



## COMMUNIQUE DE PRESSE

Sondage exclusif de l'Observatoire Match.com  
de la relation amoureuse / Opinion Way\*

### COMMENT S'AIMERA-T-ON EN 2055 ? Les Français imaginent l'avenir.

**43%** des Français pensent qu'en 2055 on pourra tomber amoureux d'une personne virtuelle !

- **L'amour virtuel n'effraye pas les Français**

Les jeunes en sont d'autant plus convaincus : selon **62%** des 18-24 ans, en 2055 il sera envisageable d'être séduit par un avatar.

« Ce résultat n'est pas anodin, il traduit la **dynamique future des comportements amoureux** et des protocoles de séduction. L'amour a toujours été le lieu de l'illusion, de l'imaginaire, pas étonnant qu'il soit celui des pseudos et des avatars. Il sera possible, dans un premier temps, de tomber amoureux d'une personne fictive, virtuelle, d'un "voluptueux mirage". L'objet de quête de l'amour courtois sera déplacé dans **les sphères du virtuel et des nouvelles technologies** ; ce qui ne changera pas c'est l'idéalisation de l'être aimé. » commente Ronan Chastellier, sociologue et expert Match.com de la relation amoureuse.

- **Le progrès technologique sera au service de l'amour**

**61%** des Français sont convaincus qu'en 2055 les innovations technologiques faciliteront les rencontres.

« En 2055, les intermittences du cœur et les transports de l'amour passeront par Internet. Les innovations technologiques vont donner un sérieux coup de jeune aux **rituels de la rencontre amoureuse** et au "**mythe de la bonne personne**" qui date de l'Antiquité avec Aristophane. », ajoute Ronan Chastellier.

- **Pour autant peut-on se contenter de vivre une relation platonique ?**

Les Français répondent par la négative : si un sur quatre déclare qu'il sera prêt à vivre une relation virtuelle en 2055, l'amour sera avant tout bien réel pour **3 Français sur 4**.

« L'amour, la passion amoureuse se sont nourris depuis toujours d'obstacles et d'épreuves compliquées ; les innovations technologiques devraient à l'avenir faciliter les choses. Critères, échanges de données, calcul de compatibilité sont vécus comme un moyen de modifier la fatalité. Même si on le sait bien, **l'amour** ne sera jamais déterminé par la technologie et **restera un événement pur, sans cause**. Quant à la relation, elle sera toujours l'œuvre du quotidien, de la réalité. **Un paradoxe entre virtualité et réalité** qui sera à résoudre dans le futur.», conclut Ronan Chastellier.

### **L'Observatoire Match.com de la relation amoureuse**

Nouveau souffle pour L'Observatoire du Célibat Match.com : rebaptisé Observatoire de la Relation Amoureuse, ce carrefour de recherches et d'expertise sur la thématique du Couple est à la disposition des médias pour répondre à toutes leurs interrogations. Désormais l'Observatoire s'intéresse à la relation amoureuse, son suivi, ses évolutions sociologiques. Ronan Chastellier, sociologue et maître de conférence à Sciences Po, participe activement à l'Observatoire Match.com de la relation amoureuse en qualité d'expert. Spécialiste des "tendances", il dirige notamment un séminaire qui s'intéresse aux phénomènes de "Tendance et opinion".

Match.com est le numéro 1 des sites de rencontre dans le monde. Chaque mois, Match.com reçoit en moyenne 400 témoignages de couples s'étant rencontrés sur le site qui ont un projet d'engagement. En 2007, 500 000 personnes ont déclaré avoir trouvé l'amour grâce à ce service. L'Observatoire de la relation amoureuse, grâce à ses experts, s'intéresse à ce phénomène sociologique.

**Visitez notre site [www.observatoirematch.com](http://www.observatoirematch.com) pour plus d'informations.**

### **Match 2055**

En clin d'œil à cette tendance sociétale, Match.com, leader mondial des rencontres sur Internet, a voulu jouer « la carte du tendre » via une campagne de communication virale à la fois décalée et futuriste. Match.com en partenariat avec Buzz Lemon a choisi de se projeter dans 50 ans. Match.com s'intéresse à la prospective de l'amour et s'interroge sur l'évolution des codes amoureux dans le futur. [www.match2055.com](http://www.match2055.com), c'est le nom de code de l'opération destinée à conquérir le cœur des internautes de 18 à 77 ans, imaginée et réalisée par l'agence de marketing interactif Buzz Lemon. Les internautes peuvent se projeter en 2055 grâce à tout un dispositif Online :

\*Une vidéo témoignage d'un couple de séniors pour lesquels Match.com a joué un rôle déterminant dans le cours de leur existence.

\*Un moteur de recherche et de création de profils à partir de trois types d'espèces : humain, droïde et clone sur Terre, Mars ou Sgalibor 12.

\*Des visuels en 3D et tout un graphisme qui projette l'internaute dans l'avenir.

**Contact Presse – Agence Elan**

Vincent Rocenovic

17, rue Louise Michel – 92300 Levallois Perret

01 41 11 38 00

**[relationspresse@match.com](mailto:relationspresse@match.com)**