



Une compagnie de Quebecor Media



réseaucontact

Pour diffusion immédiate

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Selon un sondage Léger Marketing et une étude de l'IEDM : 1 célibataire québécois sur 5 est adepte des sites de rencontres en ligne et il est plus éduqué et mieux nanti que la moyenne

Montréal, le 12 février 2008 – Selon la dernière étude de Léger Marketing sur les rencontres en ligne réalisée au Québec et au Canada en janvier 2008, bien que les méthodes traditionnelles pour trouver l'âme sœur demeurent les façons les plus populaires de rencontrer un partenaire, 20% des célibataires Québécois disent fréquenter les sites de rencontre en ligne et considèrent cette approche comme faisant partie intégrante du jeu amoureux. Le site préféré des répondants est RéseauContact avec 34% des votes, suivi de Doyoulookgood (19%) et de Lavalife (7%). Toujours selon ce sondage, 85% des utilisateurs trouvent que RéseauContact serait le plus facile à utiliser et 71% trouvent que c'est le site qui inspire le plus confiance.

Le flirt en ligne n'est pas que l'apanage des jeunes dans la vingtaine, car les baby boomers sont de plus en plus nombreux à chercher l'amour en ligne (*1 393 000 visiteurs uniques au Québec, selon ComScore Media Metrix, décembre 2007*). Cette façon de faire étant de plus en plus acceptée par la société, les célibataires y trouvent bien des avantages, autant jeunes que moins jeunes. Mathieu Laberge, économiste à l'Institut économique de Montréal (IEDM), dévoile aujourd'hui une nouvelle étude « Existe-t-il un marché des relations amoureuses? » dans laquelle il mentionne que : « La drague classique est une activité coûteuse en temps et les sites de rencontres réduisent ce coût de recherche d'un partenaire ».

Les utilisateurs de sites de rencontres en ligne sont plus éduqués et mieux nantis

Dans la Note économique de l'IEDM, M. Laberge observe que plus une personne est éduquée ou a un revenu élevé, plus elle est économe de son temps et vise l'efficacité. Il a utilisé un échantillon de 86 256 membres du site de Réseau Contact. Il en ressort que les deux tiers des hommes et 70% des femmes de ce réseau ont une éducation de niveau collégial ou supérieur, avec une situation financière moyenne ou aisée.

L'efficacité de RéseauContact : un mois d'activité sur le site de rencontres équivaut à 2783 personnes rencontrées *quotidiennement* pendant 31 jours

M. Laberge a calculé par exemple que pour avoir l'occasion de rencontrer autant de partenaires potentiels qu'en étant actif sur RéseauContact pendant un mois, un célibataire devrait fréquenter des lieux publics susceptibles de réunir 2783 personnes quotidiennement, pendant 31 jours consécutifs!

Selon Léger Marketing : 51% des célibataires québécois considèrent les sites de rencontres en ligne comme faisant partie du jeu de la séduction

Selon le sondage de Léger Marketing, 51% des célibataires québécois considèrent que les sites de rencontres en ligne font maintenant partie du jeu de la séduction et sont une façon acceptable d'établir des contacts. Les utilisateurs les plus ouverts à utiliser ces sites comme source potentielle de partenaires étant les 25 à 44 ans dans une proportion de 41%.

Martin Aubut, directeur de RéseauContact, conclut en mentionnant que : « Bien qu'on ne peut garantir que chaque membre trouvera l'âme sœur en ligne, il est encourageant de constater que près de 50% des gens qui se désabonnent de RéseauContact le font parce qu'elles ont trouvé ce qu'elles recherchaient».

À propos de Canoe.ca

Filiale de Quebecor Media, Canoe.ca est un chef de file du média interactif au Canada, tant sur la scène locale que nationale, en offrant des nouvelles, du divertissement et des services qui contribuent à informer et à faire interagir les Canadiens. Selon les données de novembre 2007 de la firme comScore Media Metrix, Canoe.ca reçoit plus de 8,8 millions de visiteurs uniques par mois au Canada, dont plus de 4,4 millions au Québec. Ce portail comprend Canoe.ca, La Toile du Québec (toile.com), ARGENT (argent.canoe.ca), ainsi que les sites de TVA (tva.canoe.ca) et de LCN (lcn.canoe.ca). Canoe.ca propose également des services en ligne se rapportant à l'emploi et à la formation (jobboom.com), à l'habitation (micasa.ca), à l'automobile (autonet.ca), aux rencontres (reseaucontact.com), aux réseaux sociaux (espacecanoe.ca), aux petites annonces (vitevite.ca) et aux solutions publicitaires (canoeklix.ca).

– 30 –

Source : **Martin Aubut**
Directeur Communautés et Réseaux Sociaux
Canoe.ca (Réseau Contact, Espace Canoë)
514.262.6712
martin.aubut@canoe.ca

Renseignements : **Andrée Peltier**
514.846.0003
apeltier@ca.inter.net