



LifeWear



Communiqué de presse

Paris, le 17 juin 2021

UNIQLO ouvrira à l'automne prochain un nouveau magasin parisien au sein de l'extension du centre Italie Deux

La marque japonaise de prêt-à-porter inaugurera à l'automne une boutique de 1 100 m² sur deux étages au sein de l'extension d'Italie Deux (Paris 13^{ème}). Cette extension, connue sous le nom de projet « Italik », est l'un des premiers projets lauréats de l'appel à projets Réinventer Paris 1 à voir le jour. Vitrine des nouveaux lieux urbains, elle mêle activités commerciales, culturelles, de restauration et de loisirs sur 6 400 m².

Tous les produits iconiques d'UNIQLO et de son concept LifeWear visant à apporter une mode juste, de qualité et durable seront disponibles. De ses doudounes Ultra Light à ses lignes collaboratives en passant par sa collection de denim, ce nouveau point de vente disposera de la totalité de l'univers UNIQLO pour l'adulte et l'enfant qui mêle innovation, qualité optimale et design pour toutes et tous.

« Avec l'arrivée d'UNIQLO, nous continuons à dynamiser la proposition commerciale de notre centre Italie Deux », déclare Jean-Philippe Mouton, Président d'Hammerson France. « Nous sommes ravis que l'enseigne ait choisi de rejoindre ce nouveau lieu à usages multiples qui incarne le présent et le futur des centres commerciaux. »

L'ouverture de la nouvelle boutique d'UNIQLO marquera le coup d'envoi de la phase finale des ouvertures au sein de ce projet emblématique pour Hammerson. Aux côtés d'UNIQLO viendront prendre place des enseignes phares comme Prêt à Manger et M&S Food, mais aussi Iconik, le nouveau concept de food market festif développé par Hammerson et animé par le créateur et opérateur de lieux Enchanté.

Mikiya Kurosu Directeur Général UNIQLO France : « *Italik est un projet qui s'inscrit comme un espace ouvert sur la ville et ses habitants, c'est aussi un modèle d'intégration harmonieux à l'existant. Nous sommes heureux qu'UNIQLO contribue à la dynamisation de ce quartier de la place d'Italie. Pour composer l'équipe de ce nouveau magasin, nous mettons en place ce jour la campagne de recrutement et avons mis en place ce lien pour postuler* ».

Lien pour postuler.

https://fastretailing.wd3.myworkdayjobs.com/store_staff_eu_Uniqlo/job/UNIQLO-Italie-2UQFR/Vendeur-Vendeuse—Ouverture-UNIQLO-Italie-2_R00000004090312

A propos d'Hammerson

Hammerson PLC est un groupe d'investissement, de développement et de gestion immobilière, coté au London Stock Exchange, développant ses activités au Royaume-Uni, en Irlande et en France. Il s'agit d'une des premières foncières européennes avec un patrimoine de centres commerciaux, retail parks et outlets premium valorisé à 6,3 milliards de livres sterling au 31 décembre 2020. Le portefeuille d'Hammerson France est valorisé à 1,4 milliard d'euros au 31 décembre 2020. Présent depuis 35 ans en France, Hammerson France est propriétaire de 4 centres commerciaux et gestionnaire de 5 centres de taille régionale, qui attirent plus de 70 millions de visiteurs par an, dont Les Terrasses du Port (Marseille), Italie Deux (Paris 13ème) et Les 3 Fontaines (Cergy).

Plus d'infos sur www.hammerson.fr, Twitter et LinkedIn. Retrouvez également l'actualité de nos centres sur leur application mobile dédiée disponible sur l'App Store et Android.

A propos d'UNIQLO et du LifeWear (Vêtement à vivre)

Les vêtements UNIQLO sont issus des valeurs japonaises de simplicité, de qualité et de longévité. Conçus pour être modernes et dans l'air du temps, c'est la philosophie LifeWear « Vêtements à vivre » à travers laquelle UNIQLO conçoit les vêtements permettant à chaque pièce de devenir la pierre angulaire du style de chaque individu. Une chemise parfaite sans cesse repensée et améliorée, un design pur cachant les détails les plus réfléchis et modernes et la coupe la plus juste. C'est ce concept de LifeWear qui inspire à UNIQLO de créer des vêtements en constante évolution à travers des innovation textiles, apportant plus de chaleur, plus de légèreté, un design parfait pour un confort optimal dans le quotidien de chacun.

A propos d'UNIQLO et de Fast Retailing

UNIQLO est une marque du groupe Fast Retailing CO., Ltd., un groupe japonais de distribution d'habillement dont le siège se situe à Tokyo, au Japon. UNIQLO est la plus grande des huit marques du groupe qui compte également GU, Theory, Helmut Lang, PLST (Plus T), Comptoir des Cottonniers, Princesse tam.tam et J Brand. Avec un chiffre d'affaires mondial d'environ 2,01 billions de yens pour l'exercice 2020 se terminant le 31 août 2020 soit 19,06 milliards de dollars US (calculés en yens en utilisant le taux de 1\$ = 105,4 yens). Fast Retailing est l'une des plus grandes sociétés de distribution d'habillement internationales et UNIQLO est le leader au Japon.

UNIQLO poursuit sa croissance grâce à l'ouverture de points de vente de grande taille dans les plus importantes villes du monde et s'affirme aujourd'hui comme une marque de dimension internationale. Aujourd'hui, UNIQLO compte plus de 2200 magasins dans 25 pays dont le Japon et par ordre alphabétique, l'Allemagne, l'Australie, la Belgique, le Canada, la Chine, la Corée du sud, le Danemark, l'Espagne, la France, Hong Kong, l'Inde, l'Indonésie, l'Italie, la Malaisie, les Pays-Bas, les Philippines, la Russie, Singapour, la Suède, Taïwan, La Thaïlande, les UK, les US et le Vietnam.

Par ailleurs, UNIQLO a créé en 2010 une entreprise sociale au Bangladesh avec la Grameen Bank, à ce jour, plus de 15 magasins Grameen-UNIQLO ont ouvert principalement à Dhaka.

A travers sa mission « changer la façon de s'habiller, sortir des sentiers battus et proposer une autre vision du monde », Fast Retailing s'engage à concevoir des vêtements d'une authentique qualité, porteurs de valeurs de longévité, pour contribuer à améliorer le quotidien.

Pour plus d'information www.uniqlo.com and www.fastretailing.com.

Contacts presse :

HAMMERSON France / Anne-Laure Bellon, albellon@hammerson.fr / 06 16 98 86 89

Edelman / Juliette Guillaume, hammerson@edelman.com / 06 35 38 28 12