

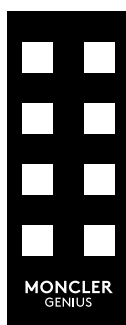


THE HOUSE OF GENIUS

Moncler Genius è un progetto dinamico in continuo movimento. Dopo la presentazione di febbraio scorso, i lanci singoli, e secondo piani editoriali precisi e indipendenti, le collezioni Moncler Genius – 1 Moncler Pierpaolo Piccioli, 2 Moncler 1952, 3 Moncler Grenoble, 4 Moncler Simone Rocha, 5 Moncler Craig Green, 6 Moncler Noir Kei Ninomiya, 7 Moncler Fragment Hiroshi Fujiwara, 8 Moncler Palm Angels – tornano a dialogare insieme al gran completo in due speciali concept store, The House of Genius, a New York e a Tokyo – dal 4 Ottobre fino a fine 2018 – e in circa 50 pop up nelle boutique monomarca del brand, in alcuni department store e in boutique selezionate a livello internazionale.

The House of Genius di New York e Tokyo e i pop up nei monomarca Moncler ridefiniscono il concetto stesso di spazio temporaneo e riservano al consumatore una *Moncler experience* senza precedenti, riscrivendo le regole del monomarca che diventa concept store.

Concepiti con un approccio curatoriale a 360°, i due Moncler Genius Building temporanei di New York e Tokyo sono pensati come spazi interattivi animati da speciali attività tesi a stabilire uno stretto e articolato contatto rispetto al contesto metropolitano in cui si inseriscono. Solo qui infatti si potranno trovare creazioni uniche, sviluppate di concerto con i designers del progetto Moncler Genius e talvolta attuate con co-branding specializzati molto rilevanti. Una linea esclusiva che svela ancora più in profondità alcuni approcci di interpretazione e precisi aspetti creativi delle figure che hanno affiancato Moncler attraverso questo itinerario del tutto innovativo. Prodotti limited edition tanto densi di personalità e di valore come il vinile inciso dal due volte premio Oscar francese Alexandre Desplat, voluto da Pierpaolo Piccioli, le coperte in patchwork di duvet vintage, intessute di tonalità infinite, riprese dalla collezione 2 Moncler 1952, i boots e i bijoux romanticamente rétro e insieme decisamente pragmatici di Simone Rocha, i coloratissimi caschi da sci di 3 Moncler Grenoble. Craig Green ha invece lavorato immergendosi nella tradizione britannica maschile dello shoe-maker Grenson, mentre Hiroshi Fujiwara punta su un libro in edizione limitata e sullo snowboard realizzato in collaborazione con Burton. Uno skateboard, una borsa e la air-mask, accompagnati da un volume, sono la declinazione viral di Francesco Ragazzi per Palm Angels. Non mancano nemmeno i pets all'appuntamento: Poldo Dog Couture per loro ha pensato un set di giocattoli giallo-neri e una grafica e sofisticata doppia ciotola.



MONCLER SPA

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

Unicamente nei due concept store e nei pop up del brand, Moncler introduce anche una novità, l'inedita collezione *The Yellow*, che si articola su oggetti one shot, cult items in edizione limitata, contraddistinti dal giallo e dal nero, i due colori prescelti per la definizione della comunicazione di Moncler Genius come t-shirt, laptop sleeves in duvet, berretti knitwear, una belt-bag, il gilet in piumino. Ci sono inoltre altri item speciali come matite, post-it e notebook, smartphone cover, il simpatico Monduck del marchio, e il Moncler Genius Book, una edizione speciale del progetto raccontato dai protagonisti. Una vera rappresentazione del marchio che ne moltiplica all'infinito il gioco tematico e la portata narrativa e comunicativa.

“Il mondo oggi è cambiato enormemente”, afferma Remo Ruffini, Presidente e Amministratore Delegato di Moncler. “La comunicazione è stata totalmente rivoluzionata. Il consumatore vuole vedere qualcosa di nuovo ogni giorno e pretende nuove forme e linguaggi per interagire con un marchio. Moncler Genius rappresenta il modo in cui il brand si proietta nel futuro. Un futuro che inizia ora”.

Moncler Genius è un progetto multiforme composto da voci complementari e differenti che diventano racconto e piattaforma di un'avventura creativa che davvero scommette con il domani e si proietta verso il futuro e The House of Genius, che ne è la diretta derivazione, attraversa l'intera scena globale per raccontare una formidabile storia di evoluzione, innovazione e sperimentazione.

The House of Genius, New York
106 Spring Street, Soho
10012 New York

The House of Genius, Tokyo
5-2-12 R2-A Minami – Aoyama, Minato-Ku
107-0062 Tokyo

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