



LifeWear

UNIQLO ouvrira son premier magasin à Bruxelles à l'automne 2017

18 mai 2017, Anvers – UNIQLO, la marque japonaise de vêtements casual, a annoncé aujourd'hui son intention d'ouvrir à l'automne 2017 un premier magasin à Bruxelles, le troisième en Belgique. Cela correspond au projet de l'entreprise de poursuivre son expansion sur nos terres et dans le reste de l'Europe.

L'établissement viendra s'implanter dans le fraîchement rénové "Centre Monnaie" sur la Place de la Monnaie, bien situé entre la Rue Neuve et la Grand-place. Il couvrira deux étages et une surface commerciale totale de 1207 m². La clientèle y trouvera un assortiment représentatif des collections Femmes, Hommes et Enfants d'UNIQLO.

"Notre présence dans la capitale marque un jalon important pour l'extension d'UNIQLO en Belgique", déclare Takao Kuwahara, Executive Vice President de Fast Retailing Group et Chief Executive Officer d'UNIQLO Europe. "Bruxelles est une ville de design, d'innovation et d'individualité. C'est donc un lieu parfait pour notre concept LifeWear hors du commun : des vêtements innovants, confortables et de qualité, au design universel pour convenir à chacun."

UNIQLO a fait son entrée sur le marché belge en octobre 2015 en ouvrant un magasin sur le Meir, la fameuse artère commerçante anversoise, puis un second en mars 2016 au Wijnegem Shopping Center. "Le succès de notre marque dans la région d'Anvers conforte notre confiance de proposer notre assortiment UNIQLO LifeWear dans une autre ville en Belgique", poursuit Takao Kuwahara.

UNIQLO recrute actuellement du personnel à temps plein ou partiel, pour tous les niveaux. Vous trouverez des renseignements plus détaillés sur les postes vacants à l'adresse <http://www.uniqlo-europe-careers.com/>.

UNIQLO et UNIQLO LifeWear

UNIQLO veut proposer des vêtements de qualité, stylés et abordables, qui peuvent être portés chaque jour. Fonctionnels, ils sont constamment perfectionnés pour donner plus de chaleur, plus

de sensation de légèreté et de douceur, de confort et de classe à quiconque les porte. Cette philosophie unique de l'entreprise est clairement visible dans ses produits, en l'occurrence les articles phares comme les vestes ultralégères en duvet, les sweat-shirts en mérinos ultrafin ou 100 % cachemire, Heattech et jeans. Voilà pourquoi UNIQLO qualifie ces vêtements de "LifeWear". Les détails les plus étudiés et les plus modernes sont en effet souvent agencés dans les concepts les plus simples. D'où le slogan d'UNIQLO LifeWear : "La simplicité sublimée".

Expansion européenne

UNIQLO, acronyme de 'Unique Clothing Warehouse', a été fondé au Japon en 1984. L'entreprise exploite actuellement plus de 1800 magasins dans 18 pays, dont 55 points de vente dans 5 pays européens. La marque nipponne s'est installée au Royaume-Uni en 2001, puis en France six ans plus tard, en Russie en 2010, en Allemagne il y a trois ans et en Belgique en octobre 2015. L'Espagne sera le 19^e marché national de la firme, le sixième en Europe, avec le lancement d'un premier point de vente UNIQLO à Barcelone à l'automne 2017.

Pour de plus amples renseignements, surfez sur www.uniqlo.be ou suivez les pages Facebook sur <https://www.facebook.com/uniqlo.belgium> ou Instagram sur @uniqlo.be.

Pour toute question relative aux médias, veuillez contacter **Karin Struys, UPR Bruxelles**, au **+32 3 230 30 92** ou karin@upr-corporate.be.

#####

À propos de UNIQLO LifeWear

La philosophie japonaise repose sur des valeurs de simplicité, qualité et longévité. Élégants, modernes et conçus pour durer, les vêtements LifeWear sont autant d'éléments à assembler par chacun pour composer un style unique. La fabrication d'une chemise parfaite est toujours perfectionnée. Derrière le plus simple des designs, les détails les plus modernes, les mieux pensés. Les meilleurs tissus, les meilleures coupes, accessibles à tous et à toutes les bourses. LifeWear, des vêtements aux innovations et aux designs constamment améliorés, pour apporter toujours plus de chaleur et de confort dans la vie de tous.

À propos de UNIQLO et de Fast Retailing

UNIQLO est une marque de Fast Retailing Co., Ltd., une société de holding commerciale internationale leader basée au Japon dédiée à la conception, la fabrication et la vente de prêt à porter sous sept marques principales : Comptoir des Cotonniers, GU, Helmut Lang, J Brand, Princesse tam.tam, Theory et UNIQLO. Avec des ventes approchant 1,7864 milliers de milliards de yens pour l'exercice 2016 au 31 août 2016 (soit 17,31 milliards de dollars US, calcul en yens basé sur le taux d'août 2016 de 1\$ = 103,2 yen), Fast Retailing est une des plus importantes sociétés de vente de prêt à porter au monde, et UNIQLO est le détaillant spécialisé leader au Japon.

UNIQLO poursuit l'ouverture de grands magasins dans les villes et emplacements parmi les plus importants au monde, dans le cadre de ses efforts continus pour consolider son statut de marque internationale. Aujourd'hui, la société exploite 1800 magasins sur 18 marchés dont le Japon, l'Australie, la Belgique, le Canada, la Chine, la France, l'Allemagne, Hong Kong, l'Indonésie, la Malaisie, les Philippines, la Russie, la Corée du Sud, la Thaïlande, le Royaume Uni et les États-Unis. Grameen UNIQLO, une entreprise sociale établie au Bangladesh en septembre 2010, gère plusieurs magasins Grameen UNIQLO à Dhaka. UNIQLO a adopté un modèle d'entreprise intégré qui englobe la conception, la fabrication et la vente de vêtements décontractés de grande qualité. Selon la philosophie d'UNIQLO, des vêtements parfaits sont extrêmement confortables, avec des designs universels, de grande qualité, et bien coupés.

Avec une mission d'entreprise visant au changement du prêt à porter, des conventions et du monde, Fast Retailing se consacre à la création de vêtements de qualité, novateurs et uniques, qui enrichissent la vie de tous, partout dans le monde. Pour plus amples informations, consultez www.uniqlo.com et www.fastretailing.com.