

Rapport

HABITUDES ET ATTENTES DE LA GÉNÉRATION Z VIS- À-VIS DES RELATIONS AMOUREUSES

MARELLE
COMMUNICATIONS

FRUITZ



DATE 2023-09-03 NUMÉRO DE PROJET 16789-001

TABLE DES MATIÈRES

—	CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE	Page 3
—	FAITS SAILLANTS	Page 6
—	RÉSULTATS DÉTAILLÉS	Page 13
	1. Relation recherchée et idéale	Page 13
	2. Applications de rencontre	Page 30
—	PROFIL DES RÉPONDANTS	Page 40
—	ÉQUIPE	Page 42



CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE

MÉTHODOLOGIE

Marelle Communications, en partenariat avec Fruitz, a mandaté Léger afin de réaliser un sondage auprès des jeunes de la génération Z, dans le but de connaître leurs habitudes et attentes vis-à-vis les relations amoureuses.

MÉTHODE	Un sondage web a été réalisé à travers le panel de Léger (LÉO) auprès des jeunes québécois(es) de la génération Z.
RÉPONDANTS	Échantillon représentatif de 501 Québécois et Québécoise âgé(e)s de 18 à 24 ans en mesure de s'exprimer en français ou en anglais.
QUAND ?	Les données ont été collectées du 7 août au 20 août 2023.
MARGE D'ERREUR	À titre indicatif, la marge d'erreur maximale pour un échantillon de 501 répondants est de $\pm 4,4\%$, et ce 19 fois sur 20.
PONDÉRATION	Les résultats ont été pondérés en fonction de l'âge, du genre, de la région et de la langue maternelle , afin d'assurer un échantillon représentatif de la population.
DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES	Les nombres en caractères gras et rouges indiquent une différence significative statistiquement inférieure par rapport au complément, alors que les nombres en caractères gras et verts indiquent une différence significative statistiquement supérieure par rapport au complément.

NOTES AUX LECTEURS

PANDC

La mention « PANDC », qui apparaît dans le rapport, signifie « Personnes autochtones, noires et de couleur ».

ARRONDISSEMENT

Les données présentées ont été arrondies. Par conséquent, il est possible que les totaux diffèrent légèrement de 100%.

DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES

Les résultats présentant des différences significatives et pertinentes sont indiqués dans des tableaux ou dans une zone à côté de la présentation des résultats globaux.



FAITS SAILLANTS

CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

- 1 Le couple traditionnel a encore de l'attrait pour les jeunes de la génération Z.**

Même si une proportion intéressante (17%) des Québécois(es) de la génération Z recherche une relation sans engagement, la majorité est à la recherche d'une relation sérieuse actuellement et se voit dans une relation sérieuse dans leur futur. Plus de la moitié exprime le désir d'avoir un enfant, et près de la moitié croit en l'existence de l'âme sœur. Enfin, la majorité des jeunes Québécois affirment qu'ils sont fidèles en tant qu'amoureux.
- 2 Les rencontres hors ligne restent la norme, même si l'usage des applications de rencontre est notable.**

La plupart des jeunes Québécois(es) font leurs rencontres hors ligne, que ce soit au travail, à l'école ou par le biais d'amis. Trois jeunes sur cinq ont cependant déjà utilisé des applications de rencontre dont un sur cinq qui les utilisent actuellement et un quart qui ont rencontré leur partenaire actuel en ligne. La non-utilisation d'applications de rencontre pour les jeunes à la recherche d'une relation est principalement due à leur préférence pour les rencontres en personne, et la perception que les rencontres en ligne sont superficielles.
- 3 Au-delà de l'âge, c'est le passage du monde des études au monde du travail qui semble favoriser l'usage des applications.**

Les personnes à l'emploi sont les plus friandes des rencontres en ligne. Elles utilisent en effet les applications en plus grand nombre et à une fréquence plus élevée. En effet, alors que l'école ou les amis communs sont les principaux moyens par lesquels les étudiant(e)s rencontrent de nouvelles personnes, les travailleurs et travailleuses ont tendance à rencontrer d'autres personnes à travers ces mêmes moyens, mais aussi, à un niveau similaire, à travers les applications de rencontre.
- 4 Depuis son arrivée sur le marché, Fruitz a réussi à atteindre un bon niveau notoriété auprès de sa cible.**

En termes de notoriété, Fruitz se classe en deuxième place juste après Tinder auprès des Québécois(es) de la génération Z.

FAITS SAILLANTS | ATTITUDES ET ATTENTES

STATUT ACTUEL DE RELATION

55%

des québécois(es) de la génération Z sont célibataires. Il y a plus de célibataires chez les 18-21 ans (62%) (contre que chez les 22-24 ans (46%).

43%

des québécois de la génération Z sont en couple, dont 39% qui sont en relation monogame exclusive. 3% seulement sont en relation non-exclusive ou polyamoureuse.

TYPE DE RELATION SOUHAITÉE

52%

des québécois(es) de la génération Z sont actuellement à la recherche d'une relation. Les travailleurs et travailleuses (58%) sont plus nombreux que les autres à chercher une relation.

17%

recherchent une relation sans engagement. Ceux qui sont au secondaire ou au cégep (22%), sont plus nombreux que les autres à chercher une relation sans engagement.

TOP 3 - FORTEMENT D'ACCORD

Je me vois dans une relation sérieuse dans le futur	76%
J'aimerais avoir des enfants dans le futur	56%
Je crois en l'existence de l'âme sœur	49%

Les femmes (83%) (contre 72% pour les hommes) sont plus nombreuses à se voir dans une relation sérieuse dans le futur.

Les hommes (63%) (contre 52% pour les femmes), les PANDC (66%), les non-2SLGBTQIA (62%), ainsi que ceux en couple monogame exclusif (63%), sont plus nombreux que les autres à vouloir avoir des enfants dans le futur.

Enfin. Les femmes (54%) (contre 43% pour les hommes), les travailleurs et travailleuses (58%), les non-2SLGBTQIA (52%), ainsi que ceux en couple monogame exclusif (63%), sont plus nombreux que les autres à croire en l'existence de l'âme sœur.

TOP 5 – CRITÈRES DANS UNE RELATION

Confiance et loyauté	50%
Bonne communication	37%
Respect	37%
Attraction physique et chimie	34%
Partage de valeurs communes	30%

Les femmes (42%) (contre 31% pour les hommes) sont plus nombreuses à trouver que la bonne communication est un critère important dans leurs relations amoureuses. Les étudiants (38%), les non-2SLGBTQIA (37%), sont plus nombreux que les autres à trouver que l'attraction physique et la chimie sont un critère important dans leurs relations amoureuses.

FAITS SAILLANTS | RENCONTRES ET RELATIONS

PRINCIPALES OCCASIONS DE RENCONTRE



44%

des québécois(es) de la génération Z rencontrent le plus souvent d'autres personnes pour une relation, **en ligne**. Les 22-24 ans (52%), les travailleurs et travailleuses (52%), ceux qui sont à l'université (42%) (contre 28% pour ceux qui sont au secondaire ou au cégep), les personnes de la communauté 2SLGBTQIA (62%), ainsi que ceux qui recherchent une relation sans engagement (54%), sont plus nombreux que les autres à rencontrer d'autres personnes pour une relation, **en ligne**.



80%

rencontrent le plus souvent d'autres personnes **hors-ligne**. Les femmes (85%) (contre 73% pour les hommes), les 18 à 21 ans (84%) (contre 74% pour les 22 à 24 ans), les étudiants (89%), ceux qui ne font pas partie de la communauté 2SLGBTQIA (82%), ainsi que les célibataires (83%), sont plus nombreux que les autres à rencontrer d'autres personnes pour une relation, **hors-ligne**.



LIEU DE RENCONTRE DES PERSONNES EN RELATION

68%

ont rencontré leur(s) partenaire(s) **hors ligne**. Les étudiants (77%), les non-2SLGBTQIA (72%) sont plus nombreux que les autres à avoir rencontré leur(s) partenaire(s) **hors ligne**.



35%

ont rencontré leur(s) partenaire(s) **en ligne**. Les travailleurs et travailleuses (44%) sont plus nombreux que les autres à avoir rencontré leur(s) partenaire(s) **en ligne**.

TYPE D'AMOUREUX PLUS COMMUN

87%



des québécois(e) de la génération Z disent être très fidèles en tant qu'amoureux(ses). Les 18-21 ans (91%), les non-2SLGBTQIA (90%), sont plus nombreux que les autres à dire qu'ils sont très fidèles en tant qu'amoureux(ses).

HABITUDES CONCERNANT LE « GHOSTING »

51%

déclarent avoir déjà ghosté quelqu'un. Les femmes (61%) sont plus nombreuses que les hommes (39%) à avoir ghosté quelqu'un.

49%

déclarent avoir déjà été ghosté(e)s. Les personnes 2SLGBTQIA (59%) sont plus nombreuses que les autres à mentionner avoir été ghostées.



FAITS SAILLANTS | UTILISATION DES APPLICATIONS

UTILISATION DES APPLICATIONS DE RENCONTRE

17%

utilisent des applications de rencontre. Les personnes blanc(he)s (20%) et les travailleurs et travailleuses (22%) sont plus nombreux à utiliser des applications de rencontre.

83%

n'utilisent pas d'applications de rencontre, dont 42% qui en ont déjà utilisées dans le passé.

TOP 3 - RAISONS DE NE PAS UTILISER LES APPLICATIONS DE RENCONTRE

Je ne suis pas à la recherche d'une relation **36%**

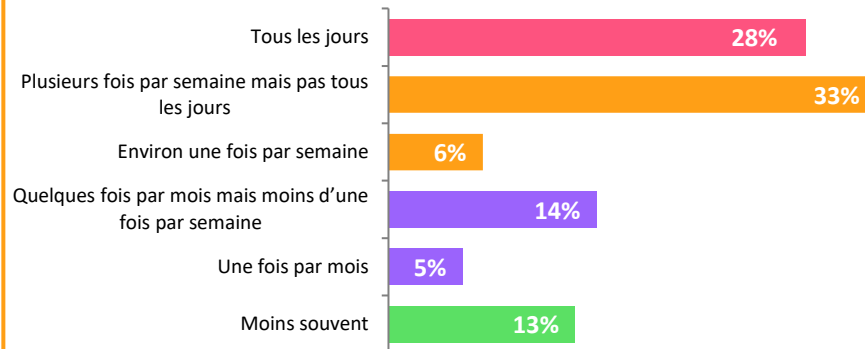
Je préfère faire des connexions en personne **36%**

Je trouve les rencontres en ligne superficielles **31%**



Les 18-21 ans (41%) (contre 29% pour les 22 à 24 ans), ainsi que les célibataires (50%) sont plus nombreux de mentionner leur préférence pour des connexions en personne comme raison. Les personnes à la recherche d'une relation (40%), ainsi que les personnes célibataires (39%), sont plus nombreuses à mentionner le fait qu'elles trouvent les rencontres en ligne superficielles comme raison.

FRÉQUENCE D'UTILISATION DES APPLICATIONS DE RENCONTRE



Parmi les personnes qui utilisent des applications de rencontre, 61% le font plusieurs fois par semaine, dont 28% tous les jours.

DURÉE DES ÉCHANGES AVANT DE SE RENCONTRER EN PERSONNE

32%

des personnes qui ont déjà utilisé une application de rencontre échangent moins d'une semaine avant de se rencontrer en personne. Les hommes (42%) (contre 22% pour les femmes), et les 22-24 ans (40%) (contre 24% pour les 18-21 ans) sont plus nombreux à échanger moins d'une semaine avant de se rencontrer en personne.

9%

des québécois de la génération Z échangent plus longtemps (trois semaines et plus) avant de se rencontrer en personne.

19%

mentionnent que la durée des échanges avant une rencontre dépend de la connexion et du niveau de confort.



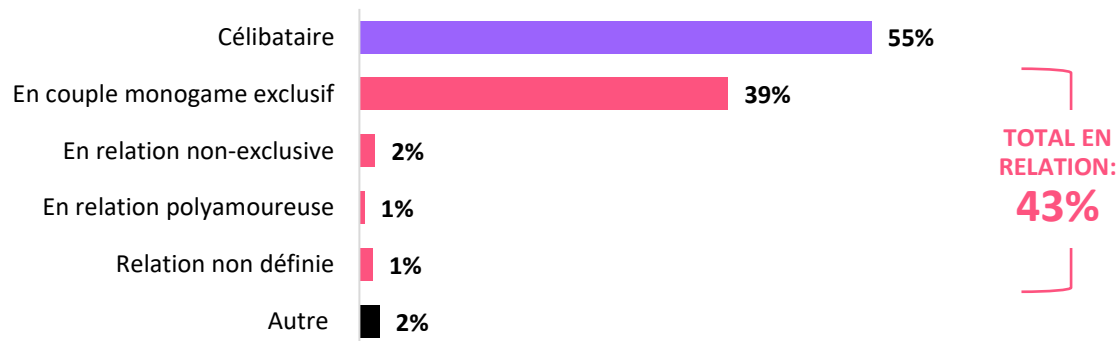
RÉSULTATS DÉTAILLÉS

1. Relation recherchée et idéale

TYPE DE RELATION ACTUELLE

RELA. Quel est votre statut actuel de relation?

Base : Tous les répondants (n=501).

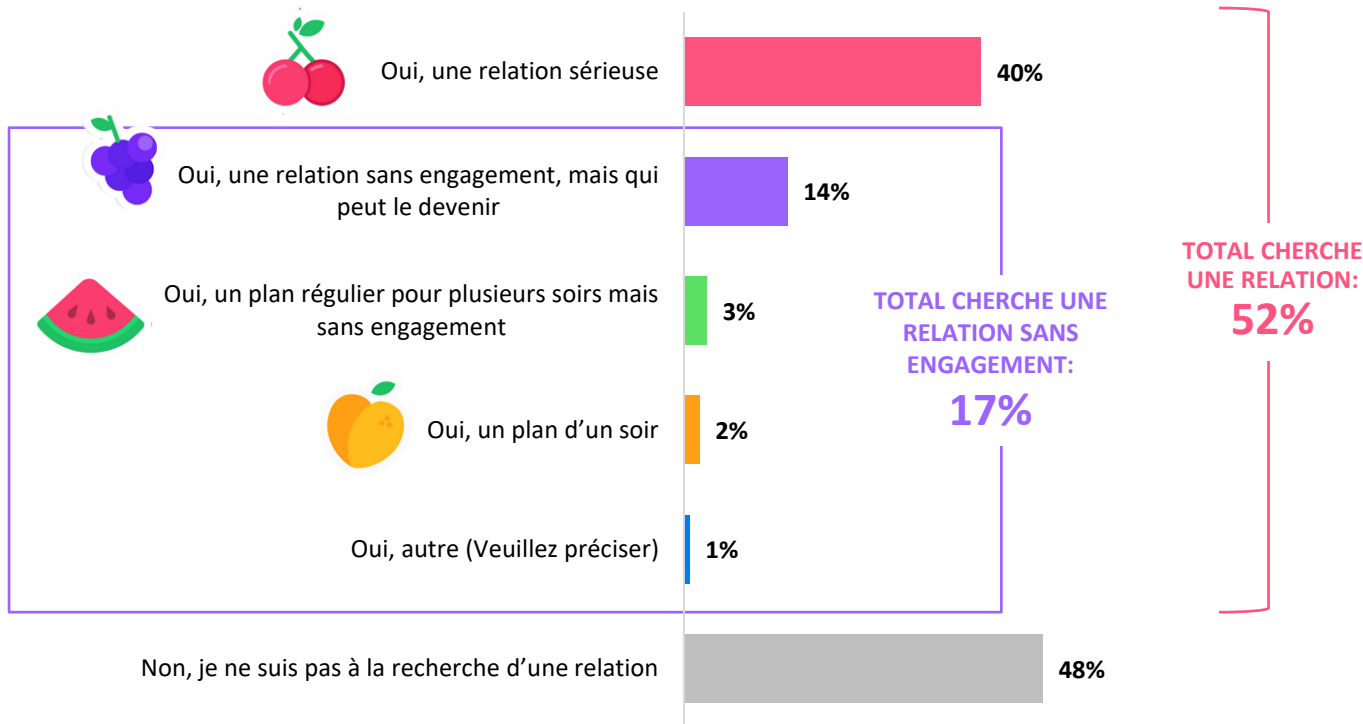


	TOTAL	Genre		Âge		Scolarité (étudiants)	
		H	F	18-21	22-24	Sec/Col	Uni
n =	501	187	306	233	268	108	137
Célibataire	55%	60%	48%	62%	46%	65%	51%
TOTAL EN RELATION	43%	37%	51%	35%	53%	34%	49%
En couple monogame exclusif	39%	33%	47%	33%	47%	32%	46%
En relation non-exclusive	2%	2%	2%	1%	2%	2%	-
En relation polyamoureuse	1%	1%	-	-	1%	-	-
Relation non définie	1%	1%	2%	1%	2%	1%	3%
Autre	2%	4%	1%	3%	2%	1%	-

TYPE DE RELATION SOUHAITÉE (1/2)

Q1. Êtes-vous à la recherche d'une relation actuellement ? Si oui, quel(s) type(s) de relation recherchez-vous ?

Base : Tous les répondants (n=501) – Mentions multiples*



*Les répondants ayant la possibilité de sélectionner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

TYPE DE RELATION SOUHAITÉE (2/2)

Q1. Êtes-vous à la recherche d'une relation actuellement ? Si oui, quel(s) type(s) de relation recherchez-vous ?

Base : Tous les répondants. Mentions multiples*

	TOTAL	Genre		Âge		Langue maternelle			Région			Occupation			Scolarité (étudiants)	
		H	F	18-21	22-24	Fr	An	Autre	MTL RMR	QC RMR	Autres	Trav.	Étu.	Autre	Sec/Col	Uni
	n = 501	187	306	233	268	390	77	33	237	56	208	223	253	18**	108	137
TOTAL OUI	52%	50%	52%	50%	54%	48%	65%	50%	53%	53%	49%	58%	49%	41%	48%	51%
Oui, une relation sérieuse	40%	38%	41%	39%	41%	39%	42%	44%	40%	39%	41%	45%	39%	20%	34%	44%
TOTAL OUI, SANS ENGAGEMENT	17%	18%	15%	15%	19%	15%	25%	14%	18%	20%	14%	18%	15%	28%	22%	10%
Oui, une relation sans engagement, mais qui peut le devenir	14%	15%	13%	14%	14%	13%	18%	10%	14%	16%	13%	14%	14%	14%	21%	9%
Oui, un plan régulier pour plusieurs soirs mais sans engagement	3%	3%	2%	1%	6%	2%	8%	-	3%	9%	2%	6%	1%	4%	2%	-
Oui, un plan d'un soir	2%	2%	1%	1%	4%	2%	2%	4%	2%	3%	2%	3%	-	15%	-	1%
Oui, autre	1%	-	1%	-	1%	1%	-	-	1%	-	1%	1%	-	3%	1%	-
Non, je ne suis pas à la recherche d'une relation	48%	50%	48%	50%	46%	52%	35%	50%	47%	47%	51%	42%	51%	59%	52%	49%

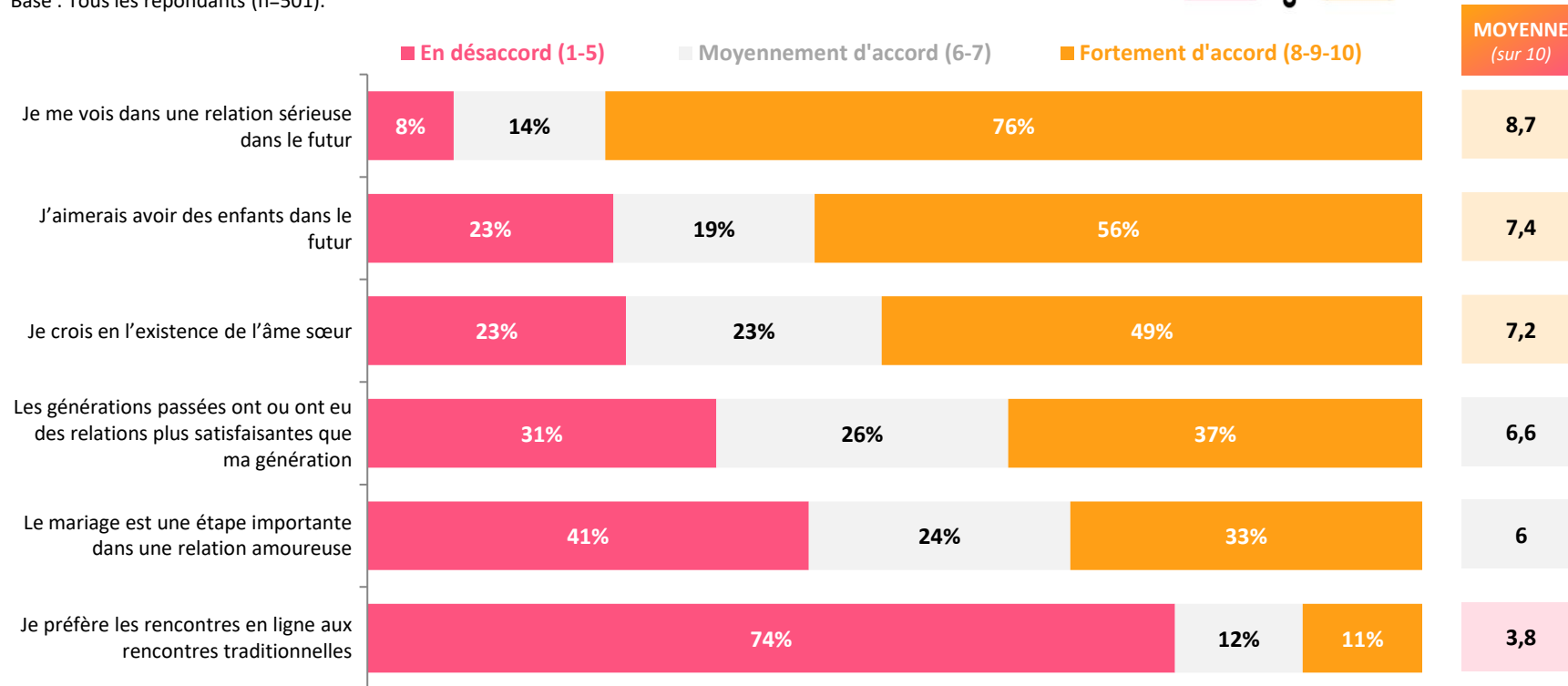
*Les répondants ayant la possibilité de sélectionner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

**Échantillon de petite taille (n<30); ces données sont présentées à titre indicatif seulement.

ACCORD AVEC LES ÉNONCÉS SUR LES RELATIONS AMOUREUSES (1/3)

Q4A. Sur une échelle de 1 à 10 où 1 est « fortement en désaccord » et 10 est « fortement en accord », à quel point êtes-vous en accord avec chacun des énoncés suivants ?

Base : Tous les répondants (n=501).



ACCORD AVEC LES ÉNONCÉS SUR LES RELATIONS AMOUREUSES (2/3)

Q4A. Sur une échelle de 1 à 10 où 1 est « fortement en désaccord » et 10 est « fortement en accord », à quel point êtes-vous en accord avec chacun des énoncés suivants ?

Base : Tous les répondants (n=501).



	TOTAL n = 501	Genre		Âge		Ethnicité		Région			Occupation		
		H 187	F 306	18-21 233	22-24 268	Blanc(he) 393	PANDC 100	MTL RMR 237	QC RMR 56	Autres 208	Trav. 223	Étu. 253	Autre 18*
Je me vois dans une relation sérieuse dans le futur	76%	72%	83%	76%	77%	78%	73%	73%	86%	80%	79%	75%	64%
J'aimerais avoir des enfants dans le futur	56%	63%	52%	55%	59%	53%	66%	51%	65%	63%	57%	56%	47%
Je crois en l'existence de l'âme sœur	49%	43%	54%	49%	50%	47%	54%	48%	48%	51%	58%	42%	64%
Les générations passées ont ou ont eu des relations plus satisfaisantes que ma génération	37%	40%	35%	37%	37%	36%	39%	36%	27%	41%	39%	35%	46%
Le mariage est une étape importante dans une relation amoureuse	33%	40%	27%	32%	33%	24%	56%	35%	20%	32%	33%	32%	32%
Je préfère les rencontres en ligne aux rencontres traditionnelles	11%	15%	7%	8%	15%	10%	13%	10%	8%	13%	18%	5%	-

*Échantillon de petite taille (n<30); ces données sont présentées à titre indicatif seulement.

ACCORD AVEC LES ÉNONCÉS SUR LES RELATIONS AMOUREUSES (3/3)

Q4A. Sur une échelle de 1 à 10 où 1 est « fortement en désaccord » et 10 est « fortement en accord », à quel point êtes-vous en accord avec chacun des énoncés suivants ?

Base : Tous les répondants (n=501).



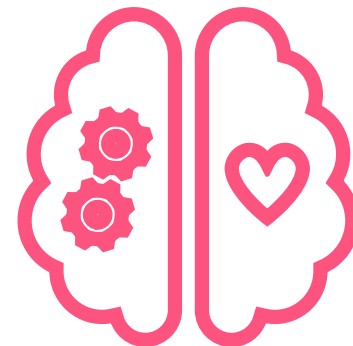
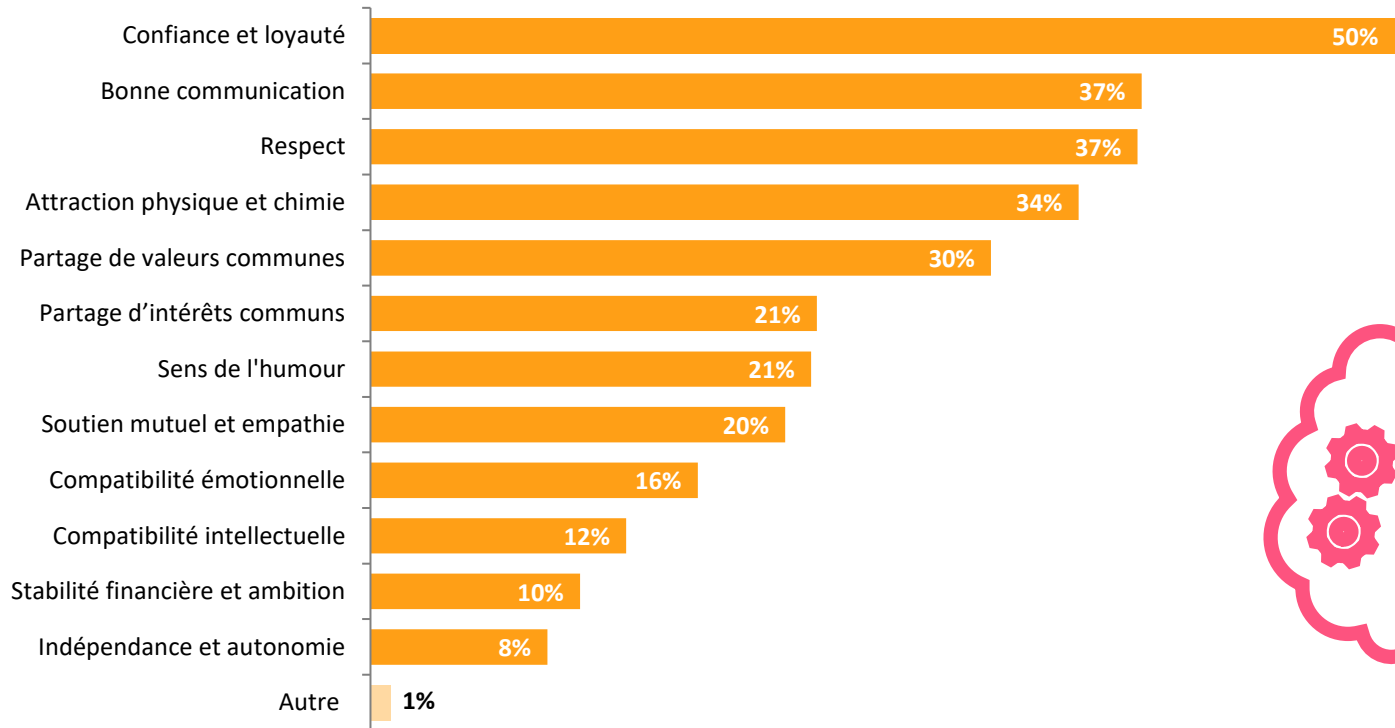
TOTAL FORTEMENT D'ACCORD (8-9-10)	TOTAL	2SLGBTQIA		Recherche relation			Statut de relation		
		Oui	Non	Oui	Oui, sans engagement	Non	Célibataire	Couple mono. exclusif	Autre
	n = 501	102	394	200	78	248	260	213	28*
Je me vois dans une relation sérieuse dans le futur	76%	71%	78%	82%	64%	76%	66%	90%	78%
J'aimerais avoir des enfants dans le futur	56%	37%	62%	57%	45%	61%	51%	63%	63%
Je crois en l'existence de l'âme sœur	49%	39%	52%	54%	40%	47%	45%	54%	54%
Les générations passées ont ou ont eu des relations plus satisfaisantes que ma génération	37%	30%	39%	43%	40%	30%	44%	26%	39%
Le mariage est une étape importante dans une relation amoureuse	33%	20%	36%	33%	30%	33%	33%	32%	29%
Je préfère les rencontres en ligne aux rencontres traditionnelles	11%	11%	11%	16%	13%	6%	11%	9%	21%

*Échantillon de petite taille (n<30); ces données sont présentées à titre indicatif seulement.

CRITÈRES IMPORTANTS DANS LES RELATIONS AMOUREUSES (1/2)

Q3. Quels sont les critères les plus importants que vous recherchez dans vos relations amoureuses ?

Base : Tous les répondants (n=501) – Mentions multiples*. Maximum de trois critères.



*Les répondants ayant la possibilité de sélectionner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

CRITÈRES IMPORTANTS DANS LES RELATIONS AMOUREUSES (2/2)

Q3. Quels sont les critères les plus importants que vous recherchez dans vos relations amoureuses ?

Base : Tous les répondants. Mentions multiples*. Maximum de trois critères.



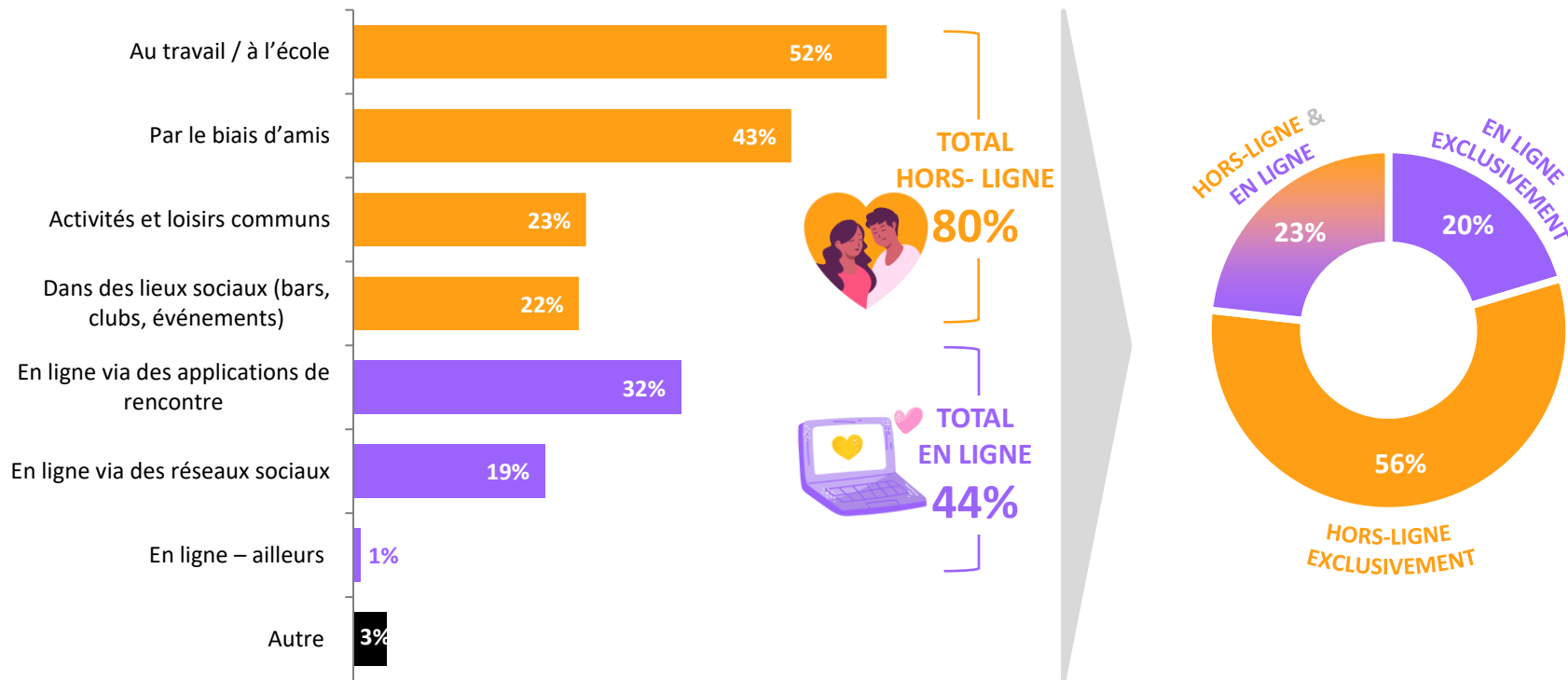
	TOTAL	Genre		Âge		Langue maternelle			Ethnicité		Occupation			2SLGBTQIA	
		H	F	18-21	22-24	Fr	An	Autre	Blanc(he)	PANDC	Trav.	Étu.	Autre	Oui	Non
	n = 501	187	306	233	268	390	77	33	393	100	223	253	18**	102	394
Confiance et loyauté	50%	49%	51%	51%	48%	52%	41%	56%	49%	51%	51%	49%	43%	39%	52%
Bonne communication	37%	31%	42%	39%	34%	38%	38%	23%	37%	35%	39%	35%	40%	38%	37%
Respect	37%	37%	37%	35%	38%	39%	28%	41%	38%	35%	37%	37%	39%	34%	37%
Attraction physique et chimie	34%	36%	32%	34%	34%	35%	29%	41%	36%	29%	29%	38%	29%	24%	37%
Partage de valeurs communes	30%	33%	26%	30%	29%	30%	30%	30%	30%	30%	33%	27%	36%	35%	28%
Partage d'intérêts communs	21%	21%	21%	19%	24%	24%	20%	9%	24%	15%	23%	22%	7%	25%	20%
Sens de l'humour	21%	17%	27%	21%	21%	21%	25%	13%	24%	16%	18%	24%	3%	18%	22%
Soutien mutuel et empathie	20%	21%	18%	24%	15%	15%	35%	20%	17%	29%	19%	20%	31%	34%	16%
Compatibilité émotionnelle	16%	17%	14%	15%	16%	15%	17%	15%	16%	13%	16%	15%	21%	18%	15%
Compatibilité intellectuelle	12%	14%	10%	10%	15%	10%	12%	28%	10%	18%	11%	13%	19%	19%	11%
Stabilité financière et ambition	10%	9%	12%	8%	13%	8%	12%	18%	8%	14%	15%	6%	12%	7%	11%
Indépendance et autonomie	8%	12%	6%	7%	10%	9%	7%	7%	8%	9%	8%	8%	9%	7%	9%
Autre	1%	1%	1%	1%	1%	1%	3%	-	-	3%	1%	1%	11%	2%	1%

*Les répondants ayant la possibilité de sélectionner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100% / **Échantillon de petite taille (n<30); ces données sont présentées à titre indicatif seulement.

PRINCIPALES OCCASIONS DE RENCONTRE (1/3)

Q2A. Comment rencontrez-vous le plus souvent d'autres personnes pour une relation ?

Base : Tous les répondants (n=501)- Mentions multiples*



*Les répondants ayant la possibilité de sélectionner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

PRINCIPALES OCCASIONS DE RENCONTRE (2/3)

Q2A. Comment rencontrez-vous le plus souvent d'autres personnes pour une relation ?

Base : Tous les répondants (n=501)- Mentions multiples*

	TOTAL	Genre		Âge		Langue maternelle			Occupation			Scolarité (étudiants)	
		H	F	18-21	22-24	Fr	An	Autre	Trav.	Étu.	Autre	Sec/Col	Uni
n =	501	187	306	233	268	390	77	33	223	253	18**	108	137
TOTAL HORS-LIGNE	80%	73%	85%	84%	74%	78%	77%	93%	69%	89%	73%	88%	88%
TOTAL HORS-LIGNE EXCLUSIVEMENT	56%	55%	58%	63%	48%	57%	39%	84%	48%	65%	53%	72%	58%
TOTAL EN LIGNE	44%	45%	42%	37%	52%	43%	61%	16%	52%	35%	47%	28%	42%
TOTAL EN LIGNE EXCLUSIVEMENT	20%	27%	15%	16%	26%	22%	23%	7%	31%	11%	27%	12%	12%
TOTAL HORS LIGNE ET EN LIGNE	23%	18%	28%	21%	26%	21%	37%	9%	21%	24%	20%	17%	30%

	TOTAL	2SLGBTQIA		Recherche relation			Statut de relation		
		Oui	Non	Oui	Oui, sans engagement	Non	Célibataire	Couple mono. exclusif	Autre
n =	501	102	394	200	78	248	260	213	28**
TOTAL HORS-LIGNE	80%	69%	82%	75%	76%	85%	83%	78%	54%
TOTAL HORS-LIGNE EXCLUSIVEMENT	56%	38%	62%	52%	46%	65%	60%	53%	49%
TOTAL EN LIGNE	44%	62%	38%	48%	54%	35%	40%	47%	51%
TOTAL EN LIGNE EXCLUSIVEMENT	20%	31%	18%	25%	24%	15%	17%	22%	46%
TOTAL HORS LIGNE ET EN LIGNE	23%	31%	21%	23%	30%	21%	23%	26%	4%

*Les répondants ayant la possibilité de sélectionner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%/ Échantillon de petite taille (n<30); ces données sont présentées à titre indicatif seulement.

PRINCIPALES OCCASIONS DE RENCONTRE (3/3)

Q2A. Comment rencontrez-vous le plus souvent d'autres personnes pour une relation ?

Base : Tous les répondants (n=501)- Mentions multiples*

	TOTAL	Genre		Âge		Langue maternelle			Occupation			Scolarité (étudiants)	
		H	F	18-21	22-24	Fr	An	Autre	Trav.	Étu.	Autre	Sec/Col	Uni
n =	501	187	306	233	268	390	77	33	223	253	18**	108	137
Au travail / à l'école	52%	51%	51%	60%	42%	50%	49%	65%	37%	64%	45%	65%	62%
Par le biais d'amis	43%	32%	52%	44%	41%	41%	45%	51%	36%	50%	23%	46%	55%
Activités et loisirs communs	23%	19%	24%	22%	24%	22%	25%	24%	24%	21%	21%	20%	23%
Dans des lieux sociaux	22%	19%	24%	23%	21%	22%	21%	23%	20%	24%	12%	22%	26%
En ligne via des applications de rencontre	32%	33%	32%	28%	37%	34%	36%	10%	38%	25%	44%	15%	35%
En ligne via des réseaux sociaux	19%	19%	18%	17%	21%	17%	29%	8%	22%	15%	14%	19%	13%
En ligne – ailleurs	1%	1%	1%	-	1%	1%	2%	-	1%	1%	-	1%	1%
Autre	3%	5%	2%	4%	3%	3%	2%	5%	3%	2%	22%	1%	3%

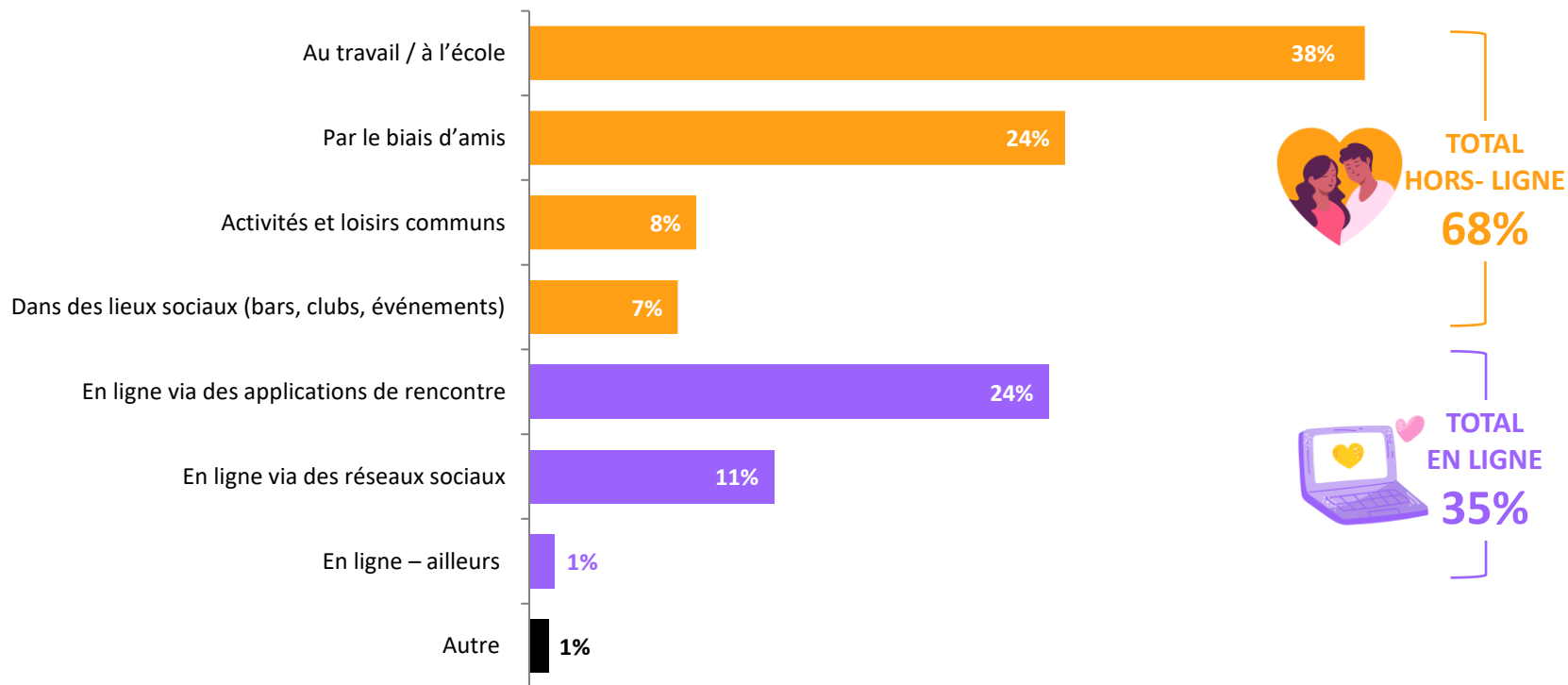
	TOTAL	2SLGBTQIA		Recherche relation			Statut de relation		
		Oui	Non	Oui	Oui, sans engagement	Non	Célibataire	Couple mono. exclusif	Autre
n =	501	102	394	200	78	248	260	213	28**
Au travail / à l'école	52%	49%	53%	53%	42%	55%	54%	51%	40%
Par le biais d'amis	43%	47%	42%	41%	41%	45%	43%	44%	33%
Activités et loisirs communs	23%	23%	23%	23%	15%	25%	20%	26%	20%
Dans des lieux sociaux	22%	18%	23%	22%	21%	22%	24%	20%	19%
En ligne via des applications de rencontre	32%	47%	28%	39%	30%	26%	31%	34%	32%
En ligne via des réseaux sociaux	19%	22%	17%	18%	31%	15%	16%	22%	23%
En ligne – ailleurs	1%	2%	-	-	1%	1%	1%	1%	-
Autre	3%	1%	4%	3%	5%	3%	6%	-	-

*Les répondants ayant la possibilité de sélectionner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%./ Échantillon de petite taille (n<30); ces données sont présentées à titre indicatif seulement.

LIEUX DE RENCONTRE DES PERSONNES EN RELATION (1/2)

Q2B. Comment avez-vous rencontré la ou les personnes avec qui vous êtes en relation actuellement?

Base : Ceux qui sont en relation (n=233) - Mentions multiples*





*Les répondants ayant la possibilité de sélectionner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

LIEUX DE RENCONTRE DES PERSONNES EN RELATION (2/2)

Q2B. Comment avez-vous rencontré la ou les personnes avec qui vous êtes en relation actuellement?

Base : Ceux qui sont en relation. Mentions multiples*

	TOTAL	Genre		Âge		Occupation			Communauté 2SLGBTQIA		Recherche relation		
		H	F	18-21	22-24	Trav.	Étu.	Autre	Oui	Non	Oui	Oui, sans engagement	Non
<i>n =</i>	233	72	160	89	144	112	115	5***	53	178	62	18**	157
TOTAL HORS LIGNE 	68%	67%	68%	73%	63%	59%	77%	-	55%	72%	67%	30%	73%
Au travail / à l'école	38%	38%	39%	44%	33%	26%	49%	-	34%	40%	34%	22%	42%
Par le biais d'amis	24%	21%	28%	27%	22%	19%	30%	-	10%	29%	19%	3%	30%
Dans des lieux sociaux	7%	10%	3%	6%	7%	11%	3%	-	13%	5%	16%	-	4%
Activités et loisirs communs	8%	9%	5%	8%	7%	9%	7%	-	7%	8%	16%	5%	5%
TOTAL EN LIGNE 	35%	38%	34%	29%	40%	44%	26%	-	45%	31%	37%	70%	29%
via des applications de rencontre	24%	23%	25%	21%	26%	30%	18%	-	36%	19%	30%	35%	19%
via des réseaux sociaux	11%	14%	10%	8%	14%	15%	7%	-	6%	13%	9%	35%	9%
En ligne – ailleurs	1%	2%	1%	-	2%	1%	1%	-	3%	-	-	-	2%
Autre	1%	-	2%	1%	1%	2%	-	-	1%	1%	-	-	1%

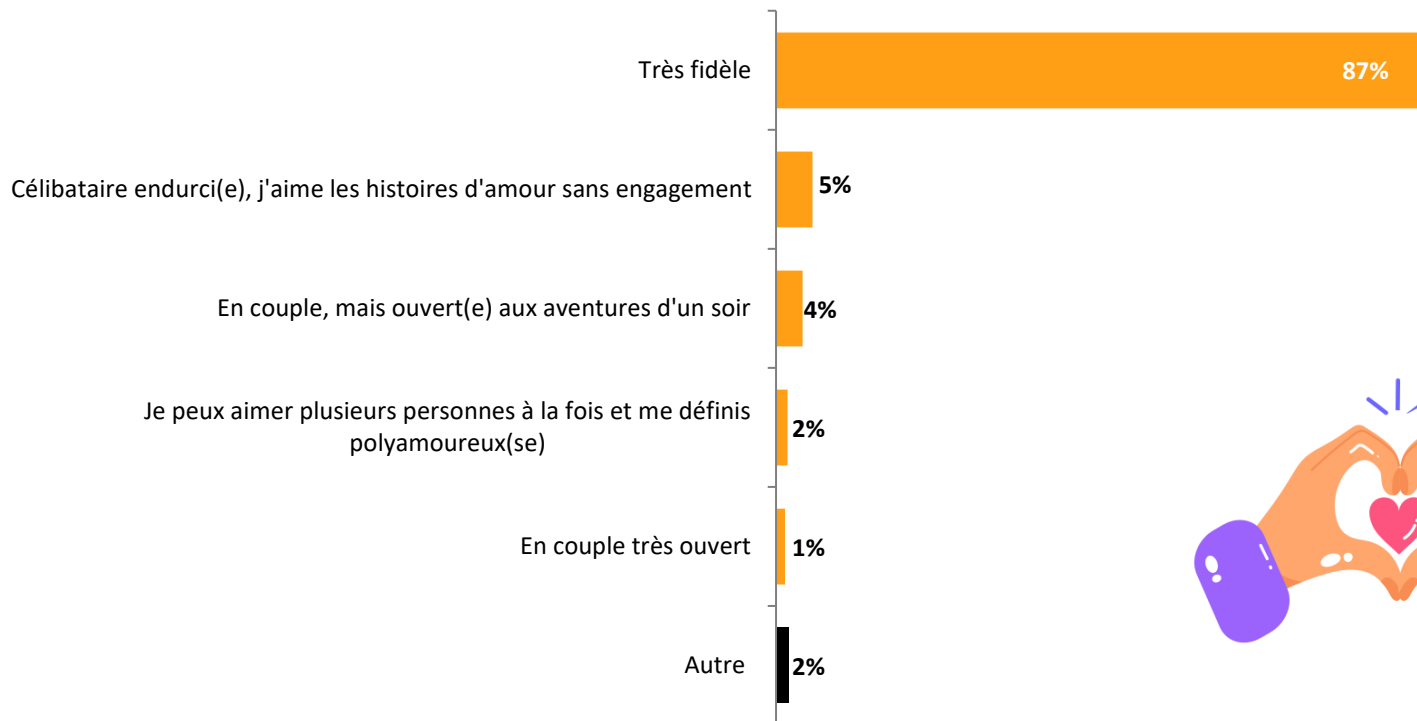
*Les répondants ayant la possibilité de sélectionner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

Échantillon de petite taille (n<30); ces données sont présentées à titre indicatif seulement. * Étant donné le très faible nombre de répondants (n<10), les données ne sont pas présentées.

TYPES D'AMOUREUX(SES) (1/2)

Q4C. Quel type d'amoureux(se) êtes-vous?

Base : Tous les répondants (n=501).



TYPES D'AMOUREUX(SES) (2/2)

Q4C. Quel type d'amoureux(se) êtes-vous? | Base : Tous les répondants.

	TOTAL	Genre		Âge		Langue maternelle		
		H	F	18-21	22-24	Fr	An	Autre
<i>n =</i>	501	187	306	233	268	390	77	33
Très fidèle	87%	83%	93%	91%	83%	89%	83%	87%
Célibataire endurci(e), j'aime les histoires d'amour sans engagement	5%	7%	3%	3%	7%	5%	8%	-
En couple, mais ouvert(e) aux aventures d'un soir	4%	5%	2%	3%	5%	2%	8%	7%
Je peux aimer plusieurs personnes à la fois et me définis polyamoureux(se)	2%	2%	1%	1%	2%	2%	2%	-
En couple très ouvert	1%	2%	-	1%	2%	2%	-	-
Autre	2%	2%	1%	2%	1%	2%	-	7%

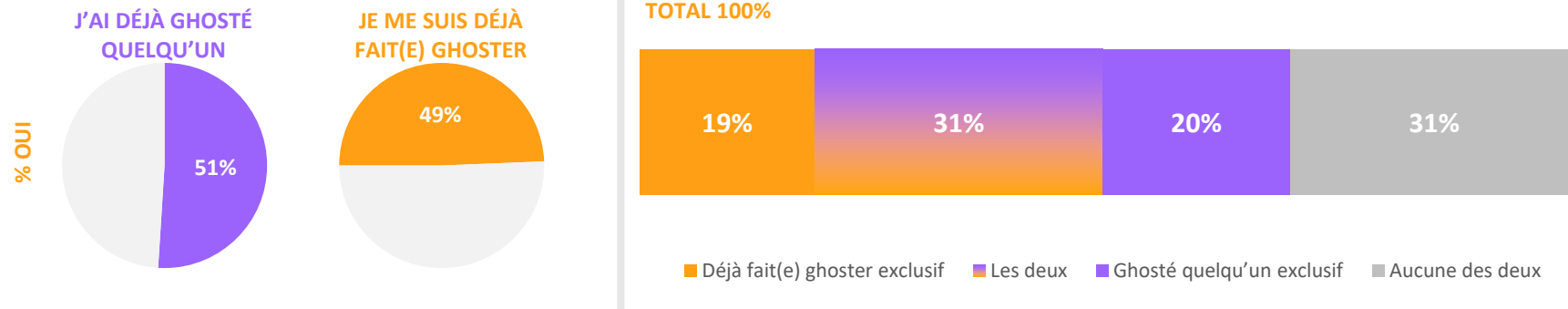
	TOTAL	2SLGBTQIA		Recherche relation			Statut de relation		
		Oui	Non	Oui	Oui, sans engagement	Non	Célibataire	Couple mono. exclusif	Autre
<i>n =</i>	501	102	394	200	78	248	260	213	28**
Très fidèle	87%	78%	90%	90%	69%	89%	83%	94%	78%
Célibataire endurci(e), j'aime les histoires d'amour sans engagement	5%	4%	5%	3%	19%	2%	6%	3%	4%
En couple, mais ouvert(e) aux aventures d'un soir	4%	8%	2%	4%	7%	2%	4%	2%	13%
Je peux aimer plusieurs personnes à la fois et me définis polyamoureux(se)	2%	3%	1%	1%	3%	2%	2%	1%	2%
En couple très ouvert	1%	4%	-	1%	-	2%	2%	-	4%
Autre	2%	2%	1%	1%	2%	2%	3%	-	-

*Échantillon de petite taille (n<30); ces données sont présentées à titre indicatif seulement.

HABITUDES CONCERNANT LE « GHOSTING »

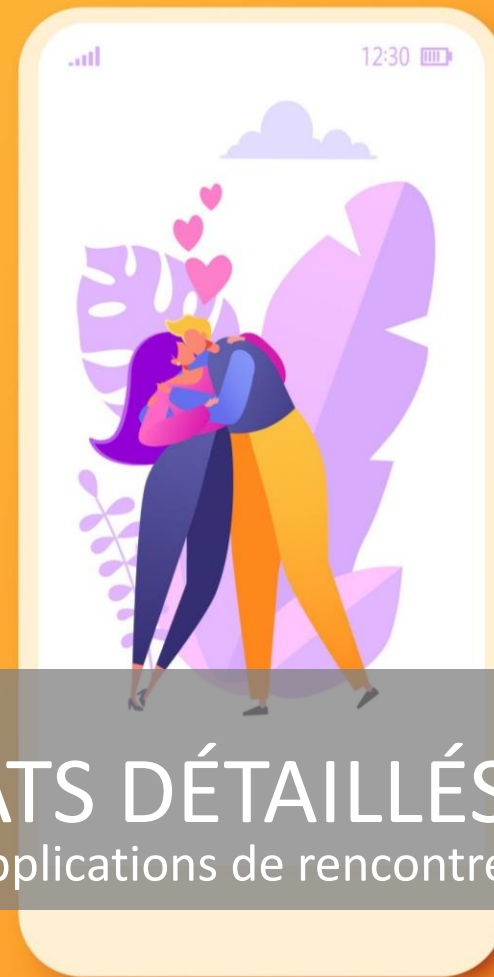
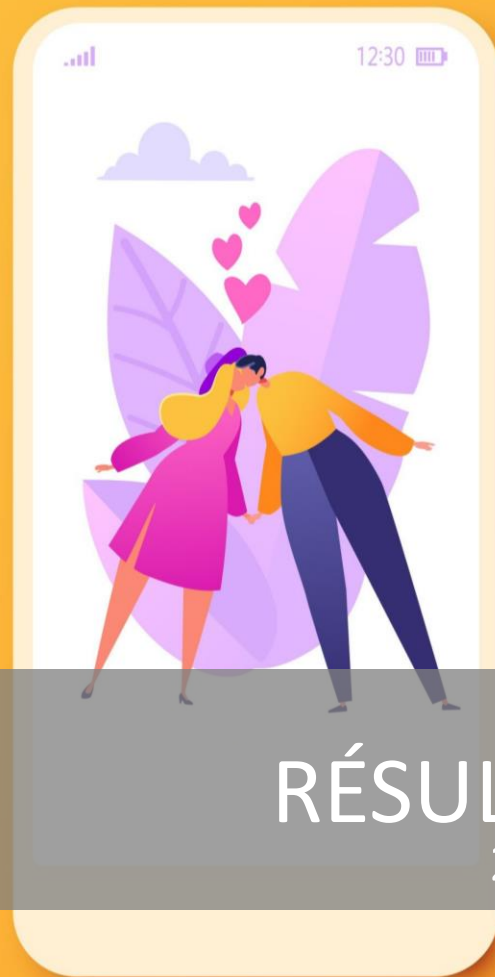
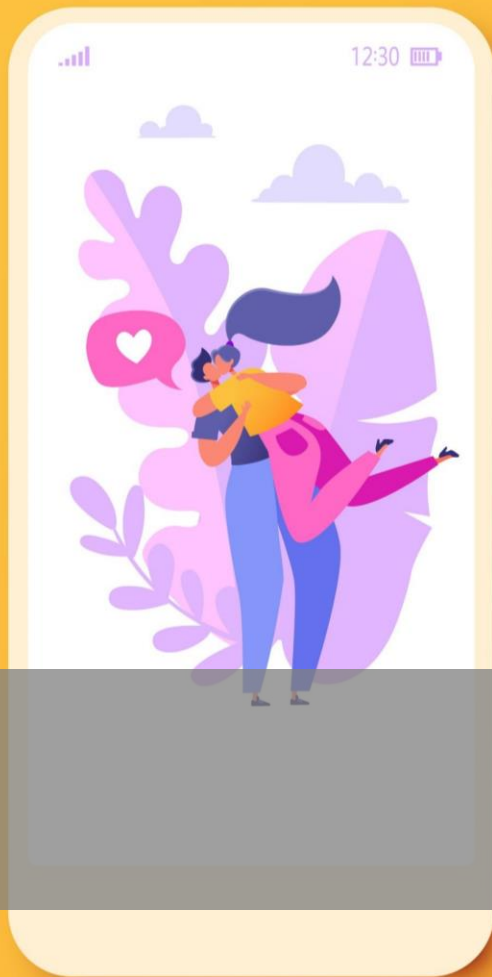
Q4B. Laquelle ou les lesquelles de ces situations s'appliquent à vous ?

Base : Tous les répondants (n=501), mentions multiples*.



	TOTAL	Genre		Âge		Langue maternelle			Ethnicité		Statut de relation			2SLGBTQIA	
		H	F	18-21	22-24	Fr	An	Autre	Blanc(he)	PANDC	Célibataire	Couple mono. exclusif	Autre	Oui	Non
n =	501	187	306	233	268	390	77	33	393	100	260	213	28**	102	394
% OUI : Ghosté quelqu'un	51%	39%	61%	47%	55%	48%	71%	25%	53%	43%	42%	60%	66%	59%	48%
% OUI : Déjà fait ghosté	49%	49%	50%	46%	53%	49%	59%	34%	53%	42%	45%	55%	58%	59%	47%
Aucune des deux	31%	36%	26%	33%	28%	34%	12%	48%	30%	34%	38%	24%	11%	24%	32%
Les deux	31%	24%	37%	26%	36%	31%	42%	7%	36%	20%	24%	39%	34%	42%	28%

*Les répondants ayant la possibilité de sélectionner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100% / **Échantillon de petite taille (n<30); ces données sont présentées à titre indicatif seulement.



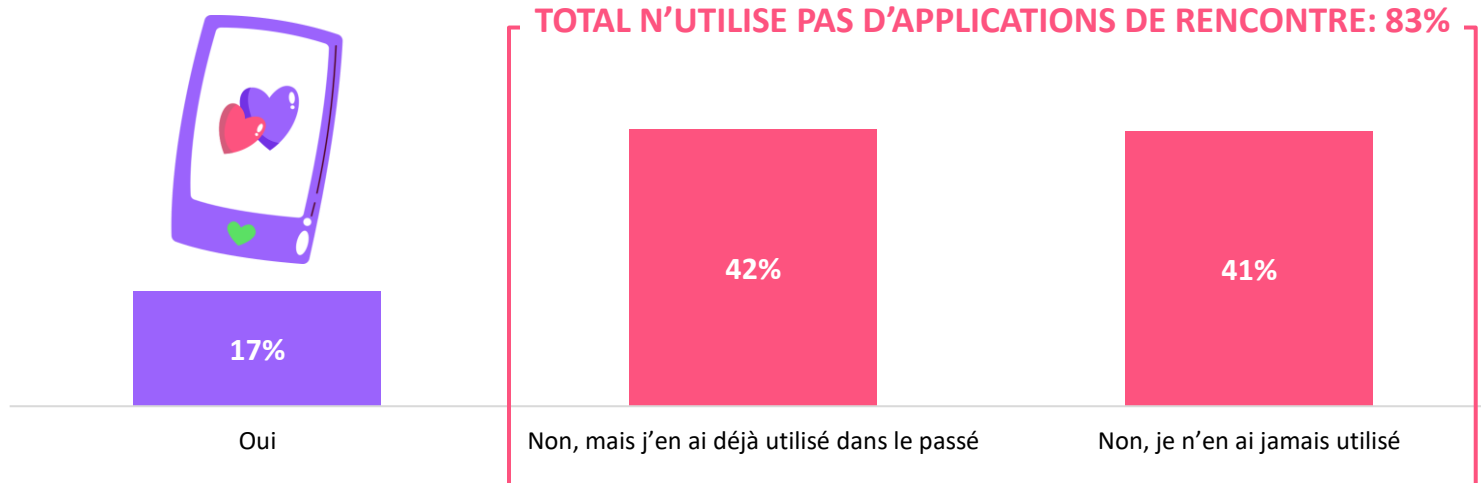
RÉSULTATS DÉTAILLÉS

2. Applications de rencontre

UTILISATEURS D'APPLICATIONS DE RENCONTRE (1/2)

Q5. Utilisez-vous une/des application(s) de rencontre ?

Base : Tous les répondants (n=501).



UTILISATEURS D'APPLICATIONS DE RENCONTRE (2/2)

Q5. Utilisez-vous une/des application(s) de rencontre ?

Base : Tous les répondants.

	TOTAL	Genre		Âge		Ethnicité		Occupation			Scolarité (étudiants)	
		H	F	18-21	22-24	Blanc(he)	PANDC	Trav.	Étu.	Autre	Sec/Col	Uni
	n = 501	187	306	233	268	393	100	223	253	18*	108	137
Oui	17%	19%	15%	15%	20%	20%	11%	22%	13%	14%	9%	18%
TOTAL NON	83%	81%	85%	85%	80%	80%	89%	78%	87%	86%	91%	82%
Non, mais j'en ai déjà utilisé dans le passé	42%	41%	43%	37%	47%	44%	37%	47%	38%	50%	37%	40%
Non, je n'en ai jamais utilisé	41%	39%	42%	48%	33%	37%	53%	31%	49%	36%	54%	42%

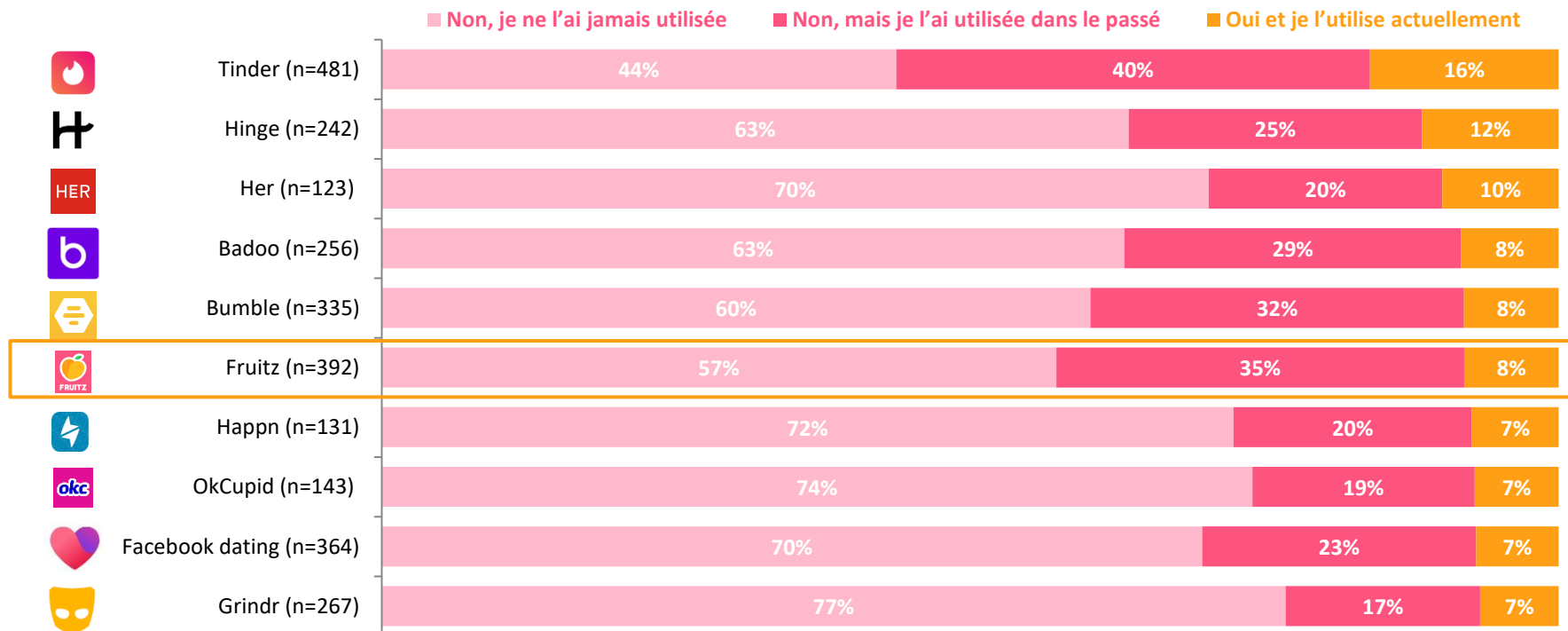
	TOTAL	2SLGBTQIA		Recherche relation			Statut de relation		
		Oui	Non	Oui	Oui, sans engagement	Non	Célibataire	Couple mono. exclusif	Autre
	n = 501	102	394	200	78	248	260	213	28*
Oui	17%	20%	16%	27%	33%	5%	26%	5%	17%
TOTAL NON	83%	80%	84%	73%	67%	95%	74%	95%	83%
Non, mais j'en ai déjà utilisé dans le passé	42%	54%	38%	38%	35%	45%	29%	56%	59%
Non, je n'en ai jamais utilisé	41%	26%	45%	35%	32%	50%	45%	38%	24%

*Échantillon de petite taille (n<30); ces données sont présentées à titre indicatif seulement.

UTILISATION DES APPLICATIONS (1/3)

Q9. Utilisez-vous les applications suivantes ?


Base : Répondants qui connaissent l'application.



UTILISATION DES APPLICATIONS (2/3)

Q9. Utilisez-vous les applications suivantes ?

Base : Répondants qui connaissent l'application.

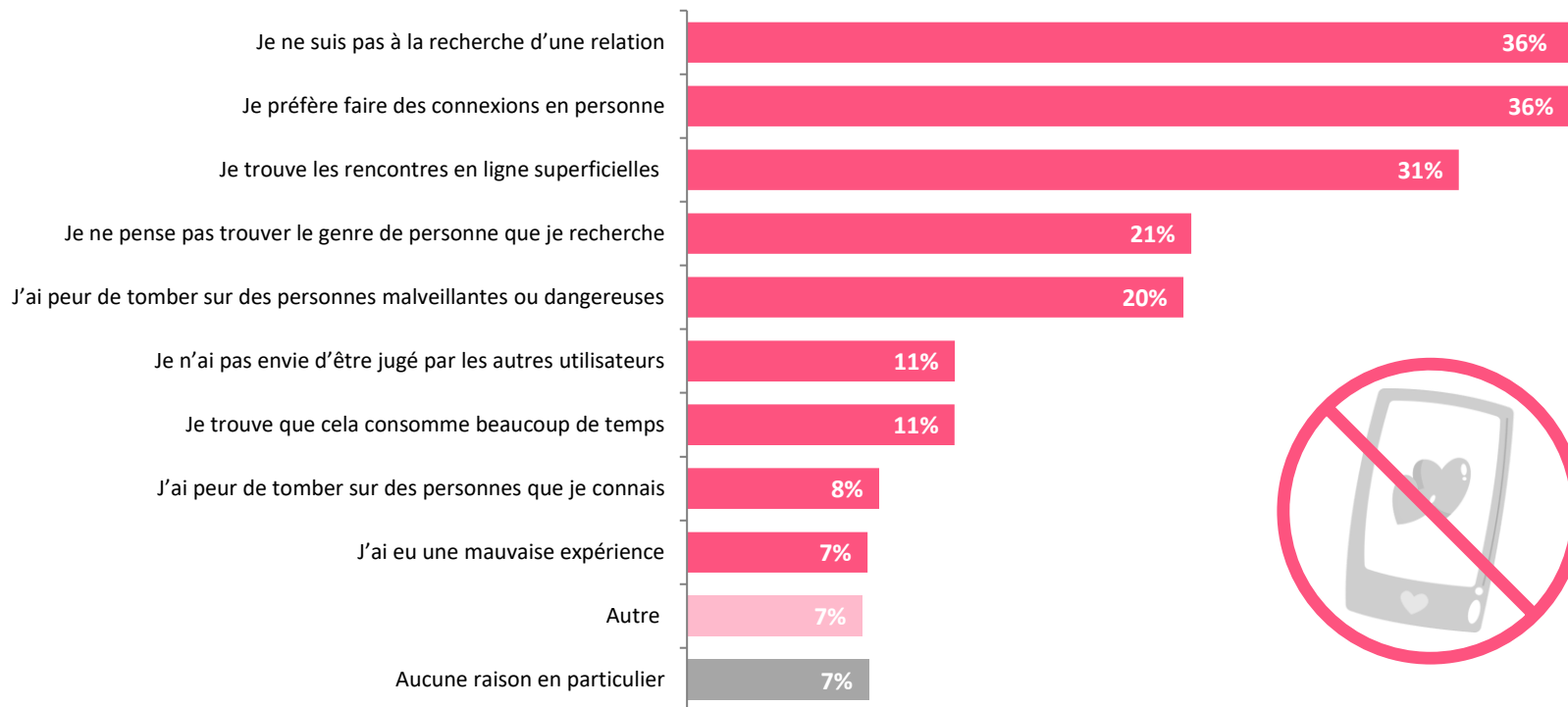
Utilisation de 	TOTAL	Genre		Âge		2SLGBTQIA		Occupation			Recherche relation			Statut de relation		
		H	F	18-21	22-24	Oui	Non	Trav.	Étu.	Autre	Oui	Oui, sans engagement	Non	Célibataire	Couple mono. exclusif	Autre
	n = 392	147	241	191	201	84	305	175	207	10*	160	61	187	196	171	25**
Oui et je l'utilise actuellement	8%	12%	5%	4%	13%	8%	8%	14%	4%	-	12%	16%	2%	12%	2%	14%
TOTAL NON	92%	88%	95%	96%	87%	92%	92%	86%	96%	-	88%	84%	98%	88%	98%	86%
Non, mais je l'ai utilisée par le passé	35%	38%	31%	37%	32%	46%	32%	39%	30%	-	33%	33%	37%	29%	38%	56%
Non, je ne l'ai jamais utilisée	57%	51%	65%	59%	55%	46%	60%	48%	66%	-	55%	50%	61%	59%	60%	30%

*Échantillon de très petite taille (n<10); ces données ne sont donc pas présentées/**Échantillon de petite taille (n<30); ces données sont présentées à titre indicatif seulement.

RAISON(S) DE NON-UTILISATION D'APP DE RENCONTRE (1/3)

Q6. Pour quelles raisons n'utilisez-vous pas ou plus les applications de rencontre ?

Base : Ceux qui n'utilisent pas les applications de rencontre (n=414). mentions multiples.*



*Les répondants ayant la possibilité de sélectionner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%

RAISON(S) DE NON-UTILISATION D'APP DE RENCONTRE (2/3)



Q6. Pour quelles raisons n'utilisez-vous pas ou plus les applications de rencontre ?

Base : Ceux qui n'utilisent pas les applications de rencontre (n=414). mentions multiples.*

	TOTAL	Genre		Âge		Ethnicité	
		H	F	18-21	22-24	Blanc(he)	PANDC
<i>n =</i>	414	187	306	198	216	319	88
Je ne suis pas à la recherche d'une relation	36%	36%	37%	32%	42%	39%	32%
Je préfère faire des connexions en personne	36%	33%	38%	41%	29%	35%	38%
Je trouve les rencontres en ligne superficielles	31%	30%	32%	34%	28%	31%	34%
Je ne pense pas trouver le genre de personne que je recherche	21%	18%	22%	21%	20%	22%	19%
J'ai peur de tomber sur des personnes malveillantes ou dangereuses	20%	12%	27%	22%	18%	20%	20%
Je n'ai pas envie d'être jugé par les autres utilisateurs	11%	12%	11%	12%	10%	12%	8%
Je trouve que cela consomme beaucoup de temps	11%	11%	9%	13%	9%	10%	14%
J'ai peur de tomber sur des personnes que je connais	8%	5%	10%	8%	8%	10%	3%
J'ai eu une mauvaise expérience	7%	10%	5%	7%	8%	7%	8%
Autre	7%	8%	6%	9%	5%	6%	8%
Aucune raison en particulier	7%	8%	7%	7%	8%	6%	9%

*Les répondants ayant la possibilité de sélectionner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100% / **Échantillon de petite taille (n<30); ces données sont présentées à titre indicatif seulement.

RAISON(S) DE NON-UTILISATION D'APP DE RENCONTRE (3/3)



Q6. Pour quelles raisons n'utilisez-vous pas ou plus les applications de rencontre ?

Base : Ceux qui n'utilisent pas les applications de rencontre (n=414). mentions multiples.*

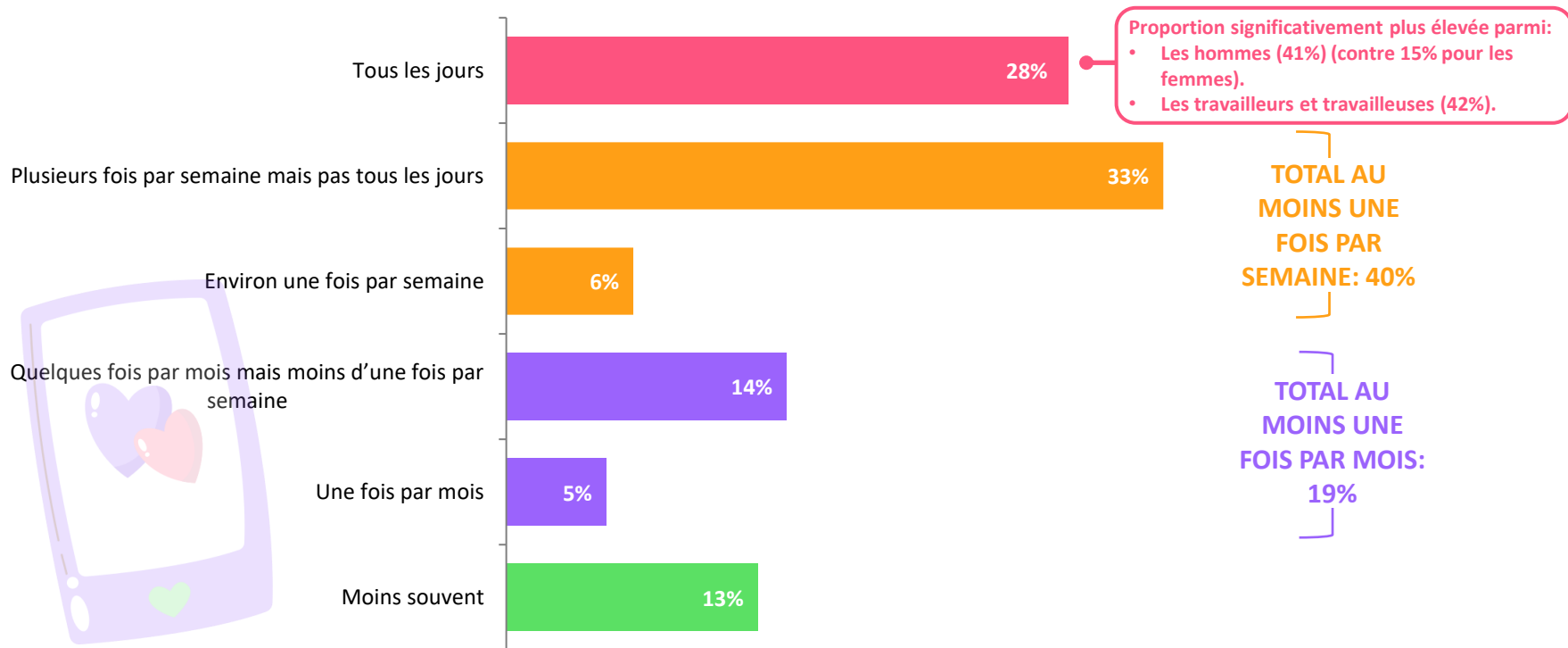
	TOTAL	2SLGBTQIA		Recherche relation			Statut de relation		
		Oui	Non	Oui	Oui, sans engagement	Non	Célibataire	Couple mono. exclusif	Autre
	n = 414	79	330	143	50	235	188	203	23**
Je ne suis pas à la recherche d'une relation	36%	39%	35%	18%	11%	52%	20%	56%	26%
Je préfère faire des connexions en personne	36%	37%	35%	38%	44%	33%	50%	23%	22%
Je trouve les rencontres en ligne superficielles	31%	25%	33%	40%	39%	26%	39%	24%	25%
Je ne pense pas trouver le genre de personne que je recherche	21%	22%	20%	28%	14%	18%	27%	14%	14%
J'ai peur de tomber sur des personnes malveillantes ou dangereuses	20%	21%	19%	25%	37%	15%	30%	10%	12%
Je n'ai pas envie d'être jugé par les autres utilisateurs	11%	10%	11%	14%	14%	8%	15%	6%	15%
Je trouve que cela consomme beaucoup de temps	11%	14%	10%	12%	19%	9%	13%	9%	9%
J'ai peur de tomber sur des personnes que je connais	8%	6%	8%	10%	15%	5%	12%	3%	5%
J'ai eu une mauvaise expérience	7%	5%	8%	6%	17%	6%	9%	6%	6%
Autre	7%	15%	5%	7%	4%	7%	4%	7%	33%
Aucune raison en particulier	7%	3%	9%	8%	10%	7%	10%	6%	-

*Les répondants ayant la possibilité de sélectionner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100% / **Échantillon de petite taille (n<30); ces données sont présentées à titre indicatif seulement.

FRÉQUENCE D'UTILISATION DES APPLICATIONS DE RENCONTRE

Q6A. À quelle fréquence utilisez-vous les applications de rencontre en ce moment ?

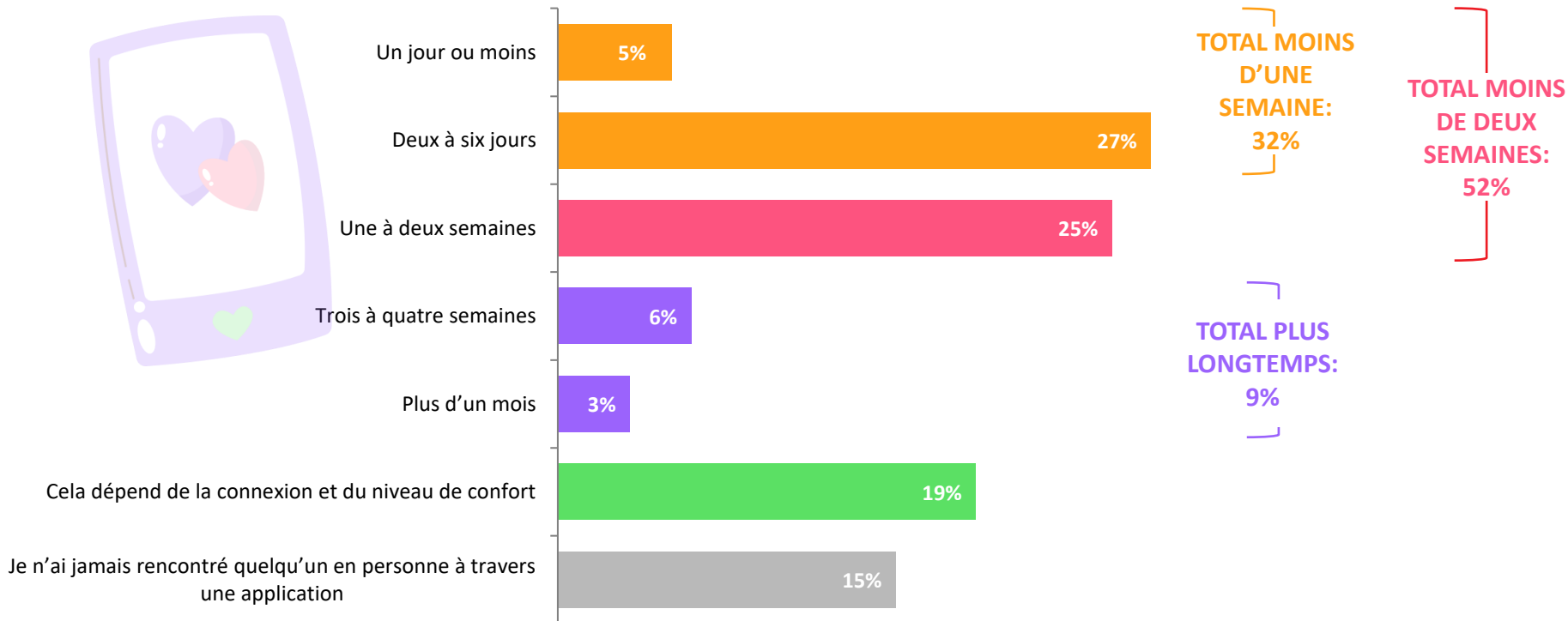
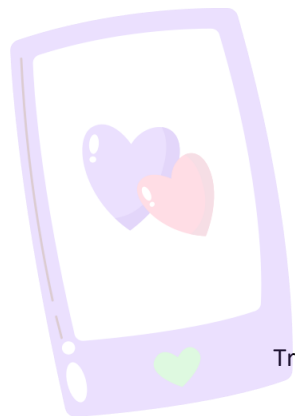
Base : Ceux qui utilisent les applications de rencontre (n=87).



DURÉE DES ÉCHANGES AVANT UNE PREMIÈRE RENCONTRE (1/2)

Q7. Combien de temps échangez-vous avec quelqu'un sur une application de rencontre avant d'avoir une rencontre en personne ?

Base : Ceux qui utilisent ou ont déjà utilisé les applications de rencontre (n=301).



DURÉE DES ÉCHANGES AVANT UNE PREMIÈRE RENCONTRE (2/2)

Q7. Combien de temps échangez-vous avec quelqu'un sur une application de rencontre avant d'avoir une rencontre en personne ?

Base : Ceux qui utilisent ou ont déjà utilisé les applications de rencontre (n=301).

	TOTAL	Genre		Âge		2SLGBTQIA		Recherche relation			Statut de relation		
		H	F	18-21	22-24	Oui	Non	Oui	Oui, sans engagement	Non	Célibataire	Couple mono. exclusif	Autre
n =	301	116	181	119	182	77	222	132	52	131	146	135	20*
TOTAL MOINS D'UNE SEMAINE	32%	42%	22%	24%	40%	29%	33%	33%	42%	26%	30%	36%	21%
Un jour ou moins	5%	7%	3%	4%	6%	3%	6%	9%	3%	3%	5%	5%	4%
Deux à six jours	27%	35%	19%	20%	33%	25%	27%	24%	39%	23%	25%	31%	17%
Une à deux semaines	25%	22%	28%	25%	25%	18%	28%	28%	15%	26%	21%	27%	44%
TOTAL PLUS LONGTEMPS	9%	7%	11%	11%	8%	10%	9%	9%	7%	11%	9%	8%	17%
Trois à quatre semaines	6%	4%	8%	7%	6%	8%	5%	5%	6%	9%	4%	7%	17%
Plus d'un mois	3%	3%	3%	4%	2%	2%	4%	4%	2%	2%	5%	2%	-
Cela dépend de la connexion et du niveau de confort	19%	12%	26%	20%	18%	29%	15%	17%	14%	22%	20%	19%	8%

*Échantillon de petite taille (n<30); ces données sont présentées à titre indicatif seulement.

OPINION ET NOTORIÉTÉ DES APPLICATIONS DE RENCONTRE

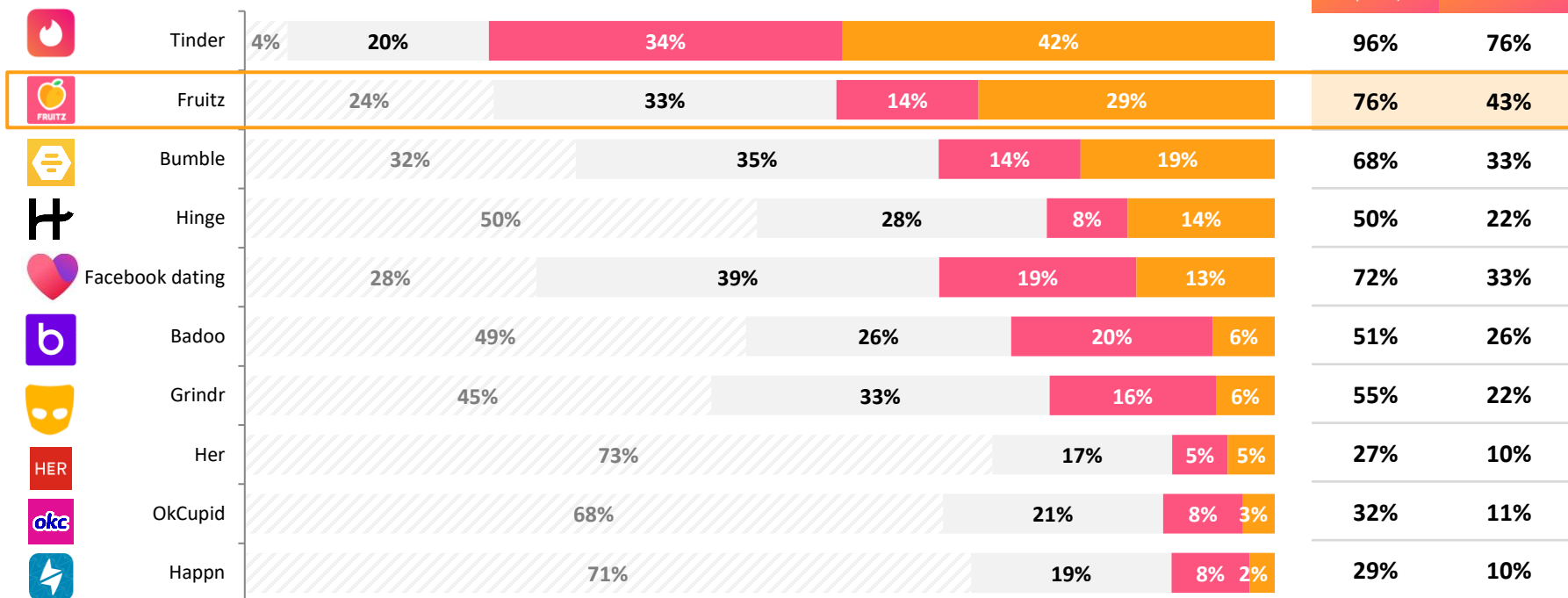
Q8. Avez-vous une bonne ou une mauvaise opinion des applications de rencontre suivantes ?

Base : Tous les répondants (n=501).

▨ Je ne la connais pas du tout
 ▨ Je ne la connais pas assez pour me prononcer
 ■ Mauvaise opinion
 ■ Bonne opinion

NOTORIÉTÉ
 (% Ne la connaît pas assez + % Mauvaise + bonne opinion)

CONNAIT ASSEZ
 (% Mauvaise + bonne opinion)





PROFIL DES RÉPONDANTS

PROFIL SOCIODÉMOGRAPHIQUE

Profil pondéré

Base : Tous les répondants

TOTAL
(n= 501)

GENRE

Hommes	48%
Femmes	49%
Non-binaire	3%

ÂGE

De 18 à 21 ans	25%
De 22 à 24 ans	32%

LANGUE MATERNELLE

Français	69%
Anglais	21%
Autre	10%

RÉGION

Montréal RMR	57%
Québec RMR	10%
Autres	33%

Base : Tous les répondants

TOTAL
(n=501)

ETHNICITÉ

Blanc(he)	71%
PANDC	27%

OCCUPATION

Travailleurs	42%
Étudiants	53%
Autre	4%

2SLGBTQIA

Oui	22%
Non	77%



ÉQUIPE

ÉQUIPE

Pour plus d'informations sur cette étude, veuillez contacter :

Afaf El Haddioui

Directrice de recherche

aelhaddioui@leger360.com

Équipe du projet

Afaf El Haddioui, Directrice de recherche

Inti Salgado, Analyste de recherche

NOS SERVICES

- **Léger**
Recherche marketing et sondage
- **Léger MetriCX**
Services-conseils en expérience client
- **Léger Analytique (LEA)**
Analyse de modélisation de données
- **Léger Opinion (LEO)**
Gestion de panel
- **Léger Communauté**
Gestion de communautés en ligne
- **Léger Numérique**
Stratégie numérique et expérience utilisateur
- **Recherche internationale**
Worldwide Independent Network (WIN)

600
EMPLOYÉS



185
CONSULTANTS



8
BUREAUX

MONTRÉAL | QUÉBEC | TORONTO | WINNIPEG
EDMONTON | CALGARY | VANCOUVER | PHILADELPHIE

NOTRE ENGAGEMENT QUALITÉ



Léger est membre du [Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien \(CRIC\)](#), l'association officielle de l'industrie des études de marché, des sondages et de l'intelligence marketing.



Léger est membre d'[ESOMAR](#) (European Society for Opinion and Market Research), l'association mondiale des professionnels des enquêtes d'opinion et des études marketing. À ce titre, Léger s'engage à appliquer le [code international ICC/ESOMAR](#) des études de marché, études sociales et d'opinion et de l'analytique des données.



Léger est aussi membre d'[Insights Association](#), l'association américaine pour la recherche marketing et l'analytique.



Léger est un commanditaire de [PAIM Canada](#), l'association officielle des professionnels agréés en analytique et intelligence marketing au Canada. PAIM respecte les normes du CRIC en matière de recherche marketing et de recherche sur l'opinion publique. PAIM Canada est approuvée à l'échelle internationale par ESOMAR et le MRII/Université de Géorgie.



LeGER

LA PLUS GRANDE FIRME
DE SONDAGE, DE RECHERCHE
MARKETING ET ANALYTIQUE
À PROPRIÉTÉ CANADIENNE

MONTRÉAL • QUÉBEC

TORONTO • WINNIPEG • EDMONTON • CALGARY

VANCOUVER • PHILADELPHIE

Leger

Comprendre le monde

