

Lindex investerar i start up – nya underklädesvarumärket Closely



Lindex går in som partner i Closely, ett nytt svenskt underklädesvarumärke för kvinnor. Partnerskapet är en del av Lindex arbete att skapa nya tillväxtmöjligheter. Bakom Closely står två av Sveriges mest kända kreatörer, Tove Langseth och Filip Nilsson.

Tove Langseth var fram till i fjol VD för reklambyrån Nord DDB och Filip Nilsson har under mer än 20 år varit kreativ chef på Forsman & Bodenfors, Sveriges största reklambyrå. Tillsammans startar de nu det nya underklädesvarumärket Closely där Lindex går in som partner och investerare från start.

”Vårt partnerskap med Closely är ett spännande exempel på hur vi kan skapa nya affärsmöjligheter utifrån våra styrkor. Genom en analys av den globala underklädesmarknaden såg vi stor potential för Toves och Filips innovativa idé. Lindex har en unik kompetens inom underkläder och vi ser fram emot att vara med på Closelys resa med dessa två starka entreprenörer”, säger Lindex VD Susanne Ehnåge.

Lanseringen av Closely är planerad till hösten 2020 och i första hand handlar det om ett digitalt varumärke men egna showrooms finns också med i planerna.

”Tanken är helt enkelt att skapa världens bästa underkläder. Det kan låta kaxigt men det är så vi tänker. Dessutom blir gränsen mellan underkläder och sport allt mer flytande. Vi kommer att ha ett litet men kompromisslöst sportsortiment redan från start”, säger Tove Langseth.

Filip Nilsson förklarar bakgrunden till samarbetet.

”När vi för drygt ett år sedan, ihop med Lindex, gjorde en djupdykning i den globala underklädesmarknaden insåg vi vilken revolution den här branschen står inför när det gäller allt från retail till kvinnoosyn och hållbarhet. Det var helt omöjligt att inte börja skissa på ett nytt alternativ”.

Följ Closelys resa på Instagram @closelyofficial och hemsida closely-official.com.

För mer information, kontakta;

Kristina Hermansson, Corporate Communications Manager

Telefon: +46 (0) 31 739 50 70

E-mail: press@lindex.com