

AGENCES MATRIMONIALES

Le contre-pied de l'amour 2.0

Ringardisées par la digitalisation des rencontres amoureuses, les agences matrimoniales résistent à la concurrence. À Genève, l'agence Unicis tire profit des faiblesses du Web pour proposer une offre plus sécurisée et surtout personnalisée

Rossana et Carla n'ont rien de «marieuses *has been*». Ces deux Italiennes issues du monde de la finance respirent l'épanouissement personnel. Elles disent travailler dans une agence de rencontre, et non «une agence matrimoniale». Le charme de leur accent est assumé. Rossana commence: «Nous voulions investir dans le domaine de l'humain.» Carla termine: «Faire quelque chose pour notre bien-être aussi.» Un bel exemple de «matching». Sur l'ordinateur de Rossana justement, la «matching table» d'Excel arbore des couleurs différentes en fonction des membres de l'agence. Un «match» suppose une complémentarité parfaite entre deux clients.

Rossana, malgré son sourire permanent, admet être sous pression: «Nous rencontrons en moyenne trois à quatre personnes par jour. Et on doit gérer l'emploi du temps de nos 350 membres. C'est un vrai métier, avec des responsabilités.» La responsabilité? Chercher, et surtout trouver, l'amour pour un client. Pourtant, l'agence Unicis n'a pas d'obligation de résultat: «L'amour ne se commande pas! Nous aidons simplement le hasard, c'est notre slogan», nous dit Carla. «Notre engagement est de présenter des gens avec un profil adéquat. Les rencontres sont très ciblées.» Dans les agences de rencontres, le client va confier un mandat pour un service, tandis que les sites en ligne proposent des bases de données.

Absence de photos

Les deux associées, perfectionnistes, soignent chaque détail, jusqu'au mobilier de leur agence genevoise. «L'intérieur a été pensé avec un psychologue pour que nos membres se sentent à l'aise et en confiance.» Rossana et Carla sont établies à Genève depuis deux ans. «Dans la région, la demande est très forte. Nous mettons en relation des gens habitant en Suisse et en France voisine.» Les membres de l'agence correspondent à trois tranches d'âge: «Les jeunes, dès 26 ans, recherchent un compagnon de vie. Puis nous avons les 35-45 ans, souvent divorcés. Et enfin, les seniors, qui sont les plus sympathiques. Ils ne sont pas stressés par leur horloge biologique! Ils veulent seulement partager les petits bonheurs de la vie avec quelqu'un.»

C'est même une obsession! Nos membres demandent presque toujours des personnes plus jeunes.

Surconnectées, elles ont su profiter de l'avènement numérique, tout en conservant l'identité de l'agence de rencontres traditionnelle. «Unicis existe depuis quarante-trois ans. Nous sommes donc une agence ancienne qui profite des moyens modernes. Nous utilisons beaucoup les réseaux sociaux. Mais nous travaillons sans photos! Nous offrons un descriptif physique bien sûr, mais surtout du caractère.» Un choix qui surprend les nouveaux clients.

Pour Rossana, le physique prend une place trop importante dans le choix du partenaire idéal. «Les femmes sont très portées sur l'apparence. Elles regardent les cheveux, les dents, la propreté des mains. Si l'homme n'est pas rasé, elles considèrent que le rendez-vous est pris à la légère.» L'âge est aussi un critère prépondérant. «C'est même une obsession! Nos membres demandent presque toujours des personnes plus jeunes. Un monsieur de 60 ans souhaitait rencontrer une jeune femme de 35 ans. Mais là, on refuse!» Ces demandes incongrues restent fréquentes, et depuis peu un nouveau type d'appels fait sourire les deux Italiennes: «Des messieurs nous demandent s'ils peuvent «nous aider»... Nous n'avons pas tout de suite compris, mais ce sont des gigolos.»

Rossana et Carla agissent comme un filet de sécurité, une caractéristique qui les différencie des sites de rencontre en ligne. «Nous assurons le contrôle des identités de nos membres.» Elles demandent les papiers d'identité et le permis de séjour. Néanmoins, elles n'en diront pas plus sur leurs méthodes.

Les déçus du Web

L'agence attire de nombreux déçus des sites de rencontre en ligne. Selon Rossana, «avec Internet, il est facile de se cacher derrière son écran. Les faux profils sont nombreux. Nous, on est vraiment dans la réalité.» Les petites annonces publiées sur le site de l'agence vont du chauffeur de taxi au banquier. «Nous avons autant d'hommes que de femmes. Il faut aussi compter avec une diversité générationnelle et des niveaux sociaux différents.»

Lire aussi: [L'amour sous le règne de Tinder](#)

Rossana et Carla écoutent leur instinct et surtout les attentes de leurs membres. «Les gens s'ouvrent et partagent leur vie. Nous faisons beaucoup de psychologie. Il faut savoir lire entre les lignes et analyser le langage corporel.» La démarche pour trouver sa moitié grâce à des structures professionnelles s'est décomplexée. Mais pour Stephen Vasey, sociologue, thérapeute de couple et auteur du livre *Laisser faire l'amour*, le recours à une agence matrimoniale revient à «un rendez-vous chez le psy. Et cela donne un nouvel espoir. J'observe le désespoir et la profonde nostalgie d'être à deux. Les gens sont prêts à payer et pour certaines personnes, c'est même une priorité.»

Payer pour trouver l'amour..

Rossana et Carla jugent les clients très exigeants. «Et exigeant, c'est gentil! Parfois, ils veulent aller trop vite et consommer leurs relations. Ils gèrent leur vie amoureuse comme une entreprise», raconte Carla. Rossana cherche à ralentir le rythme: «Les gens sont impatientes et intolérants. Un doute? On jette. Il faut travailler sur l'amour, faire des efforts. Vu que les gens paient, ils veulent un retour sur leur investissement.»

Des personnes «vulnérables»

Stephen Vasey ne doute pas du travail effectué par les agences matrimoniales, «mais les gens qui cherchent l'amour sont vulnérables et les agences surfent sur leur désespoir en vendant du rêve. Reste aux gens d'être responsables d'eux-mêmes.» Mais pour Carla, ce que cherche leur clientèle, c'est «être pris par la main». Après l'inscription, le premier rendez-vous est programmé dans les deux à trois semaines suivantes.

Pour commencer, Carla et Rossana conseillent de prendre un verre. «A la fin du rendez-vous, on appelle nos clients pour savoir comme ça s'est passé. S'ils souhaitent continuer, on les laisse faire et on prend des nouvelles régulièrement.» Loin d'être intrusives, les deux femmes sont aussi là pour soulager leurs membres d'une tâche délicate: «S'ils ne sont pas intéressés, on peut appeler la personne pour eux. On explique que l'on ne va pas donner suite, sans donner trop de détails. C'est souvent un manque de feeling, ce n'est jamais très négatif.»

Un couple modèle

Le feeling, Anne l'a tout de suite ressenti avec son troisième «match». Nous la retrouvons sur Skype depuis son domicile à Vevey, toujours grâce à l'hyperconnectivité de Carla et Rossana. Lui 51 ans, sans enfants, et elle 44 ans, avec trois enfants. Anne le dit elle-même: «Je n'ai pas le genre de profil attrayant!» Divorcée en 2013, elle a attendu dix-huit mois pour s'inscrire chez Unicis. «J'ai testé Meetic, mais cela prend trop de temps et les informations ne sont pas vérifiées. Je travaille beaucoup, il m'est donc difficile de m'occuper de ma vie sociale.» Les agences matrimoniales? Elle pensait qu'elles avaient disparu. Sur les conseils d'une amie, elle rencontre les deux Italiennes. «J'ai apprécié le fait d'être reçue et écoutée. C'est une expérience inédite et drôle finalement!»

Anne ne croit plus au coup de foudre, mais lorsqu'elle rencontre Philippe, la connexion est réelle. Aujourd'hui, elle le surnomme «Amour». Le couple ressemble à deux modèles photos issus d'une campagne publicitaire. Tout a été très vite entre eux: deux rendez-vous, un week-end à la montagne et au bout de quatre mois, ils emménagent ensemble.

Anne reconnaît que son degré d'exigence était haut et s'estime chanceuse. «Nous nous sommes mariés en mars dernier. Ce n'était pas la robe blanche, on est d'accord! Vous m'auriez parlé d'une agence matrimoniale il y a dix ans, je vous aurais dit mais où est la spontanéité?» Désormais, Anne recommande ces agences de rencontres à qui veut bien l'entendre: «Cela a peut-être un coût, mais par rapport au travail effectué... cela n'a pas de prix comparé à des années de bonheur.»...