Édition provisoire

CONCLUSIONS DE L'AVOCATE GÉNÉRALE
MME LAILA MEDINA
présentées le 19 novembre 2026 (1)

Affaire C-643/25

Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.
contre
Meta Platforms Ireland Limited

[Demande de décision préjudicielle formée par le Bundesgerichtshof (Cour fédérale de justice, Allemagne)]

« Renvoi préjudiciel – Protection des consommateurs – Directive 2005/29/CE – Pratiques commerciales déloyales – Pratiques commerciales des entreprises vis-à-vis des consommateurs – Article 5, paragraphe 5 – Point 20 de l'annexe I – Pratiques commerciales réputées déloyales en toutes circonstances – Décrire un produit comme étant "gratuit", "à titre gracieux" ou "sans frais" – Fourniture d'un réseau social – Inscription subordonnée à la divulgation de données à caractère personnel et au consentement à leur utilisation à des fins commerciales – Notion de coûts à "payer" »

1. La présente demande de décision préjudicielle porte sur la mention « *Facebook ist und bleibt kostenlos* » (« Facebook, c'est gratuit et ça le restera toujours ») (ci-après la « mention en cause »), qui figurait sur la page d'inscription en langue allemande du site Internet du réseau social en ligne Facebook au mois de février 2015.

2. La Cour est appelée à déterminer si, lorsqu'un consommateur s'inscrit en tant qu'utilisateur du réseau social et divulgue des données à caractère personnel à des

fins commerciales, ce consommateur « doit » effectivement « payer » quelque chose au sens du point 20 de l'annexe I de la directive 2005/29/CE (2), à savoir quelque chose d'autre que les coûts inévitables liés à la réponse à la pratique commerciale et au fait de prendre possession ou livraison de l'article. Si tel est le cas, décrire ce service comme étant gratuit constituerait une pratique commerciale déloyale en toutes circonstances en vertu de cette disposition.

3. La demande a été présentée dans le cadre d'un litige opposant le Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (Union fédérale des centrales et associations de consommateurs, Allemagne) (ci-après l'« Union fédérale ») à Meta Platforms Ireland Limited (ci-après « Meta »), qui exploite Facebook dans l'Union européenne.

I. Le cadre juridique

A. Le droit de l'Union

1. *La directive 2005/29*

4. Les considérants 7, 11, 13, 14 et 17 de la directive 2005/29 indiquent :

« (7) La présente directive porte sur les pratiques commerciales qui visent directement à influencer les décisions commerciales des consommateurs à l'égard de produits. (...)

(...)

(11) Le niveau élevé de convergence résultant du rapprochement des dispositions nationales assuré par la présente directive crée un niveau commun élevé de protection des consommateurs. La présente directive établit une interdiction générale unique des pratiques commerciales déloyales qui altèrent le comportement économique des consommateurs. Elle établit également des règles sur les pratiques commerciales agressives, qui ne sont pas actuellement réglementées au niveau communautaire.

(...)

(13) Pour atteindre les objectifs communautaires en éliminant les entraves au marché intérieur, il est nécessaire de remplacer les clauses générales et principes juridiques divergents actuellement en vigueur dans les États membres. L'interdiction générale commune et unique établie par la présente directive couvre donc les pratiques commerciales déloyales altérant le comportement économique des consommateurs. Afin de renforcer la confiance des consommateurs, l'interdiction générale devrait aussi s'appliquer aux pratiques commerciales déloyales qui sont utilisées en dehors de toute relation contractuelle entre le professionnel et le consommateur ou consécutivement à la conclusion d'un contrat ou durant l'exécution de celui-ci. Cette interdiction générale est développée par les règles relatives aux deux types de pratiques commerciales de loin les plus nombreuses, à savoir les pratiques commerciales trompeuses et les pratiques

commerciales agressives.

(14) Il est souhaitable que les pratiques commerciales trompeuses couvrent les pratiques, y compris la publicité trompeuse, qui, en induisant le consommateur en erreur, l'empêchent de faire un choix en connaissance de cause et donc de façon efficace. (...) L'approche adoptée dans la présente directive, qui consiste en une harmonisation complète, n'empêche pas les États membres de préciser dans leur droit national les principales caractéristiques de produits particuliers, par exemple les objets de collection ou les biens électriques, dont l'omission serait substantielle lors d'une invitation à l'achat. (...)

(...)

(17) Afin d'apporter une plus grande sécurité juridique, il est souhaitable d'identifier les pratiques commerciales qui sont, en toutes circonstances, déloyales. L'annexe I contient donc la liste complète de toutes ces pratiques. Il s'agit des seules pratiques commerciales qui peuvent être considérées comme déloyales sans une évaluation au cas par cas au titre des dispositions des articles 5 à 9. Cette liste ne peut être modifiée que par une révision de la directive ».

5. L'article 2 de la directive 2005/29, intitulé « Définitions », dispose :

« Aux fins de la présente directive, on entend par :

(...)

c) "produit" : tout bien ou service, y compris les biens immobiliers, les droits et les obligations ;

d) "pratiques commerciales des entreprises vis-à-vis des consommateurs" (ci-après également dénommées "pratiques commerciales") : toute action, omission, conduite, démarche ou communication commerciale, y compris la publicité et le marketing, de la part d'un professionnel, en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture d'un produit aux consommateurs ;

(...) ».

6. L'article 2, sous c), de la directive 2005/29 a ultérieurement été remplacé par l'article 3, paragraphe 1, sous a), de la directive (UE) 2019/2161 (3) et est désormais libellé comme suit :

« "produit" : tout bien ou service, y compris les biens immobiliers, les services numériques et les contenus numériques, ainsi que les droits et les obligations ; »

7. L'article 5 de la directive 2005/29, intitulé « Interdiction des pratiques commerciales déloyales », dispose ce qui suit :

« 1. Les pratiques commerciales déloyales sont interdites.

(...)

5. L'annexe I contient la liste des pratiques commerciales réputées déloyales en toutes circonstances. Cette liste unique s'applique dans tous les États membres et ne peut être modifiée qu'au travers d'une révision de la présente directive. »

8. L'annexe I de ladite directive, intitulée « Pratiques commerciales réputées déloyales en toutes circonstances », prévoit, en son point 20 :

« Décrire un produit comme étant "gratuit", "à titre gracieux", "sans frais" ou autres termes similaires si le consommateur doit payer quoi que ce soit d'autre que les coûts inévitables liés à la réponse à la pratique commerciale et au fait de prendre possession ou livraison de l'article. »

2. ***Directive (UE) 2019/770***

9. Le considérant 24 de la directive (UE) 2019/770 (4) indique :

« Les contenus numériques ou les services numériques sont également souvent fournis lorsque le consommateur ne s'acquitte pas d'un prix mais fournit des données à caractère personnel au professionnel. Ces modèles commerciaux sont appliqués sous de multiples formes dans une grande partie du marché. Tout en reconnaissant pleinement que la protection des données à caractère personnel est un droit fondamental et que, par conséquent, les données à caractère personnel ne peuvent être considérées comme des marchandises, la présente directive devrait garantir aux consommateurs, dans le cadre de ces modèles commerciaux, le droit à des recours contractuels. (...) Les données à caractère personnel pourraient être communiquées au professionnel soit au moment de la conclusion du contrat, soit ultérieurement, par exemple lorsque le consommateur donne au professionnel son consentement à l'utilisation de données à caractère personnel que le consommateur pourrait téléverser ou créer dans le cadre de l'utilisation du contenu numérique ou du service numérique. (...) Par exemple, la présente directive devrait s'appliquer lorsque le consommateur ouvre un compte sur un réseau social et fournit au professionnel un nom et une adresse électronique qui sont utilisés à d'autres fins que la simple fourniture du contenu numérique ou du service numérique, ou que le respect d'obligations légales. Elle devrait également s'appliquer lorsque le consommateur donne son consentement au traitement par le professionnel, à des fins de prospection, de tout matériel constituant des données à caractère personnel, tel que des photographies ou des publications que le consommateur téléverse. Les États membres devraient toutefois rester libres de décider si les conditions relatives à la conclusion, à l'existence et à la validité d'un contrat prévues par le droit national sont remplies. »

10. L'article 3 de la directive 2019/770, intitulé « Champ d'application » dispose, à son paragraphe 1 :

« La présente directive s'applique à tout contrat par lequel le professionnel fournit ou s'engage à fournir un contenu numérique ou un service numérique au consommateur et le consommateur s'acquitte ou s'engage à s'acquitter d'un prix.

La présente directive s'applique également lorsque le professionnel fournit ou s'engage à fournir un contenu numérique ou un service numérique au consommateur, et le consommateur fournit ou s'engage à fournir des données à caractère personnel au professionnel, sauf lorsque les données à caractère personnel fournies par le consommateur sont exclusivement traitées par le professionnel pour fournir le contenu numérique ou le service numérique conformément à la présente directive ou encore pour permettre au professionnel de remplir les obligations légales qui lui incombent, pour autant que le professionnel ne traite pas ces données à une autre fin. »

3. ***Directive 2011/83/UE***

11. L'article 3, paragraphe 1, de la directive 2011/83/UE (5), intitulé « Champ d'application », disposait, dans sa version applicable à l'époque des faits au principal :

« La présente directive s'applique, dans les conditions et dans la mesure prévues par ses dispositions, à tout contrat conclu entre un professionnel et un consommateur. Elle s'applique également aux contrats portant sur la fourniture d'eau, de gaz, d'électricité ou de chauffage urbain, y compris par des fournisseurs publics, dans la mesure où ces biens sont fournis sur une base contractuelle. »

12. L'article 4, paragraphe 2, de la directive 2019/2161 a modifié cette disposition à deux égards. Premièrement, le paragraphe 1 a été remplacé par le texte suivant :

« 1. La présente directive s'applique, dans les conditions et dans la mesure prévues par ses dispositions, à tout contrat conclu entre un professionnel et un consommateur selon lequel le consommateur paie ou s'engage à payer le prix. Elle s'applique aux contrats portant sur la fourniture d'eau, de gaz, d'électricité ou de chauffage urbain, y compris par des fournisseurs publics, dans la mesure où ces biens sont fournis sur une base contractuelle. »

13. Deuxièmement, le paragraphe 1 bis a été inséré comme suit :

« La présente directive s'applique également lorsque le professionnel fournit ou s'engage à fournir au consommateur un contenu numérique non fourni sur un support matériel ou un service numérique et que le consommateur fournit ou s'engage à fournir des données à caractère personnel au professionnel, sauf lorsque les données à caractère personnel fournies par le consommateur sont exclusivement traitées par le professionnel pour fournir le contenu numérique non fourni sur un support matériel ou le service numérique conformément à la présente directive, ou de lui permettre de remplir les obligations légales qui lui incombent, pour autant qu'il ne

traite pas ces données à une autre fin. »

14. Le considérant 31 de la directive 2019/2161 indique :

« Les contenus numériques et les services numériques sont souvent fournis en ligne dans le cadre de contrats en vertu desquels le consommateur ne s'acquitte pas d'un prix, mais fournit des données à caractère personnel au professionnel. La directive 2011/83/UE s'applique déjà aux contrats de fourniture de contenus numériques non fournis sur un support matériel (c'est-à-dire la fourniture de contenus numériques en ligne), que le consommateur s'acquitte d'un prix ou qu'il fournisse des données à caractère personnel. En revanche, ladite directive ne s'applique qu'aux contrats de services, y compris aux contrats de services numériques, aux termes desquels le consommateur s'acquitte ou s'engage à acquitter un prix. Par conséquent, ladite directive ne s'applique pas aux contrats de services numériques dans le cadre desquels le consommateur fournit des données à caractère personnel au professionnel sans s'acquitter d'un prix. Compte tenu de leurs similitudes et de l'interchangeabilité des services numériques payants et des services numériques fournis en échange de données à caractère personnel, ils devraient être soumis aux mêmes règles au titre de ladite directive. »

4. *Le code des communications électroniques européen*

15. Le considérant 16 de la directive (UE) 2018/1972 (6) (ci-après le « code des communications électroniques européen ») indique :

« Pour relever de la définition de services de communications électroniques, un service doit normalement être fourni contre rémunération. Dans l'économie numérique, les acteurs du marché considèrent de plus en plus que les informations relatives aux utilisateurs ont une valeur monétaire. Les services de communications électroniques sont souvent fournis à l'utilisateur final non seulement en échange d'une somme d'argent, mais de plus en plus en échange notamment de la fourniture de données à caractère personnel ou d'autres données. La notion de rémunération devrait donc englober les situations où le fournisseur d'un service demande que lui soient fournies, directement ou indirectement, des données à caractère personnel au sens [du RGPD (7)] ou d'autres données, et où l'utilisateur final fournit de telles données en connaissance de cause. Elle devrait aussi comprendre les situations où l'utilisateur final permet l'accès à des informations telles que des données à caractère personnel, y compris l'adresse IP, ou d'autres informations générées automatiquement, telles que des informations recueillies et transmises par un témoin de connexion, sans les fournir activement. Conformément à la jurisprudence de la Cour de justice de l'Union européenne (ci-après dénommée "Cour de justice") relative à l'article 57 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (...), il y a également rémunération au sens du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne si le fournisseur de services est rétribué par un tiers et non par le

bénéficiaire du service. La notion de rémunération devrait par conséquent également englober les situations dans lesquelles l'exposition de l'utilisateur final à des publicités conditionne son accès au service, ou encore les situations dans lesquelles le fournisseur de services monnaie les données à caractère personnel qu'il a recueillies conformément [au RGPD]. »

B. Le droit allemand

16. Le Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (loi contre la concurrence déloyale) (ci-après l'« UWG ») (8), dans sa version applicable au litige au principal, prévoit, en son article 3, paragraphe 1, que les pratiques commerciales déloyales sont interdites par la loi et, en son article 3, paragraphe 3, que les pratiques commerciales s'adressant aux consommateurs énumérées à l'annexe de cette loi sont illicites en toutes circonstances.

17. Aux termes du point 21, premier membre de phrase, de l'annexe à l'article 3, paragraphe 3, de l'UWG, dans sa version en vigueur à l'époque des faits, offrir un bien ou un service comme étant « gratuit », « à titre gracieux », « sans frais » ou autres termes similaires, si des coûts doivent néanmoins être supportés à cet égard, est une pratique commerciale illicite au sens de l'article 3, paragraphe 3, de l'UWG.

18. Aux termes du point 20, premier membre de phrase, de l'annexe à l'article 3, paragraphe 3, de l'UWG, dans sa version actuellement en vigueur, désormais intitulé « Publicité mensongère arguant de la gratuité », offrir un bien ou un service comme étant « gratuit », « à titre gracieux », « sans frais » ou autres termes similaires, en tant que pratique commerciale s'adressant aux consommateurs, est toujours illicite si des coûts doivent néanmoins être supportés pour le bien ou le service concerné.

II. Le litige au principal et la question préjudicielle

19. L'Union fédérale est une association d'organisations de consommateurs. Elle fait valoir que l'utilisation de Facebook n'est pas sans frais étant donné que les utilisateurs fournissent leurs données à caractère personnel en échange de cette utilisation. Elle soutient, par conséquent, que la mention en cause est trompeuse et constitue une pratique commerciale déloyale.

20. L'Union fédérale a saisi le Landgericht Berlin (tribunal régional de Berlin, Allemagne) d'une action tendant à ce qu'il soit ordonné à Meta de s'abstenir d'utiliser la mention en cause sur son site Internet dans le cadre de ses relations commerciales avec les consommateurs résidant en Allemagne. Par décision du 16 janvier 2018, cette juridiction a rejeté l'action. Elle a jugé que la disposition nationale transposant le point 20 de l'annexe I de la directive 2005/29 ne s'applique que lorsqu'il y a des coûts cachés, au sens d'une obligation de paiement, directe ou indirecte, ou d'une charge financière pour le consommateur. La juridiction a également indiqué que la divulgation de données à caractère personnel et le consentement requis en vue de

leur traitement n'affectent le consommateur que dans ses intérêts immatériels, à savoir le droit à l'autodétermination en matière d'information. Par décision du 20 décembre 2019, le Kammergericht (tribunal régional supérieur de Berlin, Allemagne) a rejeté un appel formé par l'Union fédérale contre cette décision.

21. L'Union fédérale a ensuite formé un pourvoi en *Revision* devant le Bundesgerichtshof (Cour fédérale de justice, Allemagne), la juridiction de renvoi.

22. Selon cette juridiction, le libellé du point 20 de l'annexe I de la directive 2005/29 et, par conséquent, la disposition nationale qui le transpose, permet plusieurs interprétations. Elle relève que la notion de coûts à payer couvre, en toute hypothèse, les charges qui réduisent le patrimoine du consommateur. En outre, la divulgation de données à caractère personnel et le consentement au traitement de ces données à des fins commerciales peuvent être considérés comme relevant de cette notion de coûts étant donné que de telles données constituent un actif ayant de la valeur pour l'entreprise qui les exploite. La juridiction de renvoi considère que le contexte et l'objectif de cette disposition au sein du droit de la consommation de l'Union sont susceptibles de conforter une telle interprétation. Toutefois, cette juridiction, dont les décisions ne sont pas susceptibles de recours, estime que la réponse à cette question ne s'impose pas avec une telle évidence qu'elle ne laisse place à aucun doute raisonnable (9).

23. Dans ces conditions, le Bundesgerichtshof (Cour fédérale de justice) a décidé de surseoir à statuer et de saisir la Cour de justice de la question préjudicielle suivante :

« La notion de coûts à "payer", au sens du point 20 de l'annexe I de la [directive 2005/29], lu en combinaison avec l'article 5, paragraphe 5, de cette même directive, inclut-elle également la divulgation de données personnelles et le consentement à leur utilisation à des fins commerciales ? »

III. **Appréciation**

24. La juridiction de renvoi demande, en substance, si le terme « coûts » au sens du point 20 de l'annexe I de la directive 2005/29, lu en combinaison avec l'article 5, paragraphe 5, de cette directive, couvre la divulgation de données à caractère personnel par les consommateurs et le consentement de ceux-ci à leur utilisation à des fins commerciales.

25. Avant d'aborder la question posée, il y a lieu de noter, premièrement, en ce qui concerne le champ d'application de la directive 2005/29, que l'article 2, sous c), de celle-ci prévoit que le terme « produit » doit s'entendre de manière large comme « tout bien ou service ». L'exploitation d'un réseau social tel que Facebook, ainsi que la fourniture de celui-ci aux utilisateurs, constitue un service au sens de cette disposition. C'était le cas au moment des faits à l'origine de la procédure nationale et cela reste le cas à la suite de la modification introduite par la directive 2019/2161, qui

prévoit expressément que la définition du terme « produit » englobe également les services numériques et les contenus numériques (10). Décrire un tel service comme étant gratuit sur la page par laquelle les utilisateurs s'inscrivent constitue, par ailleurs, une pratique commerciale des entreprises vis-à-vis des consommateurs au sens de l'article 2, sous d), de cette directive, étant donné qu'il s'agit d'une démarche en relation directe avec la promotion d'un produit. Il en résulte qu'une pratique telle que celle en cause au principal relève du champ d'application matériel de la directive 2005/29.

26. Deuxièmement, s'agissant du champ d'application temporel, il ressort de la décision de renvoi que la mention en cause était publiée sur le site Internet de Facebook au mois de février 2015. La juridiction de renvoi explique que l'injonction demandée dans l'affaire au principal suppose que le comportement ait été illégal tant au moment des faits à l'origine de cette procédure qu'à la date de l'audience dans le cadre de la procédure de pourvoi en *Revision*, qui s'est tenue le 3 juillet 2025 (11). Ni l'article 5 de la directive 2005/29 ni le point 20 de l'annexe I de celle-ci ne figuraient parmi les dispositions modifiées par la directive 2019/2161, et ils sont, tous deux, demeurés inchangés tout au long de cette période (12). Il s'ensuit que l'analyse exposée ci-après vaut pour les deux moments visés par la juridiction de renvoi.

27. Sur le fond, l'article 5, paragraphe 1, de la directive 2005/29 interdit les pratiques commerciales déloyales. L'article 5, paragraphe 5, mentionne que l'annexe I de cette directive contient une liste des pratiques commerciales qui doivent être réputées déloyales en toutes circonstances. À cet égard, le considérant 17 de cette directive indique expressément que les pratiques énumérées à l'annexe I sont considérées comme déloyales sans devoir faire l'objet d'une évaluation au cas par cas au titre des dispositions des articles 5 à 9 (13). Aux termes du point 20 de l'annexe I de cette directive, cette catégorie inclut le fait de « [d]écrire un produit comme étant "gratuit", "à titre gracieux", "sans frais" ou autres termes similaires si le consommateur doit payer quoi que ce soit d'autre que les coûts inévitables liés à la réponse à la pratique commerciale et au fait de prendre possession ou livraison de l'article ».

28. La question préjudicielle est formulée en termes de « coûts » que le consommateur doit « payer », reflétant ainsi la version en langue allemande du point 20 de l'annexe I, selon lequel l'interdiction s'applique lorsque le consommateur doit supporter des coûts additionnels – « *weitere Kosten* » – autres que ceux qui sont inévitables. Toutefois, dans d'autres versions linguistiques, ce point ne se réfère pas à des coûts, mais à ce que le consommateur « doit payer », au-delà des coûts inévitables qu'il exclut de son champ d'application (14). Dès lors, la notion nécessitant une interprétation est celle de ce que le consommateur « doit payer », au sens de ce point, et c'est en ce sens que le terme « coûts » utilisé dans la question préjudicielle sera compris.

29. À cet égard, il y a lieu de garder à l'esprit que, dans l'interprétation d'une

disposition du droit de l'Union, il y a lieu de tenir compte des termes de celle-ci, du contexte dans lequel elle s'inscrit et des objectifs poursuivis par la réglementation dont elle fait partie (15).

A. Interprétation littérale

30. S'agissant du libellé du point 20 de l'annexe I de la directive 2005/29, il y a lieu de relever que les différentes versions linguistiques n'utilisent pas la même terminologie pour décrire la charge pesant sur le consommateur. À cet égard, trois groupes de versions peuvent être distingués.

31. Dans le premier groupe, les termes employés suggèrent le versement d'une somme d'argent (16).

32. Dans le deuxième groupe, les termes employés s'étendent au fait de supporter une charge d'une quelconque nature, y compris une contrepartie qui n'est pas monétaire, mais qui a une valeur économique (17). La version en langue allemande, qui est la langue de procédure et celle dans laquelle la mention en question était formulée, relève de ce groupe.

33. Dans le troisième groupe, le libellé se prête à l'une comme à l'autre des interprétations : un verbe de paiement, qui évoque ordinairement une somme d'argent, est associé à une expression indéfinie qui ne précise ni ce qui est payé au-delà des coûts exclus, ni la forme que revêt ce paiement (18).

34. Il en résulte que le libellé du point 20 de l'annexe I de la directive 2005/29 n'est pas uniforme. Plusieurs versions exigent le versement d'une somme d'argent, d'autres impliquent une contrepartie ayant une valeur économique, tandis que d'autres encore admettent l'une ou l'autre lecture. Par conséquent, le libellé, à lui seul, ne permet pas de déterminer si une contrepartie autre qu'en argent est couverte par cette disposition.

35. À cet égard, il y a lieu de relever que la Cour s'est déjà penchée, dans le cadre de l'interprétation d'une autre partie de la même annexe, sur une divergence entre les versions linguistiques en ce qui concerne la notion de paiement, en se prononçant en faveur d'une interprétation plus large. Dans l'arrêt Peek & Cloppenburg (19), la Cour a interprété le point 11, première phrase, de l'annexe I de la directive 2005/29 (20). Elle a relevé que dans certaines versions linguistiques sont employés des termes qui suggèrent des « paiements », dans le sens du versement d'une somme d'argent (21), tandis que d'autres versions étaient rédigées de manière plus générique (22). Après avoir examiné la disposition, en tenant compte de son contexte et de ses objectifs, la Cour n'a pas limité le champ d'application de celle-ci au paiement monétaire. Elle a jugé qu'un professionnel « financ[e] » une promotion lorsqu'il fournit une contrepartie ayant une valeur patrimoniale, que cela soit sous la forme du versement d'une somme d'argent ou sous toute autre forme, dès lors qu'il existe un lien certain entre cette

contrepartie et la publication (23). Par conséquent, le fait que le point 20 de l'annexe I utilise un verbe indiquant un paiement ne limite pas, en soi, cette disposition à un paiement monétaire.

36. Conformément à la jurisprudence constante de la Cour, le libellé d'une disposition du droit de l'Union dans une langue déterminée ne saurait servir de base unique à l'interprétation de cette disposition ni se voir attribuer un caractère prioritaire par rapport aux autres versions linguistiques. La nécessité d'une application et, par conséquent, d'une interprétation uniformes d'un acte de l'Union exclut que celui–ci soit considéré isolément dans l'une de ses versions linguistiques. Au lieu de cela, il convient de tenir compte non seulement des termes de celui-ci, mais également de son contexte et des objectifs poursuivis par la réglementation dont il fait partie (24).

B. Interprétation contextuelle

37. Comme cela a déjà été relevé (25), en l'espèce, la légalité du comportement devait être appréciée tant en février 2015 qu'à la date de l'audience dans le cadre de la procédure en *Revision*, qui s'est tenue le 3 juillet 2025. Plusieurs des instruments mentionnés ci-après ont été adoptés entre ces deux dates. Les présentes conclusions ne les mentionnent pas en tant qu'ils auraient modifié le sens du point 20 de l'annexe I de la directive 2005/29, qui est demeuré inchangé. L'intention est plutôt de montrer de quelle manière le législateur de l'Union en est venu à caractériser la fourniture de données à caractère personnel en échange d'un service numérique.

1. *La cohérence interne de l'annexe I de la directive 2005/29*

38. Comme je l'ai déjà relevé (26), la Cour a jugé, dans l'arrêt Peek & Cloppenburg, qu'un professionnel finance la promotion d'un produit (pratique communément appelée « publi-reportage » (27)), au sens du point 11, première phrase, de l'annexe I de la directive 2005/29, lorsqu'il fournit une contrepartie ayant une valeur patrimoniale, que cela soit sous la forme du versement d'une somme d'argent ou sous toute autre forme, dès lors qu'il existe un lien certain entre cette contrepartie et la publication (28). Dans cette affaire, l'avantage consistait en la mise à la disposition de la société éditrice de médias, gratuitement par l'annonceur, des droits d'utilisation d'images protégées par des droits d'utilisation (29). Ainsi, l'annonceur n'a pas versé une somme d'argent, mais a plutôt accordé un droit d'utiliser des images dont, pour autant que l'arrêt permette d'en juger, il a continué à être titulaire. Néanmoins, la Cour a jugé que cet avantage pouvait constituer un paiement dès lors qu'il avait une valeur patrimoniale et qu'il visait à promouvoir les ventes de l'annonceur (30).

39. Il en résulte que le paiement aux fins du point 11 de l'annexe I de la directive 2005/29 n'exige pas que la personne qui met l'avantage à disposition en soit privée. Ce qui importe, c'est que l'avantage ait une valeur patrimoniale et soit lié à la

pratique commerciale en question. La forme spécifique de l'avantage est dénuée de pertinence du point de vue de la protection des consommateurs (31). À cet égard, la situation d'un consommateur s'inscrivant sur un réseau social est similaire. En divulguant ses données à caractère personnel, le consommateur n'en est pas privé, tout comme l'annonceur dans l'affaire *Peek & Cloppenburg* n'a pas été privé des images qu'il a mises à disposition. Au lieu de cela, le consommateur permet au professionnel d'utiliser ces données, et cette utilisation, avec le consentement qui la rend licite, est exploitée par le professionnel pour financer le service.

40. Une telle interprétation du point 20 de l'annexe I de la directive 2005/29 est conforme à la position exprimée par la Commission dans sa communication intitulée « Orientations concernant l'interprétation et l'application de la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur » (32). Ce document précise que la directive englobe toutes les pratiques commerciales impliquant des produits présentés comme « gratuits », et n'établit pas un paiement monétaire à titre de condition préalable à son application. Ce document indique que les produits présentés comme « gratuits » sont particulièrement courants dans le secteur en ligne ; toutefois, ces services sont nombreux à collecter des données à caractère personnel des utilisateurs telles que leur identité et leur adresse électronique. Il indique également qu'on perçoit de plus en plus la valeur économique des informations relatives aux préférences des consommateurs, de leurs données à caractère personnel et d'autres contenus générés par les utilisateurs (33).

2. *La valeur économique des données à caractère personnel*

41. Dans l'arrêt Meta Platforms e.a. (34), la Cour a constaté que le modèle économique du réseau social en ligne Facebook se fondait sur le financement par la publicité en ligne, qui est faite sur mesure pour les utilisateurs individuels du réseau social en fonction, notamment, de leurs attitudes de consommation, de leurs intérêts, de leur pouvoir d'achat et de leur situation personnelle (35). Cette publicité était rendue possible par l'établissement automatisé de profils détaillés des utilisateurs. Lors de son examen, dans cette affaire, de la question de savoir si une autorité de la concurrence nationale peut tenir compte de la conformité au RGPD, la Cour a relevé que l'accès aux données à caractère personnel ainsi que leur exploitation revêtent une importance majeure dans le cadre de l'économie numérique (36). Cette importance est illustrée par le modèle commercial en cause dans ladite affaire (37), et l'accès aux données à caractère personnel et la capacité de traitement de ces données sont devenus des paramètres significatifs de la concurrence entre entreprises de l'économie numérique (38).

42. Il s'ensuit que les données à caractère personnel divulguées par un consommateur lors de son inscription sur ce réseau social ainsi que le consentement permettant leur utilisation à des fins publicitaires ont une valeur patrimoniale dans le

chef du professionnel et servent à financer le service fourni au consommateur. Le lien certain requis par la jurisprudence visée ci-avant est, en outre, présent (39) étant donné que l'inscription sur ce réseau social est subordonnée à la fourniture de ces données et à l'octroi de ce consentement, tandis que la publicité que ces données rendent possible est ce qui finance le service.

3. *Autres instruments du droit de l'Union*

43. Les trois instruments suivants sont pertinents aux fins de l'interprétation contextuelle en l'espèce : le code des communications électroniques européen ; la directive 2019/770, qui régit les contrats de fourniture de contenus numériques et de services numériques ; et la directive 2011/83 relative aux droits des consommateurs, telle que modifiée par la directive 2019/2161.

44. Ces trois directives peuvent être invoquées malgré le fait que leurs objets diffèrent de ceux de la directive 2005/29. La directive 2019/2161 a étendu la directive 2011/83 aux services numériques fournis en échange de données à caractère personnel et a également modifié la directive 2005/29 elle-même, notamment en étendant la définition du « produit » aux services numériques et aux contenus numériques (40). Ainsi, le législateur de l'Union a adapté les deux instruments à l'économie numérique au moyen d'un unique acte législatif. Les instruments susmentionnés sont fondés sur l'article 114 TFUE ou, dans le cas de la directive 2005/29, sur l'article 95 CE, que cette première disposition a remplacé (41), et contribuent ainsi, chacun dans leur propre domaine, au bon fonctionnement du marché intérieur. Il serait incohérent de décrire les caractéristiques de la même réalité commerciale comme impliquant une contrepartie aux fins de l'un ou l'autre de ces instruments et comme étant gratuite aux fins de la directive 2005/29.

a) *Le code des communications électroniques européen*

45. Aux termes du code des communications électroniques européen, pour relever de la définition d'un service de communications électroniques, un service doit normalement être fourni contre rémunération. Bien que cette directive ne soit pas en cause en l'espèce, son considérant 16 montre de quelle manière le législateur de l'Union comprend la notion de rémunération dans l'économie numérique.

46. Ce considérant indique que les acteurs du marché considèrent de plus en plus que les informations relatives aux utilisateurs ont une valeur monétaire. Il ajoute que les services de communications électroniques sont souvent fournis à l'utilisateur final en échange de données à caractère personnel ou d'autres données, plutôt qu'en échange d'argent. Par conséquent, la notion de rémunération devrait englober les situations où le fournisseur d'un service demande des données à caractère personnel ou d'autres données et où l'utilisateur final fournit de telles données en connaissance de cause. Cette rémunération comprend également les situations où l'utilisateur final

permet l'accès à des informations telles qu'une adresse IP, ou des informations recueillies par un témoin de connexion, sans les fournir activement. Un service peut également être payé par un tiers plutôt que par un bénéficiaire du service (42). Cela signifie que cette notion couvre les situations dans lesquelles l'utilisateur final est exposé à des publicités pour avoir accès au service, ainsi que celles dans lesquelles le fournisseur de services monnaie les données à caractère personnel qu'il a recueillies.

47. Je tire deux éléments de ce considérant pour la présente affaire. Premièrement, le législateur de l'Union a reconnu que la fourniture de données à caractère personnel peut constituer une rémunération pour un service dans un domaine lié, celui des services de communications électroniques. Deuxièmement, il a reconnu qu'un service financé par la publicité ou par la monétisation de données recueillies auprès des utilisateurs doit être considéré comme fourni contre rémunération. Il s'ensuit qu'un service proposé dans ces conditions ne saurait être considéré comme fourni gratuitement.

b) ***Contrats de fourniture de contenus numériques et de services numériques conclus avec les consommateurs***

48. La directive 2019/770 s'applique à la fois aux contrats au titre desquels le consommateur s'acquitte d'un prix et, en vertu de l'article 3, paragraphe 1, second alinéa, de ladite directive, aux contrats au titre desquels le consommateur fournit, au lieu d'un prix, des données à caractère personnel, pour autant que ces données ne soient pas exclusivement traitées pour fournir le service ou pour permettre au professionnel de remplir des obligations légales (43). Une telle exception montre que le législateur faisait référence à un échange. Un contrat relève du champ d'application de cette directive si le professionnel traite les données à ses propres fins, comme c'est le cas lorsque les données d'un consommateur sont recueillies lors de son inscription sur un réseau social et sont utilisées pour afficher des publicités personnalisées.

49. En ce qui concerne les services numériques, la directive 2011/83 a été modifiée par la directive 2019/2161 afin d'y inclure l'article 3, paragraphe 1 bis, qui couvre les contrats dans lesquels le professionnel fournit un service numérique en échange de données à caractère personnel provenant du consommateur (44). Compte tenu de leurs similitudes et de l'interchangeabilité des services numériques payants et des services numériques fournis en échange de données à caractère personnel, ils devraient être soumis aux mêmes règles (45). Par conséquent, aux fins de la protection des consommateurs, le législateur de l'Union a réputé la fourniture d'un service numérique en échange de données à caractère personnel équivalente à la fourniture de services numériques en échange d'un paiement.

50. Comme je l'ai noté ci-avant (46), il serait incohérent de traiter la même réalité commerciale comme étant un échange dans le cadre d'un instrument et comme étant gratuite dans le cadre d'un autre instrument. Les exemples donnés au considérant 24

de la directive 2019/770 décrivent, en substance, la situation dont la juridiction de renvoi est saisie. Cette directive s'applique lorsque le consommateur ouvre un compte sur un réseau social et fournit un nom et une adresse électronique qui sont utilisés à des fins dépassant la fourniture du service ou le respect d'obligations légales. Elle s'applique également lorsque le consommateur donne son consentement au traitement, à des fins de prospection, de matériel constituant des données à caractère personnel, tel que des photographies ou des publications qu'il téléverse.

51. Les deux parties de la question préjudicielle – à savoir la divulgation de données à caractère personnel et le consentement à leur utilisation à des fins commerciales – correspondent à des situations que le législateur de l'Union a expressément envisagées. Une lecture du point 20 de l'annexe I de la directive 2005/29, au titre de laquelle un service obtenu dans ces mêmes conditions pourrait être décrit aux consommateurs comme étant gratuit, serait difficilement conciliable avec l'équivalence ainsi établie.

52. Pris ensemble, ces instruments reflètent une évolution que le législateur de l'Union a systématiquement reconnue : dans l'économie numérique, les services sont, de plus en plus, fournis aux consommateurs en échange de leurs données à caractère personnel, plutôt que contre de l'argent, et de tels modèles commerciaux sont utilisés, sous diverses formes, sur une part considérable du marché (47). C'est dans ce contexte que le point 20 de l'annexe I de la directive 2005/29 devrait être interprété.

C. Interprétation téléologique

53. L'objectif poursuivi par la directive 2005/29 est, entre autres, d'atteindre un niveau élevé de protection des consommateurs contre les pratiques commerciales déloyales. Cet objectif repose sur la prémisse selon laquelle les consommateurs se trouvent généralement dans une position plus faible que les professionnels, notamment en termes d'information et d'expertise (48). Cette prémisse est reflétée aux considérants 7, 11, 13 et 14 de cette directive, qui font référence aux pratiques commerciales qui visent directement à influencer les décisions commerciales des consommateurs, altèrent leur comportement économique ou les empêchent de faire un choix en connaissance de cause et donc de façon efficace (49).

54. Dans ce contexte, le consommateur à qui il est demandé de verser une somme d'argent connaît ce qu'il donne en échange du service. Toutefois, un consommateur qui obtient l'accès à un service en divulguant des données à caractère personnel et en consentant à leur utilisation à des fins commerciales se trouve dans une situation différente. Il est peu probable que cette personne ait connaissance de la valeur économique de ce qu'elle donne ou de l'ampleur de la publicité à laquelle la divulgation de ces données peut donner lieu (50). Il s'ensuit que l'asymétrie de l'information que la directive 2005/29 prend en compte est particulièrement prononcée lorsque la contrepartie exigée du consommateur n'est pas exprimée en

chiffres, qui permettraient d'en apprécier la valeur, ce qui est le cas des données à caractère personnel (51).

55. Interpréter le point 20 de l'annexe I de la directive 2005/29 comme visant uniquement le versement d'une somme d'argent serait difficilement conciliable avec l'objectif de cette disposition. La Cour a déjà jugé qu'interpréter la notion de « financement » figurant au point 11 de l'annexe I en ce sens que celle-ci exigerait le versement d'une somme d'argent ne correspondrait pas à la réalité de la pratique journalistique et publicitaire ; cela priverait en grande partie ladite disposition de son effet utile (52). Il en va de même du point 20 de cette annexe. Les services décrits comme étant « gratuits » sont particulièrement courants dans le secteur en ligne, où ils sont souvent financés par la collecte et l'exploitation de données des utilisateurs plutôt que par la facturation d'un prix (53). Par conséquent, une telle interprétation priverait le point 20 d'une grande partie de son effet dans le secteur même où il est le plus nécessaire (54).

56. De même, les pratiques énumérées à l'annexe I de la directive 2005/29 doivent être réputées déloyales sans qu'elles doivent faire l'objet d'une évaluation au cas par cas au titre des dispositions des articles 5 à 9 de cette directive (55). Un argument fondé sur la compréhension du consommateur moyen consisterait à appliquer un critère spécifique aux articles 6 et 7 de la directive, qui n'a pas sa place dans l'application de l'annexe I de cette directive. Pour toutes ces raisons, une position selon laquelle un service est gratuit chaque fois que le consommateur n'est pas tenu de verser une somme d'argent ne saurait être acceptée.

57. Il résulte de ce qui précède que la notion de ce que le consommateur « doit payer » au sens du point 20 de l'annexe I de la directive 2005/29, lu en combinaison avec l'article 5, paragraphe 5, de cette directive, englobe la divulgation de données à caractère personnel et le consentement à leur utilisation à des fins commerciales, pour autant que ces données ne soient pas exclusivement traitées pour fournir le service en cause ou pour permettre au professionnel de remplir les obligations légales qui lui incombent.

D. La question de savoir si cette interprétation est remise en cause par d'autres considérations

58. Cette conclusion n'est pas remise en cause par les arguments avancés par Meta concernant le caractère exhaustif de l'annexe I de la directive 2005/29, la protection déjà accordée par le RGPD et les libertés d'entreprise et de prestation de services.

59. Premièrement, Meta fait valoir que l'annexe I de la directive 2005/29 contient une liste exhaustive des pratiques qui sont déloyales en toutes circonstances et que l'article 5, paragraphe 5, de cette directive réserve le droit de modifier la liste [au législateur de l'Union] sous la forme d'une révision de la directive elle-même, ce qui

signifie que cette liste doit faire l'objet d'une interprétation stricte.

60. À cet égard, ce que cet article 5, paragraphe 5, de la directive 2005/29 réserve au législateur, c'est la composition de la liste – à savoir quelles pratiques y figurent – et non le sens des termes dans lesquels chaque pratique est décrite. Les arrêts invoqués par Meta à cet égard concernaient des règles nationales interdisant des pratiques qui ne figurent pas à l'annexe I de la directive 2005/29 (56). En l'espèce, il n'est pas question d'un tel ajout de pratiques puisque la pratique en question est décrite au point 20 de l'annexe I lui-même. La nécessité d'une interprétation stricte ne découle pas non plus du fait que les pratiques énumérées à cette annexe doivent être considérées comme déloyales sans devoir faire l'objet d'une évaluation au cas par cas au titre des dispositions des articles 5 à 9 de cette directive. L'objectif de cette liste est d'éviter des évaluations individuelles difficiles (57). Il en résulte que le point 20 de cette annexe doit être appliqué indépendamment de la compréhension du consommateur moyen dans le cas d'espèce, mais pas que les termes dans lesquels ce point est formulé doivent recevoir une signification étroite. L'approche adoptée par la Cour le confirme. Dans l'arrêt Peek & Cloppenburg, après avoir expressément rappelé que l'annexe I contient une liste exhaustive (58), la Cour a interprété la notion de « financement » au titre du point 11 de l'annexe I de la directive 2005/29 comme englobant la contrepartie ayant une valeur patrimoniale, sous la forme du versement d'une somme d'argent ou sous toute autre forme, au motif qu'une interprétation plus étroite priverait cette disposition de son effet utile.

61. Deuxièmement, Meta soutient que la protection des consommateurs à l'égard du traitement de leurs données à caractère personnel est déjà assurée par le RGPD, en particulier par les exigences de transparence énoncées aux articles 12 et suivants de celui-ci, de sorte qu'une interprétation large du point 20 de l'annexe I de la directive 2005/29 n'est pas nécessaire.

62. À cet égard, le RGPD assure le traitement licite et transparent des données à caractère personnel, tandis que la directive 2005/29 régit les pratiques commerciales en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture d'un produit aux consommateurs. En conformité avec le RGPD, un professionnel peut divulguer de manière exhaustive les finalités pour lesquelles les données collectées seront traitées et quand même décrire le service auquel ces données donnent accès comme étant gratuit. La description d'un service comme étant « gratuit » n'est pas, en soi, un acte de traitement de données à caractère personnel. Ce règlement régit la licéité et la transparence d'un tel traitement, à savoir quelles données sont traitées, à quelles fins et ce qu'il y a lieu d'indiquer à ce sujet à la personne concernée. Il ne porte pas sur l'exactitude d'une mention relative aux conditions dans lesquelles le service est proposé. L'appréciation d'une telle mention relève de la directive 2005/29. La Cour a ainsi jugé que la conformité au RGPD et l'application par d'autres organismes du droit de l'Union poursuivant des objectifs différents sont cumulatives plutôt

qu'alternatives (59).

63. L'article 3, paragraphe 4, de la directive 2005/29 ne conduit, lui non plus, pas à une conclusion différente. En vertu de cette disposition, cette directive ne s'efface que devant d'autres règles de l'Union régissant des aspects spécifiques des pratiques commerciales déloyales en cas de conflit (60). La Cour a jugé que des règles obligeant les professionnels à fournir certaines informations aux consommateurs ne régissent pas, en elles-mêmes, des aspects particuliers des pratiques commerciales déloyales (61). Il en va de même pour les exigences de transparence prévues aux articles 12 et suivants du RGPD. En toute hypothèse, il n'y a un conflit au sens de l'article 3, paragraphe 4, de la directive 2005/29 que lorsque d'autres règles imposent aux professionnels des obligations, d'une manière ne leur laissant aucune marge d'appréciation, qui sont incompatibles avec celles prévues par la directive 2005/29 (62). Tel n'est pas le cas en l'espèce étant donné qu'un professionnel peut se conformer au RGPD tout en s'abstenant également de décrire un service comme étant « gratuit » lorsqu'une contrepartie est effectivement requise.

64. Troisièmement, Meta soutient que la directive 2005/29 devrait être interprétée d'une manière conforme à la liberté d'entreprise, telle que prévue à l'article 16 de la charte des droits fondamentaux de l'Union européenne (ci-après la « Charte »), et à la libre prestation des services, telle qu'énoncée à l'article 56 TFUE. Sur cette base, elle fait valoir que le point 20 de l'annexe I à la directive 2005/29 devrait recevoir une interprétation plus restrictive.

65. Cet argument repose sur une lecture erronée de ce qui est interdit par le point 20 de l'annexe I. Si un professionnel n'exige rien de la part du consommateur au-delà des coûts inévitables visés par cette disposition, il peut faire la promotion du service comme étant « gratuit » ou « sans frais ». De même, un professionnel dont le service est financé par l'utilisation de données à caractère personnel est libre d'informer les consommateurs des conditions dans lesquelles ce service est proposé. Toutefois, il ne peut décrire le service comme étant « gratuit » si le consommateur « doit payer » pour celui-ci au sens de cette disposition.

66. Par conséquent, l'interprétation que je propose ne comporte aucune restriction à la liberté d'entreprise ni à la libre prestation des services. Ces libertés ne confèrent pas le droit de fournir des descriptions inexactes des services, et la question de savoir si des restrictions à celles-ci sont justifiées et proportionnées ne se pose pas. En toute hypothèse, aucune de ces libertés ne constitue une prérogative absolue (63). L'interdiction de décrire un service comme étant « gratuit » lorsqu'une contrepartie est, en réalité, exigée constituerait, en toute hypothèse, une limitation admissible, ce qu'il appartient toutefois à la juridiction nationale d'apprécier. Une telle interdiction poursuit l'objectif de protection des consommateurs énoncé à l'article 38 de la Charte et exige simplement que la description d'un service corresponde aux conditions dans lesquelles il est proposé.

67. La jurisprudence invoquée par Meta à cet égard ne permet pas d'étayer une conclusion différente. Les arrêts en question concernaient des interdictions de communications commerciales qui étaient exactes sur le fond, et la Cour a examiné si une interdiction générale de telles communications était proportionnée à l'objectif poursuivi (64). Aucune question comparable ne se pose lorsque la description en cause est, en toute hypothèse, inexacte.

68. Aucun de ces arguments ne remet donc en cause l'interprétation exposée au point 57 des présentes conclusions.

IV. **Conclusion**

69. À la lumière des considérations qui précèdent, je propose à la Cour de répondre à la question préjudicielle posée par le Bundesgerichtshof (Cour fédérale de justice, Allemagne) de la manière suivante :

Le point 20 de l'annexe I de la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil, du 11 mai 2005, relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) n° 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil (« directive sur les pratiques commerciales déloyales »), lu en combinaison avec l'article 5, paragraphe 5, de cette directive,

doit être interprété en ce sens que la notion de « coûts », au sens de ce point 20, qui vise ce que le consommateur « doit payer », couvre la divulgation de données à caractère personnel par le consommateur et son consentement à l'utilisation de ces données à des fins commerciales, pour autant que ces données ne soient pas exclusivement traitées pour fournir le service en question ou pour permettre au professionnel de remplir les obligations légales qui lui incombent.

---

1 Langue originale : l'anglais.

---

2 Directive du Parlement européen et du Conseil, du 11 mai 2005, relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) n° 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil (« directive sur les pratiques commerciales déloyales ») (JO 2005, L 149, p. 22).

---

3 Directive du Parlement Européen et du Conseil, du 27 novembre 2019, modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et les directives 98/6/CE, 2005/29 et 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil en ce qui concerne une meilleure application et une

modernisation des règles de l'Union en matière de protection des consommateurs (JO 2019, L 328, p. 7).

4 Directive du Parlement européen et du Conseil, du 20 mai 2019, relative à certains aspects concernant les contrats de fourniture de contenus numériques et de services numériques (JO 2019, L 136, p. 1).

5 Directive du Parlement européen et du Conseil, du 25 octobre 2011, relative aux droits des consommateurs, modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et la directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 85/577/CEE du Conseil et la directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil (JO 2011, L 304, p. 64).

6 Directive du Parlement européen et du Conseil, du 11 décembre 2018, établissant le code des communications électroniques européen (JO 2018, L 321, p. 36).

7 Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil, du 27 avril 2016, relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE (règlement général sur la protection des données) (JO 2016, L 119, p. 1) (ci-après le « RGPD »).

8 BGBl. 2010 I, p. 254.

9 Voir point 11 de la décision de renvoi, citant l'arrêt du 6 octobre 2021, Consorzio Italian Management et Catania Multiservizi (C-561/19, EU:C:2021:799, points 32 et suivants).

10 L'article 2, sous c), de la directive 2005/29 a été remplacé par l'article 3, paragraphe 1, sous a), de la directive 2019/2161 et est désormais libellé comme suit : « "produit" : tout bien ou service, y compris les biens immobiliers, les services numériques et les contenus numériques, ainsi que les droits et les obligations ». Dans sa version applicable aux faits au principal, cette disposition était libellée comme suit : « "produit" : tout bien ou service, y compris les biens immobiliers, les droits et les obligations ».

11 Voir point 12 de la décision de renvoi.

12 Le point 20 de l'annexe I de la directive 2005/29 et l'article 5 de ladite directive n'ont pas non plus été affectés par les modifications apportées par la directive (UE) 2024/825 du Parlement européen et du Conseil, du 28 février 2024, modifiant les directives 2005/29 et 2011/83 pour donner aux consommateurs les moyens d'agir en faveur de la transition verte

grâce à une meilleure protection contre les pratiques déloyales et grâce à une meilleure information (JO L, 2024/825). En toute hypothèse, son délai de transposition était le 27 mars 2026 et les États membres doivent appliquer les mesures à compter du 27 septembre 2026 ; ces deux dates sont postérieures à l'audience sur le pourvoi en *Revision* qui s'est tenue le 3 juillet 2025.

13 Voir, en ce sens, arrêts du 23 avril 2009, VTB-VAB et Galatea (C-261/07 et C-299/07, EU:C:2009:244, point 56) ; du 13 septembre 2018, Wind Tre et Vodafone Italia (C-54/17 et C-55/17, EU:C:2018:710, point 40 et jurisprudence citée), et du 14 novembre 2024, Compass Banca (C-646/22, EU:C:2024:957, points 65 et 66).

14 Voir le point 34 des présentes conclusions.

15 Arrêt du 4 février 2025, Keren (C-158/23, EU:C:2025:52, point 50 et jurisprudence citée).

16 Voir, par exemple, les versions en langue bulgare, croate, estonienne, finnoise, polonaise, roumaine, slovène et espagnole : la version en langue bulgare utilise le verbe « *плати* » (« payer ») et le nom « *цена* » (« prix ») au lieu de « coûts » ; la version en langue croate utilise le terme « *iznos* » (« montant »), qui implique une somme d'argent ou, à tout le moins, une valeur pécuniaire ; dans la version en langue estonienne, les descripteurs sont « *prii* », « *tasuta* » et « *ilma rahata* », le dernier terme signifiant « sans argent » ; dans la version en langue finnoise, « *maksuton* » signifie littéralement « sans paiement » ; la version en langue polonaise utilise le terme « *należność* », défini comme étant la somme due ou le montant à payer ; la version en langue roumaine indique « *o sumă în plus față de costurile* » (« une somme en plus des coûts ») ; la version en langue slovène est libellée « *če mora potrošnik plačati kakršen koli znesek* » (« si le consommateur doit payer un quelconque montant »), et la version en langue espagnole exige que le consommateur « *abonar dinero por cualquier concepto distinto* (...) » [« payer de l'argent pour quoi que ce soit d'autre que (...) »], formule qui figure parmi les références les plus explicites à l'argent mentionnées, toutes versions linguistiques confondues.

17 Voir, par exemple, les versions en langue allemande, italienne, lettone, lituanienne, portugaise et slovaque : la version en langue allemande exige que le consommateur supporte d'autres coûts – « *weitere Kosten (...) zu tragen hat* » – le verbe employé suggère le fait de supporter une charge plutôt que le paiement d'un prix ; les termes italiens « *pagare* » (« payer ») et « *costo* » (« coût ») suggèrent un paiement en argent, bien que leur utilisation dans un sens plus général, désignant toute contrepartie, ne puisse être exclue ; la version en langue lettone inclut parmi ses descripteurs « *bez atlīdzības* », à savoir sans rémunération, ce qui indique l'absence de contrepartie plutôt que l'absence de prix, et

prévoit que le consommateur doit payer « *vēl kas vairāk par obligātajām izmaksām* » (« quelque chose de plus que les coûts obligatoires »), expression qui ne précise rien quant à ce que ce quelque chose est; la version en langue lituanienne prévoit que le consommateur doit payer quelque chose d'autre, sans préciser quoi ; dans la version en langue portugaise, les descripteurs sont « *grátis* », « *gratuito* », « *sem encargos* » et « *equivalente* » ; « *sem encargos* » peut désigner un produit exempt non seulement de coûts, mais aussi de frais autres que pécuniaires, et aucune expression pécuniaire n'est employée, que ce soit dans la description du produit ou dans la désignation de la charge pesant sur le consommateur ; et dans la version en langue slovaque, les coûts inévitables ne sont mentionnés que pour être exclus, rien n'étant dit quant à ce que le consommateur paie au-delà de ces coûts.

18 Voir, par exemple, les versions en langue néerlandaise, anglaise, grecque, hongroise, maltaise et suédoise : la version en langue néerlandaise indique « *iets moet betalen dan de onvermijdelijke kosten* » (« doit payer quelque chose d'autre que les coûts inévitables ») et comprend parmi ses descripteurs « *voor niets* », littéralement « pour rien », ce qui indique l'absence de toute contrepartie plutôt que l'absence de prix – il peut être ajouté que l'expression « *betalen met je gegevens* » (« payer avec vos données ») est couramment utilisée en néerlandais dans le contexte en cause ; la version en langue anglaise prévoit que l'interdiction s'applique « *if the consumer has to pay other other than the unavoidable cost* » ; « *pay* » indique ordinairement une somme d'argent, mais peut s'étendre à la fourniture d'autres choses de valeur, et « *anything* » n'apporte aucune précision supplémentaire ; la version en langue grecque emploie un terme indiquant le paiement, qui peut être compris au sens plus strict d'une somme d'argent ou dans un sens plus large couvrant toute contrepartie, y compris un paiement en nature ; la version en langue hongroise indique « *az elkerülhetetlen költségén felül bármit is fizetnie kell* » (« doit payer quoi que ce soit au-delà des coûts inévitables ») ; la comparaison ainsi établie avec les coûts inévitables suggère que les deux sont de la même nature, bien que le paiement d'une somme d'argent ne soit nulle part expressément requis ; la version en langue maltaise emploie un terme suggérant un prix, qui fait ordinairement référence à un montant monétaire, tout en ne définissant pas ce que couvre la notion de payer quoi que ce soit ; la version en langue suédoise indique « *betala annat än den oundvikliga kostnaden* » (« payer quelque chose d'autre que les coûts inévitables »), le pronoun « *annat* » servant à exclure les coûts inévitables sans préciser l'objet du paiement au-delà de ceux-ci.

19 Arrêt du 2 septembre 2021 (C-371/20, ci-après l'« arrêt Peek & Cloppenburg », EU:C:2021:674).

20 Le point 11 de l'annexe I de la directive 2005/29, qui est demeuré inchangé, dispose : « Utiliser un contenu rédactionnel dans les médias pour faire la promotion d'un produit, alors que le professionnel a financé celle-ci lui-même, sans l'indiquer clairement dans le

contenu ou à l'aide d'images ou de sons clairement identifiables par le consommateur (publi-reportage) (...) ».

21 Telles que les versions en langue espagnole, allemande, anglaise, néerlandaise et polonaise. Voir arrêt Peek & Cloppenburg, point 36.

22 Telles que les versions en langue française et italienne, ibid.

23 Ibid., points 37 à 42 et 49.

24 Voir, en ce sens, notamment, arrêts du 17 novembre 1983, Merck (292/82, EU:C:1983:335, point 12), et du 9 janvier 2025, Österreichische Datenschutzbehörde (Demandes excessives) (C-416/23, EU:C:2025:3, point 24).

25 Voir point 26 des présentes conclusions.

26 Voir point 35 des présentes conclusions.

27 Le point 11, première phrase, de l'annexe I de la directive 2005/29 définit cette notion comme le fait d'« [u]tiliser un contenu rédactionnel dans les médias pour faire la promotion d'un produit, alors que le professionnel a financé celle-ci lui-même, sans l'indiquer clairement dans le contenu ou à l'aide d'images ou de sons clairement identifiables par le consommateur ».

28 Voir, en ce sens, arrêt Peek & Cloppenburg, point 49.

29 Ibid., points 20 et 46.

30 Ibid., point 46.

31 Voir, en ce sens, ibid., point 41.

32 JO 2021, C 526, p. 1.

33 Section 3.4, « Utilisation de l'allégation "gratuit" » – N° 20, p. 66.

34 Arrêt du 4 juillet 2023, Meta Platforms e.a. (Conditions générales d'utilisation d'un

réseau social) (C-252/21, ci-après l'« arrêt Meta Platforms e.a. », EU:C:2023:537).

35 Ibid., point 27.

36 Ibid., point 50.

37 Ibid.

38 Ibid., point 51.

39 Voir arrêt Peek & Cloppenburg, point 49.

40 Article 3, paragraphe 1, sous a), de la directive 2019/2161, remplaçant l'article 2, sous c), de la directive 2005/29.

41 Voir la référence dans le premier considérant de chacun de ces actes.

42 Le considérant 16 de la directive 2018/1972 se réfère, à cet égard, à la jurisprudence de la Cour relative à l'article 57 TFUE. Voir, notamment, arrêt du 11 septembre 2014, Papasavvas (C-291/13, EU:C:2014:2209, point 29 et jurisprudence citée).

43 Dans la directive 2019/770, la notion de prix s'étend uniquement à l'argent et aux représentations numériques de valeur servant de mode de paiement, telles que des chèques électroniques ou des coupons électroniques (article 2, point 7 ; voir considérant 23 de cette directive), et il n'est fait nulle part référence à la fourniture de données à caractère personnel comme à un moyen de contrepartie.

44 Inséré par l'article 4, paragraphe 2, sous b), de la directive 2019/2161. L'article 3, paragraphe 1 bis couvre également les contenus numériques non fournis sur un support matériel ; c'est l'extension aux services numériques qui est pertinente en l'espèce.

45 Considérant 31 de la directive 2019/2161.

46 Voir point 44 des présentes conclusions.

47 Voir considérant 16 de la directive 2018/1972, considérant 24 de la directive 2019/770 et considérant 31 de la directive 2019/2161. Voir également arrêt Meta Platforms e.a., points 50 et 51.

48 Voir arrêt Peek & Cloppenburg, point 39. Voir également arrêts du 18 octobre 2012, Purely Creative e.a. (C-428/11, EU:C:2012:651, point 48), et du 12 juin 2019, Orange Polska (C-628/17, EU:C:2019:480, point 36 et jurisprudence citée).

49 En ce qui concerne les considérants 7, 11, 13 et 14 de la directive 2005/29, voir, en ce sens, arrêt du 14 novembre 2024, Compass Banca (C-646/22, EU:C:2024:957, point 49).

50 Voir point 31 de la décision de renvoi.

51 Il en est de même de l'avantage en cause dans l'arrêt *Peek & Cloppenburg*, où l'autorisation d'utiliser des images protégées par des droits d'utilisation avait une valeur patrimoniale, mais il n'y était attaché aucun chiffre, par lequel cette valeur pouvait être déterminée. Voir point 38 des présentes conclusions.

52 Voir, en ce sens, arrêt Peek & Cloppenburg, point 42.

53 Voir points 39 et 40 des présentes conclusions, ainsi que les orientations de la Commission qui y sont visées.

54 Voir point 54 des présentes conclusions, et point 31 de la décision de renvoi.

55 Voir point 27 des présentes conclusions.

56 Arrêts du 14 janvier 2010, Plus Warenhandelsgesellschaft (C-304/08, EU:C:2010:12, point 45), et du 14 novembre 2024, Compass Banca (C-646/22, EU:C:2024:957, point 67).

57 Arrêt du 18 octobre 2012, Purely Creative e.a. (C-428/11, EU:C:2012:651, point 46).

58 Arrêt Peek & Cloppenburg, point 49. Lorsque la Cour a donné une interprétation étroite d'un point mentionné à l'annexe I, elle l'a fait d'une manière conforme à la finalité de cette annexe plutôt qu'en faveur du professionnel : voir arrêt du 18 octobre 2012, Purely Creative e.a. (C-428/11, EU:C:2012:651, point 41).

59 Voir, en ce sens, arrêt du 4 octobre 2024, *Lindenapotheke* (C-21/23, EU:C:2024:846, points 74 et suivants), et arrêt *Meta Platforms e.a.*, points 47 et suivants.

60 Arrêt du 13 septembre 2018, Wind Tre et Vodafone Italia (C-54/17 et C-55/17,

EU:C:2018:710, point 58 et jurisprudence citée).

61 Ibid., points 65 et 66.

62 Ibid., points 60 et 61.

63 En ce qui concerne la liberté d'entreprise, voir article 52, paragraphe 1 de la Charte, aux termes duquel toute limitation de l'exercice des droits et libertés reconnus par la Charte « doit être prévue par la loi et respecter le contenu essentiel desdits droits et libertés » et « [d]ans le respect du principe de proportionnalité, des limitations ne peuvent être apportées que si elles sont nécessaires et répondent effectivement à des objectifs d'intérêt général reconnus par l'Union ou au besoin de protection des droits et libertés d'autrui ». Voir, également, arrêts du 6 septembre 2012, Deutsches Weintor (C-544/10, EU:C:2012:526, point 54 et jurisprudence citée), et du 22 janvier 2013, Sky Österreich (C-283/11, EU:C:2013:28, points 45 et 46).

64 Voir arrêts du 4 mai 2017, Vanderborght (C-339/15, EU:C:2017:335, point 76) ; Compass Banca (C-646/22, EU:C:2024:957, point 96), qui concernait une mesure imposée par une autorité nationale concernant une pratique non énumérée à l'annexe I, et du 19 juin 2025, Commission/Pologne (Publicité pour les pharmacies) (C-200/24, EU:C:2025:459, points 73 et 100).