

Sites de rencontre : le shopping bat son plein

Une offre mieux segmentée, des positionnements plus clairs et la fin du "tout virtuel" : dix ans après l'arrivée de Meetic, le flirt en ligne a atteint une certaine maturité.

Le nombre des célibataires – 18 millions selon l'Insee – croît deux à trois fois plus vite que l'ensemble de la population. Rien d'étonnant à ce phénomène : les gens se marient plus tard et près d'une union sur deux aboutit à un divorce. Sachant qu'elles ne sont encore qu'une sur trois à se connecter, ces personnes vivant en solo représentent un filon prometteur pour les sites de rencontre. «Le marché est en pleine croissance. Il y a quelques années encore, on se posait la question de l'efficacité de telles offres. Aujourd'hui, cela ne fait plus débat. Et, dans un avenir pas si lointain, presque tous les célibataires chercheront un partenaire sur Internet», prédit Sabrina Philippe, psychologue, spécialiste des relations amoureuses et conseillère du site eDarling.

C'est Meetic qui a fait décoller le marché français il y a dix ans. Depuis, l'entreprise a fait des émules. Plus de 2 000 acteurs se sont engouffrés dans la brèche, alléchés par les perspectives de croissance de ce marché, estimé à 200 millions d'euros. La plupart des sites sont inconnus du grand public car seuls quelques poids lourds ont les moyens de se forger une notoriété nationale. Meetic, qui reven-

dique 767 000 abonnés payants en Europe, consacre ainsi plus de la moitié de son chiffre d'affaires à des campagnes publicitaires. «C'est le nombre d'utilisateurs qui fait la valeur du service. Pour conserver un volume important de membres, les sites doivent investir massivement dans la communication. Le coût d'acquisition d'un membre étant élevé, il faut s'assurer ensuite qu'il renouvelle son inscription plusieurs mois de suite», explique Frédéric Estève, senior manager au sein du cabinet de conseil en stratégie et management Vertone.

Le "girl power" à l'honneur. Pour fidéliser les membres, il existe un moyen imparable : la présence d'un grand nombre de femmes connectées. «C'est le même phénomène qu'en boîte de nuit : plus il y a de femmes, plus le site sera attractif», affirme Catherine Lejealle, sociologue, professeure associée à l'ESG Management School et cotitulaire de la chaire digital business. Et pour séduire ce public féminin, plusieurs sites se mettent aux couleurs du «girl power», à l'instar de Job Me Tender, le premier site «d'embauche amoureuse». Ici, la gent féminine recrute les hommes en leur faisant passer des entretiens comme des DRH. Mais la référence en la matière reste AdopteUnMec, qui a mis les femmes au cœur du système, l'humour en prime. Dans ce «supermarché de la rencontre», elles s'inscrivent gratuitement et font leur marché : si, et seulement si, elles placent un homme dans leur «panier», alors ce dernier aura la possibilité d'entrer en contact avec elles. Elles peuvent échanger entre elles au sujet d'un profil, le noter et le «réserver» (dans ce cas, il ne

pourra plus communiquer avec d'autres membres pendant vingt-quatre heures)

«Ce concept est dans l'air du temps, souligne Catherine Lejealle. Il plaît beaucoup aux femmes qui n'osent pas prendre ce genre d'initiative dans la vraie vie : là, elles le font plus facilement et sans complexe.» Le positionnement cartonne : AdopteUnMec, qui se targue de compter 5,6 millions d'inscrits et 650 000 membres actifs mensuels, a quasiment triplé son chiffre d'affaires l'an dernier pour atteindre 14 millions d'euros, alors que celui de Meetic a baissé de 10%. Un éditeur allemand a même copié le site sous le nom de Shopaman.de !

Fort de sa réussite dans l'Hexagone et malgré son échec aux Etats-Unis en 2010, AdopteUnMec mise sur l'international en 2013. «Nous avons péché par orgueil avec AdoptAGuy en n'y consacrant qu'un budget de 25 000 dollars», concède Thomas Pawlowski, directeur marketing d'AdopteUnMec. En outre, ce modèle ne s'exportera pas partout. «Il fonctionne en France car il est novateur et subversif. Mais dans les pays anglo-saxons, une femme qui prend les devants, c'est banal», analyse Eric Bonnet, directeur associé à l'agence Id&Co. Et inversement, dans les pays traditionalistes comme ceux du Maghreb, ce positionnement se trouverait en décalage par rapport aux pratiques sociales.

Pour la vie ou pour la nuit. L'une des forces d'AdopteUnMec est aussi d'avoir banalisé le «casual dating», c'est-à-dire la recherche d'un partenaire pour une nuit plutôt que pour la vie. Fidèle à sa ligne, le site a joué sur l'humour pour y parvenir : on peut choisir entre un CDI et un CDD moins engageant. Les internautes assument de plus

2 000 CONCURRENTS SE BATTENT POUR UNE PART DU GÂTEAU

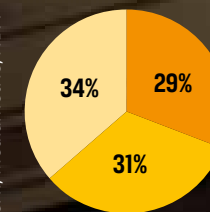
En France, le marché est estimé à **200 millions €**

17% des jeunes mariés se sont connus sur un site de rencontre.

6 millions de personnes se rendent chaque mois sur des sites de rencontre, soit un tiers du nombre total de célibataires.

DES ADHÉRENTS DE TOUS ÂGES, LE PLUS SOUVENT MASCULINS

Sources : Xerfi, Médiamétrie, NDA



Age des membres :
 ■ 15-34 ans
 ■ 35-49 ans
 ■ plus de 50 ans

56% des utilisateurs de ces sites sont des hommes.

en plus ce type de relations et les sites évoluent en conséquence. Pour les envies les plus pressantes, la géolocalisation permet, à partir de son téléphone portable ou de son smartphone, de repérer des partenaires potentiels, connectés à proximité. «Les applications Grindr et Scruff, destinées aux homosexuels, ont été des précurseurs en la matière, mais cela va se développer pour les hétéros», prédit Eric Bonnet.

Badoo occupe déjà ce créneau : connectez-vous sur iPhone et vous pourrez lire qu'«Aurélien, 32 ans, est à 200 mètres». Le site, qui revendique plus de 170 millions de membres, est déjà valorisé à plus de 2 milliards de dollars. Une performance réalisée au prix d'une démarche pas toujours très scrupuleuse de la part de son fondateur russe, Andrey Andreev. Si un internaute clique sur un lien du site dans Facebook, il se retrouve inscrit d'office, son identité et sa photo sont aspirées et

lorsqu'on tape son nom dans un moteur de recherche, sa page Badoo apparaît parmi les premiers résultats... Dans une étude menée à l'université de Cambridge en 2012 sur 45 réseaux sociaux, Badoo obtient le plus mauvais score sur les paramètres de confidentialité.

L'adultère s'affiche en 4x3. Le «casual dating» fonctionne également de manière très décomplexée pour les relations extra-conjugales. «Il est 18 heures : savez-vous où se trouve votre femme ?» interroge le site Ashley Madison. «Et si cette année, vous trompiez votre amant avec votre mari ?» lance de son côté Gleeden, le leader en France. «Il nous est difficile de diffuser des spots innovants à la télévision à cause de la censure du CSA, alors nous nous concentrons sur l'affichage et la publicité sur le Net», confie le cofondateur du site Ravy Truchot. Concernant l'offre, c'est la confidentialité qui prime :

tout doit être fait pour éviter que le (ou la) conjoint(e) du membre soit au courant de son activité sur le site. «Nous changeons régulièrement le libellé bancaire lors du paiement», affirme ainsi Ravy Truchot.

Leader international sur ce créneau, Ashley Madison vient de déployer un nouveau service pour ses 17 millions d'utilisateurs dans le monde, après l'avoir testé pendant trois ans aux Etats-Unis : «traveling man» permet aux hommes en déplacement de contacter une trentaine de femmes se trouvant dans la ville où ils se rendent. Et le groupe canadien promet d'offrir très prochainement une version féminine de l'application.

Autre tendance lourde du secteur : l'homogamie, c'est-à-dire l'union de personnes issues du même groupe social. «Le proverbe "Qui se ressemble s'assemble" n'a jamais été aussi vrai qu'aujourd'hui. On assiste à un mouvement de repli sur soi ►

"Le proverbe 'Qui se ressemble s'assemble' n'a jamais été aussi pertinent qu'aujourd'hui."

Anne-Soizic Bertrou, fondatrice de Happy Few Concept, site pour célibataires diplômés

Trop timide ou trop occupé pour chatter ? Un "assistant dating" séduit à votre place

► des groupes sociaux, avec un fort besoin d'appartenance identitaire», analyse Anne-Soizic Bertrou, fondatrice du site Happy Few Concept. Il faut être avocat, médecin, ou sortir d'une grande école comme Normale sup ou HEC pour prétendre intégrer la communauté, qui compte actuellement 2 000 membres. Anne-Soizic Bertrou contrôle et valide personnellement chaque inscription en vérifiant les diplômes et les dates de naissance. D'autres sites se sont installés sur ce créneau, à l'instar d'Attractive World, qui est devenu l'un des leaders en France. Le principe ? Les membres votent pour sélectionner les nouveaux arrivants. Sur 1 million de candidatures, un tiers seulement ont été acceptées. Les heureux élus doivent ensuite payer 60 euros pour un abonnement d'un mois, soit le double des prix proposés par la concurrence.

Algorithme et test ADN. La multiplication de ces sites spécialisés a atteint de plein fouet le leader historique Meetic qui a perdu, au premier semestre 2012, 13% de ses abonnés. En réaction, le groupe – détenu par l'américain IAC depuis 2011 – a mis le paquet sur son offre Meetic Affinity, lancée en 2008. Ce service de rencontres par affinités ou «matchmaking» décrypte le profil du client et, à l'aide d'un système de gestion statistique, lui propose des partenaires compatibles avec son tempérament, ses habitudes de vie et ses attentes.

Chez eDarling – détenu à 30% par le leader mondial du matchmaking eHarmony –, l'inscription débute ainsi par une enquête de 280 questions, élaborée avec l'aide de psychologues. L'internaute se trouve confronté à un véritable test de per-

sonnalité avec des questions telles que «Êtes-vous satisfait de votre niveau de maturité affective?», «Vous mettez-vous facilement en colère?» ou «Citez trois choses qui vous rendent vraiment heureux dans la vie»... Précurseur du matchmaking, l'allemand Parship a ouvert, dès son lancement en 2001, un site dédié aux homosexuels, GayParship. «Le matchmaking correspond aux attentes d'un public un peu plus âgé, 40 ans en moyenne, qui ne cherche pas à multiplier les conquêtes, mais à vivre des rencontres de qualité», souligne la psychologue Sabrina Philippe. Poussant le bouchon encore un peu plus loin, le site suisse GenePartner propose de réaliser un test ADN afin de repérer des affinités basées sur la génétique.

Mais la précision des algorithmes et la sophistication des critères conduisent-elles forcément à la bonne rencontre ? Il est encore permis d'en douter. «Soixante-dix pour cent de la communication relève du non-verbal : l'intonation de la voix, les expressions du visage», rappelle Catherine Lejealle. Depuis quelques années, le public plébiscite des contacts plus spontanés, fondés sur des rencontres réelles, ainsi que l'illustre l'apparition de sites comme Voyons nous ou le phénomène des «pasta parties». Car le chat sur Internet est parfois perçu comme chronophage, voire laborieux. Du coup, même pour les sites historiques, la tendance est aux événements «live» qui rassemblent des célibataires autour d'un dîner, d'une exposition ou d'une soirée. Attractive World propose ainsi près de 150 dates par mois : apéros dans des bars branchés, ateliers culinaires, etc. Meetic s'y est mis aussi, et compte faire de ses soirées live un levier de croissance majeur pour 2013. Celles-ci sont ouvertes à tous les membres actifs, qui peuvent venir accompagnés de trois ami(e)s célibataires. «Un célibataire sur deux n'ose pas encore s'inscrire à un site de rencontre car il trouve que cela ne fait pas assez naturel, explique Jessica Delpirou, la directrice de Meetic France. Grâce à nos soirées, nous allons chercher ces personnes encore réticentes.»



DES NICHES POUR DES RENCONTRES CIBLÉES

Une myriade de sites spécialisés ont vu le jour ces dernières années. «Le marché s'est beaucoup segmenté : les gens ne veulent plus perdre leur temps sur des sites trop généralistes, ils réclament une plateforme adaptée à leurs attentes», décrypte la psychologue Sabrina Philippe. Et il y en a pour tous les goûts... Ainsi, les chrétiens qui cherchent un partenaire de même confession peuvent se connecter sur **Iktoos** ou sur **Theotokos**. Quant aux individus qui souhaitent nouer des contacts dans leur communauté, ils se dirigeront vers **Mektoubé**

pour les Maghrébins, **JDream** ou **PlanFeuj** pour les juifs ou encore **Blackclub** pour des rencontres afro ou métisses. Les geeks ont à leur disposition plusieurs sites, mais en France, c'est **Geekmemore** qui cartonne avec près de 50 000 inscrits. Ceux qui sont fans de leur animal de compagnie peuvent rejoindre les amateurs de toutous sur **RencontreMonChien.com**. Avec ou sans leur chien, les amoureux de la campagne iront, eux, sur **Vachement.fr**. Très ciblés également, **Gay Droite Rencontre** et son pendant, **Gay Gauche Rencontre**, pour allier préférence sexuelle et convictions politiques.

CAPTURES D'ÉCRANS

Pour les célibataires qui n'ont ni le temps ni l'envie de chatter avant la rencontre, il existe une autre solution : recourir à un «assistant dating». En fonction des indications du client, ce dernier se charge de séduire en ligne et de récupérer le maximum d'informations sur la future conquête. Le marché des assistants dating, né aux États-Unis en 2009, ne comprend pour l'heure qu'un seul acteur français : NetDatingAssistant. «Notre clientèle – 200 personnes, dont 30% de femmes – est avant tout composée de chefs d'entreprise et de membres des professions libérales qui disposent d'un fort pouvoir d'achat», détaille son fondateur, Vincent Fabre. Le service n'est pas donné, mais il est assorti d'une obligation de résultat : le pack Intégral à 770 euros garantit au minimum cinq rencontres réelles par mois. **Rencontres gourmandes.** Autre preuve de l'ampleur prise par le live : de plus en plus de sites proposent des rencontres autour d'un repas. Créé en 2010, Marmitelove rassemble ainsi les amoureux de bonne chère selon leurs affinités gastronomiques : sucré, bio, exotique, plats du terroir... Meetserious propose, lui, des rendez-vous au restaurant réunissant trois

hommes et trois femmes célibataires, sélectionnés en fonction de leur âge. «Six, c'est un bon chiffre, indique Maxime Vasse, président de la jeune société. C'est assez pour que la discussion soit franche et animée, et en même temps suffisamment réduit pour que chacun puisse s'exprimer.» Chaque membre paie son menu en avance sur le site, qui se rémunère directement auprès du restaurateur – ce dernier reverse de 25 à 30% du prix de l'addition. Un modèle gratuit pour l'utilisateur. «Pas d'abonnements, pas de coûts d'inscription, le membre se contente de payer son dîner», explique Maxime Vasse. Certains restaurants proposent même aux femmes une réduction sur le prix affiché, notamment en semaine. Si deux célibataires se plaisent lors du dîner, le système de messagerie interne de Meetserious leur permet de garder contact. La société vise 5 000 membres d'ici à la fin 2013.

Mais pourquoi attendre le soir ou le week-end pour faire des rencontres ? Désormais, même la pause déjeuner peut être mise à profit pour étendre son réseau amical, professionnel ou amoureux. Duo-dej s'est lancé avec ce concept. La recette cartonne, comme le montre le succès de

Colunching. Lancé en 2011 par deux Français, le site couvre déjà une vingtaine de pays et se déploie à New York, Sydney, Bombay ou encore Beyrouth.

Facebook en embuscade. Ces sites de niche ne devraient pas demeurer indépendants très longtemps. Une consolidation est à prévoir, car ils auront du mal à rester viables sur le plan économique sans budget de communication conséquent. Ajoutons que, dans les années à venir, de nouveaux acteurs vont apparaître dans le secteur, et en premier lieu Facebook. Le réseau social, qui compte 25 millions d'utilisateurs en France et plus de 1 milliard dans le monde, est déjà un lieu de drague. Mais mi-janvier, Mark Zuckerberg a annoncé le lancement d'un moteur de recherche interne à Facebook, réservé dans un premier temps à la version anglophone. Cet outil permettra d'entrer des requêtes telles que «les amies femmes de mes amis, célibataires, qui vivent à New York». En France, c'est Leboncoin qui réfléchit à une offre. Le numéro 1 des petites annonces pourrait lancer une plateforme spécialisée dans la rencontre. Nom de code du projet en interne ? Leboncoup, évidemment. ■

Thomas Lestavel

"Grâce à nos soirées live, nous attirons les célibataires réticents aux rencontres sur Internet."

Jessica Delpirou, directrice de Meetic France