



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.

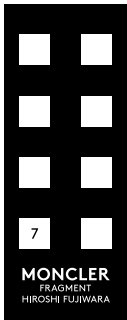
MONCLER SPA

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



MONCLER GENIUS

7-MONCLER FRAGMENT HIROSHI FUJIWARA DATA DI LANCIO: 28 MARZO



Hiroshi Fujiwara rivisita i capi Moncler rafforzandone l'iconicità e l'unicità. Quello che a prima vista appare familiare ad uno sguardo più attento si rivela originale e contemporaneo perché rappresenta un modo innovativo di intervenire sul quotidiano. Per questa collezione Fujiwara gioca con la sottrazione celando i dettagli tecnici dei capi, come l'estrema leggerezza e la funzionalità, in una serie di blazer, parka, camicie e capi dal tocco metropolitano.

Il tema di collezione è il World Tour. L'ispirazione deriva in egual modo dal viaggio e dalla musica mescolando e fondendo riferimenti eterogenei. I blazer scozzesi, i parka, le giacche militari ed i bomber stile college sono caratterizzati da scritte e grafiche e si mostrano in tutta la loro freschezza e originalità. Le chiusure a velcro, che caratterizzano la maggior parte dei capi, ne garantiscono la funzionalità. I tessuti sono leggeri e particolarmente adatti a una vita sportiva, in movimento. L'utilizzo di righe, di intarsi e di tonalità neutre mescolate al nero e ai colori brillanti crea un look urbano e contemporaneo. Gli outfit sono concepiti come mix modulari di diversi elementi, con gli short che aggiungono un senso di praticità. Gli zaini e le shopper, così come le sneaker, aggiungono un ultimo, disinvolto tocco allo stile da perfetto viaggiatore.

FRAGMENT HIROSHI FUJIWARA BIOGRAFIA

“Moncler Genius rappresenta una opportunità unica di fondere identità diverse in una nuova. Mi ha permesso di testare soluzioni e materiali che non avevo mai usato. Il risultato è un inedito Hiroshi, ma anche un inedito Moncler”, Hiroshi Fujiwara.

Fujiwara nasce a Ise, Mie. Si trasferisce a Tokyo all'età di diciotto anni e si distingue ben presto nella scena della street fashion giapponese di Harajuku. Durante un viaggio a New York agli inizi degli anni '80 viene introdotto al mondo dell'hip hop e di ritorno a Tokyo diventa uno dei primi DJ hip-hop giapponesi e contribuisce a diffondere il genere nel suo Paese. In seguito, intraprende la carriera di produttore musicale, specializzandosi in remix. E' considerato il padrino del distretto della moda di Ura-Harajuku ed è uno dei più influenti streetwear designer del mondo. Lancia il suo primo brand, Good Enough, agli inizi degli anni '80.

La collezione 7 MONCLER FRAGMENT HIROSHI FUJIWARA sarà disponibile dal 28 marzo nelle boutique Moncler, su moncler.com e in selezionati wholesalers. In occasione del lancio del 28 marzo e nell'ambito di Hong Kong Art Basel, Moncler terrà un talk dal titolo IMAGINATION IN THE DIGITAL AGE moderato da Hans Ulrich Obrist (Artistic Director delle gallerie Serpentine di Londra e Senior Artistic Advisor al The Shed di New York) insieme a Hiroshi Fujiwara e Kevin Ma (fondatore e Ceo di HYPEBEAST Ltd.).

IMAGINATION IN THE DIGITAL AGE A TALK MODERATED BY HANS ULRICH OBRIST FEATURING HIROSHI FUJIWARA AND KEVIN MA

Thursday March 28th, 2019 from 7:30pm to 8:30pm
22/F California Tower, 30-32 D' Aguilar St, Central - Hong Kong

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