

Tinder et JEANNE FRIOT dévoilent "Love, Louder", une collection capsule non-genrée et éco-responsable venant célébrer l'amour, l'acceptation de soi et des autres lors de la Paris Fashion Week Spring Summer 2025

Cette collaboration (en édition limitée) a été présentée pour la première fois lors du défilé JEANNE FRIOT de la Paris Fashion Week Spring Summer 2025 le 19 Juin 2024. Encourageant tous les amours, une partie des recettes de la collection ira à l'association SOS homophobie qui lutte au quotidien contre la haine envers la communauté LGBTQIA+ et milite pour l'égalité.



Paris, 19 juin 2024 - Tinder, l'application de rencontres la plus populaire au monde, et **JEANNE FRIOT** - créatrice française qui produit avec son équipe depuis 2020 des collections non-genrées, éco-responsables et made in France - dévoilent à l'occasion de la Paris Fashion Week SS25 une collection capsule exclusive, à retrouver sur [le site de la créatrice](#) et sur son [Instagram](#).

La collection capsule "Love, Louder"

JEANNE FRIOT marque le coup en intégrant les codes de **Tinder**, symbole de la gen Z, dans son vestiaire/sa collection à la fois inclusive et engagée. Un mix des genres inattendu qui vient célébrer l'amour sous toutes ses formes tout comme l'acceptation de la différence pour ainsi transmettre un message puissant : oui, l'amour est plus fort que tout.

La collection capsule est composée de 4 pièces, qui s'inspirent de l'univers graphique de **Tinder** ré-interprété par la créatrice, incluant 1 T-shirt, 1 Casquette, 1 accessoire et une "Masterpiece" couture (non-vendue). Chaque pièce est produite de façon responsable en France, dans le respect des standards de haute qualité.

La pièce emblématique du défilé est une "Armure d'amour", une pièce forte qui met la couture et la créativité au service d'un message sociétal. Les pièces de cette collection seront disponibles dès le 19 Juin 2024 et exclusivement sur <https://www.jeannefriot.com/> et sur <https://www.instagram.com/jeannefriot/>. La livraison internationale est également possible.

Une collaboration qui célèbre l'amour mais aussi les fiertés

Cette collection est dévoilée à l'occasion de la Paris Fashion Week Spring Summer 2025 et du Mois des Fiertés. C'est un moment significatif pour la communauté LGBTQIA+, qui se rassemble pour défendre ses

droits et parler de leur représentation. A travers cette collaboration, les deux marques viennent célébrer la diversité et l'inclusivité, celle de tous les corps et de toutes les origines.

L'engagement et le soutien à [SOS homophobie](#).

De par leurs valeurs et engagements respectifs envers tous les amours, [JEANNE FRIOT](#) a souhaité reverser 10% des revenus de cette collaboration à l'association [SOS homophobie](#), qui lutte au quotidien contre la haine envers la communauté LGBTQIA+ et pour l'égalité. La Masterpiece "couture" de la collaboration sera également offerte et mise à disposition de l'association pour récolter des fonds additionnels.

C'est la troisième fois que Tinder collabore avec l'association dans les deux dernières années, notamment dans des campagnes pour les aider à visibiliser leurs différents dispositifs d'écoute actuellement proposés dont le chat, la ligne d'écoute anonyme et le forum de signalement pour les personnes subissant ou témoins d'actes LGBTQIA+-phobes.

###

"Collaborer avec Tinder sur cette collection capsule s'intégrant fièrement dans ma collection "Idols" est une opportunité forte de célébrer ensemble l'amour sous toutes ses formes. Nous voulons inspirer chacun-e à embrasser sa véritable identité et à s'exprimer librement, tout en soutenant des causes essentielles telles que la lutte contre la haine envers la communauté LGBTQIA+. Et nous espérons que cette collection incitera chacun-e à porter fièrement les valeurs de respect, de diversité et d'amour." - Jeanne Friot

"Nous sommes ravis de partager cette collaboration créative avec JEANNE FRIOT, une marque de mode créative et avant-gardiste autant par son expression artistique que par les valeurs qu'elle incarne. La diversité et la fluidité sont des valeurs incarnées par nos deux marques, et par l'utilisation du slogan wear, nous souhaitons que la jeune génération s'approprie et partage ce message, en exprimant ce qu'ils ont envie d'aimer plus fort." déclare Anne-Sophie Adesir, responsable marketing chez Tinder.

Informations utiles

- Photos de la collection

- Credits
 - PHOTO/ Ecoute Chérie
 - MAKE UP/ Marieke Thibault
 - HAIR/ Kevin Roux
 - MODEL/ Kennah Lau @citymodels
 - MODEL/ Anania Orgeas @girlgmt

La collection "Love, Louder" est disponible dès maintenant sur le site de [Jeanne Friot](#) et par DM sur son [compte Instagram](#).

[A propos de JEANNE FRIOT](#)

JEANNE FRIOT est une marque de mode durable et non-genrée basée à Paris proposant des séries limitées de produits ancrés dans un fort sentiment d'artisanat d'art. Développée par une énergie brute et contemporaine, JEANNE FRIOT est un miroir qui reflète nos multiples identités.

[A propos de Tinder](#)

Lancé en 2012, Tinder a révolutionné la manière dont les gens se rencontrent, passant de 1 Match à 1 milliard de matchs en seulement deux ans. Cette croissance rapide démontre sa capacité à répondre à un besoin humain fondamental : créer des connexions humaines et authentiques. Aujourd'hui, Tinder sert environ 50 millions d'utilisateurs par mois dans 190 pays et plus de 45 langues. Tinder a été téléchargé plus de 630 millions de fois, ce qui a donné lieu à plus de 97 milliards de Match, une ampleur inégalée par les autres applications de la catégorie. En 2024, Tinder a remporté quatre Effie Awards pour sa toute première campagne de marque mondiale, « It Starts with a Swipe ». Tinder est une marque déposée de Match Group, LLC.

[A propos de SOS homophobie](#)

Fondée en 1994 autour d'une ligne d'écoute et de soutien aux personnes victimes d'homophobie, l'association a rapidement publié son premier rapport sur l'homophobie qui faisait état des témoignages recueillis sur la ligne d'écoute, qu'elle publie désormais tous les ans. Sensibilisation en milieu scolaire ou professionnel, organisation d'événements, publication de rapports et d'enquêtes, soutien et accompagnement juridique, ou encore prévention auprès des jeunes sont autant d'activités réalisées par les bénévoles de l'association. SOS homophobie est reconnue d'intérêt général et bénéficie d'un agrément du ministère de l'Éducation Nationale pour intervenir au titre des activités éducatives complémentaires de l'enseignement public.

Contacts presse

Ben Puygrenier - France & Benelux Comms - +33 6 07 35 26 03 - ben.puygrenier@gotinder.com

Agence Ogilvy - tinderfrance@ogilvy.com

Jeanne Friot - office@jeannefriot.com

Romain Roz - ROMCOM - rom@romcom.global

Additional assets available online:  [Photo \(3\)](#)

<https://fr.tinderpressroom.com/news?item=122607>