Tinder Newsroom

Year in Swipe, Tinder fait le bilan de l’année 2019

Tinder Idévoile es grandes tendances qui ont rythmées l'année 2019 de ses membres en France et dans le monde.



2019 a été l'année où la Gen Z a pris d'assaut Tinder : les 18 - 25 ans représentent désormais officiellement la majorité de la communauté présente sur la plateforme de rencontre. Pour tout savoir sur ce qui a fait swiper la Gen Z et tous les membres Tinder en France et dans le monde, retour sur les tendances qui ont fait 2019 : c’est le Year in Swipe de Tinder !

Le Facepalm – l’émoji symbole d’une génération 🤦‍♀️🤦‍♂️🤦🤦‍♀️🤦‍♂️

Alors que plus de 300 millions d’émojis étaient utilisés dans les bios Tinder en 2019, un en particulier mérite réflexion : le Facepalm. Apparemment, s’il y a une chose que la Gen Z a en commun de nos jours, c’est un ressenti partagé de 🤦‍♀️🤦‍♂️ sur ce qui se passe dans le monde.

Le Facepalm a vu son utilisation augmenter de 41% dans les bios des membres Tinder au niveau mondial.

Les emoji ‘facepalm’ les plus utilisés étaient aussi variés et mixte que l’est Tinder, avec 🤦‍♀️🤦‍♂️🤦🤦‍♂️ et 🤦‍♀️ en haut de la liste.

ENVIRONMENT

La Génération Z officiellement “Philanthrokids” ?

En 2019, les membres Tinder veulent avant tout du « changement » !

Le Year in Swipe révèle que « bio», « changement » et « engagement » font partie des termes les plus utilisés dans les bios cette année. La Gen Z semble d’ailleurs plus préoccupée par le besoin de changer les choses que ses aînés : les 18 - 25 ans sont deux fois plus nombreux que les Millennials à préciser leur préférence pour le bio dans leur description de profil. Pas besoin d’attendre le match pour s’exprimer chez la Gen Z !

Top 10 des sujets tendances dans les bios Tinder de 2019 en France

- Bio
- Changement
- Engagement
- Environnement
- Festival
- Foot
- Instagram
- Netflix
- Soirée
- Youtube

L'environnement, 32 fois plus cité que MBappé !

Alors qu'on pensait le football indétrônable en France chez la Gen Z, il s'est littéralement fait dépasser par l'environnement et le climat cette année ! Ce sont des termes de plus en plus présents dans les bios des membres Tinder.

Pas étonnant donc que Mbappé et Griezmann sont relégués loin derrière Greta Thunberg, parmi les personnalités les plus citées !

Cette tendance à s'engager se confirme au niveau mondial. Pour les membres Tinder de la Gen Z, les causes remplacent désormais le voyage. Les membres de la Gen Z sont plus susceptibles de mentionner « Causes » ou « Missions » que « Voyage » dans leur biographie, ce qui contraste fortement avec la génération Y, qui au contraire est 3 fois plus enclin à vanter le « Voyage ».

La nouvelle génération souhaite rencontrer une personne, non pas seulement pour 'matcher' mais aussi pour s'engager. En 2019 les causes sont plus bien plus qu'un sujet d'actualité sur Tinder : elles sont le symbole d'une nouvelle génération. Les Millennials se rapprochent au travers d'aventures, tandis que la Gen Z crée des liens en changeant le monde.

MUSIC / ARTISTS

« Tu t'sens comme la reine du monde »

Côté musique, alors que Jul, Orelsan et Lomepal figuraient dans le top 3 des artistes les plus mis en avant en 2018, cette année c'est Angèle qui remporte la première place et devient l'artiste la plus mentionnée sur les bios Tinder en France.

Les chansons cultes Spotify de Tinder révèlent tout de même qu'il existe un vrai fossé musical entre Millennials et Gen Z. Alors que les Millennials sont nostalgiques des années Rock N'Roll et continuent d'écouter les mêmes sons que leurs parents avec Pink Floyd, les Red Hot Chili Peppers, les Rolling Stones, Led Zeppelin ou encore AC/DC parmi les favoris, la Gen Z de son côté se renouvelle et affiche une nette préférence pour le rap français. Niska, 47 ter, Moha La Squale, bbno$, Gambi, Damso et Lorenzo font partie des artistes les plus écoutés.

Chansons cultes Spotify les plus référencées dans les bios Tinder en France en 2019

- HIGHEST IN THE ROOM - Travis Scott
- Ransom - Lil Tecca
- Circles - Post Malone
- Dance Monkey - Tones and I
- Señorita - Shawn Mendes et Camilla Cabello

Si les 5 à 10 premiers titres Spotify à afficher dans sa bio mettent Gen Z et Millennials d'accord, les goûts divergent drastiquement au-delà du Top 5.

Ma Belle de Moha La Squale ou Problèmes de PLK présents dans le Top 15 de la Gen Z ne figurent au contraire même pas dans le Top 50 des Millennials.

LOVE / RELATIONSHIP

Year in Swipe c'est aussi l'opportunité de détecter ce qui génère des Matchs et peut-être d'améliorer par la même occasion sa technique d'approche ou son profil. Tinder révèle quelques secrets sur ce qui a séduit en 2019.

Vegan et drague ne feraient pas bon ménage...

Se pourrait-il que le véganisme ne soit pas sexy en France ? Il semblerait en effet que ce ne soit pas un critère très attrayant (ou moins important) ! On observe pour l'année passée un déclin du nombre de personnes, Gen Z et Millennials confondus, s'identifiant comme vegan dans leur bios…

A l'inverse en Espagne, Year in Swipe révèle que vegan figure comme l'un des adjectifs les plus présents dans les bios Tinder de la Gen Z au côté de féministe.

Games of Thrones, Riverdale, La Casa de Papel…

Même si nous savons que la Gen Z peut vivre sans TV, elle ne peut plus se passer de Netflix. En effet, la plateforme de streaming est de plus en plus mentionnée dans les bios des 18-25 ans. Si certains n'hésitent pas à référencer directement leurs séries préférées et à se revendiquer en tant que fan, d'autres conservent le mystère et ne mentionnent que Netflix dans leur profil : à leur futur match de trouver…

Juin, le mois à ne pas manquer pour un maximum de Matchs

Est-ce dû à l'arrivée de l'été ou à l'effervescence du Mois des fiertés ? En tout cas, pas besoin d'attendre les vacances pour matcher ! C'est en juin que la France compte le plus grand nombre de matches sur Tinder.

LIFESTYLE

Le verre de vin disparaît-il au profit de la bière ? 🍷 →🍺🍺🍺

Les membres de la Gen Z sont très nombreux à afficher l'émoji 'pintes de bière🍻 dans leur Bios tandis que l'émoji 'verre de vin rouge' 🍷 n'apparaît même pas parmi leurs 20 emojis préférés. Moins coûteuse ? Plus conviviale ? La boisson alcoolisée préférée de nos voisins Belges et Anglais gagne du terrain et séduit sans conteste la Gen Z.

Heureusement le 🍷 ne disparaît pas tout à fait et résiste en figurant dans le Top 20 des émojis les plus référencés dans les bios des Millennials français.

Les plus gros « swipeurs » de la planète sont …

Les Japonais arrivent en tête du classement avec la capitale Nipponne championne du Swipe en 2019, suivi par nos voisins Polonais basés à Varsovie puis Norvégiens à Oslo. Paris se classe en septième position des villes mondiales à la croissance de Swipe la plus forte.

Top 10 des villes mondiales à la croissance de Swipe la plus forte
**

1. Tokyo - JPN
2. Varsovie - POL
3. Oslo - NOR
4. Seoul - KOR
5. Copenhague - DNK
6. Budapest- HUN
7. Paris - FRA
8. Birmingham - GBR
9. Munich - DEU
10. Bangkok - THA

** données obtenues au travers de l'utilisation de la fonction Swipe

En observant la carte française de plus près, Tinder dévoile que la croissance de Swipes déferle sur tout l'hexagone. Paris arrive en tête du classement mais Bordeaux, Lille, Strasbourg et Montpellier affichent également une forte croissance de Swipes en 2019.

La région Lyonnaise compte deux villes parmi le Top 10, Lyon et Villeurbanne, ce qui en fait la destination la plus active en France pour swiper pour les membres de 18 à 25 ans.

Top 10 des villes françaises à la croissance de Swipes la plus forte parmi les 18-25 ans

1. Paris
2. Lyon
3. Toulouse
4. Bordeaux
5. Lille
6. Villeurbanne
7. Cergy-Pontoise
8. Strasbourg
9. Nantes
10. Montpellier

LGBTQ+

Au niveau mondial en 2019, la fonctionnalité More Genders a été utilisé par 30% de membres supplémentaires par rapport à l'année dernière. Cette fonctionnalité permet de s'identifier au-delà de la binarité Hommes-Femmes.

L'utilisation de l'émoji 'arc-en-ciel' 🌈 dans les bios Tinder a également augmenté de 15% de 2018 à 2019 dans le monde.

Méthodologie :

Les informations incluses dans cette campagne représentent les tendances générales de Tinder, et non les informations personnelles d'un individu ou d'un utilisateur spécifique et identifié. Les activités sur l'application et les bios sont représentatives de l'activité mondiale de Tinder entre janvier et novembre 2019.

A propos de Tinder :

Tinder est l'application la plus utilisée dans le monde pour faire de nouvelles rencontres. Disponible dans 190 pays et dans plus de 40 langues, Tinder est actuellement l'application mobile, hors-gaming, la plus rentable au monde.

Contact presse

Pour plus d'informations ou demande de visuels, merci de contacter :

pressetinder@jin.fr / T. : +33 7 85 66 02 58 / +33 6 17 51 52 72

Additional assets available online: **Photo** (2) **Vidéo** (1)

https://fr.tinderpressroom.com/tinders-2019-year-in-swipe-r