Tinder Newsroom

Etude de rentrée Tinder - Oubliez Mars & Vénus, les célibataires veulent la même chose mais ne le savent pas

Tinder dévoile une étude de rentrée sur les tendances du dating après un été qui s'est avéré sportif. Cette étude "Green Flags*" vient notamment déconstruire tous les mythes du dating. Les femmes et les hommes semblent être beaucoup plus en phase qu'iels ne le pensent.

Paris, 2 septembre 2024 - Tinder dévoile l'étude "Green Flags*" mettant en lumière les comportements des utilisateur·ices d'applications de rencontres en 2024 auprès de 8 000 hommes et femmes hétérosexuel·les. Les résultats indiquent que les hommes et les femmes pourraient avoir plus de choses en commun qu'iels ne le pensent, souffrant d'une nouvelle tendance: "l'épidémie des préjugés" qui les empêche de créer des liens authentiques.

Pendant la pandémie, les occasions plus classiques de rencontrer des gens - comme les concerts ou le cinéma - n'étaient plus possibles, donnant aux jeunes célibataires l'impression d'être passés à côté de la magie de la vie réelle. Dans notre dating era post-pandémique, les frustrations s'étendent au-delà de la lassitude des réseaux sociaux et des écrans. Les célibataires sont de plus en plus sensibles à la manière dont iels créent de nouvelles relations.

1. Désir partagé de relations sérieuses : Briser le mythe du "coup d'un soir"

Bien que notre société attribue des caractéristiques et attentes différentes selon le genre, l'étude Green Flags* indique que les hommes et les femmes sont plus proches dans leurs intentions qu'iels ne le croient.

- L'étude révèle que la majorité des hommes (53%) sur Tinder recherche une relation amoureuse sérieuse, et non juste des aventures sans lendemain.
- Ce chiffre grimpe à 68% chez les femmes, démontrant une réelle volonté de construire une relation durable.
- Ce constat bat en brèche l'idée reçue selon laquelle les applications de rencontre servent uniquement à des rencontres éphémères.

2. Perception vs Réalité : Le piège des idées reçues

Les hommes et les femmes interrogée s ont indiqué qu'iels tiraient des conclusions hâtives sur ce que l'autre voudrait réellement, puis construisaient des idées reçues autour de celles-ci.

- 65% des femmes interrogées pensent que les hommes sur Tinder ne cherchent qu'à multiplier les conquêtes.
- Or, seuls 29% des hommes confirment cette intention, prouvant un décalage important entre la perception féminine et la réalité masculine.
- Cet écart, alimenté par les stéréotypes, crée une méfiance préjudiciable à la création de relations sincères.

3. La galanterie modernisée : Priorité au respect et à l'écoute

Les femmes interrogées déclarent qu'elles apprécient toujours les gestes galants, mais que ce n'est plus le seul green flag*. Il semble que la galanterie ait changé de visage...

- Si la galanterie traditionnelle (ouvrir la porte, offrir des fleurs) reste appréciée, elle ne suffit plus à séduire les femmes des jeunes générations
- L'étude met en avant une nouvelle forme de galanterie, axée sur le respect, l'écoute attentive et l'intérêt sincère pour l'autre.
- Concrètement, s'assurer que son crush est bien rentré (59%), ranger son téléphone pendant le rendez-vous (55%) et

faire des compliments sincères (50%) sont des attentions valorisées.

4. Le féminisme, sujet à demi-teinte : Un fossé sémantique à combler

Contrairement aux générations précédentes, les femmes ne comptent plus sur les hommes pour les soutenir financièrement. Est-ce que cela signifie que les femmes veulent payer le premier date ? Pas nécessairement.

- 74% des hommes se disent ouverts à l'idée de sortir avec une femme qui gagne plus qu'eux, témoignant d'une évolution positive des mentalités.
- Cependant, seulement 37% d'entre eux se définissent comme féministes, un terme qui semble encore freiner une partie de la gent masculine.
- Du côté des femmes, 50% déclarent rechercher un partenaire se disant féministe, soulignant l'importance de partager des valeurs communes.

"L'étude Green Flags révèle les préjugés que les jeunes ont les uns sur les autres : les hommes et les femmes se trompent sur les intentions de l'autre de manière stéréotypée", déclare le Dr Sara Konrath, psychologue à l'Université de l'Indiana.*"Rester curieux et poser des questions peut aider à creuser au-delà des apparences et aboutir à des relations plus profondes".*

Du coup, c'est quoi la suite ?

Voici quelques conseils Green Flags* de Paul Brunson, l'expert international en relations de Tinder :

1. **Le respect c'est non négociable :** À partir du moment où la discussion s'établie jusqu'à votre date et même après, observez comment la personne se comporte avec les autres. Des messages qu'iel envoie, la façon dont iel parle aux autres, le respect compte énormément !
2. **Soyez authentiquement VOUS, vous êtes génial·e ! :**Soyez authentique dès le début,depuis les photos jusqu'à l'acceptation de ce que vous êtes et de ce qu'iels sont (y compris leurs particularités). Soyez vous-même et cherchez ce qui rend l'autre unique.
3. **Savoir écouter : la clé d'une connexion forte :**Le développement d'une relation passe par la communication. Soyez conscient·e du niveau d'écoute de votre interlocuteur·ice et du fait qu'iel prend le temps de vous connaître, plutôt que de lui voler la vedette et de monopoliser la parole.
4. **Qui sont-iels vraiment ?** Il y a beaucoup à dire sur le fait de jouer cartes sur table et vice versa. Qu'il s'agisse d'objectifs de vie, de situation financière ou d'ami·es, la personne avec laquelle vous échange peut, et doit, dire clairement où iel en est dans sa vie. D'autant plus que cela pourrait correspondre à ce que vous recherchez.
5. **Votre instinct ne ment jamais :** Les dates se résument avant tout à une chose : votre intuition.

Aucun green flag* ne peut le surpasser. Écoutez-vous pour continuer à profiter de vos dates !

###

À propos de l'étude :
L'enquête, commandée pour le compte de Tinder et réalisée par la société d'études de marché Opinion, conformément au code de conduite de la Market Research Society, a été réalisée en ligne auprès de 8000 personnes âgées de 18 à 34 ans, célibataires et ayant des relations amoureuses actives (2000 au Royaume-Uni, 2000 aux États-Unis, 2000 au Canada et 2000 en Australie). Les données ont été collectées entre le 6/3/2024 et le 18/3/2024 et ont une marge d'erreur de plus ou moins 1,1 % (pour un niveau de fiabilité de 95 %).

Liens utiles
Newsroom de Tinder

A 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 : créer des connexions humaines et authentiques. Aujourd'hui, l'application a été téléchargée plus de 630 millions de fois, donnant lieu à plus de 97 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 les autres applications 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 Match Group, LLC.

Contacts presse
Tinder - Ben Puygrenier - ben.puygrenier@gotinder.com
Agence Ogilvy - tinderfrance@ogilvy.com

*Drapeaux verts

Additional assets available online: Photo (4)

https://fr.tinderpressroom.com/news?item=122611