

Publicité pour un site internet de rencontres extra-conjugales

Mercredi 16 décembre 2020

La publicité pour un site de rencontres extra-conjugales en ligne n'est pas illégale.

Les faits

Une société de droit américain, éditrice d'un site de rencontres en ligne, a procédé à la publicité de son site par une campagne d'affichage sur les autobus, à Paris et en Ile-de-France. Sur ces affiches figurait une pomme croquée accompagnée du slogan : « *Le premier site de rencontres extra-conjugales* ». Elle a également fait paraître des articles et annonces promotionnels dans la presse, écrite et audiovisuelle.

La procédure

La Confédération nationale des associations familiales catholiques l'a assignée afin qu'il lui soit ordonné de cesser de faire référence, de quelque manière que ce soit, à l'infidélité ou au caractère extra-conjugal de son activité, à l'occasion de ses campagnes de publicité.

Ses demandes ayant été rejetées en première instance et en appel, elle a saisi la Cour de cassation d'un pourvoi se fondant, notamment, sur l'obligation de fidélité entre époux édictée à l'article 212 du code civil.

La question posée à la Cour de cassation

Peut-on interdire une publicité pour un site de rencontres encourageant l'adultère ?

La réponse de la Cour de cassation

L'article 212 du code civil dispose que « *les époux se doivent mutuellement [...] fidélité* ».

L'obligation de fidélité demeure au titre des obligations du mariage. Elle n'est imposée qu'aux époux, ni aux concubins ni aux partenaires d'un pacte civil de solidarité.

Le devoir de fidélité est considéré comme étant d'ordre public, les époux ne pouvant s'en délier par un pacte ou une convention « *de liberté mutuelle* ». Ainsi, l'adultère constitue une faute civile, qui peut conduire au prononcé du divorce pour faute.

Cependant, cette faute ne peut plus aujourd'hui être utilement invoquée que par un époux contre l'autre, à l'occasion d'une procédure de divorce. Dès lors, en l'absence de sanction civile de l'adultère en dehors de la sphère des relations entre époux, le devoir de fidélité ne peut justifier une interdiction légale de la publicité pour des rencontres extra-conjugales à des fins commerciales.

La Cour de cassation retient en conséquence que les publicités litigieuses ne peuvent être légalement interdites sur le fondement de l'obligation de fidélité entre époux.

La Cour de cassation constate qu'en toute hypothèse les publicités litigieuses ne contiennent aucune photo qui pourrait être considérée comme indécente et n'utilisent pas de vocabulaire susceptible de choquer les enfants. Elle estime que, même si les publicités télévisuelles en cause peuvent heurter les convictions religieuses de certains spectateurs, en faisant la promotion de l'adultère au sein de couples mariés, les interdire porterait une atteinte disproportionnée au droit à la liberté d'expression garanti par l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme.