



MONCLER LANCIA IL MONCLER GENIUS POP-UP IN ESCLUSIVA SU TMALL

Milano, 25 settembre 2018 – Moncler annuncia il lancio delle collezioni Moncler Genius sulla piattaforma Tmall Luxury Pavilion, sito e-commerce del Gruppo Alibaba dedicato al mercato del lusso e rivolto agli acquirenti high-end in Cina. Il progetto Moncler Genius ospita otto differenti collezioni, ognuna disegnata da un designer diverso, che definiscono le varie sfaccettature dell'identità del brand con il motto "One house, different voices". Questa nuova visione progettuale del marchio è stata presentata nell'insieme del Moncler Genius Building lo scorso 20 Febbraio in apertura della Fashion Week di Milano, e poi ulteriormente espressa attraverso singoli lanci mensili di ciascuna delle collezioni Moncler Genius.

Per celebrare la sua prima collaborazione con Alibaba Group, Moncler lancia, il 27 settembre per un tempo limitato, il primo pop-up Moncler Genius su Tmall Luxury Pavilion (Pavilionspace.tmall.com) offrendo ai clienti una nuova esperienza immersiva di shopping digitale. Tmall Luxury Pavilion è una APP dedicata al lusso all'interno di Tmall, il cui segno distintivo è offrire una esperienza digitale assimilabile a quella che generalmente i clienti ritrovano nelle boutique tradizionali – con la possibilità di una ricerca personalizzata, consigli ad hoc e proposte esclusive in-season.

“Moncler Genius è una visione strategica che supera il concetto di stagione e che, riunendo collezioni complementari e diversificate, rappresenta una vera piattaforma dedicata alla creatività. Moncler Genius segna un nuovo importante capitolo per Moncler. E' un progetto che stabilisce un dialogo quotidiano con il consumatore sia in termini di approccio – guardando a tutte le generazioni – sia di comunicazione – guardando al digitale”, afferma Remo Ruffini, Presidente e CEO di Moncler. “La digitalizzazione ha dato vita a una nuova era. I brand del lusso si stanno adattando alle attuali abitudini di acquisto del settore, con particolare attenzione alle nuove generazioni che cercano costantemente nuove proposte. Ritengo che la Cina sia tra le nostre sfide digitali più grandi per i prossimi anni e sono molto felice di collaborare con Tmall per offrire ai clienti Moncler un'esperienza di acquisto unica e singolare attraverso uno dei più interessanti pop-up on-line che abbiamo mai creato”.

“Siamo davvero entusiasti di poter collaborare con Moncler per la creazione di uno spazio online esclusivo dedicato alle collezioni uniche Moncler Genius e nel supportare il brand a raggiungere i consumatori cinesi del lusso”, dichiara Jessica Liu, Presidente di Tmall Fashion and Luxury. “Tmall Luxury Pavilion è la piattaforma del lusso privilegiata dai millennials e dagli acquirenti nativi digitali che sono costantemente alla ricerca di esperienze singolari ed esclusive come il pop-up di Moncler. Attraverso la nostra innovativa tecnologia e la profonda conoscenza dei consumatori, i clienti Moncler vivranno una vera e propria esperienza digitale dedicata, sia oggi che in futuro.”

Gli otto designer del progetto Moncler Genius, sono stati scelti in base al loro stile creativo. La chiave di lettura di ogni collezione Moncler Genius è l'iconico piumino Moncler che, elaborato singolarmente da ciascun designer, è stato presentato in una varietà di modelli allo scopo di soddisfare le esigenze di tutti i clienti, comprese le giovani generazioni. Sei delle collezioni Moncler Genius saranno disponibili sul Moncler Genius Tmall Pop-up store da subito - Moncler 1952, Moncler Simone Rocha, Moncler Craig Green, Moncler Noir Kei Ninomiya, Moncler Fragment Hiroshi Fujiwara e Moncler Palm Angels. Le collezioni saranno pre-vendute esclusivamente online sulla piattaforma Tmall a partire dal 27 settembre, e saranno poi disponibili su moncler.com e anche nei pop-up offline del brand a partire dal 4 ottobre. Per l'occasione Moncler lancerà anche la capsule *The Yellow*, una collezione esclusiva appositamente creata per il Moncler Genius pop-up store.

Moncler Genius Tmall pop-up store rappresenta un importante progetto nell'iter di espansione del network retail del brand nella sfera digitale, una vera svolta che guarda al futuro.

MONCLER SPA

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

1 Moncler Pierpaolo Piccioli

Pierpaolo Piccioli ha spogliato il classico piumino Moncler per raggiungere la sua forma più chiara, seguendo l'idea che la purezza si raggiunge quando la forma riflette l'essenza. La sua interpretazione della funzionalità ha la forza della couture.

2 Moncler 1952

I modelli classici di Moncler reinterpretati con colori pop e macro logo a contrasto. Moncler 1952 è un omaggio all'anno di nascita del brand e definisce la naturale evoluzione di oltre 65 anni di storia basati su ricerca tecnologica e creativa.

3 Moncler Grenoble

Un inedito mix and match caratterizza Moncler Grenoble. Stampe e tessuti, insoliti per il mondo della montagna assumono qualità tecniche performanti, mantenendo intatta l'eleganza.

4 Moncler Simone Rocha

Simona Rocha aveva in mente immagini di audaci scalatrici di epoca vittoriana in sottoveste mentre concepiva la sua idea creativa. Ha lavorato su sagome voluminose e proporzioni decostruite fondendo il gusto per l'ornamento con la performance qualitativa di Moncler.

5 Moncler Craig Green

Craig Green ha concepito prodotti in grado di riscrivere il dialogo tra i capi e il corpo, ciò che si indossa e l'habitat. Ispirato da considerazioni funzionali, le ha successivamente espresse sotto forma astratta senza però sacrificare un rigoroso bisogno di pragmatismo.

6 Moncler Noir Kei Ninomiya

Kei Ninomiya, attraverso il proprio brand Noir, progetta silhouette di impatto moltiplicando moduli in geometrie da indossare. Per la prima volta applica la sua meticolosa artigianalità al piumino, trasformandolo anche in una maglia.

7 Moncler Fragment Hiroshi Fujiwara

Hiroshi Fujiwara, fomentatore culturale e infiltrato pop, ha fatto proprio il piumino Moncler e con il suo modo personale di modificare in maniera sottile i capi ne ha rafforzato il cult-status.

8 Moncler Palm Angels

Il piumino Moncler, ridotto all'essenza, si definisce con slogan e loghi per diffondere il messaggio in maniera virale attraverso un esercizio di merchandising che si traduce in un gift shop.

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