

Avec les agences matrimoniales, c'est du sérieux **Quelle époque !**

vraie vie, quand une personne vous plaît, vous ne vérifiez pas si elle fait la bonne taille. Le rôle des agences, c'est aussi de montrer au client qu'il peut se tromper sur ce qui le rendra heureux », analyse Valérie Bruat. « C'est un métier paradoxal, abonde David. On demande au client le profil qu'il souhaite rencontrer, tout en assumant de lui présenter des personnes qui n'y correspondent pas absolument. » Une approche que confirme la conseillère conjugale Domitille Desrousseaux : « Dans l'attirance, une partie inconsciente et irrationnelle joue. S'en tenir à des critères conscients et rationnels, en se privant de la spontanéité naturelle, est très limitant. »

Une seule rencontre à la fois, et en vrai – avec parfois plusieurs semaines d'attente avant de proposer à deux « profils » d'entrer en contact : dans ces agences, les photos ne sont pas diffusées avant le premier rendez-vous. « Tant de perceptions sensibles se mettent en éveil lors d'une rencontre, souligne Valérie Périnel, qui tiennent à la voix, à l'odeur, à l'aura de la personne et que les photos gâcheraient. » Avec tout ça, quels résultats ? Impossible à chiffrer précisément bien sûr, puisqu'un couple formé peut se défaire au bout de quelques années. À Nantes, David et Elphie revendiquent 70 % de clients en couple au terme d'un an d'adhésion. Pour Valérie Bruat, l'estimation est de 85 %.

La démarche reste un pari : à un abonnement parfois onéreux répond une obligation de moyens, non de résultat. « Les agents ne sont pas des magiciens et les adhérents restent les acteurs principaux. Nous avons d'ailleurs l'honnêteté de ne pas inscrire quelqu'un dont nous voyons que nous n'aurons personne à lui présenter parce qu'il n'est pas dans

les bonnes dispositions », explique David avec lucidité. Une garantie de sagesse pour Domitille Desrousseaux : « Des agents peuvent avoir de très belles intuitions, mais il n'y a que la personne elle-même qui puisse décider si quelqu'un lui correspond. En se faisant accompagner, il ne s'agit pas de renoncer à son discernement. »

Si, pour Adrien, le temps n'est pas encore au bilan, celui tiré par David et Elphie est plus que positif : il y a dix ans, c'est par une agence que le couple s'est rencontré. ■

3 QUESTIONS À ...

Claire-Lise Gaillard, historienne, autrice de *Pas sérieux s'abstenir – Histoire du marché de la rencontre. XIX^e-XX^e siècles* (CNRS Éditions)



COLL. PRIVÉE

« En amour, le contrôle social des proches s'est affaibli »

Depuis la fin du XVIII^e siècle et les premières annonces dans la presse, le marché matrimonial a toujours été critiqué. Pourquoi ?

Ce marché rend visibles les mécanismes de sélection conjugale que la société préfère occulter. Si le stigmate est constant depuis plus deux siècles, ce qu'il vise évolue : au XIX^e siècle par exemple, la bourgeoisie post-révolutionnaire cherche à se consolider en tant que classe grâce au mariage et les annonces mettent en avant les revenus des candidats. Ces stratégies économiques sont critiquées par les « bonnes familles » de l'aristocratie qui craignent les mésalliances.

Que dit l'étude historique de ce marché sur le couple ?

Elle montre que le mythe de la naissance du « mariage d'amour » au XX^e siècle est en grande partie construit. Si les critères physiques et moraux apparaissent dans les

annonces durant l'entre-deux-guerres, cela ne signifie pas que les sentiments étaient absents auparavant. Au XIX^e siècle, on considère que, pour s'aimer, il faut des conditions socio-économiques assorties. Au XX^e siècle s'opère une individualisation croissante du choix du conjoint : chacun prend lui-même en charge la rencontre, là où les familles jouaient autrefois un rôle central.

Rencontrer un potentiel conjoint est-il vraiment plus difficile aujourd'hui ?

Ce sentiment n'est en réalité pas nouveau, cependant plusieurs évolutions contemporaines l'accroissent. Désormais, les célibataires pâtissent de l'amointrissement de leurs réseaux amicaux avec l'âge. Et le contrôle social des proches s'est affaibli, chacun étant devenu responsable de son parcours conjugal. Enfin, les rencontres se privatisent : elles sortent du cadre relationnel habituel, poussant à recourir à des dispositifs comme les applications. ■