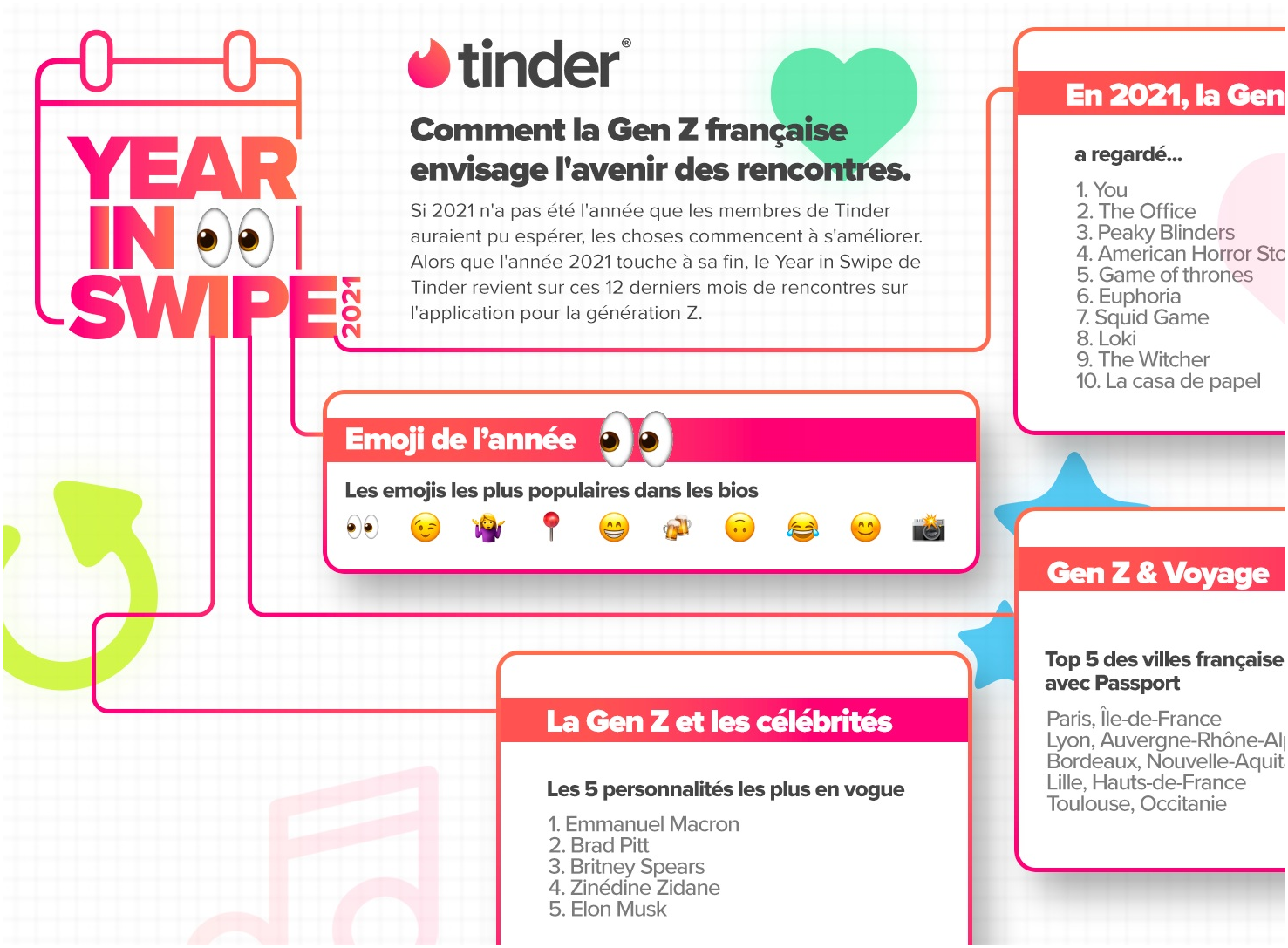
Tinder Newsroom

Tinder fait le bilan de l'année et dévoile son Year in Swipe 2021.



Year in Swipe 2021

Paris, 6 décembre 2021 - Après une année 2020 où personne ne comprenait réellement ce qu'il se passait, 2021 a continué de nous laisser perplexes. Cette année les membres Tinder ont partagé leur vision du monde, sont restés connectés à l'actualité avec l'arrivée du vaccin mais ont aussi conservé leur envie de se rencontrer et de renouer avec toujours plus d'authenticité. Tinder fait le bilan de l'année et dévoile son Year in Swipe 2021.

2021 : les yeux rivés sur l'actualité

Alors que des millions d'émojis ont été utilisés dans les bios Tinder, l'un d'entre-eux a particulièrement attiré notre attention : le "Side eye". Cet emoji a connu une augmentation impressionnante de 40% dans les bios Tinder à l'échelle mondiale cette année. Entre optimisme et scepticisme, les membres ne savaient plus où donner de la tête.

Entre rencontres en ligne et IRL

En 2021, la génération Z a continué d'apprécier les rencontres virtuelles mais a aussi eu l'opportunité de renouer avec le dating IRL - post-vaccination. Les rendez-vous vidéo sont devenus une étape incontournable du premier date pour les membres : les mentions du terme "appel vidéo" dans les bios Tinder ont augmenté de 52 % dans le monde. Cependant, les membres de la Gen Z ont également cherché à rencontrer de nouvelles personnes dans leur zone géographique pour des rencontres dans la vie réelle : les mentions des termes "à proximité" et "près de" ont toutes deux augmenté de 20 % dans les biographies Tinder à l'échelle mondiale. Les dates IRL n'ont pas dit leur dernier mot !

Les activités de premier date : du canapé au grand air.

En 2021, nous avons également appris que les premiers dates se déroulaient plus volontiers autour d'activités originales que dans le cadre de tête-à-tête embarrassants pour apprendre à mieux se connaître. Lorsqu'on a demandé aux membres français Tinder quel était leur premier date idéal, leur préférence allait vers "une activité inattendue" et "une soirée cinéma à distance".

La vaccination, un atout pour flirter.

L'arrivée du vaccin en 2021 a bouleversé les rencontres et se faire vacciner avant de dater est devenu un critère essentiel : pouvoir partager son statut vaccinal dans sa biographie Tinder a alors permis aux 18-25 ans de se sentir plus en sécurité pour se rencontrer. Et alors que les campagnes de vaccination se sont accélérées au niveau national entre juin et novembre 2021, les mentions "Vacciné.e" dans les bios en France ont été multipliées par 6 (+502%), mettant ainsi en avant le caractère essentiel de la vaccination dans le dating.

Tinder a également contribué à encourager la génération Z à se faire vacciner grâce à son Centre de vaccination in-app et a donné aux membres la possibilité d'ajouter des badges à leur profil pour partager leur statut vaccinal et ainsi inciter leurs futurs matchs à se faire également vacciner.

Et en France alors ?

- Emmanuel Macron se classe tout de même en première position des célébrités les plus évoquées dans les bios Tinder. Une volonté pour les 18-25 ans de faire porter leurs voix jusqu'aux plus hauts

sommets?

- Au niveau des séries, la Gen Z prouve une nouvelle fois son attachement aux années 2000, avec la série The Office sortie en 2005, qui se classe en première position des discussions.
- Niveau clubs de football, le classico est remporté par l'Olympique de Marseille dans le cœur des jeunes, qui se classe en première position juste devant le Paris Saint-Germain.

Les 5 séries les plus mentionnées

1. You
2. The Office
3. Peaky Blinders
4. American Horror Story
5. Game of thrones

Les 5 personnalités les plus en vogue

1. Emmanuel Macron
2. Brad Pitt
3. Britney Spears
4. Zinédine Zidane
5. Elon Musk

Les 5 villes ou la fonctionnalité Vidéo Chat est la plus utilisée

1. Angers
2. Rouen
3. Tours
4. Grenoble
5. Strasbourg

Les 5 équipes de football les plus mentionnées

1. Olympique Marseille
2. Paris Saint-Germain
3. AS Monaco
4. Olympique Lyonnais
5. AS St. Étienne

###

A propos de Tinder
Lancée sur un campus universitaire en 2012, Tinder est devenu depuis l'application la plus utilisée dans le monde pour faire de nouvelles rencontres. Disponible dans 190 pays et plus de 40 langues, Tinder est l'application - hors gaming - la plus rentable au monde. Elle a été téléchargée plus de 430 millions de fois et a donné lieu à plus de 60 milliards de matchs.

Contacts presse
Pour plus d'informations ou demande de visuels, merci de contacter :
Agence JIN : pressetinder@jin.fr / T. : +33 6 59 78 76 30 / T. : +33 7 85 66 02 58
Tinder : Ben Puygrenier - France & Benelux Comms - +33 6 07 35 26 03 - ben.puygrenier@gotinder.com. Miguel Neves Da Costa - France & Benelux Comms - miguel.nevesdacosta@gotinder.com

Pour plus d'informations sur l'actualité de Tinder, rendez-vous sur lanewsroom.

Additional assets available online: Photo (1)

https://fr.tinderpressroom.com/news?item=122538