

La quarantena è diventata la scusa per rompere il ghiaccio più usata al mondo su Tinder

Se stiamo tutti sulla stessa barca (anche quando si tratta di una pandemia globale), le conversazioni fluiscono più facilmente

Il COVID ci ha obbligato ad aprirci. La combinazione dello stare chiusi a casa e il fatto che stiamo tutti sulla stessa barca ha portato le persone a parlare più che mai. Nel mondo, si è raggiunto il picco di queste chiacchierate il 5 aprile. Durante questa giornata, gli utenti di Tinder hanno inviato una media del 52% di messaggi in più rispetto all'inizio dei lockdown a inizio marzo. I giovani spagnoli sono stati particolarmente logorroici: da metà aprile, gli utenti spagnoli della generazione Z hanno inviato quasi il doppio dei messaggi ogni giorno rispetto all'inizio del lockdown. Più che qualsiasi altro paese al mondo. Olé!

Le mascherine sono diventate l'argomento di cui tutti parlano su Tinder. Alcuni hanno trascorso i primi giorni della quarantena vantandosi delle scorte di carta igienica e di igienizzante per le mani, con un picco nelle menzioni della bio a fine marzo. Le conversazioni sulle mascherine sono iniziate ad aprile. Gli utenti hanno informato dell'uso delle mascherine ("abbronzatura da mascherina") o del loro punto di vista ("se fai jogging indossando la mascherina non fai per me"). Le abitudini relative alle mascherine possono diventare il test di compatibilità definitivo del 2020.

La quarantena ha dato successo ai più creativi. Il distanziamento sociale ci ha convertiti in creativi digitali. Obbligati a stare a casa, navigare su Tinder è diventato un modo per socializzare. Nel suo picco, la quantità di swipe tra gli utenti con meno di 25 anni è aumentata del 39%. In Italia, il numero di swipe tra la generazione Z è aumentato incredibilmente del 67%, la cifra più alta al mondo. E con un maggior numero di luoghi chiusi, gli utenti di Tinder hanno cercato da Animal Crossing a un appuntamento. La prima parte della quarantena ha visto un aumento del 5% nelle menzioni ad Animal Crossing nelle bio (gli utenti della generazione Z sono il doppio dei millennial).

Ora Tinder ci dà dell'altro su cui parlare. Non c'è nulla che conduca una conversazione come gli interessi condivisi e le esperienze. Ma se cerchi dell'altro per creare un legame oltre la pandemia, Tinder ha due NUOVI trucchi per portare il tuo profilo e la tua ricerca di un potenziale match al livello successivo:

Spunti di conversazione - Per aiutare gli utenti a presentarsi al meglio ai potenziali match, Tinder ha recentemente lanciato "Su di me", una nuova funzione dell'app che permette agli utenti di rispondere a domande o terminare una frase da includere nel proprio profilo. Sei un divoratore di {{3}}misteri irrisolti{{3}}? Hai in mente l'appuntamento perfetto su Animal Crossing? Parlane con i tuoi potenziali match e lascia fluire la conversazione.

- Accedi all'app di Tinder e clicca sull'icona profilo.
- Clicca su "Aggiungi media" sotto il tuo nome/età.
- Seleziona l'opzione "Crea Su di me".
- Tocca l'icona dei dadi nella parte superiore centrale dello schermo per mescolare i fun fact disponibili oppure seleziona l'icona dell'elenco in alto a sinistra dello schermo per leggere tutti i prompt disponibili.
- Una volta scelto uno spunto, digita la risposta scelta nella barra di testo che dice "Scrivi qualcosa".
- Clicca su "Fine".
- Il tuo messaggio verrà aggiunto al tuo profilo! Clicca su "Anteprima" per visualizzarlo.
- Interessi comuni - Gli interessi rendono più facile completare il tuo profilo e sapere di più sui potenziali match navigando sui loro profili. Sei un amante del cibo? Un esperto di quiz? Un appassionato della Disney? Aggiungi al tuo profilo i tuoi interessi e fa' decidere agli altri, soprattutto se anche a loro piace il basket, il calcio o il football.

- In qualità di nuovo utente, ti verrà richiesto di aggiungere almeno 3 interessi al tuo profilo.
- Se sei già iscritto, puoi aggiungere/modificare i tuoi interessi modificando il tuo profilo.

Note

Dati estratti da marzo a maggio 2020.

Le informazioni incluse in questa campagna rappresentano le tendenze generali di Tinder, non le informazioni personali di una persona o utente specifico e identificato. L'attività dell'app, i messaggi e le informazioni della bio rappresentano l'attività globale di Tinder tra marzo e maggio 2020. Quando l'analisi si riferisce a "il picco della quarantena", si riferisce al punto massimo di un parametro misurato tra marzo e maggio del 2020.

*La "quantità di swipe o l'attività" fa riferimento a quando un utente fa swipe a sinistra o a destra di un profilo.

Contatti per la stampa:

Ufficio Stampa Tinder Italia: tinder_italy@mslgroup.com

Additional assets available online:  [Foto \(4\)](#)

<https://it.tinderpressroom.com/news?item=122476>