Gleeden

Dossier de Presse 2024 – France





Le saviez-vous ?

Gleeden est la contraction de Glee (joie en anglais) et de Eden (en référence au Jardin d'Eden de la Genèse)

Gleeden, des rencontres extra-conjugales en toute discrétion

Lancée en France en décembre 2009, Gleeden est la première plateforme de rencontres spécialement pensée pour les personnes mariées ou en couple à la recherche d'aventures extra-conjugales.

Ce concept inédit est né d'un constat simple : environ 30% des membres inscrits sur les sites de rencontres « classiques » n'étaient en réalité pas célibataires et mentaient sur leur statut marital. Toute histoire découlant d'une rencontre dans ce cadre était donc basée sur un mensonge et une incompréhension en termes d'attentes et de perspectives.

Gleeden répond donc à une véritable demande en proposant un site et une application communautaire premium où les membres peuvent assumer sans hypocrisie leurs envies de rencontres extra-conjugales. Discrétion, sécurité et confidentialité y sont les maîtres-mots.

Pionnier et leader sur le marché de la rencontre pour personnes mariées ou en couple, Gleeden compte aujourd'hui une communauté de plus de 11 millions de membres.

GLEEDEN : LES CHIFFRES CLÉS



1ère

plateforme de rencontres en ligne en Europe dédiée exclusivement aux personnes mariées ou en couple

+11

millions d'utilisateurs à travers le monde

Environ

60%

d'hommes inscrits

Environ

40%

de femmes inscrites

Leader des rencontres extra-conjugales depuis

15 ans

12%

des membres recherchent des relations homosexuelles ou bisexuelles

85%

des membres appartiennent à une CSP+

38%

des échanges sur Gleeden débouchent sur un rendez-vous dans les 10 jours suivants

GLEEDEN, LA RENCONTRE SELON LES FEMMES







Le saviez-vous ?

69%** des Françaises considèrent que Gleeden est une plateforme **efficace pour avoir une aventure extra-conjugale

(étude IFOP Avril 2022)

Pensé par des femmes pour des femmes

Concept unique au monde, Gleeden est pensé au quotidien par des femmes pour les femmes. Du marketing à la communication, en passant par le design et l'éditorial, ce sont des équipes 100% féminines qui s'adressent aux femmes. Parlant le même langage, elles comprennent leurs besoins et partagent les mêmes valeurs.

Le site préféré des femmes mariées

Grâce à un design soigné et des fonctionnalités spécialement développées pour elles, les femmes sont reines sur la plateforme et disposent d'un espace privilégié pour cultiver leur jardin secret en toute tranquillité. Ce sont elles qui décident et elles sont de plus en plus nombreuses à se connecter chaque jour.

Gleeden s'entoure d'expert(e)s

Dans un contexte d'héritage socio-culturel qui a longtemps pardonné les incartades masculines plus que féminines, Gleeden travaille avec un cercle d'expert(e)s pour faire avancer les mentalités sur le sujet polémique de l'infidélité et de la liberté dans le couple. Ecrivain(e)s, sexologues, conseillers/ères conjugaux, coachs de vie, bloggeurs/ses, astrologues... une dizaine d'expert(e)s interviennent régulièrement sur le site et partagent leurs réflexions avec les membres.

DES FONCTIONNALITÉS POUR TOUJOURS PLUS DE DISCRÉTION

L'équipe technique de Gleeden développe régulièrement de nouvelles fonctionnalités pour garantir toujours plus de discrétion et sécurité à notre communauté



Le bouton panic permet aux membres de se déconnecter du site très rapidement et d'être redirigés vers la page de leur choix en cas d'urgence. Cette sortie de secours est également disponible en tapant 2 fois de suite sur la touche « ECHAP » du clavier.



Le book privé est un espace intime où les membres peuvent dévoiler leurs photos personnelles en toute discrétion. Les membres ont la possibilité de ne donner l'accès à cet album qu'aux personnes de leur choix en validant ou non les demandes d'ouvertures du book.



Partout, tout le temps :

Gleeden est accessible sur l'ensemble de vos appareils (ordinateurs, mobiles et tablettes) pour vous accompagner où que vous soyez.



Icone discrète :

L'icône Gleeden classique violette en forme de pomme peut être modifiée en une icône plus générique afin qu'elle puisse se confondre avec les autres applications du téléphone.





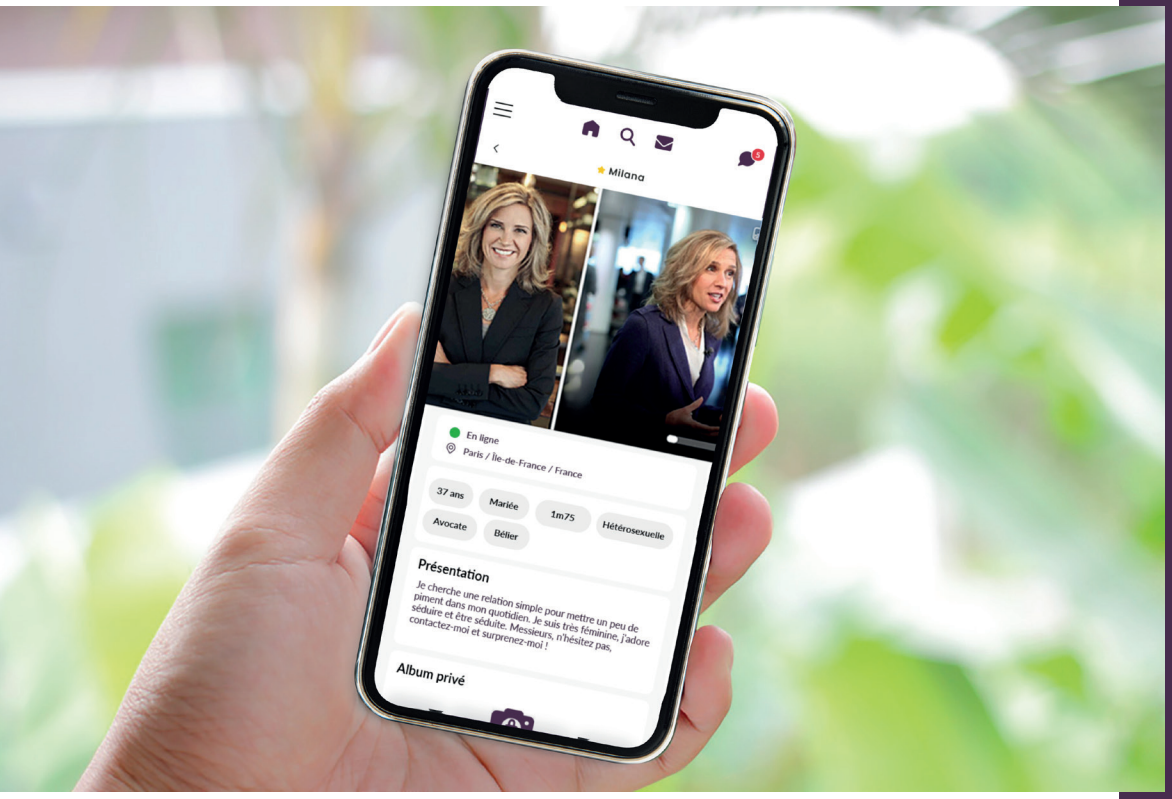
Shake to exit : La fonctionnalité "shake to exit" (comprenez "secouez, déconnectez") permet aux utilisateurs de Gleeden de quitter l'application en un seul geste (une secousse de téléphone) avant d'être redirigé vers une page définie au préalable et éviter ainsi d'éveiller les soupçons d'un(e) conjoint(e) débarqué à l'improviste.



Mode discret : Imaginé par Gleeden, le "mode discret" permet de changer l'interface violette caractéristique de l'application mobile pour passer à un thème bleu, semblable à un réseau social qui permet d'utiliser l'application discrètement en tout lieu et en toutes circonstances.

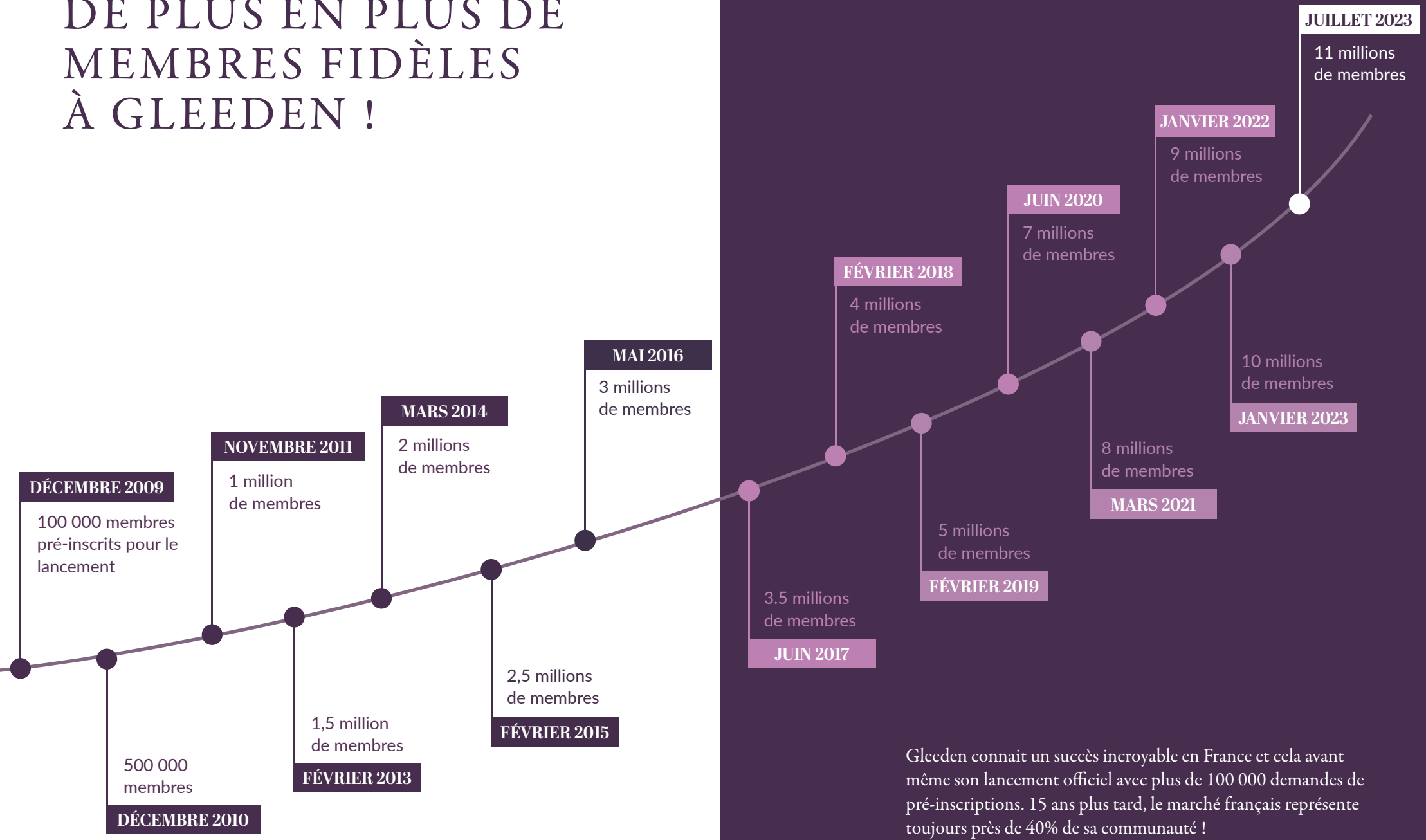
SÉCURITÉ ET CONFIDENTIALITÉ

Sécurité et confidentialité sont au cœur des priorités de Gleeden. Ainsi, la marque s'efforce de mettre en place de nouveaux services, toujours plus performants afin de fournir à ses utilisateurs un espace sécurisé et confidentiel.



- *Libellé de paiement anonyme*
- *Système de protection des données personnelles*
- *Politique de modération intransigeante 24h/7*
- *100% des membres inscrits vérifiés*
- *Système de report d'abus pour les utilisateurs*
- *Possibilité de payer avec des cryptomonnaies*

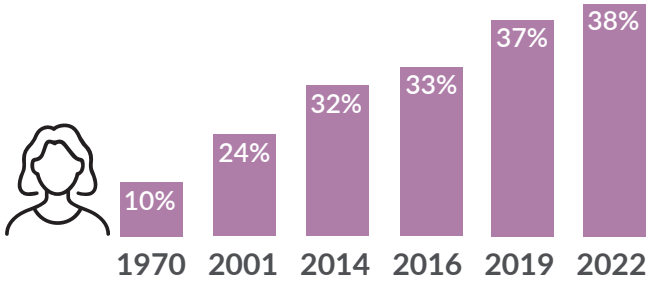
DE PLUS EN PLUS DE MEMBRES FIDÈLES À GLEEDEN !



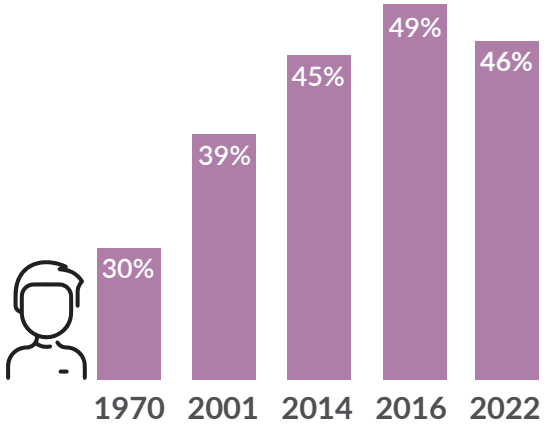
Gleeden connait un succès incroyable en France et cela avant même son lancement officiel avec plus de 100 000 demandes de pré-inscriptions. 15 ans plus tard, le marché français représente toujours près de 40% de sa communauté !

OBSERVATOIRE DE L'INFIDÉLITÉ EN FRANCE

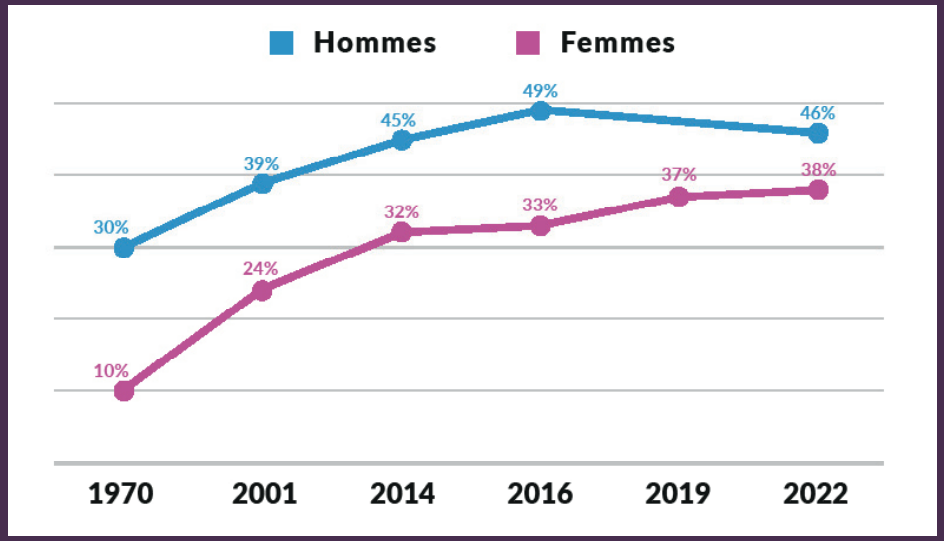
L'infidélité féminine en hausse continue



L'infidélité masculine en légère baisse



L'écart entre l'infidélité masculine et féminine se resserre



• Septembre 1970 : Étude de l'Ifop pour le Planning Familial réalisée par questionnaire auto-administré du 20 juin au 25 septembre 1970 auprès de 2 625 personnes âgées de 20 ans et plus, extrait d'un échantillon représentatif de 5 400 personnes âgées de 15 ans et plus résidant en France métropolitaine.

• Septembre 2001 : Étude de l'Ifop pour M6 réalisée par téléphone du 20 au 21 septembre 2001 auprès d'un échantillon de 953 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. La question était alors formulée de la manière suivante : «Avez-vous déjà été infidèle ? »

• Avril 2014 : Étude de l'Ifop pour Marianne réalisée par questionnaire auto-administré en ligne du 7 avril au 7 mai 2014 auprès d'un échantillon de 7 403 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

• Avril 2016: Étude de l'Ifop pour Gleeden réalisée par questionnaire auto-administré en ligne du 14 au 17 mars 2016 auprès d'un échantillon de 2 003 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

• Avril 2019: .Étude Ifop pour Gleeden réalisée par questionnaire auto-administré en ligne du 11 au 15 avril 2019 auprès d'un échantillon de 1004 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

• Avril 2022 : Etude Yougov pour Gleeden réalisée par questionnaire auto-administré en ligne du 15 au 21 avril 2022 auprès d'un échantillon de 1023 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus

GLEEDEN À LA TV



Cette publicité, également disponible en version allongée de 40 secondes, est diffusée sur les chaines du groupe M6.

C’est lassant le flan !

Comment est-il possible qu’un dessert aussi généreux et délicieux que le flan puisse devenir à la longue aussi lassant ?

En s’inspirant des codes du « foodporn », le dernier spot TV de Gleeden met en scène la réflexion intérieure d’une femme au moment de choisir son dessert. Alors que, comme d’habitude, elle s’apprête à choisir un flan, doux et rassurant, elle s’interroge sur les autres options qui s’offrent à elles, telles qu’un éclair au chocolat ou bien des abricots…

En utilisant le dessert comme métaphore de la vie de couple, ce spot TV Gleeden 2021, réalisé collaboration avec l’agence Claim (groupe Reworld Media, suggère qu’il est normal de s’interroger sur ses envies de nouveauté… et de parfois y succomber !



Secouez-déconnectez

Imaginée pour promouvoir l'application mobile, cette publicité drôle et décalée met en scène un couple en plein rendez-vous galant. Alors qu'ils sont en train de passer du bon temps sur le canapé du salon, on entend une clé se tourner dans la serrure... La femme se saisit alors de son téléphone et le secoue, faisant apparaître une équipe de déménageurs bien décidés à effacer toute trace de l'amant !



Créé en 2017 en collaboration avec l'agence 87 secondes, ce spot met en scène une des fonctionnalités phares de l'application, le « secouez, déconnectez ». Elle permet aux utilisateurs de Gleeden de quitter l'application en un seul geste (une secousse de téléphone) avant d'être redirigé vers une page définie au préalable et éviter ainsi d'éveiller les soupçons d'un(e) conjoint(e) débarqué à l'improviste.

Un spot TV pétillant et amusant que les téléspectateurs ont pu découvrir sur les chaînes du groupe Canal +.



L'Amanturière

Déclinée en print, en radio et en TV, la campagne Gleeden 2016 met l'accent sur la douceur et la féminité, présentant la marque au grand public à travers la figure de l'Amanturière, une « femme mariée s'accordant le droit de vivre sa vie avec passion ».

Ce spot, pure, sexy sans être vulgaire, a un message fort : l'infidélité n'est pas un acte contre son partenaire officiel mais un moyen de se sentir à nouveau vivante, libre, féminine et passionnée.

GLEEDEN CRÉÉ L'ÉVÈNEMENT

Depuis sa création, Gleeden s'impose comme une marque pétillante et créative toujours à la recherche de nouvelles initiatives pour bousculer les idées reçues et agiter les consciences.



Gleeden Talent Show

Le Gleeden Talent Show est un concept novateur de stand-up réunissant sur scène les nouveaux talents du rire afin de mettre à l'honneur les relations amoureuses sous toutes leurs formes.

Créé en 2020 en collaboration avec la société de production Talent Show, le « Gleeden Talent Show » donne l'opportunité aux jeunes talents de l'humour de performer dans la salle prestigieuse de l'Apollo Théâtre à Paris. Extraits de spectacles en rodage ou sketchs inédits, le seul mot d'ordre est de s'amuser des relations de couples ! Rencontres, 1er rendez-vous, mariage, infidélité... aucun sujet n'est épargné !

Les premières éditions du « Gleeden Talent Show » ont été un véritable tremplin pour quelques pépites de l'humour telles qu'Edgar Yves, Alex Fredo, Samuel Bambi, Morgane Cadignan, Joe Brami, David Azria, Julien Bing, Edouard Deloignon, Elsa Barrere, Timothé Poissonnet ou encore William Pilet.

Cette année, deux nouvelles éditions auront lieu en mars et en octobre afin de mettre en lumière des talents encore plus exceptionnels !



L'Amanturière

L'EAU DE PARFUM

Gleeden



En juin 2018, Gleeden lance son propre parfum en édition limitée. C'est la première fois qu'un site de rencontres s'immerge dans le monde de la parfumerie.

Une fragrance spécialement développée pour représenter la femme moderne, libre, indépendante et pleine d'assurance. Une femme qui assume ses envies et qui ne craint pas de faire l'expérience de l'inconnu.

Après de longs mois de réflexion et de recherches, ce parfum a été élaboré afin d'encourager chaque femme à réveiller l'Amanturière qui sommeille en elle. L'alliance parfaite entre tentation et féminité.

Dominé par des notes de poivre rose, d'orange, de citron ou encore de café et de jasmin, il réveille les instincts de celles qui le portent mais aussi de celles et ceux qui le respirent.

La Journée de l'infidélité

Le 24 avril 2013, Gleeden lançait la première Journée de l'Infidélité. Un concept simple et efficace : encourager les gens à être infidèles à leurs habitudes de vie et de consommation au moins une fois dans l'année afin de les faire sortir de leur train-train quotidien.

Ainsi, chaque 24 avril (le jour de la St-Fidèle), Gleeden célèbre cette journée en organisant différentes actions ou évènements en ligne.

En 2016, Gleeden va plus loin en ouvrant la première Boutique de l'Infidélité en plein cœur de Paris ! Le temps d'un weekend, les passants curieux ont pu s'initier à différents ateliers anti-routine et faire le plein d'idées pour bousculer leur quotidien.









GLEEDEN S'ENGAGE

Gleeden est également une marque engagée qui soutient chaque année la recherche contre le cancer du sein en récoltant des fonds auprès de sa communauté pour les reverser à l'institut Gustave Roussi, 1er centre de lutte contre le cancer en Europe.



« Un vrai film de boobs »

En octobre dernier, afin de sensibiliser à la prévention contre le cancer du sein, Gleeden s'associe à CEROHM et sponsorise « un vrai film de boobs » imaginé par Antoine de Bujadoux, réalisateur primé des "Un vrai film de boules".

Porté par Malika Ménard, Eléonore Sarrazin et Marie-Christine Adam, "Un vrai film de boobs" se déroule dans une boulangerie, joue sur un vocabulaire à double-sens, et explique les gestes de l'autopalpation dans un décor pop et chaleureux. C'est avec un ton décalé, en utilisant la métaphore des meringues et des petits choux, que Gleeden et CERHOM souhaitent largement sensibiliser au cancer le plus fréquent chez les femmes. L'objectif est de désacraliser l'autopalpation pour l'ancrer naturellement dans les habitudes des Françaises.

TOUT CE QUE VOUS IGNORIEZ SUR L'INFIDÉLITÉ

Fort d'une communauté de plus de 9 millions de membres, Gleeden lance régulièrement des études et sondages afin de mieux appréhender certaines thématiques telles que l'amour, la jalousie, les relations de couples etc. Des données exclusives permettant d'avoir une meilleure compréhension des motivations et inspirations des personnes à la recherche d'aventures extra-conjugales.

Le saviez-vous ?

Le jour où vous avez le plus de risques de vous faire tromper

Le second lundi suivant la rentrée des vacances de Noël est le moment privilégié des infidèles pour chercher activement un(e) amant(e). Cette année, c'était le lundi 15 janvier

** Estimation réalisée à partir des pics de trafic constatés sur le site les années précédentes*

L'infidélité serait-elle héréditaire ? 46% des infidèles proviennent de famille où l'un des parents était également infidèle.

**Sondage en ligne Gleeden.com, mené du 28 septembre au 5 octobre 2015 auprès de 10 024 membres européens hommes et femmes.*

67% des français ont déjà été infidèles en vacances. 23% l'ont même été lors de vacances en famille

** Sondage en ligne mené du 19 au 29 juin 2017 auprès de 3612 hommes et 3592 femmes membres de Gleeden en France*

73% des femmes ont trompé leur conjoint car il était trop peu impliqué dans les tâches quotidiennes

** Etude Gleeden.com menée du 26 octobre au 2 novembre 2016 auprès de 10 081 membres européens féminins*

87% des femmes infidèles justifient leurs envies d'aventures extraconjugales par un manque de tendresse et d'affection au sein de leur couple

** Sondage Gleeden réalisé en ligne du 10 au 16 janvier 2022 auprès de 11 362 membres féminins en France, Belgique et Suisse ayant déclaré avoir eu au moins un amant en 2021.*

61% des femmes estiment que la pratique excessive des jeux vidéo par leur conjoint les a poussées à l'infidélité.

** Sondage en ligne mené du 01 au 07 octobre 2018 auprès de 7 031 membres féminins ayant déclaré avoir déjà été infidèles à leur partenaire.*

Les signes astrologiques le plus infidèles

#1 Sagittaire
#2 Gémeaux
#3 Bélier
#4 Verseau
#5 Lion

** Classements réalisés à partir des dates de naissances renseignées par les membres Gleeden inscrits depuis Janvier 2019 en France et en Belgique.*

TOP 5 des villes françaises où on trompe le plus

#1 Lille
#2 Paris
#3 Bordeaux
#4 Lyon
#5 Versailles

** Classement effectué à partir du nombre d'inscrits par ville en France sur Gleeden constaté en mars 2021 versus le nombre d'habitants par ville en France selon les derniers chiffres communiqués l'INSEE.*

Retrouvez toutes nos dernières études et données sur l'espace presse :
www.pressroom.gleeden.com

Gleeden

Pour des rencontres EXTRA-conjugales !

www.gleeden.com