Tinder Newsroom

Tinder fait matcher l'amitié et l'amour avec "Double Date Island"

Cet été, Tinder fait passer le dating au niveau supérieur avec Double Date Island : une expérience IRL inédite, alliant social serie et vacances entre amis, diffusée à travers une série de contenus sur les réseaux sociaux en Europe.

Paris, le 19 août 2025 - Tinder dévoile sa nouvelle campagne marketing **Double Date Island** : une expérience de social serie pensée pour la Gen Z, où l'amour et l'amitié se vivent en duo. Diffusée sur les réseaux sociaux de Tinder en France, au Royaume-Uni, en Italie, en Espagne et en Allemagne, la campagne met en lumière la dernière fonctionnalité, Double Date, une approche des rencontres sans pression et où l'amitié permet de sentir vraiment soi-même !

Dans une villa à Ibiza, Tinder a recruté huit duos de « meilleurs amis » créateurs de contenu issus de toute l'Europe pour participer à **Double Date Island**. Tous prendront part à une semaine de dates, d'expériences inédites et de création de contenu. Le créateur français Solal Aouizerat, et son meilleur ami Hugo représenteront l'esprit fun et authentique du dating à la française.

Entre rires, gênes mémorables et coups de cœur surprise, chaque double date sera racontée via des contenus sur Instagram et Tiktok par les créateurs. Le public pourra plonger dans les behind-the-scene de l'expérience sur les réseaux avant de découvrir, chaque semaine, un épisode exclusif sur la chaîne YouTube de Tinder.

« **Double Date** » rencontre un succès particulier auprès de la Gen Z et des Millennials, près de 90 % des profils Double Date sont créés par des utilisateur·rices de moins de 29 ans[1]. Et ce n'est pas surprenant, quand on sait que la Gen Z, qui représente plus de la moitié des utilisateurs mondiaux[2] de Tinder, aborde de plus en plus le dating de manière collaborative et sociale.

« Nous avons choisi d'adopter les codes de la génération Z – divertissement, créateurs de contenu et storytelling sur les réseaux sociaux – pour parler des rencontres entre amis », affirme Paolo Lorenzoni, vice-président du marketing EMEA chez Tinder. « Double Date marque un changement croissant dans la façon dont la Gen Z abordent les rencontres. Ils mettent à l'honneur le plaisir, l'authenticité et les expériences partagées plutôt que la pression ou la performance, et cette campagne fait de même. Elle est conçue pour rencontrer les jeunes célibataires sur les plateformes qu'ils aiment, dans les formats qui les intéressent, tout en reflétant l'évolution des rencontres amoureuses. »

L'équipe marketing Europe de Tinder a développé le concept et la stratégie de la campagne en étroite collaboration avec Raptor, qui dirige la production et l'exécution de la série de contenus sociaux en partenariat avec Amity Studio. OMD supervise la planification et l'achat d'espace médiatique à travers l'Europe afin de garantir une large portée et une forte résonance auprès du public de la gen Z.

Les contenus seront diffusés sur TikTok, Instagram, YouTube et BeReal, avec une amplification localisée dans chacun des cinq marchés de lancement. En France, les contenus sont amplifiés grâce à un storytelling inédit co-leadé par Solal & Tinder sur BeReal, ainsi que par un filtre Snap AR sur mesure conçu pour engager sur l'application avec la fonctionnalité Double Date.

Notes aux rédacteurs
1 Données internes issues des tests Tinder 2025
2 Données internes issues des tests Tinder 2025

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.

A propos de Double Date
Double Date est une nouvelle fonctionnalité qui permet à vous et à un ami de faire équipe et d'être mis en relation avec d'autres binômes. Que vous souhaitiez rencontrer de nouvelles personnes ou simplement profiter du voyage ensemble, c'est un moyen sans pression, axé sur le groupe, d'explorer le monde des rencontres côte à côte. Annoncée en juin 2025 et déployée à l'échelle mondiale en juillet 2025.

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

https://fr.tinderpressroom.com/news?item=122645