

## #MoiJeune – Saint-Valentin

### 80 % des jeunes voient encore le couple comme un idéal de vie

À l'occasion de la Saint-Valentin, 20 Minutes dévoile les résultats de sa nouvelle enquête #MoiJeune réalisée avec OpinionWay, consacrée au rapport des 18-30 ans à l'amour et aux relations. Si les modèles relationnels s'ouvrent et que les normes évoluent, les jeunes restent massivement attachés au couple, tout en exprimant davantage de doutes, de lucidité et de nouvelles attentes.

#### 43 % en couple, 9 % en relation libre : des trajectoires amoureuses qui se diversifient

La part de jeunes en couple reste stable en un an (43 %), tandis que le célibat recule nettement : 44 % se déclarent célibataires, contre 50 % l'an dernier.

Autre signal fort de l'évolution des relations : 9 % des jeunes se disent aujourd'hui en relation libre, soit une progression de 7 points en un an, avec une répartition quasi équivalente entre femmes et hommes.

#### 34 % des jeunes se définissent autrement qu'hétérosexuels

Marqueur générationnel fort, plus d'un tiers des 18-30 ans déclarent une orientation autre qu'hétérosexuelle. Dans le détail, 12 % se définissent comme bisexuel(le)s, 9 % comme homosexuel(le)s et 6 % comme hétéro-curieux/se.

Cette ouverture coexiste avec un retour assumé à certaines normes affectives, illustrant une génération à la fois plus fluide dans les identités et très attachée à l'idée de relation stable.

#### 75 % estiment que les hommes se sentent encore obligés d'inviter au premier date

Si près de 60 % des jeunes jugent dépassée la norme selon laquelle l'homme doit inviter la femme lors d'un premier rendez-vous, les pratiques restent marquées par des attentes genrées.

75 % pensent que les hommes se sentent encore obligés d'inviter, et 77 % estiment que les femmes attendent encore souvent d'être invitées.

Par ailleurs, 38 % des jeunes considèrent que le fait qu'un date accepte d'être invité signifie une envie d'aller plus loin, une perception largement masculine.

#### 42 % ont déjà utilisé une IA dans leur vie amoureuse

L'intelligence artificielle s'invite aussi dans l'intimité : 42 % des jeunes déclarent l'avoir déjà utilisée dans leur vie amoureuse.

Un quart y a eu recours pour demander des conseils émotionnels ou trouver des idées d'activités, 17 % pour rédiger un message délicat (rupture, conflit) et 12 % pour préparer un date.

## 85 % adhèrent à l'idée que "douter, c'est le contraire de s'en foutre"

La phrase d'Orelsan fait largement consensus auprès des 18–30 ans. Une conclusion symbolique : chez les jeunes, le doute n'est pas un désengagement, mais une preuve d'implication émotionnelle et de sincérité dans les relations.

**Important :** Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : *étude #MoiJeune 20 Minutes – OpinionWay* et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

**Méthodologie :** \*Étude #MoiJeune 20 Minutes x OpinionWay, réalisée en ligne du 28 janvier au 05 février 2026 auprès d'un échantillon représentatif de 402 jeunes âgés de 18 à 30 ans, selon la méthode des quotas.

**À propos de #MoiJeune :** #MoiJeune est une initiative de 20 Minutes lancée en mars 2016 pour offrir une voix à la jeune génération. En partenariat avec OpinionWay, cette démarche a engagé plus de 3 500 jeunes et réalisé plus de 35 000 interviews pour dresser un portrait nuancé et authentique des 18-30 ans.

**A propos de 20 Minutes :** Créé en 2002, 20 Minutes est un éditeur d'information indépendant détenu à parts égales par le groupe SIPA-Ouest-France et par le Groupe Rossel. Encourager l'éveil citoyen, la culture et la participation sociale, telle est l'ambition de 20 Minutes depuis 2002 grâce à un écosystème média puissant : 15 millions de Visiteurs Uniques par mois, 138 millions de vidéos vues, 7,3 millions d'abonnés à ses réseaux sociaux. Actualité générale, politique, sports, économie, santé, conso, vie pro, culture,... 20 Minutes accompagne ses lecteurs au quotidien. La chaîne locale 20 Minutes TV, regardée par 449 000 franciliens vient compléter l'offre.

### **Contacts presse 20 Minutes :**

Sarah Garcia Del Rio [sgarcia@20minutes.fr](mailto:sgarcia@20minutes.fr) 06 98 06 08 43