



LifeWear

UNIQLO opent eerste winkel in Brussel in najaar 2017

18 mei 2017, Antwerpen – UNIQLO, de Japanse wereldwijde retailer van casual kledij, heeft vandaag aangekondigd dat het in het najaar van 2017 een eerste winkel zal openen in Brussel. Deze opening kadert in de plannen van het bedrijf om zijn expansie in België en de rest van Europa voort te zetten. Het wordt de derde winkel van het merk in België.

De nieuwe winkel komt in het gerenoveerde 'Muntcentrum' aan het Muntplein, een centrale locatie tussen de Nieuwstraat en de Grote Markt, en zal twee verdiepingen tellen met een totale verkooppriemte van 1207 m². Er zal een representatieve lijn worden aangeboden van de heren-, dames- en kindercollectie van UNIQLO.

"Onze aanwezigheid in de hoofdstad is een belangrijke mijlpaal in de expansie van UNIQLO in België", zegt Takao Kuwahara, Executive Vice President van Fast Retailing Group en Chief Executive Officer van UNIQLO Europe. "Brussel is een stad die design, innovatie en individualiteit omarmt en is dus de perfecte locatie voor ons uniek LifeWear-concept: innovatieve, kwaliteitsvolle kledij met een universeel design en comfort, die gemaakt is voor iedereen."

UNIQLO deed in oktober 2015 zijn intrede op de Belgische markt met de opening van een winkel op de Meir, de populaire winkelstraat in Antwerpen. De eerste winkel werd in maart 2016 gevolgd door een tweede in Wijnegem Shopping Center. "Het succes van ons merk in de regio rond Antwerpen geeft ons vertrouwen om UNIQLO LifeWear ook aan te bieden in een andere stad in België", vervolgt Takao Kuwahara.

UNIQLO werft momenteel voltijdse en deeltijdse werknemers aan op alle niveaus. Meer informatie over de beschikbare vacatures vindt u op <http://www.uniqlo-europe-careers.com/>

Het merk UNIQLO en UNIQLO LifeWear

UNIQLO wil kwaliteitsvolle, stijlvol ontworpen en betaalbare kledij aanbieden die elke dag kan worden

gedragen. Kledingstukken die functioneel zijn en voortdurend worden verbeterd om meer warmte te geven, lichter aan te voelen, er beter uit te zien en meer comfort te bieden aan iedereen die ze draagt. De unieke benadering van het bedrijf is duidelijk zichtbaar in zijn producten, met name in kernartikelen zoals de ultralichte donsassen, sweaters van extrafijne merino, sweaters van 100% kasjmier, Heattech en jeans. Daarom noemt UNIQLO zijn kledingstukken 'LifeWear'. De meest doordachte en moderne details liggen immers vaak verscholen in het meest eenvoudige ontwerp. LifeWear is "simple made better".

Europese expansie

UNIQLO, afkorting van 'Unique Clothing Warehouse', werd in 1984 opgericht in Japan. Het bedrijf telt momenteel meer dan 1800 winkels in 18 landen wereldwijd. In Europa heeft het bedrijf 55 winkels in vijf landen. Het merk werd gelanceerd in het VK in 2001, in Frankrijk in 2007, Rusland in 2010, Duitsland in 2014 en België in oktober 2015. Met de lancering van de eerste winkel van UNIQLO in Barcelona in het najaar van 2017, wordt Spanje de 19de markt voor het bedrijf wereldwijd en de zesde markt in Europa.

Voor meer informatie, surf naar www.uniqlo.be of volg ons op Facebook op <https://www.facebook.com/uniqlo.belgium> en Instagram op @uniqlo_be.

Voor mediavragen kunt u contact opnemen met Karin Struys, UPR Brussel via +32 3 230 30 92 of karin@upr-corporate.be.

#####

Over UNIQLO LifeWear

De LifeWear-kledingstukken van UNIQLO zijn gebaseerd op Japanse waarden als eenvoud, kwaliteit en duurzaamheid. Ze zijn ontworpen in en voor een hedendaagse look en met zo'n moderne elegantie dat ze de bouwstenen vormen van ieders individuele stijl. Een perfect hemd dat altijd perfecter wordt gemaakt. De meest doordachte en moderne details, verscholen in het meest eenvoudige ontwerp. De beste pasvorm en stoffen, voor iedereen betaalbaar en toegankelijk. LifeWear zijn kledingstukken die voortdurend worden verbeterd om meer warmte te geven, lichter aan te voelen, er beter uit te zien en meer comfort te bieden aan iedereen die ze draagt.

Over UNIQLO en Fast Retailing

UNIQLO is een merk van Fast Retailing Co., Ltd., de toonaangevende wereldwijde Japanse retail holding die kleding ontwerpt, fabriceert en verkoopt onder zeven merknamen: Comptoir des Cottonniers, GU, Helmut Lang, J Brand, Princesse tam.tam, Theory en UNIQLO. Met een wereldwijde omzet van ca. 1,7864 biljoen yen voor het boekjaar tot 31 augustus 2016 (17,31 miljard dollar, berekend in yen volgens de wisselkoers van eind augustus 2016, waarbij 1 dollar = 103,2 yen), is Fast Retailing een van 's werelds grootste retail kledingbedrijven. UNIQLO is ook marktleider in Japan.

In het kader van zijn continue inspanningen om zich te positioneren als een echt internationaal merk, opent UNIQLO grootschalige winkels in een aantal van 's werelds belangrijkste steden en locaties. Vandaag telt UNIQLO zo'n 1.800 winkels in 18 landen, waaronder Japan, Australië, België, Canada, China, Frankrijk, Duitsland, Hongkong, Indonesië, Maleisië, de Filipijnen, Rusland, Singapore, Zuid-Korea, Taiwan, Thailand, het Verenigd Koninkrijk en de VS. Daarnaast werd in september 2010 "Grameen UNIQLO" opgericht, een sociale vestiging in Bangladesh die momenteel verschillende Grameen UNIQLO-winkels in Dhaka beheert. UNIQLO beschikt over een geïntegreerd businessmodel waarbij het hoogwaardige casual kleding ontwerpt en produceert. Het bedrijf is van mening dat kleding uiterst comfortabel moet zijn en dat de veelzijdige ontwerpen een hoge kwaliteit en uitstekende pasvorm moeten bieden voor iedereen die ze draagt.

Gedreven vanuit een engagement om kleding, conventionele opvattingen en de wereld te veranderen, streeft Fast Retailing ernaar om kleding met nieuwe en unieke waarden te ontwerpen en zo het leven van iedereen, overal ter wereld te verrijken. Meer informatie over UNIQLO en Fast Retailing vindt u op www.uniqlo.com en www.fastretailing.com.