Tinder Newsroom

Voici comment on va dater en 2026 : les prédictions de Tinder !



Paris, 8 décembre 2025 - Après une année 2025 marquée, selon le rapport annuelYear in Swipe, par le calme et l'authenticité, où les célibataires ont pris le temps de se montrer tels qu'iels sont et d'exprimer leurs attentes, Tinder met en lumière les prédictions qui vont façonner le dating cette année.

Pour 2026, Tinder identifie **5 tendances fortes qui viennent valorisent la confiance et l'authenticité**:

- le **Clear-Coding,**
- le **Hot-Take Dating,**
- la **Friendfluence,**
- Et l'**Emotional Vibe Coding** deviennent les nouveaux marqueurs d'attraction.

L'honnêteté, la disponibilité émotionnelle et une dose de franchise assumée définissent désormais ce qui attire. Le dating n'est plus une source de stress ou de "cringe". C'est un espace où **la clarté, la connexion et la liberté d'assumer son histoire personnelle**sont au cœur des rencontres. Être émotionnellement disponible n'est plus un risque, mais un atout pour se connecter et créer des relations enrichissantes.

Clear-Coding - Quand les intentions deviennent (enfin) claires :

Les jeunes célibataires en ont assez de jouer aux détectives. Ielsclear-codent leurs intentions et affirment directement ce qu'iels cherchent : un simple date, un crush sans drama, ou une relation sérieuse.

- 64 % pensent que ce qui manque le plus au dating, c'est l'honnêteté émotionnelle1
- 60 % veulent une communication beaucoup plus claire sur les intentions.1

Aujourd'hui, les célibataires vont droit au but et disent les choses telles qu'elles sont. 73% reconnaissent qu'iels savent qu'iels aiment quelqu'un quand ils peuvent être elles·eux-mêmes avec cette personne.

Hot-Take Dating - L'attraction passe aussi par les opinions

Pour les jeunes célibataires, avoir des valeurs et convictions c'est sexy : 37% estiment que partager des valeurs est essentiel dans une relation. Si 41% refuseraient de sortir avec quelqu'un ayant des opinions politiques opposées, près de la moitié (46%) seraient tout de même prêt·e·s à considérer la chose.

Il ne s'agit pas de créer des divisions, mais d'être authentique. Les célibataires choisissent fièrement leurs partenaires en fonction de principes comme l'égalité ou l'empathie. Les critères les plus importants? La justice raciale (37%), les valeurs familiales (36%) et les droits LGBTQ+ (32%). Et pour le plus gros ick1 : 54 % ne supportent pas les personnes impoli·e·s avec le personnel. La gentillesse reste clairement imbattable.

Friendfluence - Vos ami·e·s, vos allié·e·s pour dater

En 2026, les véritables matchmaker·euse sont… vos ami·e·s. 42% des jeunes célibataires déclarent que leurs ami·e·s influencent leur vie sentimentale, et 37% prévoient déjà plus de sorties en groupe ou des double-dates l'année prochaine1. Les ami·e·s jouent désormais le rôle de **co-pilotes émotionnel·le·s** du dating moderne.

En 20261, si votre match ne passe pas le test du groupe, iel est out. La popularité de la fonction Double Date de Tinder le confirme: près de 85% des utilisateur·rice·s ont moins de 30ans, et les femmes mènent la danse, étant presque trois fois plus susceptibles de «liker» et matcher avec un duo plutôt qu'un profil seul1. Les conversations entre Double Date utilisateur·rice·s sont aussi plus actives, avec 25% de messages en plus par match en moyenne comparé aux discussions en tête-à-tête.1

Emotional Vibe Coding - La disponibilité émotionnelle, le vrai atout du dating

56% estiment que **les conversations honnêtes** sont essentielles, 45% souhaitent plus d'empathie après un refus, et l'émotion qui décrit le mieux le dating en 20261 est «**l'espoir**». En résumé: l'espoir, c'est hot, et les célibataires n'ont pas peur de le montrer!

Le vibe numéro1 pour un premier rendez-vous? Quelque chose de léger et sans pression, comme une promenade ou un café, où chacun·e avance à son rythme. 35% recherchent aussi un·e «**Low-Key Lover**» (33% des femmes, 38% des hommes) : quelqu'un·e qui reste chill, évite le drama et apporte de bonnes vibes. Et parce qu'iels n'ont pas peur de ressentir, 28% disent apprécier avoir un crush même si ça ne mène à rien1 – preuve que «**dating for the plot**» n'a pas fini d'exister.

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 »).

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

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

https://fr.tinderpressroom.com/news?item=122662