



AVIS N° 06 / 2005 du 4 mai 2005

N. Réf. : SA2 / A / 2005 / 005

OBJET : Demande d'avis concernant le projet d'arrêté royal relatif au contrat-type de courtage matrimonial.

La Commission de la protection de la vie privée ;

Vu la loi du 8 décembre 1992 *relative à la protection de la vie privée à l'égard des traitements de données à caractère personnel*, en particulier l'article 29 ;

Vu la demande d'avis du 11 mars 2005 émanant du Ministre de l'Emploi chargé de la Protection de la Consommation ;

Vu le rapport du Président ;

Emet, le 4 mai 2005, l'avis suivant :

I. OBJET DE LA DEMANDE D'AVIS

Bien que le secteur du courtage matrimonial ait déjà été assaini en grande partie par la loi du 9 mars 1993 *tendant à réglementer et à contrôler les activités des entreprises de courtage matrimonial* (ci-après la loi du 9 mars 1993), il semble encore y avoir des lacunes dans le domaine de l'information au client, c'est-à-dire la personne qui souhaite contracter mariage ou aboutir à une union stable par l'intermédiaire d'une entreprise de courtage matrimonial.

Le projet et son annexe, faisant l'objet de la demande d'avis, veulent y remédier.

L'avis est demandé parce que l'annexe du projet, le contrat-type de courtage matrimonial, contient des dispositions relatives aux données à caractère personnel du client et à leur traitement par l'entreprise de courtage matrimonial.

II. EXAMEN DE LA DEMANDE

Il est clair que la loi du 9 mars 1993 contient déjà de nombreuses dispositions qui tiennent compte des préoccupations de la loi du 8 décembre 1992 *relative à la protection de la vie privée à l'égard des traitements de données à caractère personnel* (ci-après la loi du 8 décembre 1992) :

Toute annonce présentant candidat au mariage ou à une union stable diffusée par une entreprise de courtage matrimonial doit préciser le sexe, l'âge, la situation familiale, le secteur d'activité professionnelle et le lieu de résidence de la personne concernée, ainsi que les qualités de la personne recherchée par elle.

L'entreprise doit pouvoir justifier de l'existence d'un accord de la personne présentée par l'annonce sur le contenu et la diffusion de celle-ci (voir article 3 de la loi du 9 mars 1993).

Le contrat écrit engageant l'entreprise de courtage matrimonial et le client doit mentionner à peine de nullité les nom, prénom, lieu et date de naissance ainsi que le domicile du client.

Sous peine de nullité du contrat, l'entreprise doit obtenir l'approbation par écrit du client sur la façon dont les données personnelles précises seront communiquées à des tiers.

En outre, une distinction peut être opérée entre les données qui peuvent être rendues publiques et les données qui sont seulement envoyées à des personnes intéressées (voir article 6 de la loi du 9 mars 1993).

Toutefois, selon le demandeur d'avis, il subsiste des lacunes pour pouvoir mieux protéger les droits du consommateur dans le secteur du courtage matrimonial, en particulier dans le domaine de l'information au client.

I. Ainsi, il apparaît qu'actuellement, une offre de rencontre proposée par une entreprise de courtage matrimonial doit en effet faire l'objet d'un contrat écrit entre le client et l'entreprise de courtage matrimonial mais sa forme, son ordre et son contenu sont libres. En ce qui concerne les données à caractère personnel du client, il suffit qu'un tel contrat contienne les nom, prénom, lieu et date de naissance et domicile du client (article 6, § 1, 1° de la loi du 9 mars 1993). Le contrat comporte également la description et les qualités de la personne recherchée par le client, au moins le sexe, l'âge, la situation familiale, le secteur d'activité professionnelle et le lieu de résidence (article 6, § 2, premier alinéa de la loi du 9 mars 1993).

Il est cependant évident qu'à présent, d'autres données essentielles concernant le client sont également collectées et traitées par l'entreprise de courtage matrimonial lors d'un entretien oral avec l'intéressé, telles que le sexe, l'âge, la situation familiale, le secteur d'activité professionnelle, ... mais ces données à caractère personnel ne sont pas nécessairement reprises dans le contrat même.

En outre, il n'existe aujourd'hui aucune disposition réglementaire spécifique qui précise au client si certaines informations personnelles demandées par l'entreprise de courtage matrimonial doivent obligatoirement être communiquées dans le cadre d'un courtage matrimonial.

II. Actuellement, une entreprise de courtage matrimonial doit obtenir l'approbation par écrit du client sur la façon dont les données personnelles précises seront communiquées à des tiers et une distinction peut être opérée entre les données qui peuvent être rendues publiques et les données qui sont seulement envoyées à des personnes intéressées (voir article 6 de la loi du 9 mars 1993), mais à présent, il n'est pas (toujours) évident, pour un client, de connaître les façons qui existent : quelle formule préfère-t-il, à quelle formule pourrait-il s'opposer, le cas échéant, et sur quelles données à caractère personnel une telle opposition éventuelle porterait-elle ? ..., parce que des informations à ce sujet ne sont pas nécessairement reprises dans le contrat de courtage matrimonial même.

Le projet veut y remédier en reprenant toutes ces informations dans le contrat de courtage matrimonial même.

A cet effet, le projet prévoit en annexe un contrat-type de courtage matrimonial que les entreprises de courtage matrimonial devront obligatoirement utiliser, après l'entrée en vigueur de l'arrêté royal, lors de l'offre, moyennant rémunération, de rencontres entre personnes, ayant pour but direct ou indirect la réalisation d'un mariage ou d'une union stable. Une entreprise de courtage matrimonial devra utiliser le contrat-type visé, sans pouvoir en modifier ni l'ordre, ni la forme, ni le contenu. Toute autre disposition complémentaire éventuelle ajoutée à la suite des dispositions du contrat-type qui supprime ou réduit, directement ou indirectement, les droits que le consommateur tient de celles-ci et des dispositions légales, est interdite et nulle.

Selon le contrat-type, le profil du client – qui a été établi en étroite concertation entre le client et l'entreprise – est mentionné dans le contrat-type même : les nom, prénom, lieu et date de naissance et domicile du client¹ (début du contrat-type) et au moins le sexe, l'âge, la situation familiale, le secteur d'activité professionnelle, le lieu de résidence² et le niveau de formation. A la demande du client, son profil est complété par d'autres données dans le contrat-type (article 6 du contrat-type).

Selon le contrat-type, le profil de la personne recherchée par le client est repris dans le contrat-type même. Cette description doit au moins reprendre les données suivantes : sexe, âge, situation familiale, secteur d'activité professionnelle et résidence de la personne recherchée³. L'annexe du projet ajoute à cela le niveau de formation. A la demande du client, le profil de la personne recherchée est complété dans le contrat-type par d'autres données (article 7 du contrat-type).

¹ Il s'agit des données qui doivent déjà obligatoirement figurer actuellement dans un contrat de courtage matrimonial (article 6, § 1, 1° de la loi du 9 mars 1993).

² Le contrat-type parle aussi bien du 'domicile' (voir début du contrat-type) que de la 'résidence' du client (voir article 6 du contrat-type). Ces deux notions sont probablement utilisées ici indifféremment, de sorte qu'elles constituent une double utilisation, mais dans une autre législation, ces notions ont une signification distincte, à savoir celle de résidence en tant que tout endroit autre que la résidence principale.

³ Il s'agit des données qui doivent déjà obligatoirement figurer actuellement dans un contrat de courtage matrimonial (article 6, § 2, premier alinéa de la loi du 9 mars 1993).

Selon le contrat-type, « le client donne son accord à l'entreprise pour utiliser ses données personnelles telles que définies à l'article 6 et les communiquer à des tiers en vue de l'organisation des rencontres.

Cette communication peut se faire selon les modalités suivantes (biffer les mentions inutiles) :

- directement à des partenaires potentiels inscrits auprès de l'entreprise (par écrit, par téléphone, ...);
- de manière anonyme par annonces dans des journaux et périodiques, par internet ;
- (à compléter éventuellement par d'autres formes d'utilisation des données personnelles).

L'entreprise ne peut pas communiquer à des tiers les données personnelles suivantes :

..... » (article 10 du contrat-type).

III. REMARQUES

Le contrat-type faisant l'objet du projet et le projet lui-même nécessitent à proprement parler peu de commentaires.

Comme déjà précisé ci-dessus, la loi du 9 mars 1993, que le projet et l'annexe mettent davantage à exécution, contient des dispositions qui répondent à la loi du 8 décembre 1992.

Il ressort de la loi du 9 mars 1993 que le traitement des données à caractère personnel du client par l'entreprise de courtage matrimonial est basé sur le consentement du client.

Le projet veut toutefois contribuer à ce que le client donne son consentement en toute connaissance de cause, en étant bien informé et de manière réfléchie. Grâce au projet, toutes les données à caractère personnel que l'entreprise de courtage matrimonial collecte sur le client figureront dans le contrat-type même. Par ailleurs, le contrat-type fait une distinction entre les données client obligatoires et facultatives à communiquer. La communication de données à caractère personnel non obligatoires ne pourra plus se faire qu'à la demande du client lui-même. En vertu du projet, le client est enfin bien informé de la façon dont ses données à caractère personnel seront communiquées à des tiers, il peut s'opposer à un certain mode de communication et à la communication de données à caractère personnel bien définies, indépendamment du mode de communication choisi. Toutes ces informations sont reprises dans le contrat de courtage matrimonial même.

Ces dispositions qui visent une meilleure protection du client en tant que consommateur, renforcent également clairement la protection de la vie privée de ce consommateur à l'égard du traitement de ses données à caractère personnel. Le consentement du client, un critère d'admissibilité pour traiter ses données à caractère personnel (article 5, a de la loi du 8 décembre 1992), correspondra, plus qu'avant, en raison de la portée du projet, à une manifestation de volonté libre, spécifique et informée par laquelle la personne concernée accepte que ses données à caractère personnel fassent l'objet d'un traitement, comme exigé à l'article 1, § 8 de la loi du 8 décembre 1992.

Toutefois, un certain nombre de remarques (secondaires) doivent encore être formulées :

Concernant l'article 10 du contrat-type

- Si un client ne s'est pas opposé à cette possibilité dans le contrat-type même, l'entreprise de courtage matrimonial peut directement communiquer ses données à caractère personnel, telles que précisées à l'article 6 du contrat-type, par téléphone à des partenaires potentiels qui se sont inscrits dans l'entreprise de courtage matrimonial.

Ni l'article 6, § 1, 1° de la loi du 9 mars 1993, ni le contrat-type ne mentionne néanmoins que les clients doivent communiquer leur numéro de téléphone à l'entreprise de courtage matrimonial. Par conséquent, on peut se demander comment l'entreprise de courtage matrimonial peut communiquer, par téléphone, les données à caractère personnel du client à d'autres clients, à moins qu'on ne retrouve le numéro de téléphone en question parmi les informations personnelles autres que les informations 'minimum' dont il est question à l'article 6, premier alinéa du contrat-type ou parmi les informations complémentaires que le client mentionne lui-même concernant son profil (article 6, deuxième alinéa du contrat-type).

- Si un client ne s'est pas opposé à cette possibilité dans le contrat-type même, l'entreprise de courtage matrimonial peut communiquer ses données à caractère personnel, telles que précisées à l'article 6 du contrat-type, de manière anonyme dans des annonces dans des journaux, des périodiques, par internet.

Par communication de manière 'anonyme' dans des journaux, des périodiques, par internet, le contrat-type veut en fait dire une communication de données à caractère personnel du client 'codées'. En effet, l'entreprise de courtage matrimonial sait évidemment à quels clients se rapportent les informations. Vu que, en vertu du considérant 26 de la Directive 95/46/CE du Parlement européen et du Conseil du 24 octobre 1995 *relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données*, des informations relatives à une personne sont considérées comme des données à caractère personnel aussi longtemps que quelqu'un est en mesure, par quelque moyen raisonnablement mis en œuvre, de découvrir à quel individu se rapportent ces informations, l'utilisation du concept 'anonyme', au sens strict, ne convient pas tout à fait dans le contrat-type, bien que la Commission comprenne ce que le rédacteur du contrat-type a voulu dire ici, à savoir que les tiers ne peuvent pas savoir à qui se rapportent les informations communiquées. Par conséquent, la Commission conseille de remplacer la notion d'"anonyme" à l'article 10 du contrat-type par la notion de 'codée'.

- Le client peut définir lesquelles de ses données à caractère personnel l'entreprise de courtage matrimonial ne peut pas communiquer à des tiers.

En reconnaissant un tel droit d'opposition au client, ce dernier conserve la maîtrise sur ses données à caractère personnel. En effet, toutes les données à caractère personnel que le client a transmises à l'entreprise de courtage matrimonial en vue de lui chercher un partenaire 'qui convient' ne doivent pas nécessairement être connues du partenaire potentiel lui-même. Ainsi, cela laisse au client la possibilité de ne communiquer certaines de ses données à caractère personnel que de sa propre initiative lors d'une rencontre avec un autre client et d'approfondir au fur et à mesure que ces rencontres deviennent plus communicatives. Par ailleurs, le client ne peut pas communiquer à un tiers les données obtenues concernant un autre client, ni les divulguer (article 9 du contrat-type).

La Commission fait remarquer qu'une fois que l'intéressé a marqué son accord sur la publication d'une annonce le présentant, il ne peut pas s'opposer à la mention de certaines données client dans cette annonce. En vertu de l'article 3, § 1, troisième alinéa de la loi du 9 mars 1993, une annonce présentant le client, diffusée par une entreprise de courtage matrimonial, doit en effet mentionner son sexe, son âge, sa situation familiale, son secteur d'activité professionnelle et son lieu de résidence. L'intéressé ne peut pas s'opposer à un traitement lorsque celui-ci est nécessaire au respect d'une obligation à laquelle est soumise l'entreprise de courtage matrimonial, en vertu de la loi du 9 mars 1993.

PAR CES MOTIFS,

la Commission émet un avis favorable, moyennant la prise en considération des remarques susmentionnées.

L'administrateur,

Le président,

(sé) Jo BARET

(sé) Michel PARISSE