andato oltre le montagne francesi per diventare globale. È andato oltre gli aspetti puramente tecnici per adattarsi alla vita di tutti i giorni, usando la tecnologia per rendere pratici e funzionali i suoi capi. Moncler va oltre la singola occasione per vestire tutti i momenti della vita e per parlare a tutte le generazioni, senza far sembrare vecchi i giovani e giovani i vecchi.

È proprio di Moncler andare costantemente oltre i limiti, le generazioni e le aspettative.

Oggi questo percorso è più che mai vivo e tangibile nelle scelte di vita e nei principi fondamentali di un gruppo di persone mosse da una motivazione unica: quella di andare oltre. Dall'atleta Paraolimpico all'astronauta, dall'attivista al trend setter, la campagna va oltre gli schemi della pubblicità tradizionale per sostenere la motivazione, la volontà e l'unicità che spingono un individuo a superare ogni possibile limite per essere, molto semplicemente, se stesso.

Rivolgendosi a una pluralità di individui, Moncler definisce ed esprime la sua singolarità attraverso un coro di persone che hanno raggiunto l'affermazione grazie all'unicità dei loro obiettivi e della loro personalità, vivendo a pieno la propria vita.

Il cast: Millie Bobby Brown, Attrice; John Boyega, Attore; Crystal Zhang, Attrice; Conie Vallese, Artista; Guillaume Nery, Freediver; Lexie Alford, Travel Blogger; Maye Musk, Modella & Nutrizionista; Miyavi, Musicista & Attore; Eiza Gonzalez, Attrice; Walter Villadei, Cosmonauta & Educatore; Carmen Jorda, Pilota di auto da corsa; Xiuhtezcatl Martinez, Musicista & Attivista; David De Rothschild, Ambientalista; Olga Karput, Trendsetter; Danny Bowien, Chef & Ristoratore; Bebe Vio, Campionessa paralimpica di fioretto; Sheck Wes, Rapper; Liya Kebede, Modella & Attivista; Gus Kenworthy, Freeskier & Attivista LGBTQ.

Il loro BEYOND: Beyond Limits; Beyond Obstacles; Beyond Expectation; Beyond Bold; Beyond Impossible; Beyond Borders; Beyond Wise; Beyond Imagination; Beyond Stereotypes; Beyond Discovery; Beyond Driven; Beyond Generations; Beyond Conventions; Beyond Hype; Beyond Fearless; Beyond Perfection; Beyond Real; Beyond Purpose; Beyond Barriers.

La forza di Moncler risiede da sempre nel suo essere se stesso, con onestà, andando oltre le tendenze e i target e parlando una lingua che mette in primo piano l'individuo, capace di adattarsi alle situazioni e agli ambienti più diversi. Il messaggio centrale della campagna è un messaggio corale di libertà e di forza di volontà. È un appello nel nome della pluralità, che trova forza e slancio nella molteplicità.

Facendo proprio il potere liberatorio della pluralità, Moncler va oltre la moda per entrare direttamente nella vita e si affida a diciannove voci diverse per lanciare il suo messaggio.

MONCLER. ONE HOUSE, DIFFERENT VOICES.

MONCLER

PRESS OFFICE VIA STENDHAL 47, 20144 MILANO +39 02 422041 MONCLER.COM

Moncler nasce a Monestier-de-Clermont, Grenoble, in Francia, nel 1952 ed ha attualmente sede in Italia. Il marchio ha affiancato negli anni allo stile una costante ricerca tecnologica coadiuvata da esperti nel campo delle attività legate al mondo della montagna. Le collezioni Moncler coniugano le esigenze più estreme dell'outerwear alla quotidianità metropolitana. Nel 2003 Remo Ruffini ha rilevato la Maison della quale è Presidente e Amministratore Delegato. Moncler produce e distribuisce direttamente le collezioni abbigliamento e accessori a marchio Moncler tramite boutique dirette e attraverso i più esclusivi Department Store e multimarca internazionali.

MONCLER

PRESS OFFICE VIA STENDHAL 47, 20144 MILANO +39 02 422041 MONCLER.COM