Tinder Newsroom

2ème volet de l'étude Tinder « Single Not Sorry » Gen Z & Célibat

Swipeur Régulier, Stratège, Yo-Yo Dater… Quel genre de dater êtes-vous ?

Paris, le 6 mai 2019 – Début février, Tinder, l'application de rencontres leader dans le monde, dévoilait les premiers résultats de son étude « Single Not Sorry », menée par Morar HPI en France1. Avec cette étude, la marque mettait en lumière la façon dont les Gen Z vivent leur célibat et déconstruisait au passage un bon nombre d'idées reçues sur le sujet. On y apprenait notamment que 74% des 18-25 ans font le choix délibéré d'être célibataires, ces derniers considérant que le célibat leur apporte de l'indépendance (44%), de l'empowerment (23%) et une sensation d'aventure (17%).

Aujourd'hui, Tinder souhaite aller plus loin en se penchant sur le profil de ses utilisat.eur.rice.s : quels types de swipeurs se distinguent sur l'app ? Combien de « date »* obtiennent-il.elle.s par semaine ? Pour quelles raisons datent-il.elle.s et quels bénéfices en tirent-il.elle.s ?

Avant toute chose, le dating pour faire de nouvelles rencontres

Grâce aux premiers résultats de l'étude « Single Not Sorry », nous apprenions que plus de la moitié des interrogé.e.s affirme que les applications de dating sont un moyen idéal de rencontrer de nouvelles personnes (58%). Le simple fait de faire des rencontres est d'ailleurs ce qu'il.elle.s préfèrent lorsqu'ils.elles les utilisent (49%).

Qui sont ces jeunes utilisat.eur.rice.s, mettant l'indépendance et la liberté au cœur de leur vie sentimentale ? Lorsqu'on leur demande de décrire leur utilisation des applications de rencontre, 23% des interrogé.e.s se considère comme « Stratèges ». Il.elle.s font attention au temps qu'il.elle.s passent sur les applications, se décidant à tenter l'expérience d'un date si et seulement si véritablement intéressé.e.s. 23%, c'est également le pourcentage de répondant.e.s « Swipeurs Réguliers ». A la différence des premiers.ères, il.elle.s souhaitent pouvoir rencontrer régulièrement de nouvelles personnes. Viennent ensuite les « Yo-Yo Daters », catégorie dans laquelle on retrouve un mix des deux premiers profils : 19% des répondant.e.s alternent les périodes d'utilisation intense de Tinder à des périodes plus calmes. Enfin, les « Conversionnalistes » et les « Globetrotteurs » viennent compléter cette liste (18% chacun).

Les Conversionnalistes utilisent les applications de dating pour entretenir des échanges réguliers avec les personnes qu'il.elle.s rencontrent sur l'app. Les derniers les utilisent seulement lorsqu'il.elle.s voyagent, de façon à trouver les meilleurs spots locaux. Sur Tinder, la fonction Passeport a rendu les rencontres à l'étranger plus accessibles à tous.

Les date, une affaire sérieuse

La quasi majorité (82%) vont 1 à 2 fois en date par semaine, optant pour la qualité plutôt que la quantité. Pour le reste, certain.e.s se rendent à 3 ou 4 date hebdomadaires (12%), 5 à 6 (4%), ou encore 7 ou plus (2%).

Et parmi les raisons pour lesquelles les utilisat.eur.rice.s aiment dater, 38% des interrogé.e.s indiquent la possibilité de faire de nouvelles rencontres comme motivation principale, devant le souhait d'initier une relation à long ou à court terme (respectivement 34% et 20%), ce qui confirme l'ouverture d'esprit de la Gen Z quand il s'agit d'expériences et perspectives nouvelles.

Malgré les idées reçues sur les applications de rencontre, une grande partie de la Gen Z pense qu'elles les rendent plus ouvert.e.s d'esprit (57%), plus spontané.e.s (55%) et enclins à faire de nouvelles expériences (54%).

Se concentrer sur sa carrière, être libre de faire la fête, autant de raisons pour profiter du célibat

Comme évoqué précédemment, 74% des 18-25 ans font le choix délibéré d'être célibataires. Pourquoi ? Selon plus d'une personne interrogée sur trois (37%), il s'agit surtout de ne pas se mettre en couple avec la « mauvaise » personne, dans le but de profiter de la liberté que procure le célibat (29%) et pour se concentrer sur sa vie personnelle et professionnelle (28%).

Voici les avantages principaux offerts par le célibat : 44% pensent être plus impliqués dans leur travail, 43% se sentent plus libres de faire la fête, et 36% pensent être en mesure d'accorder plus de temps à leur bien-être personnel.

« Aujourd'hui, les jeunes ne subissent plus le célibat. Au contraire, elle.il.s le vivent à fond, en profitant des possibilités qu'il offre. C'est ce que l'on a mis au centre de notre dernière campagne « Single Not Sorry », qui célèbre le célibat comme une période où l'on peut découvrir qui l'on est et ce que l'on aime, s'ouvrir à de nouvelles expériences et vivre selon nos propres règles, sans devoir s'en excuser. C'est un message fort, qui résonne avec les aspirations de la Gen Z, » explique Lennart Schirmer, Directeur Europe de Tinder.

Si vous souhaitez plus d'informations, n'hésitez pas à contacter :

Tinder

Contacts : tinderfr@webershandwick.com / 01.47.59.56.08

1 Etude menée par VIGA du 9 au 17 janvier, sur une population française de 500 célibatairse âgé.e.s de 18 à 25 ans.

A propos de Tinder

Lancée en 2012, Tinder est l'application sociale leader dans le monde pour rencontrer de nouvelles personnes. Grâce à sa portée mondiale, les personnes de plus de 190 pays à travers le monde swipent à droite pour se connecter les unes aux autres. Chaque jour, ce sont 26 millions de matchs réalisés sur Tinder avec plus de 30 milliards de matchs depuis la création de l'application. Alors qu'en décembre 2014 Tinder ne comptait aucun membre payant, l'application a rapidement grandi et ce sont aujourd'hui plus de 4 millions d'abonnés qui ont permis à Tinder de devenir l'une des cinq meilleures applications – hors gaming – dans le monde.

*rendez-vous

---

https://fr.tinderpressroom.com/2nd-Phase-of-The-Results-of-Tinders-Single-Not-Sorry-on-Gen-Z-and-Being-Single