

Пуховой набор

О сотрудничестве Moncler с модными дизайнерами

Алексей Пантыкин |

В 1952 ГОДУ французский предприниматель и изобретатель Рене Рамийон вместе с двумя друзьями решил наладить в маленькой альпийской деревушке Монестье-де-Клермон производство товаров для альпинизма. Назвав свою марку Moncler (аббревиатура от названия места), они стали производить походные палатки, спальные мешки и куртки. Пару лет спустя специально для итальянских альпинистов, покорителей Каракорума, был придуман знаменитый пуховик на гусином пуху, а в 1968 году Moncler разработал экипировку французской сборной для зимних Олимпийских игр в Гренобле. Тогда же логотип получил свой нынешний вид — две альпийские вершины, между которыми красуется галльский петух.

В 1980-х куртки Moncler наряду с очками Ray-Ban стали униформой золотой молодежи, отдыхающей на лучших горнолыжных курортах. До 1989 года с брендом сотрудничала французский дизайнер Шанталь Томас, которой классический пуховик обязан своим первым модным апгрейдом. На смену молниям пришли пуговицы, появилась меховая отделка, атласные ткани и двусторонние модели: из сугубо спортивной одежды он превратился в вещь, вполне уместную в городе.

И все же на тот момент Moncler не мог похвастаться особым коммерческим успехом. Вдохнуть в марку новую жизнь взялся ее креативный директор Ремо Руффини, который первым делом решил приобрести Moncler, что и сделал в 2003 году, и, говорят, за смешную сумму. А уже в 2006-м была запущена женская линия Moncler Gamme Rouge, над которой и сейчас работает Джамбаттиста Валли, а еще через два года состоялся первый показ мужской линии Moncler Gamme Bleu, которую создает американский дизайнер Том Браун. И хотя сам Руффини не считает Moncler модной маркой (если не лукавит), однако с этих подиумных коллекций prêt-à-porter началась новая эпоха дома.

Дальше — больше. Руффини сделал ставку на союз технологии и дизайна, не концентрируясь исключительно на пуховиках и спортивных вещах, при этом не следуя привычным модным трендам, но всегда держа в голове наследие мар-



MONCLER W,
«ОСЕНЬ-ЗИМА 2014/15»



BLACKOUT BY DAN
HOLDWORTH,
«ОСЕНЬ-ЗИМА 2014/15»

ЖИЛЕТ, СОЗДАННЫЙ
В СОТРУДНИЧЕСТВЕ
С ФАРРЕЛЛОМ
УИЛЬЯМСОМ В 2010 ГОДУ



MONCLER GAMME BLEU,
«ОСЕНЬ-ЗИМА 2014/15»

ки. Сейчас дом ежегодно выпускает десяток коллекций, каждая из которых имеет свою концепцию, включая отдельные проекты, разработанные в сотрудничестве с другими дизайнерами.

История этих совместных проектов увлекательна. Судите сами: в 2004-м для Balenciaga была создана капсульная коллекция маленьких и суперлегких жакетов и жилетов на пуху. 2006 год был ознаменован появлением совместного с итальянским домом Fendi детища — сумкой Spy, которую Moncler интерпретировал в нейлоне четырех цветов. Выпущенная лишь в 500 экземплярах, она разошлась в часы.

В 2013 году сразу два лондонских дизайнера были приглашены для сотрудничества. Для Moncler R Кристофер Реберн создал две коллекции мужской верхней одежды. Гречанка Мэри Катранзу придумала для Moncler M пуховики и пальто почти кутюрных силуэтов, которые смело можно было надеть на премьеру в La Scala вместо традиционного вечернего пальто.

Особые отношения связывают Moncler с японским дизайном, наиболее ярко отражающим концепцию Руффини, — ничего лишнего. Первым дизайнером, с которым в 2003 году была выпущена капсульная коллекция, стала Реи Кавакубо и ее марка Comme des Garçons. Сотрудничество с успехом повторилось в 2007 и 2010 годах. Коллекция Comme des Garçons для Moncler 365 продавалась исключительно в токийском pop-store лишь в течение года. Линии Moncler V два сезона делал дизайнер Хироки Накамура из Visim, реинтерпретируя классические пуховики 1970-х, а Moncler S — Sacai. В Moncler W соединились два взгляда на спортивную и верхнюю одежду: французского дома и молодых японцев из White Mountaineering. Новейшая капсульная коллекция с Mastermind Japan — своего рода лебединая песня дизайнера Хонмы Масааки, который решил закрыть свой бренд после 15 лет успеха. Из недавних модных приобретений Moncler — несколько моделей солнцезащитных очков, созданных совместно с давним поклонником дома Фарреллом Уильямсом, — гибрид классических форм 1950-х и новейших материалов будущего.