Tinder Newsroom

TINDER ET TIKTOK S'ASSOCIENT POUR LANCER DOUBLE DATE ISLAND, UNE NOUVELLE EXPÉRIENCE DE DATING-RÉALITÉ AUPRÈS DES JEUNES ADULTES



22 Juin 2026 - Tinder et TikTok annoncent aujourd'hui un partenariat stratégique majeur qui marque une nouvelle étape dans le rapprochement pour les secteurs du divertissement et du dating. Cet été, Double Date Island, le programme de dating-réalité phare de Tinder, sera diffusé dans son intégralité sur TikTok, qui deviendra à la fois sa plateforme de diffusion privilégiée et le lieu où la communauté pourra prolonger l'expérience et les conversations autour du programme.

Pour la première fois en Europe, Tinder s'associe à TikTok, l'une des plateformes les plus influentes auprès des jeunes adultes, ainsi qu'à Studio 55, entité d'ITV Studios, et à Cowshed Studios, spécialiste des contenus digitaux (Sidemen XIX Inside, Foot Asylum Presents Locked In), pour donner vie à une série de dating-réalité d'un nouveau genre.

Cette collaboration illustre également une nouvelle manière pour les plateformes de dating, les médias et les acteurs du divertissement de travailler ensemble afin de toucher les jeunes adultes là où ils passent leur temps et consomment du contenu.

Double Date Island, c'est quoi ?

Double Date Island est l'émission de dating-réalité de Tinder qui réunit des duos de meilleur·es ami·es venus des quatre coins du monde (États-Unis, Brésil, Australie, Royaume-Uni, France, Espagne, Italie et Allemagne). Ensemble, ils participeront à des doubles dates, rencontreront d'autres binômes internationaux et vivront une parenthèse estivale propice aux rencontres spontanées et sans pression, le tout sous l'œil des caméras.

Avec cette émission, Tinder transforme la rencontre en une aventure à partager : davantage de complicité, de moments inattendus et une manière plus ludique de faire de nouvelles rencontres.

Cet été, cette nouvelle saison s'installe au Portugal et sera diffusée sur TikTok. L'émission mettra en scène des participant·es majeur·es et son contenu sera réservé aux utilisateur·ices de plus de 18 ans sur la plateforme. Aux côtés des participant·es sélectionné·es lors du casting, plusieurs créateur·ices de contenu et personnalités prendront part à l'aventure en tant qu'animateur·rices, apportant chacun·e leur énergie et leur caractère au programme.

Qui produit l'émission ?

La production est assurée par Cowshed Studios, en collaboration avec Studio 55 pour le développement du format. La distribution est confiée à Zoo 55, également intégré à ITV Studios. Le projet bénéficie par ailleurs du soutien d'OMD, agence média de Tinder pour la région EMEA en charge de la stratégie, de la planification et de l'achat média.

Un nouveau format pour une nouvelle génération

Double Date Island s'inspire du succès de l'une des innovations produit les plus marquantes deTinder : la fonctionnalité Double Date. Celle-ci permet à deux ami·es de créer un duo et de matcher avec d'autres binômes, transformant ainsi l'expérience traditionnelle de Tinder en une expérience plus collaborative, sociale et collective, en phase avec les nouvelles attentes des jeunes adultes.

Avec cette émission, Tinder étend cette expérience au-delà de l'application pour créer des nouvelles expériences capables de créer de la conversation et de l'engagement auprès de sa communauté.

Un partenariat pensé pour les usages de TikTok

Conçu en étroite collaboration avec TikTok, le programme s'appuie sur les codes de la plateforme et sur son écosystème de créateurs afin de prolonger l'expérience bien au-delà des épisodes.

Pour TikTok, ce partenariat confirme son rôle croissant dans la diffusion et la conversation autour des grands rendez-vous de divertissement. Pour Tinder, il marque une nouvelle étape dans sa volonté de proposer des expériences de rencontre toujours plus sociales, interactives et ancrées dans les usages des jeunes générations.

Dévoilé à l'occasion du Festival International de la Créativité Cannes Lions, Double Date Island s'annonce comme l'un des lancements entertainment les plus marquants de l'été 2026.

Parallèlement à cette annonce, Tinder ouvre les candidatures dans plusieurs pays et invite les duos de meilleurs amis célibataires à postulerpour rejoindre l'aventure et vivre une expérience de rencontre unique au Portugal cet été.

“Ce partenariat constitue une véritable étape clé. Double Date Island sur TikTok n’est pas simplement un accord de diffusion : c’est une démarche commune de deux plateformes engagées dans des expériences sociales et authentiques, qui s’associent de manière responsable pour faire évoluer les usages culturels. Pour nous, il s’agit d’une suite logique dans notre volonté de proposer à nos communautés des formats de divertissement toujours plus interactifs." *Paolo Lorenzoni, VP Marketing EMEA, Tinder*

“Sur TikTok, les créateurs jouent un rôle central dans la découverte, le partage et la conversation autour des contenus. Double Date Island s’inscrit dans cette logique avec un format de divertissement inédit, porté par les créateurs. Nous sommes heureux d’accueillir cette série, pensée pour les jeunes adultes partout en Europe. Elle illustre la façon dont de nouveaux formats viennent aujourd’hui rencontrer les audiences directement sur les plateformes où elles regardent, participent et échangent.” *Kris Boger, Regional General Manager, UK, Ireland, Benelux - Business Solutions at TikTok*

"Double Date Island est exactement le type de format que Studio 55 a vocation à développer : des personnes authentiques, des rencontres réelles, et un modèle de production pensé pour les plateformes où les jeunes adultes se retrouvent naturellement. Nous sommes très fiers de donner vie à ce projet avec Tinder et TikTok. " *Will Scougal, EVP Brand and Commercial Partnerships, ITV Studios*

“Aux côtés de la campagne Say Goodbye to Hellos, récemment lancée, Double Date Island illustre une nouvelle fois ce que peut être un marketing culturel réussi. Nous sommes ravis de poursuivre notre collaboration avec Tinder sur ce projet. La marque a toujours cherché à définir les nouvelles formes de la culture de la rencontre, et en tant qu’agence média EMEA, nous travaillons ensemble à réinventer la manière dont Tinder connecte avec ses audiences à travers les médias et les partenariat”. *Natalie Bell, CEO, EMEA, OMD*.

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 ansAujourd'hui, l'application a été téléchargée plus de 630 millions de fois, générant plus de 100 milliards de matchs, servant environ 50 millions d'utilisateurs 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, Swipe, le logo en forme de flamme et “It Starts with a Swipe” sont des marques déposées de Tinder LLC.

À PROPOS DE TIKTOK

TikTok est la plateforme de référence pour la vidéo courte sur mobile. Sa mission est d’inspirer la créativité et de procurer de la joie.
TikTok dispose de deux sièges mondiaux à Los Angeles et à Singapour, et est présent à travers des bureaux notamment à New York, Londres, Dublin, Paris, Berlin, Dubaï, Jakarta, Séoul et Tokyo.

À PROPOS DE OMD

OMD, agence média du groupe Omnicom Media, est le plus grand réseau média mondial, avec plus de 12 000 collaborateurs présents dans plus de 100 pays. Chez OMD, nous « créons ce qui vient ensuite », en concevant des solutions média transformatrices qui stimulent la croissance, créent des connexions fortes et redéfinissent les possibles pour nos clients. Élue réseau média le plus performant au monde par RECMA sur un record de 11 rapports Diagnostic consécutifs, et sacrée « Media Network of the Year » aux Cannes Festival of Media en 2022, 2024 et 2025, OMD s’impose comme un acteur de référence en matière d’innovation, de créativité et de pertinence culturelle. Grâce à des idées ambitieuses et des résultats mesurables, OMD accompagne les marques pour leur permettre de façonner l’avenir et d’avoir un impact durable dans un environnement en constante évolution.

À PROPOS DE ZOO 55 ET STUDIO 55

ITV Studios est un groupe de création, de production et de distribution de programmes de référence, qui rencontrent un large succès auprès du public. Le groupe rassemble 60 labels de production répartis dans 13 pays, notamment au Royaume-Uni, aux États-Unis, en Australie, en France, en Allemagne, dans les pays nordiques, en Italie et aux Pays-Bas. En 2025, ITV Studios a lancé Zoo 55, un nouveau label dédié au développement de ses activités digitales et gaming. Celui-ci gère plus de 200 chaînes propriétaires et opérées sur les plateformes sociales, totalisant 47 milliards de vues en 2025, ainsi que 20 chaînes FAST et 28 chaînes diffusées dans 43 pays, avec 318 streams en direct à l’échelle mondiale. En 2026, ITV Studios a également lancé Studio 55, une entité internationale dédiée aux marques et aux partenariats de licence. Cette structure a été pensée pour offrir aux marques, agences et créateurs un accès élargi au portefeuille de contenus et de propriétés intellectuelles du groupe. Elle se concentre sur le développement d’accords de licence à plus grande échelle et de formats digital-first, afin de renforcer l’engagement des fans et d’enrichir la relation entre les audiences et les marques issues de la télévision.

Contacts presse

- Tinder - press@gotinder.com
- TikTok shane.odonoghue@TikTok.com
- OMD - lisa.green@omc.com
- Studio 55/ITV Studios- laura.saunders@itv.com
