

# Match Group, le roi des applications de rencontres, voit son avenir dans le métavers

En attendant de pouvoir proposer des rendez-vous en réalité virtuelle, le groupe américain doit composer avec le Covid qui grignote sa croissance.

L'activité du leader mondial du marché des applications de rencontre Match Group reste bridée par la crise sanitaire. La maison mère de Tinder et Meetic a annoncé mardi ses résultats pour le quatrième trimestre de 2021. Malgré un chiffre d'affaires de 806 millions de dollars (+24% sur un an) les objectifs ne sont pas atteints, le marché attendait environ 20 millions de plus.

Le groupe a également annoncé une perte de 168,6 millions de dollars sur cette période, là où il avait enregistré un bénéfice un an plus tôt. Une sous-performance attribuée aux restrictions encore en vigueur dans de nombreux pays pour faire face au variant Omicron.

Que reste-t-il des parfums de séduction à l'heure de Tinder? : <https://www.lefigaro.fr/industrie-mode/les-parfums-de-seduction-a-l-epreuve-du-xxie-siecle-20210908>

En plus de l'effet de la crise sanitaire, «le renforcement du dollar américain par rapport à plusieurs autres devises a également eu un impact sur nos performances au quatrième trimestre», a déclaré dans un communiqué la société basée au Texas.

Face à ces résultats plus faibles qu'espéré et une situation qui ne s'améliore pas sur le plan sanitaire, le groupe se voit contraint de raboter ses prévisions pour 2022. Il espérait une hausse de l'ordre de 20% mais ramène ses attentes à 15%. Une nouvelle immédiatement sanctionnée en Bourse, la valeur de l'action Match a perdu 6% lors des échanges prolongés.

## Cap sur le métavers

Pour Shar Dubey, la PDG de Match, l'avenir des applications de rencontre passera probablement par le métavers; un monde numérique parallèle qui pourrait voir le jour dans une décennie. «Nous sommes sûrs d'être bien positionnés», explique-t-elle dans un courrier adressé aux investisseurs.

Du métavers à l'omnivers, les entreprises s'emparent des mondes virtuels : <https://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/du-metavers-a-l-omnivers-les-entreprises-s-emparent-des-mondes-virtuels-20220112>

Pour préparer son entrée dans cet univers, Match a fait l'acquisition d'Hyperconnect en 2021 pour 1,7 milliard de dollars. Cette société sert à la conception de «Single Tune», une application de rencontre où des avatars échangent dans des espaces virtuels, comme un bar ou un restaurant.

«Une plateforme [...] qui ressemble beaucoup plus à la façon dont les gens interagissent dans le monde réel», soulignait la PDG en novembre dernier. Si les tests effectués via Hyperconnect s'avèrent réussis, les fonctionnalités pourraient être ajoutées au reste du portefeuille d'applications du groupe.