Tinder by KOCHÉ : la capsule mode inattendue, non-genrée de la Fashion Week !

Cette collaboration sera présentée pour la toute première fois lors du défilé KOCHÉ pour la Fashion Week à Paris le 28 septembre 2021 et Tinder reversera l'ensemble des bénéfices de la collection à l'association ModaFusion reconnue d'intérêt général qui porte le projet social Casa93.

Paris, 28 septembre 2021 - Tinder, l'application leader des rencontres et la marque mode KOCHÉ dévoilent à l'occasion de la Fashion Week une collaboration exclusive, Tinder by KOCHÉ. Le temps d'une collection capsule, KOCHÉ crée la surprise en transposant les codes de la marque Tinder, emblématique de la Génération Z, à la couture. Un mélange des genres inattendu qui vient rallier love culture, urbanwear et artisanat pour les amoureux de la mode.

Pourquoi cette collaboration ?
Mélanger les styles et les populations est la conviction forte de Christelle Kocher, qui, au cours de sa carrière, s'est épanouie dans toutes les modes, qu'il s'agisse d'imaginer des pièces artisanales spectaculaires ou des looks plus contemporains qui ensemble font l'ADN de KOCHÉ. Une conviction également profondément ancrée chez Tinder, dont la force est d'aider ses membres à créer des connexions en tout genre, avec des personnalités singulières et différentes, au-delà de leur cercle amical, familial ou professionnel... Tinder reversera l'ensemble des bénéfices de la collection à l'association ModaFusion reconnue d'intérêt général qui porte le projet social Casa93, une formation de mode parrainée par Christelle Kocher, basée en Seine Saint-Denis et favorisant l'insertion des jeunes talents dans le milieu de la mode.

Une collection au carrefour du savoir-faire couture, de l'esprit urbanwear et de la love culture
La collection capsule est composée de 8 pièces, qui s'imprègnent de l'univers graphique de Tinder réinterprété par KOCHÉ. Robe, hoodie, t-shirt, casquette, bandana... chaque pièce est produite de façon responsable en Italie, et créée à partir d'anciens tissus imprimés dans le respect des standards de haute qualité. La pièce emblématique du défilé, une robe t-shirt entièrement brodée avec des perles aux couleurs de l'application et habillée de plumes d'autruches, démontre la maîtrise d'un savoir-faire pointu et d'une créativité sans limite. Entre célébration de la modernité et touche haute couture, les pièces de cette collection seront disponibles dès le 28 septembre dans certains points de vente et sur www.koche.fr. La livraison internationale vers le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Espagne, l'Italie, le Japon et les États-Unis sera également possible.

Une collection qui s'affranchit de la notion de genre
La collection Tinder by KOCHÉ s'affranchit des codes classiques de la mode en défendant des valeurs communes aux deux marques, telles que la diversité et l'inclusivité, et notamment de tous les corps et de toutes les origines. C'est pourquoi les articles de la collection ne sont pas étiquetés par genre. Adeptes des marques qui font bouger les lignes, les 18-25 ans aiment jouer avec les codes de la mode pour créer leurs propres règles. 33% des 18-25 ans affirment que leur mode de vie ne correspond pas toujours aux normes de genre en place dans la société*. La Gen Z recherche avant tout la fluidité, et souhaite se définir comme elle l'entend, aussi bien pour s'habiller que pour matcher. 34 % des 18-25 ans déclarent que la fluidité définit aussi bien leur identité que leur mode de vie ou leur façon de se comporter*. Cette collection est plus que jamais l'occasion pour Tinder et KOCHÉ de célébrer la fluidité et la mode.

"Nous sommes ravis de nous associer à KOCHÉ, une marque de mode jeune et avant-gardiste. La diversité et la fluidité sont des valeurs très importantes pour nos membres de la génération Z, non seulement en matière de rencontres, mais aussi dans tous les aspects de leur vie. Pour beaucoup, la fluidité est une façon de se définir et de définir leur identité, qui se rapporte à tout ce qu'ils sont et font, et la mode ne fait pas exception." **Leyla Guilany-Lyard, Vice-Présidente Communication EMEA.**

"La force de cette collection réside dans l'incarnation d'une génération aux visages multiples. KOCHÉ est ravi de pouvoir collaborer avec une marque comme Tinder, ancrée dans la pop culture, et qui reflète notre époque actuelle avec des valeurs qui nous sont chères telles que l'inclusivité et la diversité." - **Christelle Kocher, Fondatrice et Directrice Artistique de KOCHÉ.**

“À la Casa, il n’y a ni prof ni notes, ni filles ni garçons : c’est une école de vie créative faite de rencontres ludiques, effervescentes, électriques, fusionnelles, éclectiques, atomiques... Un collectif de jeunes talents libres qui incarnent parfaitement l’esprit de cette collection capsule.” - **Nadine Gonzalez, fondatrice et Directrice de Casa93.**

**Étude Yougov pour Tinder auprès des 18-25 ans portant sur la fluidité de genre, mai 2020*

###

Crédits
Photo: Alice Neale @Alice_enealeStyling: Isabelle Sayer @Isabellesayer
Christelle Kocher @christellekocher & Studio KOCHÉ@koche Video: @cestainsi.funfactory
Music Video: @iam.anyoneid
Casting Director: Christopher Landais @christopherlandais Hair: Sophie Jane Anderson @Sophie_jane_anderson
Make up: Mayumi Oda @mayumioda25
Nails: @kurebazaar
Set Design: Nicholas William White @nick_w_white
Digital: Niklas Bergstrand @Niklas_bergstrand
Photo Assistants: Rosalie Nguyen @enokibutter / Franck Luce @franqey_lks Set Design Assistant: Gabriel Day @gabriel_day_
Assistant Makeup: Béatrice Han Ching
Assistant hair: @jess.mccleave
Models: Bob @bob.thesponge Jeanne @jajooou Dounya @dou2nazaret Titouan @orgensia Morgane @siiizyy

###

À propos de Tinder
Lancée sur un campus universitaire en 2012, Tinder est devenu depuis l’application la plus utilisée dans le monde pour faire de nouvelles rencontres. Disponible dans 190 pays et plus de 40 langues, Tinder est l'application - hors gaming - la plus rentable au monde. Elle a été téléchargée plus de 430 millions de fois et a donnélieu àplus de 60 milliards de matchs.

À propos de Koché
KOCHÉ est une marque de mode créée à Paris, par Christelle Kocher, en 2015. Depuis ses débuts, KOCHÉ défend des valeurs fortes d’ouverture dans le monde de la mode : inclusivité et diversité des genres, des origines sociales et géographiques, des corps... De plus, l’ADN de KOCHÉ repose sur un savoir-faire artisanal exceptionnel, et sur une qualité « Made in Italy ». Diplômée de Central Saint Martins, Christelle Kocher a travaillé pour Bottega Veneta, Dries Van Noten, Chloé et Martine Sitbon. En parallèle de KOCHÉ, elle est aussi Directrice Artistique de la maison Lemarié, Chanel Métier d’Art. KOCHÉ a gagné le Grand Prix de l’ANDAM en 2019.

À propos de Casa93
Casa93 est une formation de mode libre et engagée d’un nouveau genre, gratuite et sans condition de diplôme pour des jeunes créatifs aux profils atypiques, formés pour repenser la mode de demain de façon plus humaine, solidaire, transparente et responsable. La formation est accessible à tous les jeunes talents de 18 à 25 ans, y compris les jeunes en situation de handicap en capacité d'utiliser du matériel de couture.

Contacts presse
Pour plus d’informations ou demande de visuels, merci de contacter :
Agence JIN : pressetinder@jin.fr / T. : +33 6 59 78 76 30 / T. : +33 7 85 66 02 58
Tinder : Ben Puygrenier - France & Benelux Communications - +33 6 07 35 26 03 - ben.puygrenier@gotinder.com
Lucien Pagès Communication : ckazis@lucienpages.com / T. : +33 1 42 77 33 05

Additional assets available online: Photo (2)

https://fr.tinderpressroom.com/news?item=122527