



MONCLER GENIUS. IL PROGETTO

Un'esplosione di energia creativa, questa la forza vitale del progetto Moncler Genius: un capitolo nuovo del brand fatto di molteplicità, di apporti liberi che convivono disegnando un mosaico composto di differenze e di straordinarie individualità. Voci e approcci diversi, anche totalmente lontani, linguaggi molto connotati, riuniti in un solo molteplice itinerario progettuale voluto da Moncler.

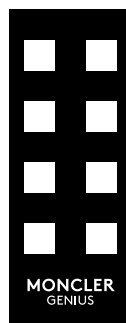
Moncler Genius è il cambiamento che diventa necessario, è un continuo rinnovarsi che ci fa guardare lontano, oltre ogni frontiera a livello estetico e ideologico.

Moncler continua ad esplorare le infinite possibilità del suo essere unico attraverso uno speciale mix dai significati autonomi e peculiari. Come dire, leggere il presente nelle sue linee contrastanti per proiettarsi in un futuro che comincia ora. Moncler Genius è una piattaforma di lancio costruita su una capacità d'innovazione e ricerca tecnologica assoluta e nutrita da un'incrollabile fiducia nella creatività.

“Abbiamo scelto designer molto differenti tra loro perché da sempre parliamo a diverse generazioni”, afferma Remo Ruffini, Presidente e Amministratore Delegato di Moncler, che ha ideato questa svolta epocale per Moncler “e abbiamo bisogno di offrire di continuo nuove emozioni e idee. Moncler Genius si articola in diverse collezioni l'anno. Abbiamo cambiato ogni cosa, superando il concetto di stagione stesso. Siamo mensili, settimanali, giornalieri. Un'attitudine che riduce sensibilmente lo spazio di tempo che intercorre tra la presentazione delle collezioni e l'effettivo arrivo in negozio”.

Sono otto le sezioni che contribuiscono a formare l'insieme espressivo del progetto Moncler Genius, coinvolgendo figure creative diverse. Una task force per realizzare altrettanti ambiti creativi che definiscono l'identità del marchio. Il DNA del brand vi si rivela secondo le diverse visioni e ne asseconda e coltiva le molteplici possibilità di realizzazione. Moncler Genius scavalca qualsiasi cronologia e consuetudine: dal giugno prossimo, nelle boutique Moncler e in selezionati negozi multimarca, e-tailers e department stores, le diverse collezioni approderanno singolarmente, per rimanervi per un periodo delimitato, fino a quando, in ottobre, tutte si riuniranno insieme oltre che in alcuni flagship store Moncler anche in pop-up stores in diverse città del mondo, come NY e Tokyo. Un avvicendamento emblematico quanto rapido in ogni parte del globo che, ancora una volta, deve significare velocità, movimento e grande dinamismo.

“E' cambiato il mondo”, conclude Remo Ruffini “l'era digitale ci ha dato una forza nuova. Il consumatore vuole avere un rapporto meno filtrato, più diretto e soprattutto continuo. Questo mutamento di rotta strategica è proprio la risposta a quest'esigenza, ma è anche un desiderio”.



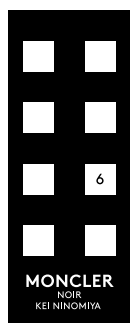
MONCLER SPA

Via Solari 33, 20144 Milano [T] +39 02 42203500 [F] +39 02 4220451



MONCLER GENIUS

6-MONCLER NOIR KEI NINOMIYA DATA DI LANCIO: 25 LUGLIO



Kei Ninomiya si è avvicinato alla collezione con lo sguardo rivolto ad un'intrigante complessità e al suo ben noto istinto alla sperimentazione. Ha esplorato un'idea di geometria indossabile, spingendo ai limiti il concetto di "piumino", estremizzando l'innovazione sia da un punto di vista tecnico che estetico. Kei è ricorso ad un'accurata lavorazione del tessuto, utilizzando nylon e pelle per una serie di capi articolati ma funzionali, realizzati moltiplicando piccoli moduli e assemblandoli in composizioni complete. I modelli sono estremamente femminili, con gonne plissé, stole e giacchine corte o cappotti lunghi che tratteggiano una silhouette punk eppure romantica, sempre corredata da uno stivale pesante. Ogni elemento appare al contempo familiare e sorprendente: vengono recuperate forme iconiche per creare nuovi motivi con un uso appassionato di intarsi, imbottiture, cuciture, applicazioni e arricciature in grado di dare alla superficie movimento decorativo oltre che geometrico. Persino i fiori si trasformano in ritagli geometrici o diventano applicazioni in pelle. La tecnica si spinge al limite estremo nei maglioni oversize realizzati in maglia con filati di nylon tubolari imbottiti con piume d'oca. L'effetto d'insieme è quello di un romanticismo dark, ulteriormente stressato dall'inflexibile palette di un brillante nero futuristico.

NOIR KEI NINOMIYA BIOGRAFIA

"Moncler Genius è una sfida di innovazione e un progetto contemporaneo sotto ogni aspetto. Mi ha permesso di sviluppare nuove tecniche legate al piumino. Il progresso deriva sempre dal modo in cui vengono concepite le cose", Kei Ninomiya.

Nato nel 1984. Laureato in Letteratura francese alla Aoyama Gakuin University. Ha frequentato la Royal Arts Academy/Fashion di Anversa. 9/2008 inizia la collaborazione con Comme des Garçons Co.Ltd di cui diventa partner. 10/2012 diventa stilista della collezione Noir.

6 MONCLER NOIR KEI NINOMIYA sarà disponibile dal 25 luglio
in tutte le boutique Moncler e moncler.com. La collezione sarà disponibile in esclusiva per 5 giorni
su doverstreetmarket.com e dal 30 luglio anche in selezionati wholesaler in tutto il mondo.

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 SPA

Via Solari 33, 20144 Milano [T] +39 02 42203500 [F] +39 02 4220451