Tinder Newsroom

Tinder by KOCHÉ: una colección limitada y de género neutro presentada en la Semana de la Moda de París

Esta colaboración se presentó por primera vez en el desfile de KOCHÉ para la Semana de la Moda de París el 28 de septiembre y Tinder donará parte de sus ingresos a la escuela de moda Casa93 de la asociación ModaFusion.



Madrid, 30 de septiembre de 2021 - Tinder, la app más popular del mundo para conocer gente nueva, y la marca de moda KOCHÉ revelan su colaboración exclusiva Tinder by KOCHÉ durante la Semana de la Moda de París. En esta sorprendente colección cápsula, KOCHÉ lleva a Tinder, una marca icónica entre la Generación Z, con más de la mitad de sus miembros de entre 18 y 25 años, al mundo de la alta costura. Se trata de una inesperada mezcla de géneros que aúna amor, cultura, moda urbana y artesanía para los amantes de la moda.

Tinder por KOCHÉ: ¡aquí hay match!

La diseñadora Christelle Kocher siempre ha creído en la mezcla de estilos y personas. A lo largo de su carrera, ha trabajado con una gran variedad de estilos, desde espectaculares piezas artesanales hasta piezas más contemporáneas que componen el ADN de KOCHÉ. De forma similar, Tinder también celebra la diversidad y ayuda a la gente a establecer conexiones de todo tipo con personas de diversos ámbitos. Tinder donará su parte de los ingresos de la colección a la asociación Casa93 de ModaFusion, una escuela de moda relacionada con Christelle Kocher, y con sede en Seine Saint-Denis. Esta escuela trabaja para incorporar nuevos jóvenes talentos de diferentes orígenes a la industria de la moda.

Una colección que combina el saber hacer de la alta costura, la ropa urbana, el amor y la cultura

La colección limitada contiene 8 piezas que incluyen vestidos, sudaderas con capucha, camisetas, gorras y pañuelos que se inspiran en la marca Tinder reinterpretada por KOCHÉ. Es una celebración del estilo moderno con un toque de alta costura. Cada pieza se fabrica de forma sostenible en Italia, recuperando tejidos no utilizados y personalizándolos con una impresión estándar de alta calidad. La pieza icónica del desfile será un vestido camisero completamente bordado con cuentas en los colores de Tinder y adornado con plumas de avestruz, que demuestra la artesanía y la creatividad de la colección. Esta se puede comprar a partir del 28 de septiembre de 2021 en puntos de venta seleccionados y online en www.koche.fr. También se podrán realizar envíos internacionales a Reino Unido, Alemania, España, Italia, Japón y Estados Unidos.

Una colección de género neutro

La colección Tinder by KOCHÉ se libera de las normas clásicas de la moda y defiende los valores que comparten ambas marcas: la diversidad y la inclusión. Los artículos de la colección están etiquetados por talla, pero no por género.

La Generación Z tiende a ser fan de las marcas que no se conforman, y les encanta jugar con la moda para crear sus propias reglas. El 33% de los jóvenes de 18 a 25 años afirma que su estilo de vida no siempre se ajusta a las normas de género vigentes en la sociedad. Esta generación busca la fluidez y quiere definirse a sí misma a su manera, tanto para la moda como para las citas. El 34% de los jóvenes afirma que la fluidez es una forma de definirse a sí mismos y a su identidad, y que se relaciona con todo lo que son y hacen. Esta colección es más que nunca una oportunidad para que Tinder y KOCHÉ celebren la fluidez y la moda.

"Estamos encantados de asociarnos con KOCHÉ, una marca de moda joven y con visión de futuro. La diversidad y la fluidez son importantes para la Generación Z no solo en las citas, sino en todos los aspectos de su vida. Para muchos, la fluidez es una forma de definirse a sí mismos y a sus identidades, que se relaciona con todo lo que son y hacen, y la moda no es una excepción." - Leyla Guilany-Lyard, Vicepresidenta de Comunicación para EMEA en Tinder.

"La fuerza de esta colección reside en cómo representa a una generación heterogénea. En KOCHÉ estamos encantados de poder colaborar con una marca como Tinder, que está arraigada en la cultura pop y refleja nuestra época actual con valores que apreciamos como la inclusión y la diversidad." - Christelle Kocher, fundadora y directora artística de KOCHÉ.

"En Casa no hay profesores ni grados, ni chicas ni chicos: es una escuela llena de vida creativa y encuentros lúdicos, efervescentes, eléctricos, fusionales, eclécticos, atómicos... Un colectivo de jóvenes talentos libres que encarnan perfectamente el espíritu de esta colección exclusiva." - Nadine González, fundadora y directora de Casa93.

Sobre KOCHÉ

KOCHÉ es una marca de moda creada en París, por Christelle Kocher, en 2015. Desde sus inicios, KOCHÉ siempre ha defendido fuertes valores de apertura en el mundo de la moda: inclusión y diversidad de género, orígenes sociales y geográficos, cuerpos... Además, el ADN de KOCHÉ se basa en una artesanía excepcional y en la calidad "Made in Italy". Graduada por la Central Saint Martins, Christelle Kocher ha trabajado para Bottega Veneta, Dries Van Noten Chloé y Martine Sitbon. También es Directora Artística de la maison Lemarié, Chanel Métier d'Art. KOCHÉ ganó el Grand Prix de l'ANDAM en 2019.

Sobre Casa93

Casa93 es un nuevo tipo de programa de formación en moda gratuito y socialmente responsable. Es gratuito y no requiere ninguna cualificación previa. La escuela está dirigida a jóvenes creativos con perfiles atípicos, formados para repensar la moda del mañana de una manera más humana, solidaria, transparente y responsable. El programa de formación es accesible a todos los jóvenes talentos de 18 a 25 años, incluidos los jóvenes discapacitados capaces de utilizar equipos de costura.

Additional assets available online: **Fotos** (1)

https://es.tinderpressroom.com/TinderxKoche-coleccion-limitada-genero-neutro