|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Informacja prasowa:Reserved świętuje sukces w Londynie | Data:19.12.2018 | Workshop.reC:\Users\prime\Desktop\logo workshop.re.png |

Reserved świętuje sukces w Londynie

Reserved, sztandarowa marka polskiej firmy LPP S.A., od roku bryluje na londyńskich salonach, a dokładniej na najsłynniejszej europejskiej ulicy mody - Oxford Street. W ciągu roku salon Reserved sprzedał przeszło 700 tys. produktów, generując ponad 10 mln funtów. Twarzami marki były m.in. Kate Moss, Cindy Crawford i nasza rodaczka Joanna Kulig.

Założona w Gdańsku w 1991 roku spółka LPP w ciągu kilkunastu lat z niewielkiej lokalnej firmy, trudniącej się importem ubrań z Azji, przekształciła się w najszybciej rozwijające się przedsiębiorstwo odzieżowe w regionie Europy Środkowo-Wschodniej. W 1998 roku klienci mogli odwiedzić w Polsce pierwsze salony Reserved, a kilka lat później marka znalazła się już w takich krajach jak Litwa, Łotwa, Słowacja, Ukraina, Węgry, Estonia, Czechy i Rosja.

Obecnie salony Reserved znajdują się w 23 krajach  m.in. w Berlinie, w Tel Awiwie, Egipcie, Zjednoczonych Emiratach Arabskich, Katarze, Kuwejcie, Bośni i Hercegowinie, Finlandii, a od jesieni 2017 roku zakupy w popularnej sieciówce mogą zrobić również Brytyjczycy. Spółka LPP zarządza również takimi markami jak Cropp, House, Mohito i Sinsay.

W Londynie salon Reserved zlokalizowany jest na 3 tys. mkw. przy Oxford Street, zaliczanej do najbardziej prestiżowych ulic handlowych świata, przez którą rocznie przechodzi 120 mln osób. Od chwili otwarcia w 2017 roku do końca września tego roku marka Reserved wypracowała ponad 10 mln funtów przychodu. Poza sklepem stacjonarnym producenci uruchomili również w Wielkiej Brytanii sprzedaż online.

- *Bardzo cieszy fakt, że sklep oparty na koncepcie, który możemy znaleźć w każdym większym mieście w Polsce, odnosi sukces w centrum Londynu, na Oxford Street, a więc w miejscu prestiżowym, a zarazem symbolicznym dla handlu. Zauważmy też, że Londyn to w tym momencie najważniejsze miasto na mapie finansowej świata, co ma przełożenie na niezwykle wysokie stawki czynszów. Zatem prestiż jest też kosztowny -* zwraca uwagę Piotr Wroczek, Project Director z Workshop.re. - *Sukces LPP to dowód na* *duży potencjał polskich firm z branży retail oraz potwierdzenie, że jeżeli działa się ambitnie i z wizją to globalny sukces jest możliwy* - podsumowuje.

. . . . . . . . . . . . . . . . .

Więcej informacji:

Aleksandra Maśnica

e-mail: aleksandra.masnica@primetimepr.pl

tel. 12 313 00 87