Sul tramonto di Tinder – Crisi o resurrezione delle app di incontri?

written by Luca Ricolfi | 11 Giugno 2025

Che le ultime due generazioni (Millenials e Zoomers) non disdegnino ricorrere ai siti di incontri per trovare partner più o meno stabili è noto da una dozzina di anni, ossia da quando, nel 2012, venne creato Tinder, il sito più frequentato. Che questo fenomeno crei in molti utenti stress e frustrazione è altrettanto noto, oltreché ovvio. Che negli ultimi anni diversi utenti, giovani e meno giovani, abbiano abbandonato Tinder è pure risaputo. Quello che, invece, è meno chiaro è se il mercato di questi servizi sia in crisi o in espansione.

Alcuni dati generali fanno propendere per il declino. Se, ad esempio, consideriamo le app totali scaricate negli ultimi anni, si può notare che, dopo il boom del 2020 (dovuto al lockdown), si è avuta una contrazione nel 2021, una lenta crescita nei due anni successivi, e un calo nel 2024. Può sembrare una leggera crisi, ma bisogna considerare che, pur essendo le varie app scaricabili in quasi tutti i paesi del mondo, il fenomeno è quasi interamente occidentale. La vera notizia, quindi, è che – a differenza di altri consumi – questo tipo di servizi non si sta espandendo nel resto del mondo. E anche considerando le società avanzate (occidentali o occidentalizzate), il grado di penetrazione è modesto: i pochi dati che circolano parlano di meno di 200 milioni di utenti, su 1 miliardo di persone. Se poi passiamo alle cifre di quanti pagano e al fatturato, il quadro si fa ancora più negativo: gli utenti paganti sono circa 1 su 7, e il fatturato globale del settore (in tutto il mondo) è dell’ordine di 4-5 miliardi di euro, grosso modo un decimo del fatturato di Vodafone in Italia. Insomma: stiamo parlando di una industria piccola, che

vale più o meno 1 centesimo di quella del porno. E i cui numeri in borsa sono calanti.

Fin qui, dunque, crisi del settore. Se però per un momento abbandoniamo Tinder (la app principale), che è in crisi da 4-5 anni, e prendiamo in considerazione altre aziende di incontri, il quadro cambia notevolmente. Due app in particolare, Bumble e Hinge, sono in crescita da diversi anni, e considerate insieme hanno ormai quasi raggiunto Tinder, con circa 60 milioni di download nel 2024. Senza l'apporto di queste due app emergenti, il mercato sarebbe in crollo verticale.

Perché?

La ragione pare essere la loro filosofia, che per certi versi è opposta a quella di Tinder. Quest'ultima è strutturata in modo tale da favorire nettamente due minoranze: i maschi belli e fisicamente attraenti (i cosiddetti *hot men*), che possono ottenere facilmente la donna che vogliono, e le donne che cercano solo sesso. Tutti gli altri (maschi non bellissimi e donne alla ricerca di una relazione stabile), che costituiscono circa l'80% degli utenti di Tinder, hanno scarsissime possibilità di successo e sono destinati ad accumulare frustrazioni, come ha ben spiegato Tomas Pueyo in un recentissimo post (*The Problem with Dating Apps*). Questo vuol dire che il declino di Tinder era, in certo senso, già inscritto nella sua architettura, che ne fa una macchina delle illusioni (da ultimo supportata dall'intelligenza artificiale).

Del tutto diversa, per non dire opposta, la filosofia di Bumble e Hinge. La prima (Bumble) si caratterizza perché tiene conto dell'asimmetria di potere e di aspettative fra maschi e femmine, che viene neutralizzata concedendo solo alle donne di fare la prima mossa (i maschi non possono interagire con donne che non li hanno selezionati).

La seconda app (Hinge) si indirizza sia a maschi sia a

femmine, ma si dà come missione quella di favorire l’instaurazione di relazioni stabili, con conseguente uscita dalla app. In altre parole, il fine ultimo di chi va su Hinge deve essere il distacco dalla app, reso possibile dall’incontro con il partner o la partner giusti: una sorta di rivalutazione laica e tecnologica del matrimonio d’amore.

In una prospettiva simile, ossia di rivolgersi a target ristretti e relativamente ben definiti, sembrano orientarsi anche altre app che stanno ottenendo notevoli adesioni, ad esempio Grindr, che si rivolge al mondo LGBT.

Forse, a dispetto del declino di Tinder, sul mondo dei siti di incontri non è ancora calato il sipario.

[articolo uscito sulla Ragione il 10 giugno 2025]