



MONCLER GENIUS THE NEXT CHAPTER. INVENTION AND INNOVATION.

Moncler Genius, l'innovativa visione creativa e strategica del brand che coinvolge diversi designer ognuno dei quali dedito a differenti interpretazioni di Moncler, proposte poi attraverso singoli progetti a flusso continuo, svela "The Next Chapter".

Il 20 febbraio 2018, Moncler rompe gli schemi presentando Moncler Genius Building: un progetto unico e una strategia inedita, che superano il tradizionale calendario semestrale dei fashion show, proponendo contemporaneamente otto distinte collezioni lanciate successivamente con piani individuali dedicati a cadenza mensile. Creatività e unicità sono la linfa di cui si nutre questo progetto.

Moncler Genius, riflettendo una realtà in costante cambiamento, va al di là della temporalità delle stagioni e rappresenta un nuovo corso per il brand: approcci creativi diversi, e dunque collezioni differenti, ridefiniscono la dialettica di Moncler nell'era digitale, stabilendo un dialogo quotidiano con il consumatore e rivolgendo l'attenzione a tutte le generazioni.

Il 19 settembre 2018, Moncler Genius evolve organicamente e completa l'offerta di Moncler Genius Building con "The Next Chapter": nuove collezioni che integrano le precedenti per coprire tutto l'anno con un programma continuo che, preservando l'unicità e l'heritage del brand, alimenta la nuova visione di Moncler. Una sola maison che parla al consumatore con diverse voci, in modo pionieristico e contemporaneo.

"The Next Chapter" di Moncler Genius viene presentato oggi attraverso una serie di video installazioni immersive che illustrano lo spirito creativo, l'essenza e l'atmosfera di ciascuna collezione. Il concept di Moncler Genius è così forte da bucare lo schermo.

Scegliendo come mezzo unico il video, ogni designer ha adottato un approccio molto personale per la propria narrazione visuale. In particolare, Moncler 1952 ricostruisce interi outfit e dettagli con infinite variazioni geometriche, che insieme creano un video collage quasi ipnotico. Simone Rocha conferisce una sensualità tangibile a un giardino inglese in piena fioritura, lasciando che petali e foglie e fiori si schiudano sullo schermo. Craig Green esplora e esplosa la tensione scultorea e il senso di protezione dei suoi capi liberandoli in uno spazio-video. Il costruttivismo modulare della collezione di Noir Kei Ninomiya si traduce in una ricostruzione virtuale in 3D. Fragment Hiroshi Fujiwara in collaborazione con l'artista Michal Socha, descrive con un'animazione cinematografica un'avventura attraverso elementi e stagioni.

Il linguaggio è originale, in sintonia con una nuova temporalità. Moncler Genius è un flusso costante, sia online che offline: mostrare il prodotto su uno schermo è un gesto radicale che viaggia sulla stessa lunghezza d'onda della creatività di Moncler Genius, della sua visione strategica e della sua energia.

Moncler Genius nasce da un approccio curatoriale che segue regole proprie e questa volta lo riafferma con un'esposizione di video installazioni per trasferire la sua identità. Virtuale e reale, online e offline operano sempre insieme: mantenendo il prodotto al centro il virtuale è reso possibile, perché il reale viene prima.

"The Next Chapter" di Moncler Genius viene svelato in uno spazio industriale che funge da galleria d'arte. Passando di sala in sala, il pubblico si immerge nella visione autentica e precisa di ciascun designer. Un caleidoscopio di immagini per un coro di voci differenti, che parlano per una sola maison.

Affidandosi a una visione assolutamente unica e libera, Moncler Genius conferma ancora una volta il suo spirito autentico, fondato su creatività e innovazione.

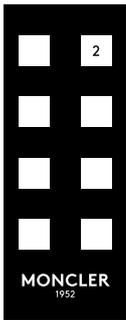
MONCLER SPA

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



MONCLER GENIUS

2-MONCLER 1952 DATA DI LANCIO: 31 GENNAIO



2 Moncler 1952 è la vivace rivisitazione dell'heritage Moncler, adattato all'energico contesto metropolitano di oggi. Un'interpretazione decisamente singolare per l'uomo e decisa per la donna.

La collezione uomo è un vero e proprio manifesto pop urbano, con le sue stampe macro di stelle e lettere disegnate dall'artista Hey Reilly, che occupano la scena e compongono il logo Moncler. Forme e materiali sono funzionali: i giubbotti con chiusura centrale a zip, le giacche militari, i parka, i cappotti corti, i pantaloni delle tute e i bermuda sono proposti in cotone, nylon o in tessuto ripstop. I motivi geometrici e gli inserti creano vivaci contrasti grazie alla combinazione di tinte molto accese con tonalità più neutre o grazie al total black attraversato da lampi di colore per uno stile che non passa inosservato. La funzionalità è assicurata anche dalla presenza di dettagli tecnici come i colli imbottiti e le tasche con zip. Marchio distintivo della collezione il logo macro, presente su tutti i capi. La collezione donna è una reinterpretazione dei grandi classici del guardaroba: dalla giacca al parka passando per il maglione soffice, pensati anche in questo caso con giochi sottili di volumi, texture e forme per adattarsi alle esigenze di tutte le donne. Il mix di materiali tecnici e tessuti pregiati – nylon laqué, tech-faille, cotone drill, crêpe de chine stampato – è la nota distintiva di una collezione giocata sulla combinazione unica di elementi funzionali ed estetici. Le coulisse oversize sono un elemento ricorrente per consentire a chi li indossa di giocare con i volumi. Lo stile pensato sulla sovrapposizione di strati è divertente e facile da costruire. Le stampe aggiungono ritmo alla palette classica dei neri e dei toni neutri attraversati da improvvisi bagliori di rosso.

2 MONCLER 1952 disponibile dal 31 gennaio nelle boutique Moncler, moncler.com e 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