



Les agences matrimoniales et la loi

publié le **01/03/2016**, vu **2610 fois**, Auteur : [Maître Aurélie THUEGAZ](#)

La légalité des agences de courtage matrimonial : Le courtage matrimonial en ligne et la loi
Avec l'avènement de l'internet le courtage matrimonial s'est métamorphosé, et nous avons assisté ces dernières années au développement de grosses entreprises pure players comme Meetic ou Attractive World. Est-ce que ces entreprises peuvent faire ce qu'elles veulent ?

La légalité des agences de courtage matrimonial :

Le courtage matrimonial en ligne et la loi

Avec l'avènement de l'internet le courtage matrimonial s'est métamorphosé, et nous avons assisté ces dernières années au développement de grosses entreprises *pure players* comme Meetic ou Attractive World. Est-ce que ces entreprises peuvent faire ce qu'elles veulent ?

D'abord il ne faut pas oublier qu'ils doivent respecter la loi qui régule le courtage matrimonial. Selon l'article 6 de la loi du 23 juin 1989 relative à l'information et à la protection des consommateurs,

« L'offre de rencontres en vue de la réalisation d'un mariage ou d'une union stable, proposée par un professionnel, doit faire l'objet d'un contrat écrit. »

En plus de cela, le professionnel doit respecter plusieurs règles de forme (préciser son nom, son siège social, le prix, etc.) faute de quoi le contrat est nul. Les annonces elles-mêmes sont aussi règlementées : en plus de l'adresse et du téléphone de la personne contractante, une annonce doit préciser son âge, sa situation familiale, son secteur d'activité, sa région de résidence, et ce qu'elle veut trouver comme qualités chez la personne qu'elle recherche.

De plus les professionnels du courtage encourent des sanctions pénales s'ils paient quelqu'un pour répondre à une annonce, ou encore s'ils mettent en relation un client avec une personne fictive. Ils doivent aussi respecter la loi sur les contrats en ligne, qui impose des règles spécifiques quant à l'information et la rétractation du consommateur.

Au-delà de ces règles de base, il est intéressant tant pour les entreprises de rencontre en ligne que leurs clients de se pencher sur ce que dit la jurisprudence. La question s'est posée de savoir si un contrat de courtage matrimonial conclu avec un homme marié est valide. En effet, il arrive que les clients de ces entreprises ne disent pas la vérité sur leur situation familiale, ou s'inscrivent sur des sites dont l'argument de vente est l'adultère comme Gleeden qui attise la colère des associations religieuses.

Est-ce que le contrat de courtage contracté avec une personne mariée contrevient à l'ordre public et aux bonnes mœurs consacrés par le Code civil ? La Cour de cassation a répondu par la négative (Cass. 1^{ère} Civ. 4 nov. 2011, n°10-20114), mais il faut prendre en compte le fait que la personne en cause était en instance de divorce, et les juges n'ont pas voulu sanctionner un homme qui voulait se remarier et à qui on reprochait d'anticiper son avenir.

Il faut également se rappeler que la demande portait sur la validité du contrat et non sur le comportement du client. Lorsqu'il s'agit de décider si ce dernier a contrevenu aux devoirs du mariage, les juges ont tendance à condamner l'époux qui cherche à nouer des relations en ligne. Dans le contexte d'un divorce pour faute, il a été prononcé aux torts exclusifs du conjoint volage pour violation des obligations du mariage, alors qu'il n'y avait eu aucune concrétisation charnelle (Cass. 1^{ère} Civ. 30 avril 2014, n°13-16649).

Cette position des juges a de quoi rendre perplexe. Juridiquement elle tient (ce ne sont pas les mêmes règles que l'on cherche à faire respecter selon qu'on attaque un contrat ou une personne mariée), mais elle est contradictoire d'un point de vue moral. Aujourd'hui les professionnels n'ont aucune responsabilité par rapport à ce genre de dérive, tandis que leurs clients peuvent parfaitement être jugés sévèrement pour avoir eu recours à leurs services.

En conclusion, les entreprises ont surtout à s'inquiéter de respecter les règles sur la protection des consommateurs, tandis que leurs clients mariés ne doivent pas oublier que virtuelle ou non, une infidélité reste une violation des devoirs du mariage et peut leur coûter cher dans le cadre d'un divorce conflictuel.