Tinder Newsroom

Cet été sur Tinder : la bague de fiançailles a fait vibrer les bios (+29% de mentions)

Paris, le 26 septembre 2025 - Cet été, la bague de fiançailles a pris le devant de la scène sur Tinder. En août, les mentions de « engagement ring » ont bondi de 29% dans les bios, faisant de 2025 l'été de la bague..

La pop culture impose ses tendances

La série L'été où je suis devenue jolie a enflammé la Gen Z et déclenché un débat viral sur la bague de fiançailles idéale (taille des pierres incluse). Résultat : +191%[2] de mentions de la série dans les bios Tinder par rapport au mois précédent.Taylor & Travis, l'annonce qui a tout changé

Taylor & Travis, l'annonce qui a tout changé

Dans la foulée, l'engagement de Taylor Swift et Travis Kelce a déferlé dans les médias et dans les bios Tinder. Leur bague de fiançailles, devenue icône instantanée, a boosté les mentions de Travis Kelce de 67%[3] dans les bios. Les utilisateurs.rices de Tinder ont clairement désigné leur favorite : la bague de Taylor a été la plus commentée du mois

Des célibataires plus prêts que jamais à passer la bague au doigt

Au-delà des célébrités, les mentions de « bague de fiançailles » dans les bios Tinder ont explosées de 29%[1] à l'échelle mondiale en août, et l'emoji "Bague de fiançailles ": dans les bios Tinder ont explosées de 29%[1] à l'échelle mondiale en août, et de +5%[4] d'utilisation dans les bios Tinder en août. Et en ce qui concerne leurs intentions :

- Les femmes utilisant l'emoji "Bague de fiançailles" dans leurs bios envoient un message clair : 30% d'entre elles indiquent rechercher une relation à long terme, en faisant leur premier choix.
- Les hommes, l'emoji "Bague de fiançailles" est plus souvent associé à des relations durables (tout en restant ouverts aux relations courtes), 29% affirment que c'est ce qu'ils recherchent[5].

À propos de Tinder

Lancé en 2012, Tinder® a révolutionné la façon dont les gens se rencontrent, passant de 1 match à 1 milliard de matchs en seulement deux ans. Cette croissance rapide démontre sa capacité à répondre à un besoin humain fondamental : la connexion réelle. Aujourd'hui, l'application a été téléchargée plus de 630 millions de fois, donnant lieu à plus de 100 milliards de rencontres, au service d'environ 50 millions d'utilisateur·ices par mois dans 190 pays et plus de 45 langues - une échelle inégalée par toute autre application 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 LLC.

[1]Données internes mondiales de Tinder comparant le nombre total de mentions entre janvier 2025 et août 2025.

[2]Données internes mondiales de Tinder comparant le nombre total de mentions entre juillet 2025 et août 2025.

[3]Données internes mondiales de Tinder comparant le nombre total de mentions entre juillet 2025 et août 2025.

[4]Données internes mondiales de Tinder de janvier à août 2025.

[5]Données internes mondiales de Tinder de janvier à août 2025.

---

https://fr.tinderpressroom.com/news?item=122647

