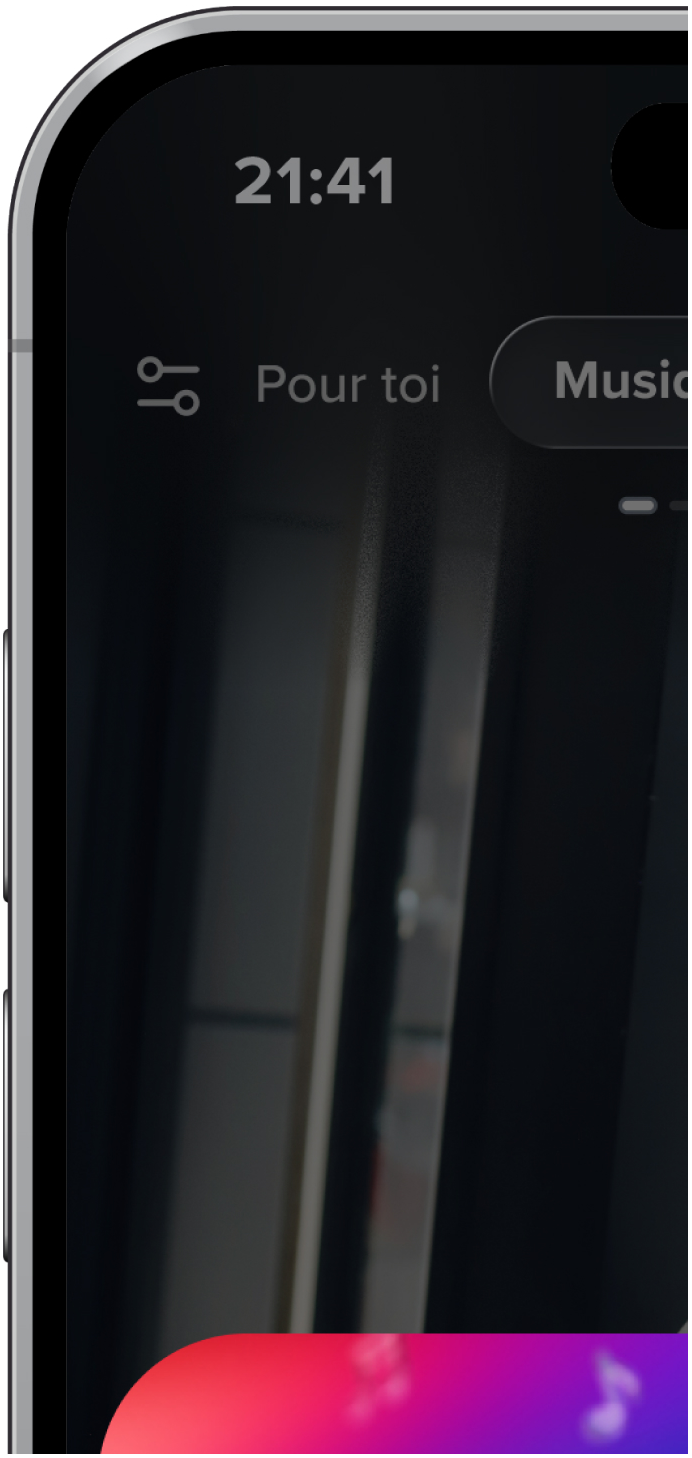
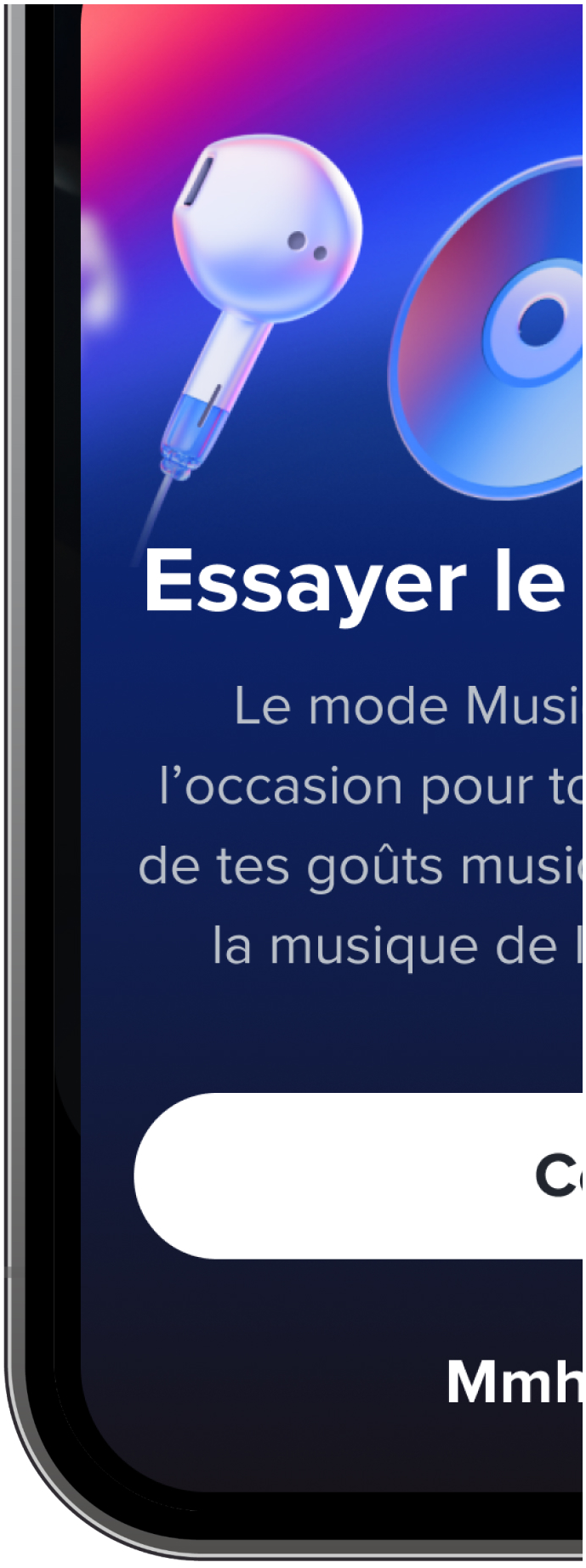
Tinder Newsroom

Tinder lance en France Music Mode pour faire matcher les célibataires selon leurs goûts musicaux !

Avec cette fonctionnalité repensée, Tinder fait de la musique un nouveau point de départ pour créer des connexions plus authentiques.




Essayer le
Le mode Musi
l’occasion pour to
de tes goûts musi
la musique de
Mmh

SPARKS COMMENCE UNE NOUVELL RELATION.

Paris, 7 avril 2026 - Tinder lance son nouveau Music Mode en France, une version repensée de sa fonctionnalité musicale, imaginée pour permettre aux célibataires de se découvrir autrement : à travers les morceaux qu'iels écoutent, les artistes qu'iels citent, les scènes auxquelles iels se rattachent et les univers qu'iels revendiquent.

A une époque où la musique s'affiche, se commente et se revendique plus que jamais,Tinder remet en lumière quelque chose de très simple : sur une appli de rencontre aussi, les goûts musicaux disent souvent beaucoup de quelqu'un. Un morceau, un·e artiste ou une playlist peuvent en dire autant qu'une bio, et parfois donner l'envie de lancer la conversation.

Quand la musique parle avant les mots

Pour une grande partie de la Gen Z, la musique est un langage immédiat : elle raconte une humeur, une sensibilité, une esthétique, des références... Citer un·e artiste, afficher un morceau, revendiquer une scène ou une playlist, ce n'est pas seulement partager ce qu'on écoute ; c'est donner un indice sur soi.

Cette place de la musique dans l'expérienceTinder est déjà bien ancrée. Depuis son lancement initial en 2021, Music Mode aide les utilisateur·rices à mieux exprimer leur personnalité grâce à la musique. Et les usages le montrent déjà : ***plus de la moitié des matchs aux États-Unis impliquent au moins une personne ayant renseigné un Spotify Anthem sur son profil.***

Music Mode repensé pour favoriser des connexions plus naturelles

Propulsé par Spotify, partenaire de Tinder depuis 2016, ce nouveau Music Mode a été repensé pour mieux refléter la manière dont la musique intervient aujourd'hui dans les rencontres.

Concrètement, Music Mode permet désormais :

- D'ajouter jusqu'à 20 titres à son profil pour mieux refléter son univers musical,
- De découvrir plus facilement des profils selon des goûts musicaux partagés,
- De profiter d'une expérience plus immersive, pensée en sound-on,
- De faire entrer plus facilement la musique dans la conversation comme ice-breaker, avec un titre qui peut devenir un point de départ naturel dans le chat.

Les premiers résultats observés par Tinder montrent déjà l'intérêt de cette approche : depuis sa refonte et sa mise en avant lors de la conférence de presse mondiale*Tinder Sparks 2026 : Start Something New"*, ***un·e utilisateur·rice sur dix âgé·e de moins de 22 ans l'a adopté dans les marchés testés.***

**

À 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 : la connexion réelle. Aujourd'hui, l'application a été téléchargé plus de 630 millions de fois, générant plus de 100 milliards de matches et étant utilisée dans plus de 185 pays et 60 langues - une ampleur inégalée par toute autre application de la catégorie.

Tinder, Swipe, le logo en forme de flamme, et It Starts with a Swipe sont tous des marques déposées de Tinder LLC.

Contacts presse

Tinder – Ben Puygrenier – ben.puygrenier@gotinder.com
Agence Ogilvy – tinderfrance@ogilvy.com

Additional assets available online: Photo (1)

https://fr.tinderpressroom.com/news?item=122674