



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

agences matrimoniales et clubs de rencontres

Question écrite n° 84813

Texte de la question

M. Dominique Paillé attire l'attention de M. le ministre des petites et moyennes entreprises, du commerce, de l'artisanat et des professions libérales sur la situation des agences matrimoniales. En effet, ces dernières sont soumises à une réglementation plus rigoureuse que les clubs de rencontres. Or la différence est très régulièrement mal établie dans les publicités ou annonces. De plus, à des fins publicitaires, beaucoup citent un certain nombre d'années d'expérience, même lorsque le club a été revendu à maintes reprises. C'est pourquoi il lui demande si des mesures sont envisagées afin que la concurrence agence matrimoniale et club de rencontres progresse en loyauté. - Question transmise à M. le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie.

Texte de la réponse

La loi n° 89-421 du 23 juin 1989 relative à l'information et à la protection des consommateurs ainsi qu'à diverses pratiques commerciales prévoit dans son article 6 que les offres de rencontres en vue de la réalisation d'un mariage ou d'une union stable proposées par un professionnel sont soumises à un certain nombre de dispositions, parmi lesquelles la possibilité pour le cocontractant du professionnel de revenir sur son engagement dans un délai de sept jours à compter de la signature du contrat, délai au cours duquel il ne peut être reçu de paiement ou de dépôt sous quelque forme que ce soit. Ces dispositions protectrices pour le consommateur sont applicables à tous les contrats de courtage matrimonial. Tout contrat dont l'objet est la recherche, en vue d'une union stable, d'une personne dont les qualités estimées essentielles sont précisées par le cocontractant constitue un contrat de courtage matrimonial. À cet égard, il est indifférent que l'offreur se présente comme une agence matrimoniale ou un club de rencontres. Toute infraction à ces dispositions ne manquerait pas d'être constatée, en vue de poursuites judiciaires, par les services de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF). En revanche, un club de rencontres ou de loisirs dont le but est de rassembler des personnes ayant des intérêts et des goûts communs sans objectif d'union stable ne peut être présenté comme une agence matrimoniale et n'est donc pas soumis à ces dispositions particulières. Il reste néanmoins que toute publicité susceptible d'induire en erreur ou de tromper le consommateur relève de l'application de l'article L. 121-1 du code de la consommation relatif à la publicité mensongère.

Données clés

Auteur : [M. Dominique Paillé](#)

Circonscription : Deux-Sèvres (4^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 84813

Rubrique : Services

Ministère interrogé : PME, commerce, artisanat et professions libérales

Ministère attributaire : économie

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 7 février 2006, page 1175

Réponse publiée le : 18 avril 2006, page 4209