Tinder Newsroom

Tinder et Willy Chavarria dévoilent "How We Love Is Who We Are", une collaboration engagée présentée à la Paris Fashion Week® 2025

Cette collaboration en édition limitée a été présentée pour la première fois lors du défilé de Willy Chavarria à la Paris Fashion Week® 2025 le 24 janvier 2025. En faveur de la liberté d'aimer qui on veut, qu'elle que soit son identité ou son orientation, une partie des recettes de la collection sera reversée à Human Rights Campaign (HRC), une association œuvrant pour les droits des communautés LGBTQIA+.



PARIS, le 27 janvier 2025 — Tinder, l'application de rencontres la plus populaire au monde, s'associe au créateur de mode visionnaire Willy Chavarria et à l'association Human Rights Campaign (HRC) pour mettre en lumière les droits des communautés LGBTQIA+ à travers une collaboration exclusive. Présentée pour la première fois lors du défilé de Willy Chavarria à la Paris Fashion Week® 2025 le 24 janvier 2025, cette capsule met en avant un slogan wear affirmé et inclusif, où le style devient un véritable mode d'expression.

Une pièce emblématique

Au cœur de cette collection, un sweatshirt en édition limitée arborant le message "**How We Love Is Who We Are**". Conçu dans des matières premium et des coupes oversize et bruts emblématiques du créateur, il incarne l'alliance entre mode et engagement. Disponible en quantité limitée, il est mis en vente sur WillyChavarria.com.

"La mode a toujours été le reflet des climats culturels et politiques» explique **Willy Chavarria**. *"Elle a le pouvoir de bousculer les normes, de provoquer des conversations et d'inspirer le changement. Avec Tinder et Human Rights Campaign, nous utilisons la Fashion Week de Paris comme une tribune mondiale pour faire passer un message fort, un appel à l'action qui célèbre l'affirmation de soi et l'amour sous toutes ses formes."*

"Nous sommes très reconnaissant·e·s au créateur Willy Chavarria et à Tinder pour avoir créé ce partenariat afin de soutenir et d'élever la communauté LGBTQ+. La communauté LGBTQ+ est forte, résiliente et belle" a déclaré **Kelley Robinson, présidente de Human Rights Campaign**.

L'expression de soi à travers le style

"Avec plus de 20 % des nouveau·elle·s utilisateur·rice·s de Tinder s'identifiant comme queer, nous sommes fiers de favoriser un espace inclusif où chacun·e peut s'exprimer librement et authentiquement." déclare ***Melissa Hobley, Chief Marketing Officer de Tinder****. "Cette collaboration illustre la manière dont la mode peut être un puissant vecteur d'expression et de connexion. En unissant leurs forces, Tinder et Willy Chavarria célèbrent une mode libérée, où chaque pièce raconte une histoire et reflète une identité."*

Cette collaboration rappelle que **l'amour triomphe lorsque nous nous unissons**. Ensemble, **Tinder, Willy Chavarria et la Human Rights Campaign** œuvrent pour un avenir où chacun est libre d'aimer qui il veut, comme il le veut.

À propos de Tinder

Lancé en 2012, Tinder® a révolutionné la manière dont les gens se rencontrent, passant de 1 match à 1 milliard de Match en seulement deux ans. Cette croissance rapide démontre sa capacité à répondre à un besoin humain fondamental : la connexion réelle. Aujourd'hui, Tinder a été téléchargé plus de 630 millions de fois, donnant lieu à plus de 100 milliards de rencontres, au service d'environ 50 millions d'utilisateurs par mois dans 190 pays et plus de 45 langues - une ampleur inégalée par toute autre application 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 Tinder LLC.

En 2024, Tinder a lancé "Tinder Stories", une plateforme dédiée aux histoires d'amour nées grâce à des rencontres sur l'application. Ce site est régulièrement mis à jour avec de nouveaux récits, célébrant ainsi les connexions authentiques qui se forment au quotidien.

Additional assets available online: **Photo** (2)

https://fr.tinderpressroom.com/news?item=122628