Interviste

Moncler lancia Genius da Firenze

Un sound event in programma domani al Museo del Bargello darà il via commerciale al neonato progetto «Dobbiamo essere omnicanale su tutti i fronti», ha spiegato a *MFF* il ceo Remo Ruffini. **Tommaso Palazzi**

Un music event in programma dalle ore 21 di domani nel museo del Bargello. **Moncler** sceglie **Pitti immagine uomo** per il primo lancio sul mercato del progetto **Genius**. «Sarà il debutto commerciale del nostro progetto editoriale. Anche luglio e agosto avranno i loro eventi per il lancio delle collezioni presentate a Milano a febbraio», ha spiegato a *MFF* il numero uno **Remo Ruffini**. Il gruppo, che ha archiviato il primo trimestre del 2018 con ricavi per 332 milioni di euro (+20%), vedrà protagonista la collezione **7 Moncler Fragment Hiroshi Fujiwara**, realizzata dal musicista, produttore discografico e designer giapponese, primo hip hop dj del suo paese. Peculiarità dei look creati dal designer giapponese è il mescolare referenze ed elementi mutuati da diversi ambiti e di interpretarli con acume e con autonomia di lettura. «Stiamo lavorando per creare un nuovo modello di business, sarà un esperimento anche per noi. Per ora, niente è scolpito nella pietra», ha sottolineato Ruffini in questa intervista.

Perché avete scelto Pitti immagine uomo per questo lancio?

Il mese era quello giusto e nei giorni di Pitti a Firenze c'è sempre un bel mood e molta energia. In città, poi abbiamo da poco ampliato il nostro store secondo il concept più aggiornato.

Come sarà venduta questa collezione?

Il rilascio sul mercato di questo slot avverrà a partire dal 14 giugno, attraverso una partnership esclusiva con **matchesfashion.com**. Per cinque giorni, l'e-store britannico sarà l'unico ad avere a disposizione i pezzi, insieme al portale **moncler.com** e alle boutique del marchio. Dal 19, poi, la collezione verrà venduta anche attraverso una rete esclusiva di wholesaler internazionali.



Un look 7 Moncler Fragment by Hiroshi Fujiwara

Quanto conta l'e-commerce oggi per voi?

Al momento vale circa il 7,5-8% delle nostre vendite. Le previsioni sul futuro sono molto varie e oscillano tra il 15 e il 20% del totale tra cinque anni.

Ridurrete l'investimento sulla distribuzione tradizionale?

Al momento abbiamo circa 220 negozi a gestione diretta. Credo che l'experience all'interno dei nostri store sia insostituibile. In molti casi, stiamo ampliando le dimensioni dei nostri storici punti vendita, per dare spazio alle nostre collezioni ampliate.

Come si evolverà per la comunicazione?

Credo che debba essere omnicanale. Per esempio, tutti parlano del digital, ma non credo che rimarrà solo quello.

Come vede la crescita nei prossimi mesi del 2018?

Stiamo andando bene ovunque. L'Asia è sicuramente tra i motori dell'espansione, ma non è il solo. Lo sviluppo continuerà a essere double digit sui mercati principali. E poi, diffonderemo i dati del secondo trimestre il 25 luglio.

Quali saranno le prossime tappe di lancio sul mercato di Genius?

Ci sarà almeno un lancio al mese. Anche a luglio e agosto terremo due eventi, ma per ora non posso dire di più. Lo scopo di Genius è parlare direttamente ai consumatori. Quindi non ci si può fermare mai.

A settembre sarete nel calendario di Milano moda donna?

Certamente. I buyer sono presenti in città ed è il momento di incontrare la stampa internazionale. Ci sono appuntamenti ai quali bisogna essere assolutamente presenti. (riproduzione riservata)

Partnership

Cos va in scena tra moda e danza

Il brand di H&M e il coreografo Wayne McGregor sveleranno la collezione Soma con una speciale performance. **Sara Rezk**

Cos partecipa a **Pitti immagine uomo** con un'inedita collezione ispirata alla danza. Per questa nuova edizione della manifestazione fiorentina, il brand di abbigliamento del gruppo **H&M** porta in scena una linea speciale dal nome Soma, realizzata in partnership tra l'head of menswear del marchio, **Christophe Copin** e il coreografo britannico **Wayne McGregor**. «Il nome Soma deriva dal greco e spiega come attraverso la danza, il movimento e l'espressione, il corpo possa separarsi dai pensieri istintivi del quotidiano e raccontare una storia alternativa. Il nome è stato ideato da Cos e Wayne McGregor per definire la collaborazione e abbraccia l'opera completa: i capi, la coreografia e la performance che avverrà a Firenze», ha spiegato a *MFF* Christophe Copin. La collezione reinterpreta i codici classici del marchio ma con nuove tecniche, e prenderà vita grazie alla performance concepita da McGregor, che come in una narrazione metterà in evidenza l'importanza di indossare capi in modo naturale, che ben si adattino al corpo e ai gesti quotidiani di chi li indossa. «Siamo davvero onorati di mostrare questo progetto a Pitti e condividere questa collezione e il nostro Dna con il pubblico di Firenze». La coreografia sarà inoltre visibile in streaming sul sito cosstores.com. Successivamente, una piccola selezione della collezione sarà disponibile nel negozio Cos di Firenze in via della Spada 1, mentre in autunno la collezione sarà disponibile online sugli e-commerce di Europa, Stati Uniti e Corea del Sud (riproduzione riservata)


Una proposta della linea Soma di Cos

Debutti

Mcm vara il ready-to-wear



Mcm-Modern creation München ha scelto **Pitti immagine uomo 94** per presentare la sua prima collezione di ready-to-wear uomo e donna primavera-estate 2019 (nella foto). Il marchio di accessori e travel goods di lusso fondato in Germania nel 1976 sarà protagonista di uno show interattivo domani pomeriggio alla Dogana. Controllata dal gruppo coreano **SungJoo** della magnate **Sung-Joo Kim**, l'azienda fattura circa 600 milioni l'anno e ha una rete distributiva estesa tra Asia ed Europa che comprende circa 500 punti vendita, compresi alcuni monomarca. (riproduzione riservata)

Federica Camurati

Eventi

GUCCI AMPLIA IL SUO GARDEN

Il marchio di Kering inaugurerà oggi due nuove sale dello spazio a Firenze in piazza della Signoria

Gucci sceglie ancora le giornate di **Pitti immagine uomo** per sviluppare ulteriormente il progetto **Gucci garden**. Il marchio di **Kering** inaugurerà questa sera con un cocktail privato due nuove sale della galleria, situata nello spazio espositivo all'interno dello storico Palazzo della Mercanzia, in piazza della Signoria a Firenze. Un'iniziativa che sarà accompagnata anche dalla presentazione dei nuovi prodotti con le illustrazioni di un'artista, ancora top secret, che per la prima volta collabora con la maison. Il Gucci garden, ideato dal direttore creativo della maison **Alessandro Michele**, ospita spazi espositivi curati dal critico **Maria Luisa Frisa**, un ristorante a cura dello chef 3 stelle **Michelin**, **Massimo Bottura** e un negozio dove sono disponibili prodotti in edizione unica. L'ulteriore espansione dello spazio rappresenta un omaggio alla città di Firenze, culla del brand che qui vide la luce nel 1921. Lo scorso gennaio erano state inaugurate cinque stanze (Guccification, Paraphernalia, Cosmorama, De rerum natura ed Ephemera più un cinema da camera) organizzate per aree tematiche, dove oggetti contemporanei sono giustapposti ad articoli vintage e in cui amici della maison, come gli artisti **Jayde Fish**, **Trevor Andrew** e **Coco Capitán**, sono stati chiamati a dare il loro contributo, decorando pareti o fornendo lavori per arricchire l'allestimento stesso. (riproduzione riservata)

Chiara Bottoni


Un'immagine del Gucci garden