



LifeWear

UNIQLO RIVOLI ouvrira ses portes le 16 septembre 2021 autour d'un concept unique

7 septembre 2021, Paris – Après une nouvelle ouverture à Lyon au mois de mai et avec deux autres prévues cet automne, au centre-ville de Marseille et dans le 13^{ème} arrondissement de Paris dans le centre Italie Deux, la marque de distribution d'habillement japonaise UNIQLO poursuit son expansion et inaugure le 16 septembre 2021 un lieu légendaire de la vie Parisienne.

C'est dans un nouveau magasin de 2000 mètre carrés, situé à Paris, dans un bâtiment historique de la Samaritaine entièrement rénové que la marque japonaise va se déployer, avec un concept original. A travers ce nouveau lieu, source de la création d'une centaine d'emplois, UNIQLO vise aussi à réenchanter le quartier de la rue de Rivoli et faire vibrer la fibre artistique de ses visiteurs. Totalement inédit et pour la première fois en Europe, un corner Comptoir des Cotonniers de 40m2 sera installé au première étage du magasin pour accueillir une sélection de ses essentiels.

Particularité de ce bâtiment, un joyau de l'Art Déco inscrit dans la modernité, les murs du magasin serviront de support versatile pour éveiller à l'art ses visiteurs tout en créant des ponts créatifs entre la France et le Japon, pays natal d'UNIQLO.

L'artiste Kosuke Kawamura originaire d'Hiroshima connu pour ses œuvres de collage avant-gardiste dans l'univers de la pop-culture et intervenant régulièrement dans le domaine de la mode, a réalisé une installation monumentale qui s'inspire librement du musée du Louvre.

Autre fresque spectaculaire à admirer sur les murs d'UNIQLO RIVOLI, celle élaborée par des créateurs de Kyoto et Paris intitulée *Brillances Urbaines*, l'oeuvre est constituée de fibres de papier Washi et de fragments de T-shirts, issus du programme de collecte de vêtements usagés UNIQLO. Judicieusement placée, cette installation s'appréciera dans un mouvement qui accompagne la montée du grand escalier Art Déco.

Situé aux environs du musée du Louvre –dont UNIQLO est partenaire pour une durée de quatre ans– ce nouvel écrin va accueillir des reproductions et moulages des Ateliers d'art de la Réunion des musées nationaux – Grand Palais. L'ouverture de ce flagship parisien coïncide également avec le second lancement de la nouvelle collection collaborative entre UNIQLO et le musée du Louvre.

UNIQLO RIVOLI conjugue un style Art Déco avec des facettes très contemporaines et accueillera pour la première fois dans un magasin en France un corner spécial rassemblant toutes les collections UT (UNIQLO T-shirt). Un espace à l'esprit néo-rétro au plafond miroir et aux dalles en inox, pour présenter tous les graphismes de la pop culture contemporaine sur T-shirts imprimés.

Ce magasin souligne les liens qui unissent la France et le Japon et fait interagir artisanat et technologie mais aussi mode et culture. Des piliers de la vie parisienne qui font qu'UNIQLO, à travers cette ouverture consolide plus que jamais, son attachement à la ville lumière.

Informations UNIQLO RIVOLI :

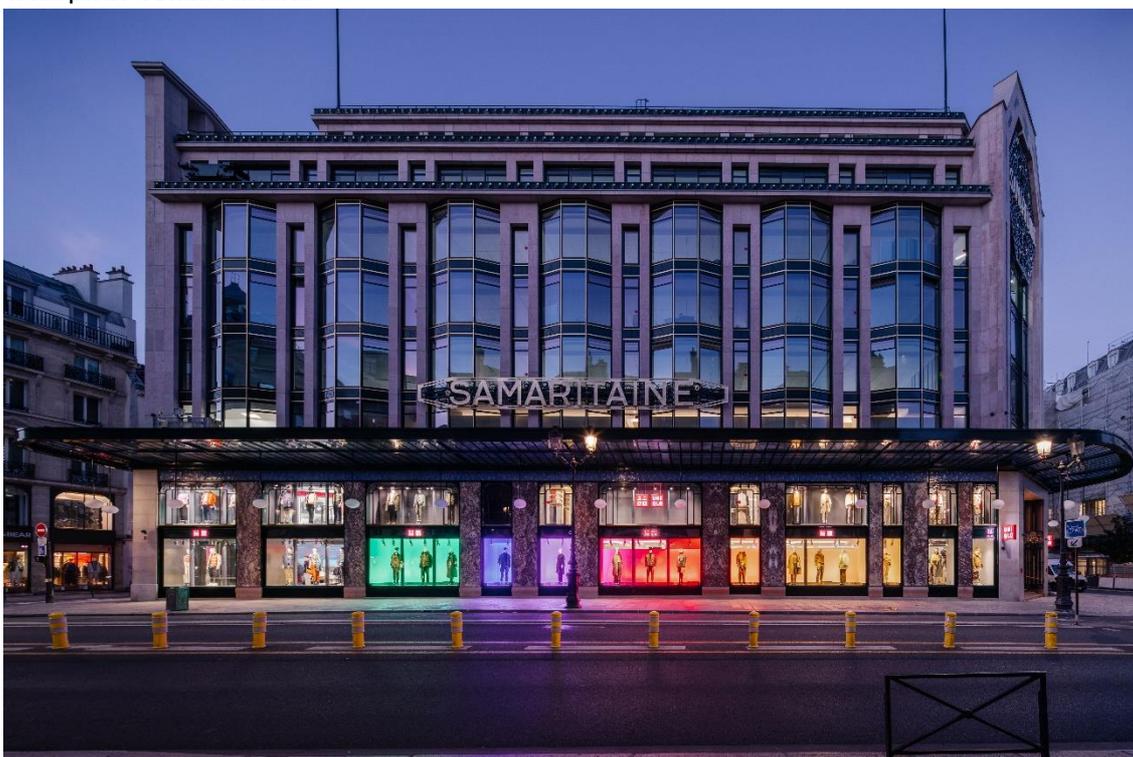
Ce magasin se déploie sur 4 étages et 2 000 mètres carrés pour accueillir les lignes homme, femme et enfant ainsi qu'un corner Comptoir des Cotonniers de 40m2.

Au-delà de présenter ses collections de prêt-à-porter conçues à travers sa philosophie LifeWear (vêtements à vivre), UNIQLO RIVOLI a pour vocation de devenir un lieu vivant de partage et d'expériences artistiques. UNIQLO RIVOLI vise à initier ou reconnecter ses visiteurs à l'art. Mais aussi à restituer et réenchanter l'âme du quartier.

UNIQLO RIVOLI

Adresse : 67-73 rue de Rivoli, 75001 PARIS

Crédit photos @Benoit Florencon



####

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 Cotonniers, 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.