



**UNIQLO dévoile sa collection de UT en collaboration avec
AMBUSH sur le thème de MINNIE.
Lancement le 27 Février 2020.**

UNIQLO annonce le lancement de sa collection UT en collaboration avec AMBUSH. Imaginée par la créatrice de bijoux américano-coréenne Yoon Ahn et son mari Verbal célèbre artiste hip-hop, AMBUSH est née à Tokyo. Les designs reflètent le regard singulier qu'elle porte sur Minnie et exprime l'amour à travers différents motifs exclusifs : un cœur dessiné à la main, ou encore le fameux ruban (en deux tons) du célèbre personnage Disney adoré dans le monde entier.

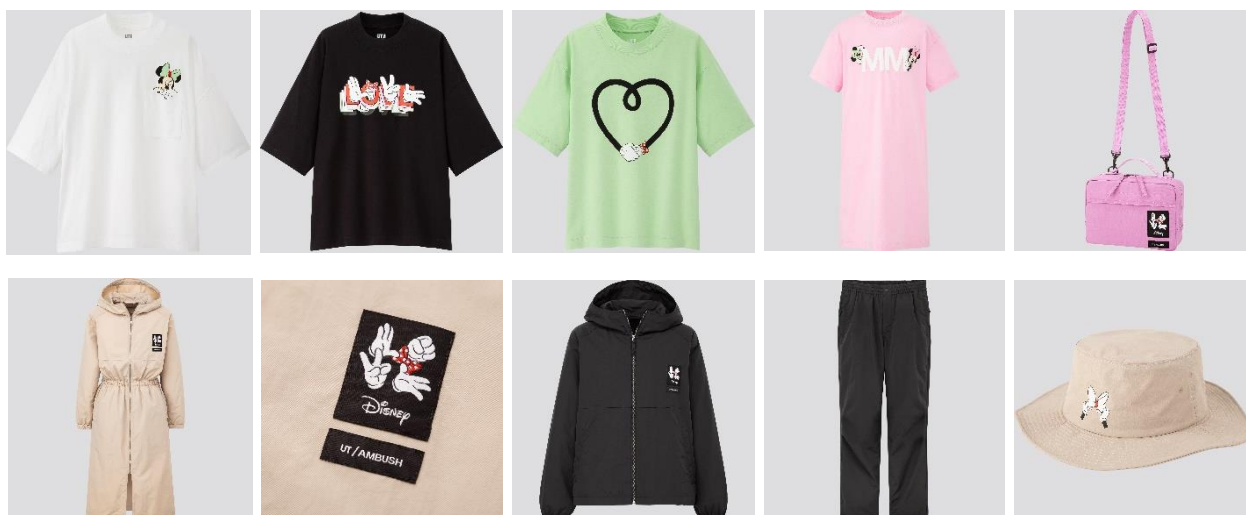
La collection sera disponible le 27 février dans les magasins UNIQLO et sur [uniqlo.com](https://www.uniqlo.com).



©Disney

Yoon Ahn : « *J'ai toujours été une grande fan d'UNIQLO. Pouvoir travailler en collaboration avec la marque pour la ligne UT et offrir la vision d'AMBUSH avec Disney est un rêve qui se concrétise. Ce sera fabuleux de voir autant de personnes dans le monde porter ces créations.* »

La ligne met Minnie à l'honneur à travers une ligne d'inspiration sportive et des robes assorties pour filles. Elle comprend également des manteaux, des parkas, des sacs et des casquettes et reprend les tons rose pâle et vert menthe signature de la marque AMBUSH.



COLLECTION UT	Prix
T-shirts femme	14,90 €
Pantalon femme	39,90 €
Parkas en maille femme	49,90 €
Manteaux en maille femme	69,90 €
Sacs bandoulière femme	19,90 €
Casquettes anti-UV femme	19,90 €
Robes filles	14,90 €

©Disney

À propos d'Ambush et de Yoon Ahn



Cette marque créée en 2008, fruit de la collaboration de Yoon Ahn avec son mari Verbal, était à l'origine une ligne expérimentale de bijoux innovants inspirés du Pop art et empreints d'une esthétique résolument tokyoïte. Verbal, d'origine coréenne mais résident permanent au Japon, est quant à lui un artiste hip-hop, réalisateur de clips vidéo et producteur musical de renom. Yoon Ahn est une créatrice de bijoux américano-coréenne. Le label s'est notamment illustré au travers de son motif Pow!, qui a attiré l'attention des grands médias et des artistes dans le monde entier. Il est entré sur la scène parisienne en 2015 et les quatre années suivantes, Verbal et Yoon Ahn ont été classés parmi les 500 personnalités les plus influentes de l'industrie mondiale de la mode par le Business of Fashion. En 2017, Ambush faisait partie des huit finalistes du Prix LVMH pour les jeunes créateurs de mode. Yoon Ahn est devenue directrice de la création des bijoux Dior Homme en 2018. Sa première ligne pour la Maison a été intégrée à la collection printemps-été 2019, à Paris.

#####

A propos d'UNIQLO et de son concept LifeWear

UNIQLO est une marque du Groupe Fast Retailing, groupe international de distribution d'habillement qui conçoit, produit et vend les produits de 7 marques : Comptoir des Cotonniers, GU, Helmut Lang, J Brand, Princesse tam.tam, Theory et UNIQLO. Avec des ventes mondiales d'environ 2,2905 trillions de yens pour l'exercice 2019 se terminant le 31 août 2019 (21,53 milliards de dollars US, calculé en yen avec un taux de 1 dollar 106,4 yens), Fast Retailing est l'une des plus grandes sociétés de distribution d'habillement internationales, et UNIQLO est le leader au Japon.

A Propos d'UNIQLO et de Fast Retailing

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. À ce jour, UNIQLO compte plus de 2 200 magasins sur 24 marchés dans le monde incluant le Japon ainsi que (dans l'ordre alphabétique) Allemagne, Australie, Belgique, Canada, Chine, Corée du Sud, Danemark, Espagne, États-Unis, France, Hong Kong, Inde, Indonésie, Italie, Malaisie, Pays Bas, Philippines, Royaume-Uni, Russie, Singapour, Suède, Taïwan et Thaïlande. Grameen UNIQLO, entreprise sociale établie au Bangladesh en septembre 2010, gère actuellement plusieurs magasins Grameen UNIQLO à Dhaka. UNIQLO opère selon un modèle intégré qui lui permet de gérer la création, la production et la vente de vêtements « casual » de très bonne qualité. UNIQLO revendique sa mission de proposer des vêtements offrant un confort absolu, une qualité irréprochable, un style universel, pouvant convenir à tous.

À 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 inédites, pour contribuer à améliorer la qualité de vie de chacun à travers le monde entier. Plus d'informations sur UNIQLO ou Fast Retailing : www.uniqlo.com et www.fastretailing.com