

Carnet de la sociétalisation #2

Tinder face à l'isolement amoureux

CASSAM Anouk
OLIET Maxime



 we are makers



em
lyon
business
school

i.f.g.e.
institut français
de gouvernement
des entreprises



Sommaire

- 01 La Sociétalisation
- 02 Edito – Tinder face à l'isolement amoureux
- 03 Tinder selon Tinder
- 04 Des voix contre Tinder
- 05 Tinder face à l'isolement amoureux
- 06 Jusqu'où s'engager ?





La Sociétalisation, théorisée par P-Y Gomez

La « **société** » entend désormais agir sur les entreprises pour qu'elles intègrent dans leur création de valeur des réponses efficaces aux questions sociales et environnementales.

La « **Sociétalisation** » est cette nouvelle manière de réguler les conduites des entreprises en les soumettant aux injonctions de la société civile.

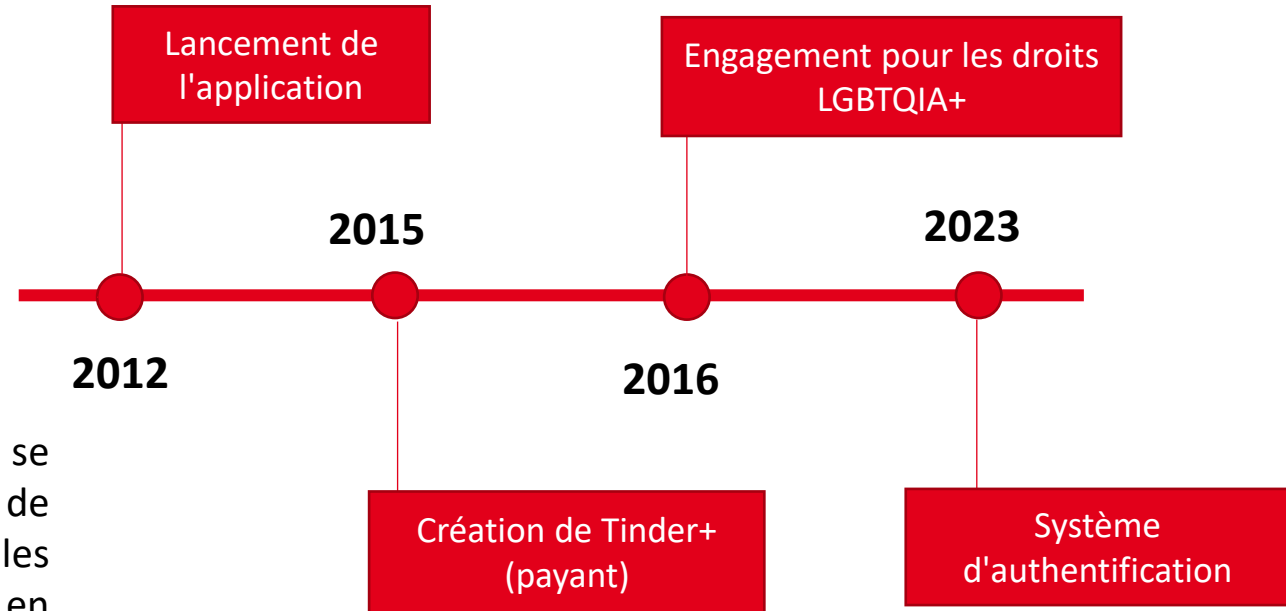
Tinder face à l'isolement amoureux

Edito

Tinder est une pionnière des applications de rencontre, incontournable chez les 18-34 ans grâce au "swipe" offrant un nombre quasi-infini de rencontres potentielles à ses utilisateurs.

Il y a une quinzaine d'années, le "phénomène Tinder" se propageait chez les jeunes comme une trainée de poudre, révolutionnant par la même occasion les possibilités et manières de faire des rencontres, en particulier amoureuses.

Mettant autant en avant la liberté que le sérieux des relations que l'application rend possibles, cette vision idyllique communiquée par l'entreprise se heurte à la réalité d'un projet qui se veut d'abord économique : développer et fidéliser une population d'abonnés dont la quête de rencontres ne doit jamais être pleinement satisfaite.





"Tout commence avec un swipe"

Slogan publicitaire, 2022

Ce slogan met en lumière l'univers des possibles qu'offre Tinder à ses utilisateurs : un simple mouvement du doigt sur l'application mène potentiellement à une relation amoureuse durable et passionnée.

Des voix contre Tinder : une marchandisation jonglant entre frustration et consommation

- **Impact sur les relations humaines en société** : cynisme, gamification, relations réduites à de la "consommation" : vie sociale et amoureuse plus sensible aux risques psychosociaux.
- **Chute de l'estime de soi** chez les utilisateurs : une étude de 2016* affirme que l'application entraîne une chute de l'estime de soi et des problèmes d'images corporelles pour une proportion significative des utilisateurs par rapport aux non-utilisateurs.
- Avec Tinder se sont développés le **Dating burnout** et l'**Information overload** : l'utilisateur se trouve moins disponible émotionnellement, car il multiplie les rencontres et les possibilités de rencontre. Une routine s'instaure, qui devient contreproductive pour ceux qui sont à la recherche de relations durables.
- Tinder fonctionne comme une **drogue** : chaque swipe procure à l'utilisateur une décharge de dopamine, un regain d'estime de soi. Pourtant les effets à long terme témoignent de phénomènes inverses : phénomènes dépressifs, apathie, repli sur soi.
- **Ses Algorithmes** perpétuent certains modèles de rencontres hérités, en particulier ceux liés aux genres ou aux classes sociales (hommes riches plus âgés avec femmes plus jeunes, etc.).



D'après la sociologue israélienne **Eva Illouz**, les applications de rencontre ont transformé les relations amoureuses en marché, mettant en concurrence les profils (et donc les êtres humains avec qui nous pourrions potentiellement tisser un lien). Ceci a pour conséquence une conscientisation chez l'utilisateur de la multitude de profils qui s'offre à lui, de la possibilité qu'il a de choisir.

*Strübel J. (2016) Love Me Tinder: Objectification and Psychosocial Well-Being," Poster Session, Denver, American Psychological Association.

Tinder face à l'isolement amoureux

Les solutions mises en œuvre

En externe :

- Tinder cherche à améliorer son image en mettant en avant des **témoignages de couples stables** formés sur la plateforme.
- Tinder met en place un **système de vidéo d'authentification pour éviter les faux profils** et réduire les risques pour les utilisateurs.
- **Limitation du nombre de swipes par jour** à l'étude, mais Tinder ne souhaite pas opérer un tel changement de cap.



Le véritable objectif de l'entreprise est de fournir un produit de qualité, générant des profits et attirant un large public.
L'objectif est moins de satisfaire la recherche de son utilisateur que de le faire revenir.



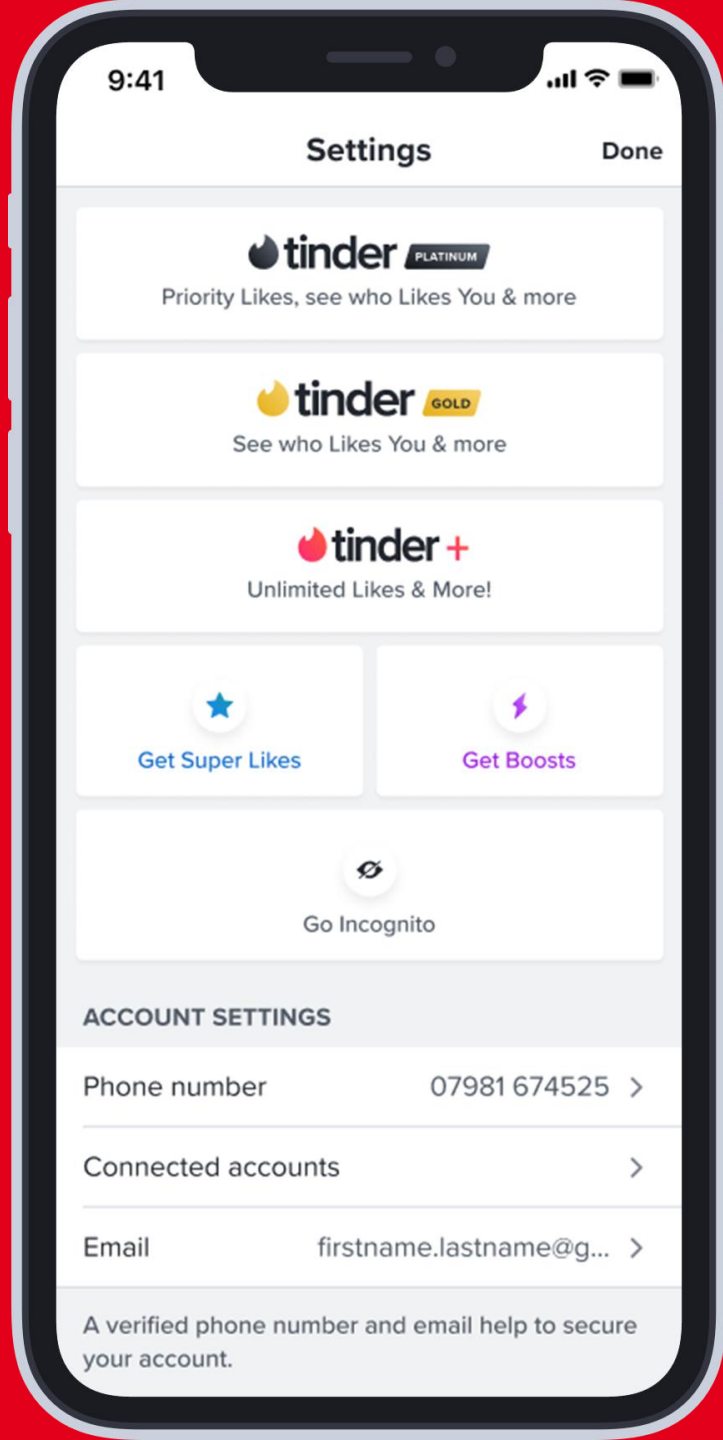
"Les technologies utilisées pour favoriser les matchs sont en totale contradiction avec les valeurs que Tinder prône au quotidien"

"Ce brevet dessine un algorithme qui se laisse la possibilité de favoriser la mise en relation d'hommes plus âgés avec des femmes jeunes moins riches et moins diplômées"

*Judith Duportail, journaliste indépendante,
autrice de l'Amour sous Algorithme*

En Interne :

- **75% des employés de Tinder se concentrent sur la technologie**, soulignant l'importance accordée au développement, à la maintenance et à la qualité du produit.
- **Incitations des employés** quasi-exclusivement **indexés au nombre de match provoqués**, au détriment de la satisfaction des utilisateurs ou du projet social.



"Faire du profit reste évidemment notre principal objectif"

Témoignage d'un directeur du développement de Tinder sur la raison d'être de l'application.

Tinder : une réponse à l'isolement intime ?

Jusqu'où s'engager ?

Économique

(+) Tinder pourrait élargir son public en attirant plus d'utilisateurs à la recherche de relations stables et limiter davantage le nombre de profils visualisés par jour.

Sécuriser l'application ou changer le fonctionnement de l'application pour attirer davantage les femmes et d'autres publics, notamment les plus âgés.

(-) La **prise en compte des enjeux sociétaux** par l'application ne peut qu'entraîner une diminution des revenus de Tinder (temps passé sur l'application, fidélité des utilisateurs). Ceci questionne la capacité du business model de Tinder à devenir plus vertueux.

Managériaux

(+) Sa **culture interne très techniciste** offre des possibilités indéniables pour complexifier et personnaliser l'application aux différents enjeux qui se posent à la rencontre en ligne. Un tel effort peut constituer un avantage comparatif vis-à-vis des applications concurrentes.

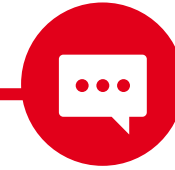
(-) Pour cela, les **incitations internes doivent évoluer** en s'émancipant du sacro-saint indicateur du "nombre de matchs créés".

Politiques

(+) Par la multiplication des rencontres possibles, Tinder permet un plus grand mélange de la population par la formation de couples d'horizons différents qui n'auraient pu exister sinon.

(+) Tinder a le potentiel de faire plus pour la société **en adaptant son algorithme**, à condition que ses règles soient adéquates à la finalité recherchée par ses utilisateurs.

(-) Si Tinder ne modifie pas sa trajectoire actuelle, l'entreprise pourrait être exposée à des sanctions de la part des autorités publiques.



“Tinder a mis à nu les mécanismes de sélection et d'élimination qui s'opèrent dans l'appariement des partenaires, c'est-à-dire le choix amoureux ou sexuel. Ces mécanismes ne sont pas spécifiques aux applications. Dans une soirée, les gens défilent sous nos yeux et, inconsciemment, on va les juger sur leurs caractéristiques physiques : l'apparence, la posture ou encore les vêtements.”

Marie Bergström, sociologue

BILAN :

Émergent sur un secteur peu propice aux controverses sociétales, peu auraient prédit que Tinder puisse avoir un tel impact sur les mœurs de nos sociétés.

Associé aux réseaux sociaux et autres applications de rencontre en tout genre, le succès de Tinder soulève la question de la potentielle marchandisation des relations sociales, et de leur impact sur la santé mentale de ses utilisateurs.



Les carnets de la sociétalisation sont des synthèses issues des travaux universitaires des étudiantes et étudiants du parcours EM Politique.

Ils mettent en évidence l'impact des transformations politiques et culturelles sur la vie, le comportement et la stratégie des entreprises.

Emlyon business school n'entend donner aucune approbation ou improbation aux opinions émises dans ce document. Ces opinions doivent être considérées comme propres à leurs auteurs.

Les carnets de la sociétalisation #2

-

Tinder face à l'isolement amoureux

-



CASSAM Anouk
anoukcassam@ gmail.com



OLJET Maxime
maxime.oliet@gmail.com

em
lyon
business
school

i.f.g.e.
institut français
de gouvernement
des entreprises