

TOMMY HILFIGER NA METAVERSE FASHION WEEK

Marka po raz drugi powraca na Metaverse Fashion Week z czterodniowym programem wydarzeń poświęconych modzie, sztuce i wspólnej twórczości. Partnerami marki są pionierzy cyfrowej mody: platforma DRESSX, artysta Vinnie Hager i społeczność Web3.

AMSTERDAM, HOLANDIA – Tommy Hilfiger ma przyjemność ogłosić powrót marki TOMMY HILFIGER na Metaverse Fashion Week – MVFW – tygodniu mody zorganizowanym w metawersum platformy Decentraland. Od 28 do 31 marca marka będzie przedstawiać publiczności MVFW unikalne wirtualne wydarzenia poświęcone modzie, sztuce i innowacjom. TOMMY HILFIGER współpracuje z liderami metamody: platformą DRESSX i artystą Vinnie Hagerem. Ich celem jest zainspirowanie użytkowników do wyrażania własnych osobowości w cyfrowym świecie. Przedstawione zostaną również wirtualne ubrania i limitowane edycje kolekcjonerskich tokenów NFT.

„Od zawsze napędza mnie pasja do łączenia ludzi przez wspólne doświadczanie mody, sztuki, muzyki i świata showbiznesu” – mówi Tommy Hilfiger. „Dziś metawersum i Web3 dają nowe, potężne metody, by to robić. Wirtualny świat wykracza poza wszelkie marzenia, jakie miałem, zakładając swoją markę prawie 40 lat temu. Tworzymy wirtualne wydarzenia, szukamy nowych miejsc dla naszych cyfrowych kolekcji i poznajemy społeczności, zaangażowane w zupełnie nową formę świata mody”.

Czterodniowy udział marki TOMMY HILFIGER podczas MVFW rozgrywa się wokół wirtualnego monumentu *TH Monogram* w Decentralandzie. Program wydarzeń obejmuje konkurs projektowania przy udziale sztucznej inteligencji – organizowany we współpracy z DRESSX – gościnny udział artysty Web3 Vinniego Hagera oraz inne wciągające doświadczenia, inspirowane amerykańskim dziedzictwem marki. Plan i grywalizacja udziału TOMMY HILFIGER w Metawersowym Tygodniu Mody zostały opracowane wspólnie z Sawhorse – uznanymi architektami interaktywnych technologii.

Dzień 1, 28 marca

Uczestnikom MVFW i globalnej publiczności zostanie przedstawiony konkurs projektowy TOMMY HILFIGER AI. Społeczność będzie miała trzy dni na zaprojektowanie i zgłoszenie własnej wirtualnej interpretacji klasycznego stylu preppy. Zwycięzcy otrzymają od DRESSX usługę przekształcenia projektów w kolekcjonerskie cyfrowe produkty, filtr rozszerzonej rzeczywistości i wirtualne ubrania – gotowe do noszenia przez awatary platformy Decentraland. DRESSX to największy na świecie sklep z modą cyfrową, który posiada wyjątkowe doświadczenie w łączeniu technologii, designu i stylu.

Dzień 2, 29 marca

Artysta Vinnie Hager przejmie monolit *TH Monogram* i pokryje budowlę swoimi wzorami w kultowych kolorach Tommy'ego: czerwonym, białym i niebieskim. W tej strefie wyświetlane będą animacje, które pozwolą odwiedzającym na eksplorację, zabawę i komunikację między realnym i wirtualnym światem. Podczas kameralnego procesu tworzenia projektu powstaną kolekcjonerskie tokeny NFT, które będą dostępne do kupienia.

Dzień 3, 30 marca

Monument stanie się cyfrową reprodukcją *People's Place*, pierwszego sklepu Tommy'ego Hilfigera, który projektant otworzył w Nowym Jorku w 1969 r. Miejsce to było stworzone dla ludzi z różnych środowisk, którzy mogli spotykać się i wspólnie doświadczać sztuki, muzyki, mody i popkultury. Klasyki stylu preppy z aktualnych kolekcji TOMMY HILFIGER i TOMMY JEANS zostaną zaprezentowane jako wysokiej rozdzielczości wirtualne ubrania na platformach DRESSX i Decentraland. Będzie można odblokować je poprzez przymierzalnie w technologii rozszerzonej rzeczywistości AR.

Dzień 4, 31 marca

Ogłoszeni zostaną zwycięzcy konkursu projektowania AI, wybrani przez samego Tommy'ego Hilfigera. Cyfrowe produkty kolekcjonerskie, utworzone przez DRESSX, w kwietniu będą dostępne do kupienia na ich platformie.

Udział *TOMMY HILFIGER* w tygodniu mody platformy Decentraland jest następstwem dotychczasowej obecności marki w metawersum: uruchomienia „Wyspy Tommy'ego” w grze Animal Crossing w 2020 roku, wieloletniego partnerstwa z platformą Roblox od 2021 roku, uruchomienia społeczności graczy Team Tommy w 2022 r. oraz debiutu wiosennej kolekcji marki na zeszłorocznym, pierwszym Metaverse Fashion Week.

Przyjaciele i miłośnicy marki mogą dołączyć do dyskusji w mediach społecznościowych za pomocą hashtagu #TommyHilfiger i profilu [@TommyHilfiger](#).

###

Tommy Hilfiger

TOMMY HILFIGER to jedna z najbardziej rozpoznawalnych marek lifestyle'owych klasy premium na świecie. Od 1985 r. podnosi na duchu i inspiruje konsumentów. Na styku klasyki i nowości kreuje kultowy styl – współtworzony z artystami, którzy kształtują kulturę świata. Marka *TOMMY HILFIGER* przedstawia esencję ponadczasowej amerykańskiej mody w świeżym wydaniu.

Tommy Hilfiger oferuje konsumentom na całym świecie najwyższą jakość marek *TOMMY HILFIGER* i *TOMMY JEANS*. Ich ofertę tworzą różnorodne kolekcje, obejmujące m.in. męską, damską i dziecięcą odzież, dzinsy, akcesoria i obuwie. Firma nieustannie poświęca się zrównoważonemu rozwojowi i pracuje na rzecz integracji społecznej.

Globalna sprzedaż detaliczna produktów *TOMMY HILFIGER* w 2021 r. wyniosła około 9,3 miliarda dolarów. Markę tworzy ponad 16 000 pracowników – w 100 krajach i ponad 2 000 sklepach detalicznych, w tym największym globalnym flagowym sklepie *tommy.com*. W 2010 r. firma Tommy Hilfiger została przejęta przez grupę PVH, która nadzoruje ukierunkowane działania na rzecz budowania świadomości i obecności marki na świecie oraz jej długoterminowego wzrostu.

PVH Corp.

PVH to jedna z najsłynniejszych firm świata mody i łączy konsumentów w 40 krajach. Nasze legendarne globalne marki to m.in. [Calvin Klein](#) i [TOMMY HILFIGER](#). Od 140 lat budujemy wspólną historię dzięki sile naszych marek, naszych zespołów i naszego zaangażowania w budowanie lepszej przyszłości mody. To one tworzą naszą siłę. Siłę PVH.

Obserwuj nasze profile na portalach [Facebook](#), [Instagram](#), [Twitter](#) i [LinkedIn](#).