



Photo Mikhail Nilov - Pexels

Cupido digitale ha ancora frecce nel suo arco? La crisi delle app di incontri.

Il tema delle relazioni personali nel mondo moderno è sempre più complesso con, da un lato, un insieme di persone che si rivolge sempre maggiormente ai social media per creare e coltivare i rapporti e, dall'altro, un calo di interesse sempre più marcato verso le app di incontri.

In un'era come quella attuale, dove l'intelligenza virtuale crea profili di persone che diventano influencers corteggiate da personaggi famosi, come sportivi, imprenditori e vip, la crisi di Tinder e delle altre app di matching sembra quasi una contraddizione difficilmente spiegabile. Eppure i dati parlano chiaro: dopo la grande crescita del periodo pandemico, nel solo 2024 **il prezzo delle azioni di Match Group, proprietaria di Tinder e di al-**

tre app simili come OkCupid e Hinge, è sceso del 20 per cento, l'80% se si considera il picco massimo raggiunto nel 2021. Non è andata meglio alla concorrente principale di Match Group, Bumble, il cui valore è passato da 15 miliardi a poco meno di tre.

Un recente sondaggio Axios ha mostrato come la percentuale di giovanissimi statunitensi che usa queste applicazioni sia sceso

dal 50% circa del 2019 al 21% del 2023. Le problematiche non sono solo collegate ad un presunto ritorno alla realtà da parte dei **giovani della gen Z**, ma piuttosto al fatto che questi ultimi **non sono inclini a pagare un abbonamento per avere accesso alle funzioni aggiuntive di Tinder, Bumble e altre app simili**. Inoltre, secondo alcune ricerche statunitensi, **il 52% degli utenti dei servizi ritiene di aver avuto incontri con persone che hanno cercato di truffarli** (spesso con incontri a pagamento) mentre **il 57% delle donne pensa che i contatti non siano sicuri**. A ciò si aggiunga anche il fatto che il loro formato e le loro funzioni, escluse poche variazioni, sono sostanzialmente le stesse da più di dieci anni, cioè da quando è stata lanciata la più famosa fra queste app, Tinder.

Stando così le cose, le principali piattaforme per appuntamenti, Tinder, Hinge, Bumble e Grindr, stanno cercando di correre ai ripari sviluppando degli **assistenti digitali**, ovvero delle **funzionalità basate sull'intelligenza artificiale che aiutino gli utenti ad apprezzare**, flirtare con successo e riorganizzare il profilo in modo da ottenere il maggior quantitativo di attenzione e "match", cioè collegamenti con altri iscritti. Inoltre, per aumentare i livelli di sicurezza, Bumble ha introdotto **Deception Detector**, letteralmente "rileva-

tore di inganni", **una funzionalità per svelare truffe, individuando le caratteristiche dei profili per scovare i potenziali account fake, fraudolenti o creati per semplice spam**.

Ma potrebbe non bastare, visto che all'orizzonte si profila anche la concorrenza della nuova piattaforma chiamata **Volar**, che **simulerà - tramite intelligenza artificiale - il dialogo fra due utenti sulla base della personalità e delle caratteristiche dei due potenziali partner**. Solo dopo aver assistito a questa conversazione virtuale i due decideranno se continuare l'approccio, questa volta nella realtà, senza più l'aiuto di un algoritmo.

Forse la soluzione è **orientare le app di incontri all'ambito professionale**, come nel caso dell'agenzia pubblicitaria Havas Worldwide di Chicago, che ha sviluppato un profilo Tinder per reclutare candidati in vista del suo programma di stage estivi o della Cina, dove LinkedIn non è disponibile, per cui molti giovani hanno iniziato a utilizzare Tinder per trovare lavoro. Si assiste perciò ad una singolare inversione di finalità, visto che qualcuno usa LinkedIn come piattaforma per agganciare, corteggiare e perfino molestare altre persone, mentre altri sfruttano app di incontri personali per trovare lavoro.

| Federica Coscia, Paolo Gambaro

Disclaimer | Paolo Gambaro Consulente Finanziario | Via P. Felice Piana, 12/14 | 28021 Borgomanero (NO) | Tel. +39 0322 211007

La presente pubblicazione è distribuita da Paolo Gambaro. Pur ponendo la massima cura nella predisposizione della presente pubblicazione e considerando affidabili i suoi contenuti, Paolo Gambaro non si assume tuttavia alcuna responsabilità in merito all'esattezza, completezza e attualità dei dati e delle informazioni nella stessa contenuti ovvero presenti sulle pubblicazioni utilizzate ai fini della sua predisposizione. Di conseguenza Paolo Gambaro declina ogni responsabilità per errori od omissioni. La presente pubblicazione viene a Voi fornita per meri fini di informazione ed illustrazione, non costituendo in nessun caso offerta al pubblico di prodotti finanziari ovvero promozione di servizi e/o attività di investimento.

La presente pubblicazione può essere riprodotta unicamente nella sua interezza ed esclusivamente citando il nome di Paolo Gambaro, restandone in ogni caso vietato ogni utilizzo commerciale. La presente pubblicazione è destinata all'utilizzo ed alla consultazione da parte della clientela professionale e commerciale di Paolo Gambaro cui viene indirizzata, e, in ogni caso, non si propone di sostituire il giudizio personale dei soggetti a cui si rivolge. Le opinioni espresse in questa rubrica costituiscono il parere personale del Consulente Finanziario Paolo Gambaro e vogliono essere uno spunto di lettura dei principali fatti di attualità, economia e finanza.

Per ricevere periodicamente la rubrica «Il CAVEAU», iscriviti sul sito www.paologambaro.it