Tinder Newsroom

TINDER – YEAR IN SWIPE™ 2025 : Du soft launch à la clarté émotionnelle : les nouvelles règles du dating selon la Gen Z !

Le Tinder décrypte les grandes tendances dating qui ont marqué 2025



Paris, 3 décembre 2025 - L'année se termine, mais pour les célibataires, le dating clair et sincère ne fait que commencer. Le rapport Year in Swipe™ 2025 de Tinder montre comment iels ont réinventé leurs façon de dater : fini la confusion, on décode les intentions et on laisse place à la communication claire et au plaisir simple de se connecter. Si 2024 était l'année du dating intentionnel, 2025 a été l'année du calme et de l'authenticité. Les célibataires ont pris le temps, se sont montrés tels qu'iels sont et ont commencé à exprimer clairement ce qu'iels recherchent

La débat du "Embarassing Boyfriend" a changé la donne

Les tendances virales de l'année - de la question : «*Is Having a Boyfriend Embarrassing Now ?*» (Est-ce embarrassant d'avoir un petit ami ?) à l'essor des *soft launches* (littéralement "lancement en douceur", une pratique récurrente, qui consiste à faire subtilement comprendre que l'on a trouvé l'amour) - montrent que les célibataires n'ont pas peur de l'amour : iels le redéfinissent simplement à leur façon. Là où les relations servaient autrefois à afficher son statut, les célibataires d'aujourd'hui voient dans l'**expression de soi** et l'**autonomie** le vrai symbole de réussite.

Le rapport dévoile également :

- **Les symboles et comportements qui ont marqué l'année** : retour au calme, importance de l'honnêteté émotionnelle, recherche de connexions sincères et ouverture croissante à l'inclusivité ;
- **Les prénoms les plus fréquents sur l'application**, chez les femmes comme chez les hommes ;
- **Les signes astrologiques qui ont le plus matché** en 2025, selon les profils renseignés ;
- **Les centres d'intérêt les plus populaires**, notamment ceux liés au voyage, à la nature ou aux activités créatives ;
- **Les types de personnalité les plus représentés**, mettant en avant des profils empathiques, idéalistes et portés sur les relations humaines ;
- **Les tendances françaises**, avec les termes les plus cités dans les bios (intelligence émotionnelle, matcha, lecture, comédie…) et les références culturelles qui ont dominé l'année, de Bad Bunny à Beyoncé et Taylor Swift ;
- **Les tops par catégorie en France**, incluant les séries, films, sports, artistes musicaux, célébrités et causes les plus mentionnés ;
- **Les styles amoureux et de communication les plus déclarés**, révélant ce que la Gen Z valorise le plus dans ses relations ;
- **Les destinations les plus explorées via le Mode Passeport**, avec l'Espagne et le Maroc en tête.

Un aperçu global des conversations, références culturelles et préférences qui ont façonné l'expérience de dating en 2025 sur Tinder à retrouver dans le rapport YEAR IN SWIPE™ 2025 (PDF ci-dessous.)

Sources

[1]Une enquête menée auprès de 4000 personnes âgées de 18 à 30 ans, activement engagées dans des rencontres aux États-Unis, au Royaume-Uni, au Canada et en Australie, entre octobre 2025 et novembre 2025, réalisée par Opinium pour le compte de Tinder (« 2025 International Opinium Survey »).

[2]Données globales issues des bios, des descripteurs et des centres d'intérêt sur Tinder, de septembre 2024 à septembre 2025.

[3]Données françaises issues des bios, des descripteurs et des centres d'intérêt sur Tinder, du 1er janvier au 1er octobre 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.

Contacts presse

Tinder - Ben Puygrenier - ben.puygrenier@gotinder.com

Agence Ogilvy - tinderfrance@ogilvy.com

RAPPORT TINDER – YEAR IN SWIPE™ 2025
(356 KB)

Additional assets available online: **Photo** (5)

https://fr.tinderpressroom.com/news?item=122661