Team Maddy, Cassie ou Lexi ? Euphoria revient et enflamme les bios Tinder





Paris, 9 avril 2026 - Alors que la série Euphoria s'apprête à faire son grand retour cette semaine, Tinder constate déjà un engouement pour la série : les mentions du mot « Euphoria » dans les bios Tinder ont augmenté de 5 % en France, signe d'une impatience grandissante chez les jeunes célibataires.

Le storytelling émotionnel d'Euphoria résonne bien au-delà de l'écran

Si les mentions d'Euphoria sont en hausse, ce sont surtout les caractéristiques émotionnelles de ses personnages qui se reflètent de plus en plus dans la manière dont les utilisateur·rices de Tinder se présentent :

- Les mentions de **Maddy** dans les bios Tinder ont presque doublé, signe d'une augmentation de la confiance en soi, de davantage d'assurance et d'attentes plus claires en matière de rencontres. Dans la série, Maddy se distingue par son fort caractère et son refus de se contenter de peu, des qualités qui résonnent de plus en plus auprès des utilisateur·rices, qui posent des limites plus nettes dans leurs relations.
- Les mentions de **Cassie** ont augmenté de 13 %, ce qui témoigne d'une sensibilité émotionnelle plus assumée et d'un désir de connexion amoureuse. Dans la série, Cassie est portée par l'amour et le besoin de validation, à l'image d'une approche des rencontres où l'expression des émotions et la vulnérabilité occupent une place centrale.
- Les mentions de **Lexi** ont augmenté de 19 %, traduisant un intérêt croissant pour l'introspection, la connaissance de soi et une approche plus réfléchie des rencontres. En tant qu'observatrice du groupe, Lexi incarne une vision plus lucide et introspective, qui résonne avec les utilisateur·trices en quête d'une meilleure compréhension d'elleux-mêmes et de leurs relations.

Euphoria et le retour de rencontres plus authentiques et plus sincères

Cette évolution reflète de près ce que Tinder a identifié dans sonYear in Swipe™ 2025, avec des tendances comme le Clear-Coding et l'Emotional Vibe Coding qui façonnent la manière dont les utilisateur·trices se connectent en 2026 :

- **Le Clear-Coding** traduit une évolution vers plus de transparence sur ses intentions, alors que 64 % des célibataires estiment que les rencontres ont surtout besoin de plus d'honnêteté émotionnelle.
- **L'Emotional Vibe Coding** met en avant une attention plus forte portée à l'expression des émotions et à l'authenticité, 73 % des célibataires affirmant savoir qu'iels apprécient quelqu'un lorsqu'iels peuvent être eux-mêmes.

Ces comportements se retrouvent aussi dans les personnages qui résonnent le plus aujourd'hui auprès des utilisateur·trices de Tinder. La hausse des mentions de Maddy, Cassie et Lexi met en lumière trois approches distinctes, mais complémentaires : être clair·e sur ses attentes, exprimer plus ouvertement ses émotions et adopter une vision plus consciente et introspective des relations.

À propos de Tinder

Lancée en 2012, l'application Tinder® a révolutionné la manière dont les personnes se rencontrent, en passant du tout premier match au milliard de matchs en seulement deux ans. Cette croissance rapide témoigne de sa capacité à répondre à un besoin humain fondamental : créer de véritables liens. Aujourd'hui, l'application a été téléchargée plus de 630 millions de fois, a généré plus de 100 milliards de matchs, et est disponible dans plus de 185 pays et en plus de 60 langues — une ampleur inégalée par toute autre application de cette catégorie.

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

Contacts presse
Tinder - Ben Puygrenier - ben.puygrenier@gotinder.com
Agence Ogilvy - tinderfrance@ogilvy.com

---

https://fr.tinderpressroom.com/news?item=122676