

Construisez et exploitez votre propre magasin de mode personnalisé dans Forever 21 Shop City sur Roblox

Virtual Brand Group, une société de création de métavers spécialisée dans le développement des marques mondiales dans le métavers, et la marque de mode emblématique Forever 21, détenue par Authentic Brands Group, ont annoncé aujourd'hui un partenariat exclusif visant à créer une expérience de vente au détail, d'articles de mode, sur Roblox (NYSE : RBLX), une plateforme mondiale en ligne, qui offre des expériences partagées et connecte chaque jour entre elles des dizaines de millions de personnes. Ce que permettra cette toute nouvelle expérience : *Forever 21 Shop City* est conçue pour permettre aux utilisateurs de Roblox, aux influenceurs de la mode et aux créateurs de mondes de posséder et de gérer leur boutique personnelle.

Les utilisateurs pourront ainsi acheter et vendre des marchandises Forever 21, notamment des accessoires et des vêtements ; embaucher des personnages non-joueurs (PNJ) comme leurs employés ; et exprimer leur univers en personnalisant chaque aspect de leur boutique, dans l'espoir de devenir le « meilleur magasin » au sein de l'expérience. *Forever 21 Shop City* est un jeu axé sur les communautés, lancé en collaboration avec des créateurs de contenu générés par les utilisateurs, et des influenceurs parmi les plus « fashion fabulous » de Roblox. Sam Jordan @Builder_Boy a imaginé la ligne de mode de Forever21 Shop City en partenariat avec @Beeism, @OceanOrbsRBX et @JazzyX3, lesquels ont tous créé des articles exclusifs pour *Forever 21 Shop City*, et réalisé collectivement des millions de ventes d'articles sur la plateforme. En outre, *Forever 21 Shop City* proposera des magasins conçus personnellement par des influenceurs tels que KrystinPlays, Shaylo et le Sopo Squad.

« Le métavers est l'innovation la plus transformatrice depuis la création d'Internet. Roblox fait partie des plateformes qui créent les plus grandes opportunités commerciales pour les marques, avec plus de 50 millions d'utilisateurs actifs quotidiens qui entretiennent des relations sociales et vivent des vies numériques pendant plusieurs heures chaque jour, tout comme le font mon fils, ma fille et tous leurs amis. C'est pourquoi j'ai créé le Virtual Brand Group », a déclaré Justin Hochberg, PDG de VBG. « Notre collaboration avec Forever 21 marque non seulement l'un des plus grands lancements de métavers de cette année, mais également le lancement d'une formule qui combine de manière unique monde physique et monde virtuel, en intégrant dans le jeu les contenus IRL (« in real life », dans la vraie vie) de Forever 21, et en trouvant le moyen de faire exister les créations de Roblox UGC en IRL. »

Forever 21 Shop City permet aux joueurs de créer et de gérer chaque aspect du jeu avec un degré de contrôle inégalé, et les encourage à exprimer leur individualité lorsqu'ils imaginent leur magasin avec des options de personnalisation sans précédent. Caractéristiques principales :

- **Emplacement des magasins** : Les constructeurs de magasins pourront choisir et échanger leurs emplacements n'importe où dans le jeu.
- **Tâches** : Les utilisateurs géreront leur magasin avec des fonctionnalités réelles,

comprenant notamment l'inventaire, l'exécution de différents travaux, le service clients, l'utilisation de la caisse enregistreuse, l'embauche des employés, et la décoration de la vitrine.

- **Personnalisation des intérieurs** : Les utilisateurs pourront acheter, placer, mélanger et assortir différents éléments dans leur magasin (meubles, accessoires, objets d'art, éclairage et musique) de façon à créer un lieu qui soit représentatif de leur style.
- **Passage des marchandises du monde physique au monde virtuel et vice-versa** : À l'heure où Forever 21 lance de nouvelles collections dans ses magasins physiques et de commerce électronique, *Forever 21 Shop City* offrira simultanément la possibilité d'ajouter la même marchandise dans chaque magasin ou de l'acheter pour votre avatar Roblox.
- **Aménagement des bâtiments et styles de magasins uniques** : Tous les utilisateurs commencent avec un magasin en verre, élégant, et prêt à être personnalisé. À mesure qu'ils rencontrent le succès, les utilisateurs gagnent des points pour agrandir leur magasin, non seulement en y ajoutant des étages et des options supplémentaires, mais aussi en l'enrichissant avec des extérieurs personnalisés, divers styles de lumières, et des thèmes architecturaux baptisés Cottage Core, FutureScape, Cyber Punk, Eco-Urban et Malibu Mansion.

Forever 21 Shop City propose également quatre districts thématiques passionnants, comprenant des offres de divertissement, un parcours d'obstacles, une aire de restauration et un lieu « tapis jaune », où les utilisateurs peuvent endosser un rôle, rencontrer des amis, découvrir des objets rares cachés, et tisser leur propre communauté. Quelques emplacements clés :

- **Zone tapis jaune** : Chaque utilisateur qui entre dans *Forever 21 Shop City* fait une apparition sur le tapis jaune emblématique au son d'une musique entraînante et se retrouve face à des paparazzis frénétiques, qui crient pour prendre une photo de chaque avatar. Les utilisateurs peuvent prendre la pose et partager leurs styles avec leurs amis et sur les réseaux sociaux, en utilisant l'un des six styles de cadres exclusifs.
- **Boutique phare Forever 21** : Situés au niveau du hub de *Forever 21 Shop City*, les utilisateurs obtiennent des drops de nouvelles marchandises pour eux-mêmes et pour leurs magasins, réapprovisionnent leurs stocks, entretiennent des relations sociales, et découvrent de nouveaux éléments de design à intégrer dans leurs magasins.

Katrina Glusac, directrice du Merchandising, chez Forever 21, a déclaré : « Avec *Forever 21 Shop City*, notre objectif est de diversifier nos modes d'interaction avec les clients, en offrant de nouvelles formules pour étendre notre présence et nos produits. Nous sommes ravis de fournir un nouvel espace sur Roblox où nos fans peuvent se connecter avec leur communauté et donner vie à leur propre vision de Forever 21. »

Tous les 21 de chaque mois, *Forever 21 Shop City* accueillera le « Forever 21 Day », en intégrant de nouveaux contenus et activités thématiques. Le 21 décembre marquera le tout premier Forever 21 Day et commencera par une mise à jour sur le thème des vacances. Pour en savoir plus sur *Forever 21 Shop City*, notamment sur la manière de télécharger le jeu et d'y jouer sur mobile, PC ou Mac, veuillez vous rendre sur <https://www.roblox.com/games/8254336243/Forever-21-Shop-City>, ou retrouvez-nous sur [Forever 21 Shop City](#) et [@Forever21](#).

Hashtags : #MetaMerch #F21ShopCity

Pour les ressources de presse, voir [ici](#).

À propos de Virtual Brand Group

Virtual Brand Group (VBG) transforme les entreprises en plaçant les marques dans le métavers et en proposant des expériences numériques durables et de haut niveau, via les jeux sociaux, les marchandises numériques et les jetons non fongibles. VBG conçoit, exploite, commercialise et monétise des marques sur diverses plateformes de métavers. Nous exploitons la puissance du Web 3.0 pour le compte de détenteurs mondiaux de propriété intellectuelle, en créant des expériences de consommation qui permettent d'entretenir des relations sociales, de faire des achats, de se faire des amis et de créer des produits qui existent simultanément dans le monde virtuel et dans le monde physique. Cofondé par le PDG Justin Hochberg et par James DeBragga, le métavers de VBG se compose de développeurs de jeux, de créateurs de mode numérique, de créateurs de communautés sociales, d'experts en licences de marque, de créateurs de contenus narratifs, et de futuristes. Pour en savoir plus, visitez Virtualbrandgroup.com.

À propos de Forever 21

FOREVER 21 est un chef de file du secteur de la mode, dont la mission consiste à rendre les dernières tendances accessibles à tous, tout en inspirant un style et une confiance uniques. En mettant l'accent sur l'expérience client, la marque propose des créations haut de gamme et des basiques de la mode avec des valeurs convaincantes et un environnement de magasin dynamique. Tout en stimulant l'innovation dans le commerce électronique et le numérique afin d'élargir l'accès et la commodité, la marque continue de renforcer son positionnement en tant que destination préférée d'aujourd'hui pour les consommateurs qui suivent la mode. Forever 21 est présent dans plus de 540 sites à travers le monde et en ligne.

À propos d'Authentic Brands Group

Authentic Brands Group (ABG) est une société de développement de marque, de marketing et de divertissement, qui possède un portefeuille de marques mondiales de médias, de divertissement et de style de vie. Basée à New York, ABG élève et renforce la valeur à long terme de plus de 30 marques et propriétés grand public en travaillant en partenariat avec des fabricants, des grossistes et des détaillants figurant parmi les meilleurs de leurs catégories. Ses marques ont une présence mondiale dans le commerce de détail dans les canaux luxe, spécialité, grands magasins, milieu de gamme, commerce de masse et commerce électronique, et sont présentes dans plus de 7 800 magasins indépendants et boutiques à travers le monde.

ABG s'est engagée à transformer les marques en proposant des produits, du contenu, des affaires et des expériences immersives convaincants. Elle crée et active des stratégies marketing originales visant à favoriser le succès de ses marques sur tous les points de contact liés aux consommateurs, les plateformes et les médias émergents. Le portefeuille mondial d'ABG inclut les marques emblématiques de renommée mondiale suivantes : Marilyn Monroe®, Elvis Presley®, Muhammad Ali®, Shaquille O'Neal®, Dr. J®, Greg Norman®, Neil Lane®, Thalia®, Sports Illustrated®, Reebok®*, Eddie Bauer®, Spyder®, Volcom®, Airwalk®, Nautica®, Izod®, Forever 21®, Aéropostale®, Juicy Couture®, Vince Camuto®, Lucky Brand®, Nine West®, Jones New York®, Frederick's of Hollywood®, Adrienne Vittadini®, Van Heusen®, Arrow®, Tretorn®, Tapout®,

Prince®, Vision Street Wear®, Brooks Brothers®, Barneys New York®, Judith Leiber®, Herve Leger®, Frye®, Hickey Freeman®, Hart Schaffner Marx®, Thomasville®, Drexel® et Henredon®. Acquisition prévue au T1 2022*.

Pour en savoir plus, visitez authenticbrands.com.

Suivez ABG sur [Twitter](#), [LinkedIn](#) et [Instagram](#).

Le texte du communiqué issu d'une traduction ne doit d'aucune manière être considéré comme officiel. La seule version du communiqué qui fasse foi est celle du communiqué dans sa langue d'origine. La traduction devra toujours être confrontée au texte source, qui fera jurisprudence.



Consultez la version source sur [businesswire.com](https://www.businesswire.com) :
<https://www.businesswire.com/news/home/20211216006217/fr/>