



MONCLER X ADIDAS ORIGINALS

DALLA MONTAGNA ALLA CITTÀ: ESPLORAZIONE E ISPIRAZIONE SI INCONTRANO IN UNA CAMPAGNA CHE ESALTA I VALORI DELLA CO-CREAZIONE

Progettata per l'esplorazione, la nuova collezione di Moncler e adidas Originals si spinge oltre i confini della co-creazione permettendo ai due brand iconici di immaginare un viaggio che parte dalle vette delle montagne più alte per arrivare fino in città. La montagna, luogo di origine di Moncler, incontra la dimensione metropolitana di adidas Originals in una selezione di capi moderni e innovativi che dimostrano quanto la funzionalità possa creare infinite possibilità di scoperta. Per entrambi i brand, la funzionalità non esclude il design: dal 2001 adidas Originals trasforma attivamente la concezione dello sportswear urbano, mentre dal 1952, anno della sua prima spedizione alpina, Moncler ridefinisce costantemente il concetto di innovazione attraverso l'esplorazione dei grandi spazi outdoor.

La campagna, intitolata The Art of Explorers, rivolge l'attenzione agli esploratori, ponendo le imprese dell'uomo al centro della scena come valore fondamentale per entrambi i brand. L'esploratore appare sotto i riflettori come protagonista assoluto, rappresentato prima da una serie di avventurieri generati dall'intelligenza artificiale, poi da una serie di sculture uniche realizzate con tecniche miste. Lo slogan della campagna "Where Originality Meets Extraordinary", è espressione del DNA dei due brand, che insieme diffondono la loro influenza da un epicentro ad alta quota alle città di tutto il mondo. Inoltre, si riferisce al ruolo consolidato di Moncler come innovatore in termini di performance e funzionalità, così come all'heritage intramontabile di adidas Originals come promotore di creatività e cultura.

Partendo dall'evento The Art of Genius, che ha svelato per la prima volta la collaborazione durante la London Fashion Week di febbraio, artisti provenienti da diversi ambiti – scultura, costume, scenografia e make-up – sono stati invitati a creare figure dall'aspetto umano ispirate ai capi della collezione. La fotografa Hanna Moon ha dato vita alle sculture di Gary Card, Ibby Njoya e Kate Tabor, ritraendole accanto a veri esploratori in look selezionati da Ai Kamoshita e accessori e make-up a cura di Isamaya Ffrench.

Questo rivoluzionario percorso creativo va oltre l'esperienza fisica e si estende alla dimensione digitale con l'introduzione di una nuova piattaforma immersiva su moncler.com. Ispirandosi al tema caratteristico della collezione, questa nuova destinazione svela i prodotti esclusivi e presenta i dettagli della collezione attraverso una galleria digitale che richiama il contesto metropolitano in cui è stato ambientato l'evento The Art of Genius lo scorso febbraio. Questa esperienza digitale combina suoni, video e animazioni 3D, permettendo ai visitatori di immergersi in una strada cittadina dove vengono gradualmente svelati prodotti esclusivi e opere d'arte in 3D. Inoltre, gli utenti possono acquistare la collezione attraverso billboard digitali. L'esplorazione artistica dell'edizione limitata del modello NMD di Moncler x adidas Originals evolve la silhouette dello stivale in chiave digitale, dando vita anche a un'opera NFT accessibile tramite la piattaforma e l'app ufficiale di adidas.

LA COLLEZIONE

Ispirata a un viaggio di esplorazione dalla montagna alla città, la nuova collezione include piumini lunghi e corti, giacche e gilet che simboleggiano il punto d'incontro tra le due identità. Le silhouette Moncler nell'iconico nylon laqué sono ripensate con dettagli adidas tra cui pannelli adi-break. Un mix di colori accesi ricorda i semafori con il verde, l'arancione e il rosso, per poi alternare il grigio asfalto e l'azzurro cielo, passando per l'off-white e i verdi scuri. Le trapuntature sinuose, lo jacquard e le stampe ricordano le tracce lasciate dagli sci sulle piste innevate. Il design grintoso delle calzature è il punto di forza dei look: la scarpa NMD è rivisitata in stile Moncler e riproposta in una versione invernale in GORE-TEX con una trapuntatura effetto bubble. Lo stesso motivo caratterizza anche l'iconica scarpa Campus, creando subito una connessione con l'universo Moncler. Il design e la funzionalità si incontrano in un nuovo contatto tra mondi diversi tutti da esplorare, tra le esperienze outdoor in montagna e le strade di città.

Continua nella pagina successiva



La collezione Moncler x adidas Originals sarà disponibile su moncler.com e adidas.com dal 4 ottobre 2023 e in selezionati negozi Moncler e adidas dal 5 ottobre 2023.

#MONCLERGENIUS
#MONCLERADIDASORIGINALS

CREATORS

Gary Card, scultore e set designer

"L'originalità è il fondamento, la straordinarietà è l'aspirazione. Spesso questi due concetti non si incontrano ma è l'obiettivo a cui ambisco".

L'artista britannico Gary Card usa il colore e l'umorismo per creare mondi onirici e psichedelici per l'industria della moda. In occasione di Moncler x adidas Originals, il creativo ha plasmato un nuovo esploratore con una forma umana dal volume esagerato che interpreta i codici iconici dei due brand come le silhouette dei piumini di montagna e il motivo con le tre strisce.

"Ho progettato la sagoma in modo che fosse massiccia e imponente, ma con un aspetto tenero e amichevole, un puffer concepito come un inseparabile compagno di viaggio. Osservandola al fianco di un esploratore reale, la mia figura sembra una versione speculare e distorta. Ho immaginato i due personaggi uniti dall'avventura, come se appartenessero l'uno all'altro, mentre camminano insieme sulla neve delle Alpi italiane".

Ibby Njoya, artista e set designer

"L'arte è come un organismo vivente che per sopravvivere si nutre del contento, della cultura e dei sogni, e noi, in quanto abitanti di questo ambiente, siamo chiamati a esplorarne i limiti."

L'artista britannico-camerunese Ibby Njoya è un creativo poliedrico che attinge alla propria esperienza di pittore e illustratore per modificare la realtà in nuove ed eccentriche ambientazioni per gli editoriali, le sfilate e le installazioni più spettacolari della moda.

"Mi sono ispirato alla collezione in sé, ma ho voluto inserire me stesso nella scultura. Mi piace molto il modo in cui il collo del piumino si espande fino a sembrare un anello. Sono sempre stato affascinato dagli anelli di rame della tribù Ndebele e Kayan, e da come l'allungamento del collo possa dare risalto alla testa".

Kate Tabor, costumista

"Penso che molti tratti identitari del design di Moncler e adidas Originals siano estremamente simili al mio lavoro. Condividiamo l'audacia e il desiderio di oltrepassare i confini".

La designer britannica Kate Tabor è nota per avere trasmesso la sua visione singolare nel mondo della musica, della moda e dell'arte. Kate sfrutta la sua curiosità e la sua conoscenza dei materiali – schiuma, specchi, seta, capelli – per creare rappresentazioni uniche della cinetica e della forma umana.

"Ho creato una scultura che assomiglia a un esploratore, con un equipaggiamento a specchio, pronto per affrontare gli elementi o forse il mondo dell'arte, espandendo ciò che può essere considerato arte unendo l'avanguardia e l'aspetto commerciale".

Continua nella pagina successiva



Isamaya Ffrench, make-up artist

"Per me l'esplorazione è vitale. Non concepisco il fatto di voler creare qualcosa che non sembri nuovo o che non trasmetta una nuova prospettiva".

Considerando il trucco come una forma d'arte da indossare, la pioniera britannica del beauty Isamaya Ffrench ha ridisegnato le regole del settore diventando un nome di fama mondiale nell'arte cosmetica. Collabora con i brand e i volti più importanti del mondo e ha lanciato il suo omonimo marchio.

"L'idea stessa della campagna era creare degli avatar ispirati ai capi della collezione. Le forme, le nuance e le texture sono state create utilizzando maschere di plastica trasparente sottovuoto, colori aerografati e materiali riflettenti".

Ai Kamoshita, stylist

La stylist londinese Ai Kamoshita imposta il proprio lavoro con una particolare attenzione al design, alla proporzione e alla stratificazione accurata. Trattando gli indumenti come se fossero sculture, il suo lavoro si basa sulla sua ricerca di diversi mondi artistici di espressione.

Hanna Moon, fotografa

Hanna Moon, fotografa sudcoreana basata a Londra, ha un occhio unico e speciale quando si tratta di creare immagini, un approccio curato che attinge tanto dalla tradizione quanto dalla contemporaneità.

"Per me il concetto della campagna era molto filosofico e consisteva nel trovare la bellezza in cose reali come le sculture, i movimenti delle modelle. Ho pensato a dove siamo adesso e all'impatto delle nuove tecnologie sulla nostra creatività. Lo scatto non si è limitato a ritrarre la collezione ma mi ha fatto pensare al presente/futuro del nostro settore e mi ha fatto apprezzare di più l'impegno umano".

Shiori Takahashi, hair stylist

Nato e cresciuto a Hokkaido, in Giappone, l'hairstylist innovativo Shiori Takahashi si è trasferito a Londra per collaborare con alcune delle pubblicazioni, dei brand e dei talent più apprezzati a livello mondiale.

"Mi ha entusiasmato l'idea di creare avatar ispirati ai capi della collezione. Ho studiato ogni hair look individualmente, concentrandomi su forme, texture e colori per far emergere l'unicità di ogni avatar. Così facendo, abbiamo creato look capaci di unire il mondo reale a quello dell'intelligenza artificiale".

Continua nella pagina successiva

**About Moncler**

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. Moncler produce e distribuisce direttamente le collezioni abbigliamento e accessori a marchio Moncler attraverso negozi fisici e digitali gestiti direttamente, così come selezionati negozi multimarca, department store e e-tailers.

About adidas Originals

Nato dal profondo know-how sportivo di adidas – azienda leader nel panorama sportivo internazionale, specializzata nel design e nello sviluppo di footwear e apparel per gli atleti di tutto il mondo – adidas Originals è un brand lifestyle istituito nel 2001. Prendendo spunto dagli archivi storici dell'azienda, adidas Originals promuove l'evoluzione del DNA del brand attraverso prodotti innovativi e la capacità di interpretare l'originalità e il coraggio che animano i campi da gioco e le arene in chiave giovane e contemporanea. Contraddistinto dall'iconico logo del trifoglio utilizzato per la prima volta nel 1972 e sostenuto da chi continua a plasmare e definire la cultura creativa, adidas Originals si conferma pioniere dello sport al servizio dello streetwear.