Tinder Newsroom

"How We Love is Who We Are"* : Tinder et Willy Chavarria célèbrent la Pride avec une collection exclusive et des stickers engagés

Tinder lance une collection estivale en édition limitée et des stickers Pride pour transformer l'expression de soi en soutien aux droits et à la célébration des personnes LGBTQIA+, via des dons de Tinder pouvant atteindre 100 000 $ au profit de Human Rights Campaign (HRC).



Paris, 5 juin 2025 - A l'occasion du mois des Fiertés, Tinder renforce sa collaboration avec le designer de mode Willy Chavarria, en dévoilant une nouvelle collection dans le cadre de sa campagne "How We Love Is Who We Are"*. En parallèle, Tinder réintroduit également ses stickers Pride annuels, transformant chaque profil en un geste de soutien concret. Pour chaque sticker Pride ajouté sur un profil, Tinder s'engage à faire un don de **1 $ US à la Human Rights Campaign (HRC)**, jusqu'à **50 000 $ US**, pour défendre **les droits LGBTQIA+** et célébrer l'amour et l'identité queer, partout. Au total, Tinder soutiendra HRC à hauteur de **100 000 $ US** dans le cadre de sa campagne Pride.

Selon les données Tinder de 2024, l'application a enregistré une hausse de 66 % des matchs queer par rapport à l'année précédente, signe d'une visibilité accrue et d'une meilleure connexion au sein de la communauté LGBTQ+ à l'international[1]. Cette évolution est bien plus qu'une statistique, elle reflète l'évolution des identités, une représentation plus forte et une génération qui recherche sans complexe l'amour, la connexion et la communauté selon ses propres termes, tout en revendiquant "How We Love Is Who We Are"*.

"Le Mois des Fiertés nous rappelle avec force que l'amour, sous toutes ses formes, mérite d'être vu, célébré et protégé" **affirme Melissa Hobley, Directrice Marketing de Tinder.** "Nos données révèlent que 30 % des matchs sur Tinder sont faits dans la communauté LGBTQIA+, un record pour l'application[1]. Grâce aux nouveaux stickers Pride et à notre collection en édition limitée "How We Love Is Who We Are", nous sommes fier.es de transformer l'expression personnelle en action concrète, en honorant et en célébrant nos utilisateurs LGBTQIA+ et en contribuant à l'action du HRC."

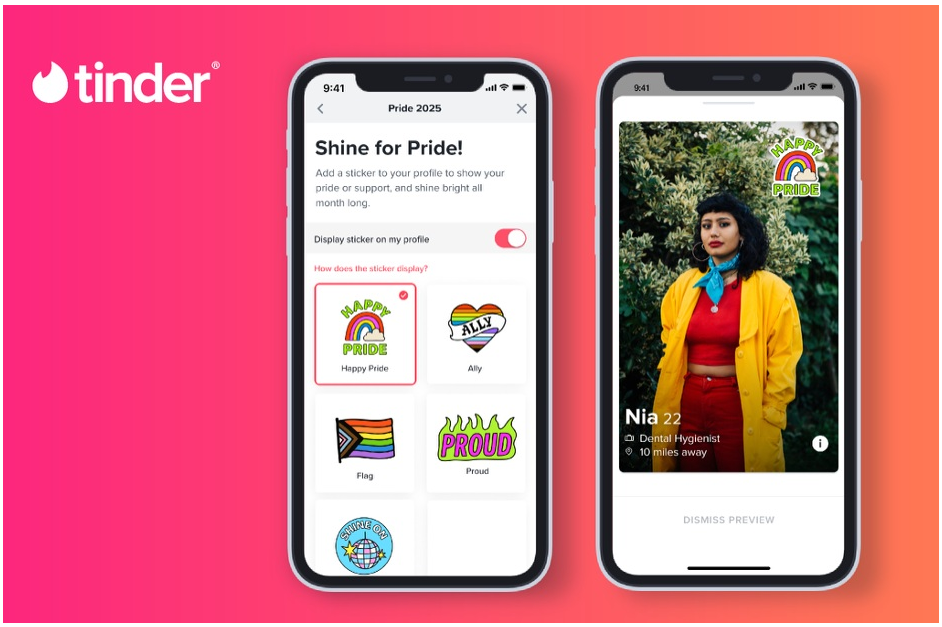
"La mode c'est bien plus que du style – c'est le reflet de notre temps et un moteur de changement," **a affirmé le designer de mode Willy Chavarria.** "Pour notre deuxième collaboration avec Tinder et la HRC, nous avons utilisé la force de la mode pour créer des discussions, défier les normes et affirmer avec audace son identité. Cette campagne est une ôde à l'amour sous toutes ses formes et nous rappelle que la visibilité est une forme de résistance."

"Ce partenariat illustre ce qui peut être accompli lorsque la créativité est utilisée à bon escient" **a déclaré Kelley Robinson, Présidente de la HRC.** "La mode a toujours été un terrain d'expression pour la communauté queer, et aujourd'hui, grâce au soutien de Willy Chavarria et Tinder, nous l'utilisons pour valoriser la communauté à un moment où la visibilité et la solidarité sont plus importantes que jamais. La communauté LGBTQIA+ est forte, dynamique et unie et ensemble, avec nos allié.es, nous continuerons d'avancer vers l'égalité et la liberté."

Cette collaboration célèbre l'unité, la résilience et le droit d'aimer sans frontières. Tinder, Willy Chavarria et la HRC s'associent pour imaginer et défendre un monde où chaque identité est respectée et où chaque histoire d'amour peut se vivre librement. La collection "How We Love Is Who We Are"* sera proposée à la vente dans le monde entier sur la boutique en ligne de Willy, WillyChavarria.com.

Une nouvelle ère pour la Fierté numérique

Tinder réintroduit les stickers préférés des utilisateurs.rices et propose de nouvelles options : ***Happy Pride*, *Proud*, *Ally*, *Protect Trans People*, *Pride Flag*, and *Shine On*.** Pour chaque sticker ajouté à un profil en juin, **Tinder s'engage à verser 1 $ US à la Human Rights Campaign (HRC), jusqu'à un maximum de 50 000 $ US**, contribuant à un don total de **100 000 $ US au HRC.**



Les stickers Pride de Tinder sont disponibles dès aujourd'hui et jusqu'au 1er juillet sur l'application. Pour ajouter, modifier ou supprimer un sticker, rendez-vous dans la section Stickers sur son profil.

##

À propos de Tinder

Lancé en 2012, Tinder® a révolutionné la façon 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 : la connexion réelle. Aujourd'hui, l'application a été téléchargée plus de 630 millions de fois, donnant lieu à plus de 100 milliards de rencontres, au service d'environ 50 millions d'utilisateur·ices par mois dans 190 pays et plus de 45 langues - une échelle 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.

Tinder, le logo en forme de flamme et It Starts with a Swipe sont toutes des marques déposées de Tinder LLC

À propos de Willy Chavarria

La mission de Willy Chavarria est de valoriser les personnes sous-représentées grâce au pouvoir transformateur de l'art et du design. Les collections de la marque incarnent une approche sensible et cinématographique, mêlant harmonieusement la profondeur émotionnelle de l'art à des thèmes politiques contemporains, racontant ainsi une histoire captivante de l'esprit humain. Willy s'efforce d'être une voix pour ceux qui n'en ont pas, collaborant souvent avec des organisations pour défendre la justice sociale. Son inspiration est tirée d'éléments biographiques, notamment des clins d'œil à son héritage mexicano-américain, à la beauté que l'on trouve dans les rues et à la culture environnante.

*Comment nous aimons est ce qu'on est

[1]*Données internes de Tinder. Nouveaux utilisateurs et utilisateurs de retour Mai 2023 - Mai 2024*

Additional assets available online: Photo (5)

https://fr.tinderpressroom.com/news?item=122639