



## 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.

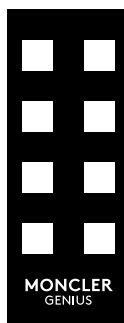
Moncler Genius è il cambiamento che diventa necessario, è un continuo rinnovarsi che ci fa guardare lontano, oltre ogni frontiera a livello estetico e ideologico.

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 New York 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”.



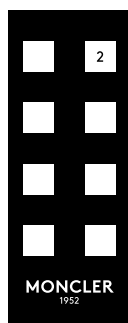
MONCLER SPA

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



## MONCLER GENIUS

### 2-MONCLER 1952 DATA DI LANCIO: 6 SETTEMBRE



1952: Moncler nasce in un piccolo villaggio di montagna dell' Alta Savoia. 2018: Moncler è un brand globale che negli anni, pur preservando le sue origini, è diventato un marchio completo, con un appeal metropolitano. Collocata in questo arco temporale, la collezione Uomo/Donna è una vivace rivisitazione pop dell'heritage del brand. Protagonisti indiscussi, il logo e il piumino – in due parole Moncler – messi al centro della scena per sottolineare lo spirito pop e la intensa energia dei capi. A svolgere la funzione di vivo sottotesto, Moncler è raccontata nella sua posizione di brand trans-generazionale: il logo diventa macro per attirare subito l'attenzione sui piumini in nylon laqué e opaco, proposti in colori vitaminici come l'arancio, l'azzurro, il rosso in tutte le sue sfumature, il viola intenso e il verde. Sui piumini e le cappe, fanno la loro comparsa texture con toni diversi o colorate fantasie grafiche a mosaico e motivi di ispirazione Navaho. A definire il tutto, l'anima sportiva del brand: capispalla, maglioni, sciarpe imbottite. In sintonia con lo spirito pop, invece, le scritte a grandi caratteri su T-shirt e felpe ricordano i nomi di legendarie località sciistiche come Sankt Moritz, Aspen, Gstaad, Zermatt e Megève. Infine, le strisce comiche applicate a rilievo richiamano la cultura degli anni '80.

2 MONCLER 1952 sarà disponibile dal 6 settembre  
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