

## 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%<sup>2</sup> 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%<sup>3</sup> dans les bios. Les utilisateurs.ices 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% à l'échelle mondiale en août, et l'emoji "Bague de fiançailles" : dans les bios Tinder ont explosées de 29%<sup>1</sup> à l'échelle mondiale en août, et de +5%<sup>4</sup> 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<sup>5</sup>.

---

### [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.

<sup>1</sup>Données internes mondiales de Tinder comparant le nombre total de mentions entre janvier 2025 et août 2025.

<sup>2</sup>Données internes mondiales de Tinder comparant le nombre total de mentions entre juillet 2025 et août 2025.

<sup>3</sup>Données internes mondiales de Tinder comparant le nombre total de mentions entre juillet 2025 et août 2025.

<sup>4</sup>Données internes mondiales de Tinder de janvier à août 2025.

<sup>5</sup>Données internes mondiales de Tinder de janvier à août 2025.

