TINDER ANNUNCIA L'ARRIVO IN ITALIA DI MORE GENDER & SEXUAL ORIENTATION, LA FEATURE CHE PERMETTE AI MEMBRI DELLA COMMUNITY DI DESCRIVERSI LIBERAMENTE

La Gen Z attiva sull'app abbraccia la diversità di genere e guida il cambiamento verso un mondo sempre più inclusivo

Milano, 23 giugno 2020 - L'anno scorso Tinder ha lanciato negli Stati Uniti More Gender &Sexual Orientations, la feature creata in collaborazione con GLAAD che consente ai membri di Tinder di aggiungere informazioni sulla propria identità di genere e orientamento sessuale, permettendo così di esprimersi liberamente sulla piattaforma. Finalmente oggi Tinder annuncia che è previsto per questa estate l'arrivo della feature anche in Italia.

I giovani d'oggi non sono interessati ad essere rinchiusi in un determinato genere oorientamento sessuale: un match su cinque (nei mercati in cui la funzione è già disponibile) è queer, i membri della Gen Z (età 18-25 anni) hanno utilizzato la feature More Gender il 20% di più rispetto ai Millennials e ai membri della Gen X e il 37% di loro hanno scelto più di un orientamento per descriversi. (1)

Quando si parla di fluidità e identità di genere, la Gen Z è sicuramente quella più attivista,quella che lotta contro le etichette e i pregiudizi, non solo in Italia ma nel mondo intero. Aperta, positiva e idealista, la Gen Z rappresenta la scintilla in grado di innescare un cambiamento positivo nella nostra società, per un mondo più inclusivo.

Ecco perché, questa estate, Tinder vuole celebrare questo cambiamento e incontrare leesigenze dei Gen Zedrs, abbracciando i loro valori e lanciando la funzione More Gender & Sexual Orientation in Italia.

More Gender & Sexual Orientation: la feature

Con l'arrivo della funzionalità, dalla schermata delle impostazioni gli utenti Tinder saranno ingrado di aggiungere, oltre a quelli già presenti, qualsiasi termine che descriva al meglio la loro identità di genere, così da permettere loro di trovare o digitare il termine che meglio rispecchia il proprio essere ed orientamento sessuale. In Italia, la localizzazione della funzionalità è il risultato della collaborazione tra Tinder e Arcigay, la principale associazione LGBTQ italiana senza scopo di lucro e la più grande per numero di volontar* e attivist* su tutto il territorio nazionale. Arcigay ha affiancato Tinder nelle traduzioni dei generi e degli orientamenti sessuali, dando a tutti gli utenti la possibilità di scegliere tra 29 generi e 9 orientamenti, oppure di identificarsi come meglio preferiscono, liberamente, impostando il proprio profilo sull'app. Per celebrare questa collaborazione, Tinder e Arcigay, insieme a Milano Pride, hanno organizzato il 23 Giugno alle ore 18.30 un evento virtuale intitolato "Gender Liberation - orientamenti e identità oltre le etichette", dove interverranno Fabrizio Quattrini, sessuologo, e Ethan Bonali, attivista trans non-binary, con le testimonianze di Giulia Galli, attivista non-binary, e Jacopo Spena, attivista genderfluid. Il laboratorio sarà moderato da Natascia Maesi, responsabile Politiche di genere e Formazione Arcigay.

La Gen Z è più aperta di qualsiasi generazione precedente: non solo non giudicano lediversità ma le abbracciano attivamente. Per loro, le "minoranze" non sono solo un'idea astratta, ma sono amici e familiari. I ventenni di oggi parlano quotidianamente, sia sui social che offline, di ciò che caratterizza la loro identità - dalla razza, al genere, all'identità sessuale, anche se vivono in un mondo sempre più frammentato; riescono a trovare la loro voce distintiva fin dalla giovane età, battendosi per ciò che ritengono giusto - anche di fronte alle difficoltà.

"*Con il lancio della funzionalità More Gender & Sexual Orientation, Tinder vuole romperel'idea di convenzioni binarie e comunicare un forte messaggio di accettazione e apertura alla comunità non binaria*", sottolinea **Gabriele Piazzoni, Segretario Nazionale di Arcigay**. "*I membri transgender che utilizzano Tinder sono, come tutti gli altri utenti, alla ricerca di nuove connessioni ed esperienze. Questa novità permette alle persone di essere se stesse sulla piattaforma e conferma l'impegno di Tinder su temi come la diversità e l'inclusione. Siamo orgogliosi di far parte di questo importante progetto e di*

poterlo supportare con l'associazione Arcigay. È un ulteriore importante passo per un'Italia sempre più aperta, capace di rompere i pregiudizi e di andare oltre le etichette".

"*Noi di Tinder crediamo che tutti meritino di sentirsi considerati e questa considerazioneparte dalla possibilità di essere chi sei veramente. Ecco perché abbiamo introdotto la funzione More Gender & Sexual Orientation*", ha dichiarato **Elie Seidman, CEO di Tinder**. "*I nostri membri più giovani, che fanno parte della Gen Z, sono in prima fila nella lotta per un mondo più inclusivo e sappiamo che anche noi, possiamo contribuire a fare la differenza in questo senso. Non vediamo l'ora di rilasciare questa nuova feature a più persone possibili in tutto il mondo*".

L'importanza della fluidità di genere per la Gen Z: la ricerca(2)

Tinder ha condotto una ricerca insieme a YOUGOV per raccontare l'importanza della libertà di espressione sessuale per la Gen Z italiana, e vedere il ruolo che ricoprono i social media nel processo di costruzione identitario delle generazioni più giovani. L'aspetto più importante che emerge dalla ricerca è il fatto che la Gen Z va ben oltre i pregiudizi binari di genere e abbraccia concretamente la fluidità, ponendo le basi per un mondo libero da ogni etichetta.

"*Sii te stesso. Tutto il resto è già stato preso*". Questa citazione di Oscar Wilde sembra essere stata scritta apposta per la Gen Z. Il 50% delle persone attribuisce alla fluidity un valore profondo e la considera a tutti gli effetti un modo per definire se stessi e la propria identità, (genere, sessualità, razza, classe sociale, stile di vita) e con ciò che si fa; solo il 4% afferma che la fluidity è un concetto superficiale.

Se il futuro parla di fluidità, dobbiamo farlo anche noi

Nuove generazioni, nuovo vocabolario. La Gen Z è già nota per essere la generazione dei grandi ideali, pronta a lottare per un futuro migliore. Un futuro che, secondo la ricerca di Tinder, dovrebbe basarsi su due pilastri: la tolleranza e l'autenticità. Il 65% concorda sul fatto che la tolleranza debba essere riconosciuta come un valore fondamentale nella società di oggi, mentre l'autenticità è considerata imprescindibile per il 44% del campione.

La speranza è l'ultima a morire, dice il proverbio - e la Gen Z è d'accordo, dato che solo il 10% di loro ritiene che i tempi non siano ancora maturi ed è pessimista sul progresso della società. La quotidianità della società di oggi sta davvero cambiando e un futuro libero da pregiudizi sembra essere sempre più vicino: il 44% degli intervistati concorda sul fatto che le loro abitudini di coppia siano diverse rispetto al passato, mentre 1 su 2 (53%) è d'accordo sul fatto che incontrare nuovi partner oggi è completamente diverso rispetto al passato. Inoltre, il 50% afferma che i vecchi preconcetti della società non influenzano la propria identità o le opportunità future, confermando il coraggio e il desiderio di affermazione di sé che muove i più giovani.

La vita sui social è vita vera: non aver paura di urlare (e scrivere) al mondo chi seLa speranza per un mondo migliore è davvero forte nelle nuove generazioni: la ricerca mostra che, per circa il 75% degli intervistati, la Gen Z è più tollerante rispetto alla generazioni passate.

Di conseguenza, Internet è diventato uno spazio di condivisione e apertura, quando si tratta di libertà di espressione. Il 61% del campione considera la rete lo spazio virtuale adatto per scoprire, conoscere e approfondire il concetto di fluidità di genere. Secondo il 62%, le app e social media rappresentano infatti uno strumento importante per conoscere meglio sé stessi e gli altri. Inoltre, il 38% del campione pensa che i social media siano il miglior modo per conoscere nuove persone.

Internet si conferma un luogo aperto, libero da pregiudizi: il 60% del campione concorda sul fatto che le app permettono di conoscere un numero più ampio di persone, provenienti da culture diverse e con diversi orientamenti sessuali e di genere, dimostrando una propensione verso l'apertura. Gli amici che si incontrano online sono gli stessi che si frequentano anche offline e avere una persona con cui parlare rimane una sicurezza importante. Gli amici sono il rifugio più sicuro secondo il 30% degli intervistati. Ma bisogna fare attenzione a chi scegliere nella cerchia di persone fidate, perché per 1 intervistato su 4 gli amici possono a volte essere un ostacolo per esprimere la propria identità, insieme alla famiglia e all'ambiente di lavoro.

La ricerca conferma quanto le nuove generazioni, da sempre considerate come la speranzaper il futuro, siano davvero capaci

di prevedere i cambiamenti e, soprattutto, di crearli. Lo stesso vale, per fortuna, anche nel nostro Paese. La scelta di Tinder di lanciare anche in Italia la feature More Gender & Sexual Orientation rappresenta l'impegno dell'azienda di abbracciare il cambiamento trainato dai Gen Zeders italiani verso una società sempre più fluida e inclusiva.

Note

(1) Fonte: www.glaad.org

(2) Research Company: YouGov Spagna. Sample: 493 people. Methodology: Online Surveys. Age-weighted data. Error: +/- 4.38% for 95% confidence level, n=500 and p=q =0.5. Field: Brazil, France, Germany, Italy, Spain, Sweden, UK from April 30th to May 6th 2020. all the data provided in the press release are related to Italy

Metodologia:

Più di un terzo dei match fatti su Tinder sono tra i membri che accettano la loro identità sessuale.

Escludiamo i mercati in cui esistono leggi che discriminano i rapporti omosessuali/ Giappone e Corea per motivi strategici.

About YouGov

YouGov è un gruppo internazionale di ricerca e analisi dei dati. La nostra missione è fornire un flusso continuo di dati riguardanti ciò che il mondo pensa, in modo che le organizzazioni possano servire meglio le comunità che le sostengono. Ogni giorno, il nostro panel proprietario composto da oltre 8 milioni di persone ci fornisce migliaia di dati su opinioni, atteggiamenti e comportamenti dei consumatori. Uniamo questo flusso continuo di dati alla nostra esperienza nelle ricerche per fornire approfondimenti che consentano processi decisionali intelligenti e conversazioni informate. YouGov ha una dei network di ricerca più grandi del mondo, con uffici nel Regno Unito, in Nord America, nell'Europa continentale, nei Paesi dell'Europa del nord, nel Medio Oriente ed Asia-Pacifico.

Contatti per la stampa:

Ufficio Stampa Tinder Italia: tinder_italy@mslgroup.com

Additional assets available online: **Foto** (1)

https://it.tinderpressroom.com/2020-06-23-TINDER-ANNUNCIA-LARRIVO-IN-ITALIA-DI-MORE-GENDER-SEXUAL-ORIENTATION,-LA-FEATURE-CHE-PERMETTE-AI-MEMBRI-DELLA-COMMUNITY-DI-DESCRIVERSI-LIBERAMENTE