Tinder Newsroom

1 Français sur 3 prêt à utiliser l'IA pour mieux rencontrer : une étude Match Group–Ipsos confirme que l'humain reste au coeur du dating



10 Décembre 2025 - À l'heure où les modes de rencontre évoluent rapidement sous l'effet du numérique, les Français portent un regard à la fois pragmatique et exigeant sur les applications de rencontre. Désormais perçues comme plus socialement acceptées par près d'un Français sur deux, elles sont également vues par une part significative de la population comme un levier utile contre la solitude, notamment par les plus jeunes (18-35 ans). Mais cette adoption s'accompagne d'attentes fortes en matière de sécurité, de régulation et d'usage responsable de l'intelligence artificielle, qui conditionnent durablement la confiance dans ces plateformes.

Les rencontres en ligne, une pratique désormais socialement acceptée en France

Alors que la Commission européenne reconnaît la solitude comme un enjeu majeur de santé publique, près d'un Français sur deux (48%) estime que les rencontres via les applications sont aujourd'hui plus socialement acceptées qu'il y a quelques années, confirmant un profond changement de regard sur ces usages.

Au-delà de l'acceptabilité, leur impact social est reconnu : **45%** des Français considèrent que les applications de rencontre jouent **un rôle important dans la lutte contre la solitude et l'isolement social**, soulignant leur place croissante dans le maintien du lien social, et en contribuant à normaliser tous les types de relations **pour près de la moitié des répondants français**.

Cette attente se traduit aussi au niveau institutionnel : **1/3 des Français attendent des applications qu'elles puissent travailler en partenariat avec les pouvoirs publics pour répondre aux enjeux de solitude,** signe d'une reconnaissance de leur rôle sociétal.

La sécurité, un pilier non négociable pour les utilisateurs français

Les Français expriment un **besoin de sécurité** sur les applications plus marqué que leurs voisins européens, comme

prérequis absolu à la confiance :

- **85%** des Français considèrent essentiels les **efforts des applications de rencontre pour renforcer la sécurité**
- Parmi les solutions proposées par les applications de rencontre, **plus de 80% des Français soutiennent le développement de la détection des faux profils**
- **64% des Français** estiment que **les outils biométriques renforceraient la sécurité et la confiance** des utilisateurs sur les applications.
- **Près de 80% des Français** pensent d'ailleurs que sans outils de vérification d'identité, la présence d'escrocs et fraudeurs serait bien plus élevée.

Innovation responsable : une IA au service de la sécurité le lien humain

Les Français se montrent également ouverts à des solutions technologiques au service de cette sécurité, et voient en l'IA un outil qui enrichit l'interaction humaine, sans jamais s'y substituer :

- **L'utilité de l'IA dans la modération et la lutte contre le harcèlement**, soutenue par **73% des Français**, au-dessus de la moyenne européenne.
- **1 Français sur 3** est prêt à utiliser les assistants conversationnels disponibles grâce à l'IA
- **58%** des Français estiment que l'IA améliore la qualité des mises en relation en identifiant centres d'intérêt et valeurs partagées.

Les Français favorables à un cadre réglementaire plus strict

Les attentes en matière de gouvernance sont particulièrement structurées. **74% des Français sont favorables à un renforcement des réglementations pour mieux protéger les utilisateurs**, tandis qu'un tiers d'entre eux **se dit "tout à fait d'accord" pour que les régulateurs et les plateformes collaborent afin de trouver un équilibre entre sécurité et liberté des utilisateurs**. Par ailleurs, **un Français sur 5 inscrit la sécurité des utilisateurs au rang de priorité absolue** en matière de régulation des applications de rencontre.

Les utilisateurs aspirent à des applications de rencontre sûres, inclusives et innovantes — et voient dans la collaboration la voie à suivre. Ils rejettent les interdictions générales qui restreignent leurs choix au profit de régulations intelligentes et proportionnées.

Cette attente s'inscrit pleinement dans les objectifs du Digital Services Act — et Match Group se positionne comme un partenaire engagé pour offrir des expériences alliant sécurité et authenticité dans l'ensemble des États membres.

Yoel Roth, Head of Trust & Safety, Match Group : *« Cette étude confirme que la confiance et la sécurité sont au cœur des attentes de nos utilisateurs, et constituent le fondement de tout ce que nous construisons. Les utilisateurs sont convaincus que les applications sont un formidable levier pour créer des connexions authentiques, à condition de s'y sentir en sécurité. Match Group investit dans des technologies comme la détection de fraude et la modération par IA plébiscitée par les Français pour créer des environnements sûrs et inclusifs. Nous sommes persuadés que l'innovation responsable et la collaboration avec les régulateurs sont indispensables pour relever ces défis.* »

Amelia Miller, chercheuse spécialiste de l'IA et des relations humaines : *« Alors que les compagnons virtuels se multiplient à travers le monde, l'Europe trace une voie résolument centrée sur l'humain : les utilisateurs veulent une IA qui renforce le lien social, pas qui le remplace. Ces résultats sont éloquents : les Français et Européens ne veulent pas dialoguer avec des bots, ils veulent se parler entre eux. L'intelligence artificielle peut décupler l'efficacité des rencontres, mais elle ne doit jamais se substituer à leur authenticité. »*

Méthodologie - Cette étude a été réaliséepar IPSOS pour Match Group auprès de 5 042 adultes âgés de 18 à 59 ans en France, Allemagne, Irlande, Espagne et Royaume-Uni, entre octobre et novembre 2025.

À propos de Match Group

Match Group (NASDAQ : MTCH), à travers son portefeuille de marques, est un leader mondial des technologies numériques conçues pour aider les individus à créer des connexions authentiques. Notre portefeuille international comprend Tinder®, Hinge®, Match®, Meetic®, OkCupid®, Pairs™, PlentyOfFish®, Azar®, BLK® et bien d'autres — chacune développée pour maximiser les chances de nos utilisateurs de rencontrer l'autre. Grâce à nos marques de confiance, nous proposons des services adaptés aux préférences variées de nos utilisateurs. Nos services sont disponibles dans plus de 40 langues à travers le monde.

---

https://fr.tinderpressroom.com/news?item=122663