## Cynthia de "Pour le meilleur et à l'aveugle" rejoint Tinder... juste à temps pour la Cuffing Season

Paris, 6 octobre 2025 – Après avoir marqué les esprits dans la première saison de <u>"Pour le meilleur et à l'aveugle"</u>, l'émission phénomène de Netflix qui met à l'épreuve la naissance de relations sans jamais se voir, <u>Cynthia</u> poursuit sa quête amoureuse... cette fois sur <u>Tinder.</u>

Dans l'émission, elle s'est illustrée par sa franchise et sa fermeté sur ses attentes, balayant des sujets au cœur du dating, de la peur de l'engagement à la question de la taille, en passant par d'autres interrogations sur le couple. Si elle n'a pas trouvé l'amour à l'écran, son parcours a suscité de nombreuses réactions sur les réseaux sociaux et lui a permis de clarifier ce qu'elle recherche vraiment.

Aujourd'hui, elle ouvre une nouvelle page en créant son profil sur Tinder, enrichi de tout ce qu'elle a appris. Elle met en avant ses passions, ses intérêts – de l'astrologie au sport, en passant par le self-love – pour rencontrer des personnes alignées avec ses valeurs. Son arrivée sur l'application sera accompagnée de contenus exclusifs diffusés sur ses réseaux sociaux ainsi que ceux de la marque, ce lundi.

Cynthia met l'accent sur **l'équilibre personnel et la capacité à construire une relation saine, alignée avec ses valeurs** – un message positif pour toutes celles et ceux qui veulent dater avec clarté.

Son arrivée tombe à un moment clé : <u>c'est la Cuffing Season</u>, cette période d'octobre à mars où les célibataires passent du flirt estival à des connexions plus profondes. Les données Tinder montrent que l'hiver dernier, les conversations étaient en moyenne 18 % plus longues qu'au printemps et que les utilisateurs de la Gen Z envoyaient 9 % de messages supplémentaires.

Parce que <u>Cynthia</u> souhaite enrichir son profil avec ses apprentissages et ses passions, Tinder en profite pour rappeler <u>quelques conseils clés de son experte en rencontres</u>, <u>Devyn Simone</u>:

- Ajouter une bio : les profils avec bio ont tendance à matcher davantage.
- Publier 4 photos en montrant clairement son visage.
- Connecter un hymne Spotify: les membres Gen Z qui ajoutent un morceau « love anthem » obtiennent près de 7 % de matchs quotidiens en plus 1.
- Utiliser les outils de vérification d'identité et de photo de Tinder pour instaurer la confiance.
- Envoie le premier message : 61 % des jeunes célibataires de 18 à 25 ans répondent en moins de 30 minutes<sup>2</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. <a href="https://fr.tinderpressroom.com/home">https://fr.tinderpressroom.com/home</a>

Contact presse

Tinder France – <u>tinderfrance@ogilvy.com</u>

Additional assets available online: Additional assets available online:

https://fr.tinderpressroom.com/news?item=122651

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Données internes mondiales de Tinder de janvier 2025 à septembre 2025.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Données internes mondiales de Tinder de janvier 2025 à septembre 2025.