

EVIAN E MONCLER PRESENTANO LA NUOVA BOTTIGLIA IN EDIZIONE LIMITATA A OPERA DELL'ARTISTA NOT VITAL

La collaborazione celebra le origini alpine dei due brand attraverso una limited edition di bottiglie in vetro da 75 cl, caratterizzate da un motivo ispirato alla neve e alla purezza della natura.



17 NOVEMBRE 2021: evian svela la sua ultima collaborazione con il luxury brand Moncler: una nuova bottiglia in vetro da 75 cl in edizione limitata, concepita come una forma d'arte unica e straordinaria e destinata a diventare un'idea regalo perfetta.

Il marchio Moncler è noto per il suo approccio al design innovativo e pionieristico, fortemente connesso alla sua lunga tradizione di montagna. Lo stile dei capi e degli accessori Moncler si distingue sia sulle piste da sci che per le vie delle città e delle metropoli internazionali. In linea con il suo spirito di condivisione, attraverso l'unione di più voci in un unico progetto, il progetto Moncler Genius, inaugurato nel 2018, invita i visionari e i creativi di tutto il mondo a reinventare e proiettare i valori di qualità, performance e stile oltre le frontiere convenzionali. L'immaginazione vibrante e l'ampliamento costante degli orizzonti rendono Moncler un simbolo di creatività e un autentico stile di vita.

Per questa nuova collaborazione, evian e Moncler hanno collaborato con l'artista svizzero Not Vital alla personalizzazione esclusiva della bottiglia in vetro da 75 cl. È la prima volta che evian invita un artista contemporaneo a realizzare un progetto così unico nel suo genere, riconfermando la sua predisposizione alle collaborazioni più stimolanti.

L'artista multidisciplinare Not Vital si è costruito una fama internazionale esplorando l'intima relazione tra scultura, architettura, natura e materia. Il suo lavoro - spesso realizzato in modalità site-specific - è visibile in tutto il mondo nelle sue molteplici forme. Ispirandosi alla natura e alla neve, Not Vital ha realizzato un design concept unico che evoca i ricordi della sua infanzia sulle Alpi, segnando un ritorno alle origini che si lega ai luoghi dove i due brand sono nati, attraverso la fonte e la purezza dell'acqua minerale naturale evian.

Il design trae ispirazione dai fiocchi di neve e dalle emozioni trasmesse dai ricordi della neve. L'artista è influenzato da elementi che richiamano i pendii di montagna e i prati alpestri, anch'essi distintivi dell'heritage di evian e Moncler e del legame naturale tra i due marchi.

Il gusto puro* dell'acqua minerale naturale evian proviene da una sorgente di montagna incontaminata e protetta, sulle Alpi francesi, scoperta per la prima volta a Évian-les-Bains 230 anni fa. Le origini di Moncler riconducono agli stessi scenari poiché il nome del marchio è un'abbreviazione di Monestier-de-Clermont, villaggio di montagna vicino a Grenoble.

Shweta Harit, VP of Marketing di evian, ha dichiarato: "Le origini e la purezza dell'acqua minerale naturale evian sono uniche e rappresentano una parte fondamentale della nostra storia. Moncler e Not Vital condividono il nostro profondo legame con le Alpi e questa collaborazione celebra la nostra tradizione attraverso una bottiglia straordinaria in edizione limitata, perfetta come idea regalo per le feste e non solo. L'iconografia della neve sulla bottiglia si abbina perfettamente alla tavola delle festività, definendo lo stile di un regalo altrettanto meraviglioso per chi ama e apprezza il design. Questo è un valore che rafforza ulteriormente il posizionamento di evian come key player del settore".

Riferendosi al design, l'artista svizzero Not Vital ha sottolineato: "Quando Moncler ed evian mi hanno chiesto di creare una personalizzazione per la loro collaborazione, ho pensato alla nostra storia comune tra le montagne e ai miei ricordi d'infanzia legati al profumo e alle emozioni intime della neve. Le mie origini alpine caratterizzano tutto il mio lavoro, mi sono sempre ispirato alla neve e al ghiaccio. Come artista che ama esplorare il rapporto tra la forma e la materia, da molto tempo realizzo sculture in gesso bianco e palle di neve in vetro e ceramica. Per questa collaborazione mi sono ispirato ai fiocchi ghiacciati cercando di ricreare la sensazione che si prova stando a contatto con la neve".

L'annuncio segue il lancio della campagna globale di evian "Drink True"*, che celebra il valore dell'autenticità richiamando anche la collaborazione tra i due marchi nati nella natura, attraverso la purezza* e l'origine unica dell'acqua minerale naturale evian. Come brand che lavora costantemente nell'ottica della sostenibilità, evian non si impegna solo nella tutela della sua sorgente d'acqua, ma anche nei continui investimenti volti a trasmettere la filosofia dell'innovazione alle generazioni future.

*evian è pura, come tutte le acque minerali naturali

**ad eccezione del tappo e dell'etichetta

NOTE STAMPA

evian®

L'acqua minerale naturale evian® proviene dal cuore delle Alpi francesi, estratta da un sito geologico unico al mondo. Per più di 15 anni, l'acqua viaggia attraverso le rocce raccogliendo i minerali. Il marchio opera da oltre 25 anni per preservare l'ambiente naturale della sorgente e tutelare la qualità della sua acqua per le generazioni presenti e future.

Con la sua naturalezza e il suo equilibrio unico, l'acqua minerale naturale evian® è una scelta sana e salutare per tutto il giorno.

evian®, marchio del gruppo Danone, abbraccia la visione di One Planet. One Health per la quale la salute delle persone e la salute del pianeta sono strettamente connesse ed è dunque fondamentale proteggerle e nutrirle entrambe.

Per ulteriori informazioni su evian e sul suo impegno per la salvaguardia del pianeta, visita la pagina: https://www.evian.com/en_us/planet

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 stores e e-tailers.

Not Vital

Not Vital (nato nel 1948) è originario di Sent, un villaggio di montagna nell'Engadina svizzera. Attualmente vive e lavora tra Rio de Janeiro, Pechino e Sent.

Vital ha studiato arte a Parigi e Roma prima di trasferirsi a New York nel 1976, anno in cui ha iniziato a dividere il suo tempo tra le varie residenze e destinazioni di lavoro. È uno scultore non convenzionale sotto molti aspetti, noto anche per la produzione di stampe, disegni e ritratti straordinari.

Dal 2000, la sua pratica si è ampliata fino a includere edifici come case, scuole, torri, ponti e tunnel, approcciati con una visione al confine tra arte e architettura. Nel 2009 ha coniato il termine SCARCH per definire queste strutture capaci di trascendere il significato formale di entrambe le discipline.

Le sue costruzioni, spesso concepite per soddisfare un unico scopo - come la vista di un tramonto o di un cielo notturno -, sono strutture permanenti, molte delle quali esposte nel suo parco di sculture a Sent, così come in Belgio, Brasile, Indonesia, Niger, Patagonia e Filippine.

Vital conduce una vita nomade e questo influenza fortemente il suo lavoro, portandolo a confrontarsi molto spesso con i materiali e l'artigianato locale. Ad esempio, a Murano ha lavorato con i soffiatori di vetro; ad Agadez, in Nigeria, con gli argentieri tuareg, mentre in Bhutan ha lavorato con i cartai e a Pechino con i falegnami e i saldatori di acciaio. I suoi soggetti ruotano di frequente intorno ai temi della natura e del mondo animale, dimensioni familiari che Vital presenta in modi del tutto inaspettati.

L'artista ha recentemente esposto i suoi lavori in una serie di mostre personali presso: l'Abbazia San Giorgio Maggiore, Venezia (2021); il Museum der Moderne, Salisburgo (2020-21); l'Ateneum, Helsinki (2018); il Bündner Kunstmuseum, Coira (2017); il Yorkshire Sculpture Park, Wakefield (2016); il Musées d'Art et d'Histoire, Ginevra (2014); l'Isola di San Giorgio Maggiore, Venezia (2013); l'Ullens Center for Contemporary Art, Pechino (2011); il Museo Cantonale d'Arte di Lugano (2007); L'Arts Club di Chicago (2006) e il Kunsthalle Bielefeld in Germania (2005). Nel 2001 Vital ha partecipato alla 17° Biennale di Venezia (a cura di Harald Szeeman), e nel 2021 alla 49° Biennale di Venezia, (a cura di Hashim Sarkis).

Il suo lavoro è incluso in un vasto numero di collezioni pubbliche, tra cui: Carnegie Institute, Pittsburg; Dallas Museum of Art, Dallas; Solomon R. Guggenheim Museum, New York City; Kunstmuseum Bern, Bern; Kunsthalle Bielefeld, Bielefeld; Kunstmuseum Luzern, Lucerna; Musées d'Art et d'Histoire, Ginevra; Museum of Fine Arts, Boston; Museum der Moderne, Salisburgo; Philadelphia Museum, Philadelphia; The Museum of Modern Art, New York City; The Ashmolean Museum, Oxford; The Brooklyn Museum, Brooklyn; Toyota Municipal Museum of Art, Aichi.

evian fa parte del movimento #WeActForWater

Attraverso #WeActForWater i marchi Danone Waters:

1. Dimezzano l'impiego di plastica vergine con l'obiettivo di utilizzare il 50% di PET riciclato (rPET) in tutto il mondo e il 100% in tutta Europa entro il 2025;
2. Contribuiscono alla missione di accelerare il raggiungimento della carbon neutrality in Europa entro il 2025, con evian e Volvic già carbon neutral da quest'anno;
3. per ogni litro d'acqua venduto, corrispondono un litro d'acqua alle persone bisognose costituendo un fondo a sostegno di 50 milioni di persone nei paesi in via di sviluppo, in modo che possano accedere all'acqua potabile entro il 2030;
4. Migliorano la conservazione dei bacini idrografici e delle paludi in tutto il mondo;
5. Puntano a condurre l'insieme dei water brand del gruppo verso l'ottenimento della certificazione B Corp in tutto il mondo entro il 2022.

Il programma WeActForWater rientra nel piano di accelerazione recentemente annunciato da Danone, che tra il 2020-2022 investirà 2 miliardi di euro per trasformare ulteriormente i propri processi agricoli, il packaging e le competenze digitali.

evian, un brand circolare entro il 2025

evian si sta impegnando per produrre, entro il 2025, tutte le sue bottiglie di plastica con plastica riciclata al 100%**, adottando un "approccio circolare" che prevede che la plastica utilizzata rimanga all'interno del sistema economico e al di fuori dall'ambiente.

Con il contributo della Fondazione Ellen MacArthur, evian ha sviluppato un calendario di lavoro che implica il passaggio dal modello lineare a quello circolare per garantire che tutte le bottiglie siano realizzate con plastica riciclata e senza l'uso di plastica vergine - questo consentirà alla plastica di evolversi da potenziale rifiuto a risorsa preziosa.

evian prevede di raggiungere l'obiettivo anche attraverso una serie di partnership innovative che includono la riformulazione del packaging, l'accelerazione delle iniziative di riciclaggio e la rimozione dei rifiuti plastici dall'ambiente. Il marchio ha lanciato nel 2020 la sua prima gamma di bottiglie realizzate con plastica riciclata al 100%**, attualmente disponibili in Francia, Svizzera, Belgio, Germania

e Inghilterra. Nel gennaio 2021, ha presentato negli stati Uniti la sua prima bottiglia in plastica riciclata al 100%***, realizzata da Virgil Abloh, consulente creativo di evian per l'innovazione del design sostenibile.

I due lanci rappresentano delle pietre miliari per evian, che continua a sviluppare il suo approccio sostenibile puntando a diventare un marchio circolare entro il 2025.

Tutte le bottiglie evian sono riciclabili e contengono in media il 43% di rPET attraverso l'intera gamma.

evian, certificazione carbon neutrality

il marchio evian ha ottenuto la certificazione carbon neutral in base allo standard PAS 2060 riconosciuto a livello internazionale dal Carbon Trust, società di consulenza globale nel settore dei cambiamenti climatici e della sostenibilità, con quasi vent'anni di esperienza alle spalle. Il raggiungimento di questo standard riflette l'impegno e le misure adottate da evian per ridurre le emissioni dirette di carbonio derivanti dalle proprie attività (Scope 1 e 2), le emissioni indirette della catena del valore e, laddove esistano, la neutralizzazione delle emissioni residue attraverso compensazioni di qualità grazie alla partnership con il Livelihoods Carbon Fund.

Dal 2020, evian si ri-certifica ogni anno per mantenere il suo status di neutralità carbonica. Questo richiede lo sviluppo e l'attuazione di un piano annuale di riduzione e gestione del carbonio. Ogni anno il processo di certificazione diventa più impegnativo perché evian riduce il ricorso alla compensazione (l'investimento in fondi che generano crediti di carbonio) per potenziare il modello di business a basse emissioni di carbonio. I dati sulla riduzione delle emissioni di carbonio si basano sulla valutazione del ciclo di vita globale del prodotto.