Tinder décrypte les nouveaux “boyfriend” qui font craquer la Gen Z

Alors que 46 % des célibataires déclarent rechercher une relation longue, Tinder révèle que la Gen Z redéfinit complètement ce qu’elle entend par “petit ami parfait”. Fini le cliché du prince charmant : en 2025, place au “gym boyfriend”, au “nerd boyfriend” ou même à l’“animé boyfriend”.



Paris, 15 octobre 2025 - Selon les dernières données de Tinder, les célibataires ne cherchent plus seulement l’amour, ils cherchent *leur version* de l’amour. Et cette nouvelle vision du “petit ami parfait” embrasse désormais toutes les nuances - du partenaire de sport au héros de manga préféré.

Si les archétypes comme le “book boyfriend” ou le “golden retriever boyfriend” restent populaires, la Gen Z fait bouger les codes et propulse de nouveaux types de “boyfriends” dans le classement des bios Tinder.

Les petits amis qui font le buzz chez la Gen Z :
Six types de petits amis sortent leur épingle du jeu auprès de la Gen Z cette année, et sont beaucoup mentionnés dans leur bio Tinder :

Le “himbo boyfriend” est gentil, drôle et un peu naïf, c’est le chouchou de la Gen Z. 71 % des mentions pro
Le “gym boyfriend” est LE partenaire d'entraînement dévoué qui apporte à la fois discipline et endorphines.
Le “nerd boyfriend”, qui regardent en boucle leurs séries préférées ou consacrent tout leur temps aux jeux
Le "animé boyfriend", avec une augmentation de 28 % des mentions dans les bios Tinder par rapport à 202
Le "KPop boyfriend" qui fera la queue avec vous pendant des heures pour voir votre groupe de K-Pop en co
Cinnamon roll boyfriend, le contraire d'un « bad boy », c’est quelqu'un d'attentionné et de prévenant, qui pro

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.

Contacts presse
Agence Ogilvy - tinderfrance@ogilvy.com

---

https://fr.tinderpressroom.com/news?item=122652