

Digital Love: dAIting era

Guilaine De Sousa Lopes, Laure Mangold, Semira Ibrahim

Etudiantes en ingénierie des médias, 1^{ère} année, HEIG-VD

En 1995, Match.com, le premier site de rencontre au monde, est mis en ligne. Presque 30 ans après, les rencontres en ligne sont monnaie courante. Le format web a cédé la place aux applications, avec une tendance à la gamification. La dernière nouveauté en date ? L'intelligence artificielle, avec son lot de bénéfices et de problèmes.

I. INTRODUCTION

En 2012, Tinder a révolutionné le monde des applications de rencontres en ligne grâce à son algorithme sophistiqué et à l'excitation qu'il générerait avec son fameux « swipe ». Depuis, ces plateformes ont évolué de manière significative, intégrant de nouvelles technologies pour améliorer l'expérience utilisateur et répondre aux attentes croissantes des utilisateurs. En 2019 [2], environ 725'000 Suisses et Suissesses utilisaient ces applications chaque mois à la recherche de l'amour, tandis que 500'000 optaient pour des rencontres plus éphémères.

Aujourd'hui, l'intelligence artificielle (IA) se positionne comme le prochain grand bouleversement dans ce secteur [3]. Ses algorithmes avancés permettent une personnalisation accrue, en analysant les comportements, les préférences et les interactions des utilisateurs pour proposer des correspondances plus pertinentes et plus compatibles. De plus, l'IA peut améliorer la sécurité en détectant et en éliminant les profils frauduleux ou inappropriés, et en fournissant des conseils personnalisés pour engager des conversations efficaces.

Malgré ces avancées, un phénomène étrange commence à éroder le succès de ces applications de rencontre : la dating fatigue [4]. Ce sentiment de lassitude, de frustration ou de désintérêt envers ces plateformes survient souvent après une utilisation prolongée, incitant certains à faire une pause et d'autres à cesser de les utiliser définitivement. Toutefois, les innovations technologiques continuent de promettre des solutions pour raviver l'intérêt des utilisateurs et transformer l'expérience des rencontres en ligne de manière inattendue.

II. AI LOVE YOU

À l'ère post-GPT, plus besoin d'envoyer des captures de conversations à son entourage pour obtenir des conseils : il suffit de demander à l'IA. L'application RIZZ, argot anglais pour *charisma*, propose des phrases d'accroche et des réponses pleines d'esprit générées par leur IA dans l'espoir de « fournir une assistance inestimable à des millions d'hommes et de femmes pour qui les rencontres en ligne sont laborieuses. » [5].

Dans la même veine, Whitney Wolfe Herd, co-fondatrice de Bumble, a prédit un futur où chaque profil pourrait recourir à un « *dating concierge* » généré par l'IA qui, à leur place, irait à des centaines de premiers rendez-vous afin de sélectionner la

personne idéale [6].

« L'IA est un outil » [7] n'a cessé de répéter Sam Altman, CEO d'Open.AI, propriétaire de ChatGPT. Une année et demie après le lancement de cette dernière, la démocratisation est fulgurante, l'IA s'insère jusque dans la sphère intime. Toutefois, dans le monde des rencontres en ligne, l'utilisation de cette technologie n'est pas nouvelle.

Lancée en 2019, iris Dating utilise son IA afin de proposer des profils correspondants à ce que ses utilisateur·rices ont jugé attirant suite à une évaluation indispensable de plusieurs photographies d'hommes et/ou de femmes lors de la création de leur compte [8]. Les sites et applications de rencontre introduisent également depuis quelques années des fonctionnalités IA. Un exemple notable est Smart Photos de Tinder, un algorithme de Machine Learning. Ajoutée en 2016, il alterne les photos de profil de leurs usager·ères et change l'ordre établi par elleux au profit des photos générant le plus de swipe à droite. Selon Tinder, utiliser Smart Photos augmenterait de 12% les chances de match [9].

L'utilisation de l'IA n'est pas réservée aux entreprises. Les privés et, en particulier, les escrocs, aussi en jouissent : la création de faux-profil est simplifiée grâce aux générateurs d'image, de voix et aux *chatbots* [10]. Une tendance inquiétante en sachant qu'en 2023, les dommages causés par l'arnaque aux sentiments en Suisse étaient de 4,6 millions de francs suisses [11]. Contre ce phénomène, Bumble, l'application de rencontre gratuite la plus téléchargée sur Google Play Store en Suisse [12], a annoncé en début d'année le lancement d'une fonctionnalité « usant de l'IA pour éliminer les faux profils, le spam et la fraude. [...] bloquant automatiquement 95% des comptes. » [13].

III. AI THQUES ET DÉFIS

La *gamification*, composante incontournable de l'économie de l'attention, n'a pas manqué d'occuper le terrain des applications de rencontre. Tinder transforme la recherche de partenaires en expérience ludique, tout en offrant des gratifications instantanées. Diverses interactions comme les *matches* et les *super likes* stimulent l'ego des utilisateurs, au point d'y passer de longues heures, à la recherche de validation sociale plutôt qu'à établir des relations sincères [14][15].

Il est constaté que la quête de validation peut mener à une addiction, où les utilisateurs font tout pour obtenir des matches. Ceux qui n'obtiennent pas de matches peuvent ressentir une frustration accrue, les incitant à utiliser l'IA pour améliorer leurs

résultats et augmenter leurs chances de succès sur ces plateformes [16].

Le phénomène du *catfishing*, où des individus créent de faux profils pour exploiter d'autres utilisateurs, tire parti de la dynamique ludique des applications de rencontre. Les éléments de gamification, tels que les *swipes* et les *likes*, encouragent des interactions rapides et superficielles, rendant les utilisateurs moins vigilants. Les plateformes de rencontre doivent donc mettre en place des mesures d'authentification robustes pour lutter contre ces abus [17].

Certaines entreprises de rencontres en ligne vont même jusqu'à user de profils IA pour manipuler émotionnellement les utilisateurs dans le but d'augmenter leurs profits. La FTC a révélé que JDI Dating usait de faux profils pour attirer des clients, les incitant à payer pour des services premium. Ces arnaques sentimentales exploitent les émotions des utilisateurs pour des gains financiers soulèvent de sérieux problèmes éthiques [18].

IV. BATAILLE DES GRANDS

La bataille pour le cœur des célibataires en ligne se joue à coups d'innovations technologiques et de stratégies commerciales aiguisées. Dans le secteur florissant des applications de rencontre, les géants comme Match Group – propriétaire de Tinder, OkCupid et PlentyOfFish – affrontent des challengers ambitieux tels que Bumble. En 2023, Match Group a rapporté des revenus annuels impressionnants avoisinant les 3 milliards de dollars [5], tandis que Bumble, avec son approche axée sur l'autonomisation des femmes, a enregistré près de 900 millions de dollars de chiffre d'affaires [6].

À mesure que la concurrence s'intensifie, les entreprises doivent constamment réinventer leurs offres. Les futures orientations de ces plateformes pourraient bien s'articuler autour de l'amélioration des algorithmes de correspondance grâce à l'intelligence artificielle, visant à rendre les rencontres en ligne plus précises et personnalisées [7]. De plus, des améliorations significatives en matière de sécurité et d'expérience utilisateur sont à prévoir, grâce à des technologies avancées de détection et de prévention des comportements inappropriés.

Mais l'innovation ne s'arrête pas là. La réalité virtuelle [8] est en passe de révolutionner les interactions sur ces plateformes. Imaginez des rendez-vous immersifs en 3D où les utilisateurs peuvent se rencontrer dans des environnements virtuels réalistes, ajoutant une nouvelle dimension aux rencontres en ligne. Ces avancées technologiques promettent de rendre les rencontres plus engageantes et authentiques, tout en offrant de nouvelles possibilités à ceux qui cherchent l'amour ou des connexions éphémères.

Stimulé par la concurrence et les avancées technologiques, le marché des applications de rencontre est en pleine mutation. Les entreprises qui sauront intégrer intelligemment l'intelligence artificielle, la réalité virtuelle et d'autres innovations auront un net avantage pour attirer et fidéliser les

utilisateurs, tout en offrant des expériences de rencontre enrichies et sécurisées.

RÉFÉRENCES

- [1] John G. Mabanglo (2019). Les Suisses adeptes des sites de rencontre. Keystone-ATS. Article en ligne <https://www.swissinfo.ch/fr/les-suisses-adeptes-des-sites-de-rencontre/44943338>
- [2] Cédric Villani (2023). L'intelligence artificielle matche déjà avec les applis de rencontre. Libération. Article en ligne <https://vu.fr/uaeng>
- [3] Sandy Kauffmann (2023). La « dating fatigue », ou quand les apps de rencontre nous épuisent. RTS. Article en ligne <https://www.rts.ch/info/suisse/14421792-la-dating-fatigue-ou-quand-les-apps-de-rencontre-nous-epuisent.html>
- [4] RIZZ (2024). RIZZ Story [en ligne] <https://rizz.app/story>
- [5] "Bumble AI Dating Concierge". Forbes Australia, 2024. Disponible sur : <https://www.forbes.com.au/news/innovation/bumble-ai-dating-concierge/>
- [6] Forbes Australia (2024). Bumble AI Dating Concierge [en ligne]. <https://www.forbes.com.au/news/innovation/bumble-ai-dating-concierge/>
- [7] Business Insider (mars 2024). Sam Altman : AI Is a Tool, Not a Creature [en ligne]. <https://www.businessinsider.com/openai-sam-altman-ai-is-a-tool-not-a-creature-2024-3>
- [8] iris Dating (2024). iris Dating [en ligne]. <https://www.irisdating.com/>
- [9] Tinder Pressroom (2024). Introducing Smart Photos For The Most Swipeworthy You [en ligne]. <https://fr.tinderpressroom.com/introducing-smart-photos-for-the-most-swipeworthy-you>
- [10] Bloomberg (14 février 2024). Scammers Litter Dating Apps With AI-Generated Profile Pics [en ligne]. <https://www.bloomberg.com/news/newsletters/2024-02-14/scammers-litter-dating-apps-with-ai-generated-profile-pics>
- [11] 24 Heures (2024). Cybercriminels Actifs Comme Jamais Dans Le Canton De Vaud [en ligne]. <https://www.24heures.ch/cybercriminels-actifs-comme-jamais-dans-le-canton-de-vaud-350508048033>
- [12] Appfigures (2024). Top Apps On Google Play In Switzerland - Dating [en ligne]. <https://appfigures.com/top-apps/google-play/switzerland/dating>
- [13] Bumble Buzz (2024). Bumble Deception Detector [en ligne]. <https://bumble-buzz.com/bumble-deception-detector/>
- [14] Abolfathi, N., & Santamaria, S. (2020). *Dating disruption: How Tinder gamified an industry*. Singapore Management University. Récupérer de [Dating disruption How Tinder gamified an industry.pdf](https://www.smu.edu.sg/~/media/SMU/About%20SMU/Research%20Centres/Center%20for%20Digital%20Marketing/Research%20Publications/Dating%20disruption%20How%20Tinder%20gamified%20an%20industry.pdf)
- [15] Ward, J. (2017). *What are you doing on Tinder? Impression management on a matchmaking mobile app*. Information, Communication & Society, 20(11). Récupéré de [What are you doing on Tinder Impression management on a matchmaking mobile app.pdf](https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10591727.2017.1375000)
- [16] Anderer, J. (2019, 31 juillet). Impossible d'arrêter de swiper : l'addiction aux applications de rencontre alimentée par la solitude et l'anxiété sociale, selon une étude. Study Finds. <https://studyfinds.org/cant-stop-swiping-dating-app-addiction-fueled-by-loneliness-and-social-anxiety-study-finds/>
- [17] Akhsaniyah (2023). Two face personality in identity falsification and catfishing behavior on online dating Tinder. Récupéré de [7-Two face personality in identity hadil cek similarity.pdf](https://www.researchgate.net/publication/368111117)[^]
- [18] Cambridge University Press. (n.d.). Dating sites using fake profiles - Can dating sites post fake profiles to lure in members? FifteenEightyFour. Retrieved June 13, 2024, from <https://www.cambridgeblog.org/dating-sites-using-fake-profiles/>
- [19] Match Group (2024). Investor Relations – Why Invest ? Chiffre disponible en ligne <https://ir.mtch.com/investor-relations/overview/default.aspx>
- [20] Bumble inc. (2024). News Details. Chiffre en ligne <https://ir.bumble.com/news/news-details/2024/Bumble-Inc.-Announces-Fourth-Quarter-and-Full-Year-2023-Results/>
- [21] Ruby Lot-Lavigna (2016). Is this the future of online dating, Article en ligne <https://www.wired.com/story/online-dating-checkd-beacons/>
- [22] Sarah Perez (2021) Match Group details plans for dating "metaverse" Tinder's virtual goods-based economy. Techcrunch. Article en ligne <https://techcrunch.com/2021/11/03/match-group-details-plans-for-a-dating-metaverse-tinders-virtual-goods-based-economy/>