



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 ed 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 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.

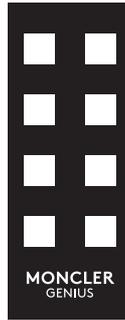
Moncler Genius nasce da un approccio curatoriale che segue regole proprie e questa volta lo riafferma con un'esposizione di video installazioni per trasferire la sua identità. Virtuale e reale, online e offline operano sempre insieme: mantenendo il prodotto al centro il virtuale è reso possibile, perché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



2–MONCLER 1952 riedita i classici del brand estendendo il proprio raggio d'azione. La collezione uomo rilegge il mondo del pop metropolitano come evidenziano le stampe fortemente caratterizzate. Per la donna lo stile urban viene reinterpretato con volumi, forme e texture inedite in un mix tra tecnicità e materiali esclusivi iconici come il nylon laqué e il crepe di chine stampato.

Video Director: Marco Adamo Graziosi + Maria Host-Ivessich (Magmhi)

Production: Think Cattleya

4–MONCLER SIMONE ROCHA esplora la natura della femminilità attraverso il mondo dei giardini e del giardinaggio, disegnando silhouettes romantiche definite da una piena fioritura. Il Moncler *Longue Saison* viene delicatamente reinterpretato con una moltitudine di fiori applicati e stampe floreali, perle e paillettes. Superfici in PVC, cappelli, foulards, wellingtons e accessori inediti completano la collezione con un tocco originale.

Video Director: Tyler Mitchell

Production: Sylvia Farago

5–MONCLER CRAIG GREEN rappresenta nella sua collezione i concetti di protezione e performance. Il suo punto di vista di “wearable habitat” si ispira a tende e kites. I capi forti e dai colori vivaci a contrasto si materializzano in cappe con cappucci e stringhe dalle forme enfatiche e “abitabili”. Le stampe e le trapuntature si fondono perfettamente con il mondo del kite-surf riletto attraverso capi unici e contemporanei.

Video Director: Dan Tobin Smith

6–MONCLER NOIR KEI NINOMIYA lavora su modularità e astrazione geometrica. Le sue creazioni nascono dalla somma di piccoli moduli moltiplicati e uniti insieme da piccoli anelli metallici con una tecnica dal sapore industriale resa possibile da uno scrupoloso lavoro manuale. Tutta la collezione è dominata dal colore nero ed è caratterizzata da catene, petali e loghi che diventano texture. Le forme sono decise e femminili.

Video Director: Kei Ninomiya in collaboration with Setsuya Kurotaki

7–MONCLER FRAGMENT HIROSHI FUJIWARA rilegge elementi apparentemente semplici che invece nascondono alta tecnicità, leggerezza e performance. La collezione ruota attorno al tema del World Tour attingendo sia al tema del viaggio che al tema della musica. Le giacche, i blazer a quadri, i parka, le field e travel jacket sono connotate dalle stampe/slogan tipiche del designer.

Video Director: Michal Socha

Production: Acme Filmworks

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