Tinder Newsroom

Emily in Paris : Qui est Le Chouchou des utilisateurs de Tinder, Gabriel ou Alfie ?

À l'approche de la diffusion de la dernière partie de la saison 4 d'Emily in Paris, Tinder a constaté une augmentation significative des mentions de la série dans les profils à travers le monde, avec une hausse de 60 % au cours de la dernière semaine. Cela reflète l'influence romantique du personnage d'Emily sur les utilisateurs de Tinder.





ève parisien plus vivant que jamais

oriquement sur Tinder, les mentions d' "Emily in Paris" dans les bios ont connu des pics significatifs à chaque nouvelle saison. Par exemple, les mentions d'"Emily in Paris" dans les biosTinder ont augmenté de 102 % s la première de la saison 2, et de 89 % entre décembre 2022 et janvier 2023 après la sortie de la saison 3.**Fait intéressant, 47 % de ces mentions dans les bios Tinder proviennent d'utilisateurs âgés de 18 à 25** ablement en raison de l'attrait de la série en tant que comédie romantique moderne.

ly in Paris, un véritable phénomène mondial

oute évidence, le pays avec le plus de mentions d'Emily in Paris est la France, suivi par les États-Unis, le Royaume-Uni, l'Allemagne, le Canada, l'Italie, l'Australie, l'Espagne, le Danemark et le Japon.

nonde a tranché : Team Gabriel vs. Team Alfie

s qu'Emily jongle avec ses choix amoureux entre le charmant Gabriel et le sportif Alfie, **les utilisateurs de Tinder du monde entier semblent avoir clairement exprimé leur préférence.** Notre analyse interne révèle **qu'il s'agit de mentions dans les bios Tinder, les centres d'intérêt de Gabriel et les utilisateurs de Tinder sont alignés.** En effet, avec une forte présence de références à la gastronomie, au vin, à la mode et antisme naturel dans les profils Tinder, **il semble que le monde de Tinder soit résolument Team Gabriel, prouvant que parfois, l'amour commence vraiment en cuisine et pas toujours au pub (sorry Alfie !).**

e billet pour une romance parisienne

charme historique de Paris aux rues animées de New York, Tinder vous aide à vous connecter avec quelqu'un qui partage votre style et vos idéaux romantiques. Que vous vouliez parler des dernières tendances mode, orga ique-nique au bord de la Seine ou trouver des idées de sorties à Paris, Tinder est votre porte d'entrée pour trouver l'amour avec une touche de glamour.

r les utilisateurs de Tinder qui souhaitent se connecter avec d'autres fans d'Emily in Paris ou d'autres séries TV, voici quelques conseils : rendez-vous dans « Binge Watchers » sur Explore dans l'application Ti lore est un espace interactif, qui permet aux utilisateurs de voir d'autres profils Tinder par centre d'intérêt, comme « Mode ». Tinder recommande bien sûr d'ajouter des centres d'intérêt comme « Mode » à votre profil ager avec vos potentiels matchs votre amour de la Haute Couture ou d'autres passions.

---

opos de Tinder

é 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 h uthentiques. 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 a ications 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 Match Group, LLC.

---

tacts presse

Puygrenier - 33 6 07 35 26 03 - ben.puygrenier@gotinder.com
nce Ogilvy - tinderfrance@ogilvy.com
