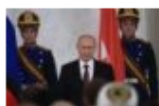


Rencontres en ligne: Cupidon l'emporte sur la morosité



À la une du Point.fr



Russie : qui arrêtera Vladimir

Poutine ?

- Pays Baltes : la France prête à envoyer 4 avions de combat



À ne pas manquer

- La Société générale se prend le boomerang Kerviel

Par Jamila Aridj

- Niçois partis faire le djihad en Syrie : "Tous ces gamins, on les connaît"

Par Julie Schneider

- Suicide d'un policier du SPHP : la famille saisit la justice

Par Aziz Zemouri

- 50 ans de l'Inserm - Yves Agid : de réels progrès dans la maladie de Parkinson

Par Anne Jeanblanc

La crise économique donne des ailes à Cupidon. L'utilisation des sites de rencontre sur internet monte en flèche et pour la Saint-Valentin, les spécialistes de l'amour en ligne lancent des opérations de séduction auprès des célibataires.

Sur les 18 millions de célibataires en France, "un sur deux utilise désormais un site de rencontre", affirme Jessica Delpirou, Directrice France de Meetic, lancé en 2001 et racheté récemment par l'américain Match.com.

Le début de l'année, qui coïncide avec les bonnes résolutions, constitue "une période forte" et pour la Saint-Valentin, la société, qui recense 840.000 abonnés payants en Europe, s'attend à un "pic d'inscriptions", sans toutefois donner de prévisions chiffrées.

L'an dernier, elle avait enregistré pour la journée du jeudi 14 février 38% de souscriptions en plus par rapport aux autres jeudis de février, rappelle Mme Delpirou.

Du 12 au 14 février, Meetic, plus gros annonceur européen dans sa catégorie, prévoit ainsi de lancer une opération "boudoir" : un camion stylisé façon années 1950 sillonnant Paris et faisant office de salon de massage et manucure.

Depuis l'an dernier, le site développe des services de rencontre "dans la vie réelle" (soirées, dîners, ateliers cuisine, oenologie, photographie...). Rien que pour la semaine de la fête des amoureux, il compte organiser en France 35 soirées alors qu'il prépare habituellement 100 événements par mois.

Une autre opération, "Lovoo loves you", sera proposée la veille de la Saint-Valentin, par l'application de rencontre géolocalisée pour smartphone et tablettes Lovoo, lancée en France en septembre. L'objectif est de "célébrer l'amour" dans un hôtel parisien avec sa communauté française à qui il veut faire passer le cap du million d'utilisateurs en 2014.

"Dans ces moments de repli sur soi, les loisirs digitaux fonctionnent plutôt bien", reconnaît Stéphane Boulassière le responsable de Lovoo pour la France.

Face au contexte de précarité, marqué par une augmentation des embauches en CDD et des séparations, qui touchent un couple sur 3 en France et un sur 2 en région parisienne, "le couple devient alors une véritable valeur-refuge pour faire face ensemble à vie quotidienne", estime aussi Céline Pétré, coach chez Parship.

Les célibataires, sont 63,3% à penser que la situation actuelle ne complique pas leur quête de l'amour "mais qu'au contraire, l'humeur générale incite plus vivement les gens à rechercher" un partenaire, selon une étude publiée en janvier par le site eDarling, lancé en 2009 et présent dans 24 pays.

Près de 8 sur 10 se considèrent "plus fort pour affronter la morosité du quotidien" en étant à deux et 75% affirment que la crise ne modifie pas leurs critères de recherche.

"Ils savent que la notion d'installation est en train de se perdre, que rien n'est acquis sur le plan professionnel et que donc, il vaut mieux fonder leur relation sur les qualités humaines de leur partenaire, plutôt que sur sa stabilité financière", explique Sabrina Philippe, psychologue et conseillère chez eDarling.

"Evidemment, en période de crise, vivre à 2 avec 2 revenus ne peut qu'améliorer le quotidien, pour autant, le revenu n'est pas le premier critère de recherche de nos membres lorsqu'ils utilisent nos services", corrobore à l'AFP Alexandre Lubot, directeur général du groupe Meetic.