

**Cour de justice de l'Union européenne -
2 décembre 2025 – affaire C-492/23 – Russmedia Digital et Inform Media Press**

MOTS CLEFS : Protection des données à caractère personnel - données sensibles - responsable de traitement – régime d'exonération des hébergeurs – modération de contenus – privacy by design – privacy by default - RGPD – Directive e-commerce – DSA

Le 2 décembre 2025, la Cour de justice de l'Union européenne a rendu un arrêt majeur prolongeant sa réflexion sur la notion de responsabilité partagée dans l'écosystème digital et transformant le modèle opérationnel des sites de petites annonces. En redéfinissant les frontières de la responsabilité de traitement, la Cour impose un changement de paradigme, celui de la transition d'une modération réactive vers une obligation de vigilance proactive pour les contenus générés par les utilisateurs.

FAITS : Une plateforme roumaine de petites annonces, www.publi24.ro, exploitée par la société Russmedia Digital, permettait à des utilisateurs de publier anonymement des annonces en ligne. Une annonce préjudiciable et mensongère, publiée sur celle-ci, présentait la demanderesse comme offrant des services sexuels et comportait un certain nombre de données personnelles et sensibles, telles que son numéro de téléphone ou des photographies, sans que cette dernière n'ait donné son consentement. La plateforme avait rapidement procédé au retrait de la publication, mais elle avait été copiée et rediffusée sur d'autres sites accessibles.

PROCEDURE : La victime a assigné l'exploitant sur le fondement du RGPD, estimant que la plateforme jouait un rôle direct dans le traitement de ses données. Le tribunal de première instance a accueilli sa demande tandis que la juridiction d'appel a infirmé cette décision en considérant que la plateforme était un simple hébergeur bénéficiant d'une exonération de responsabilité. La Cour d'appel a alors adressé une question préjudicielle à la CJUE pour obtenir une interprétation du droit de l'UE.

PROBLEMES DE DROIT : L'exploitant d'une place de marché en ligne est-il un responsable de traitement au sens du RGPD pour les données publiées par ses utilisateurs ? Le cas échéant, quelle est l'étendue de ses obligations ? Enfin, le régime d'exonération de responsabilité prévu par la Directive e-commerce peut-il faire obstacle aux obligations de protection des données ?

SOLUTION : Par un arrêt du 2 décembre 2025, la Haute juridiction confirme que l'exploitant est bien un responsable du traitement concernant les données personnelles contenues dans les annonces publiées sur sa plateforme. Elle lui impose des obligations de diligence et de contrôle préalable pour les données sensibles et écarte l'application de l'exonération de responsabilité issu de la directive e-commerce au profit du RGPD.

SOURCES :

- Directive 2000/31/CE
- Article 4 § 7 du RGPD
- Cour de justice de l'Union européenne, 29 juillet 2019, arrêt de la Cour (deuxième chambre), affaire C-40/17, Fashion ID GMBH & Co. KG contre Verbraucherzentrale NR
- Article 9 § 1 du RGPD



- Article 25 du RGPD
- Article 8 du DSA
- Article 17 § 2 du RGPD
- Article 2 § 4 du RGPD
- CJUE, 30 avril 2024, La Quadrature du Net e.a. contre Premier ministre et ministère de la Culture, n° C-470/21



- **NOTE :**

L'arrêt Russmedia marque un tournant historique en droit du numérique. En qualifiant les exploitants de plateformes de petites annonces de responsables de traitement, la Cour met fin au régime d'immunité quasi automatique des intermédiaires techniques en leur imposant des obligations de vigilance dès lors que des données personnelles sont en jeu et elle consacre la primauté absolue du RGPD sur les régimes d'exemption de responsabilité issus de la directive e-commerce et du DSA.

L'extension de la responsabilité de traitement aux plateformes numériques

La Cour rejette ici la qualification de simple sous-traitant, défendue par l'avocat général, au profit de celle de responsable de traitement.

L'arrêt est sur ce point innovant car la Cour ne s'arrête pas à la rédaction du contenu faite par l'utilisateur, mais elle s'appuie sur l'article 4 § 7 du RGPD pour caractériser celui qui « détermine les finalités et les moyens du traitement ». En ce sens, la Cour tient responsable Russmedia car elle exploite commercialement des données à ses propres fins publicitaires, elle définit les paramètres de diffusion des annonces et elle s'octroie des droits contractuellement étendus (reproduction, distribution, transmission et modification des contenus) dans ses conditions générales.

En s'inscrivant dans la lignée de l'arrêt Fashion ID de 2019¹, la CJUE cherche à éviter les lacunes de protection avec un objectif d'effet utile du RGPD selon lequel la CJUE cherche à garantir une protection des données concrète et pas une simple déclaration d'intention. L'arrêt Fashion ID avait ouvert la voie à une approche

fonctionnelle de la responsabilité avec le bouton « like » en énonçant qu'il n'était pas nécessaire d'avoir accès aux données pour être responsable de leur collecte mais ici la Cour complète en disant qu'il n'y a pas besoin d'être l'auteur de la donnée pour être responsable du traitement.

Cette approche lui permet d'éviter que les droits issus du RGPD soient inopérants, notamment dans les cas où l'utilisateur est anonyme et elle s'assure ainsi que l'utilisateur dispose d'une entité juridique identifiée vers qui se tourner pour exercer ses droits.

Vers un contrôle *ex ante* des données sensibles

La Cour impose aux plateformes numériques une obligation de vigilance active, à travers un contrôle préalable, pour les contenus comprenant des données sensibles, les transformant ainsi en véritables « gardiennes » des données sensibles.

De fait, un certain nombre de mesures préventives à toute publication sont imposées pour ce type de données, notamment celles relevant de l'article 9 § 1 du RGPD (origine raciale ou ethnique, opinions politiques, données de santé ou encore vie sexuelle), qui découle de deux principes prévus à l'article 25 du RGPD : celui de la protection des données dès la conception d'un traitement (privacy by design) et celui de protection des données par défaut (privacy by default), une logique allant au-delà des réflexes « notice and takedown ».

En l'espèce, la Cour prévoit l'obligation d'identification des annonces contenant des données sensibles avec la mise en place de mesures techniques et organisationnelles telles que des mécanismes de détection (mots-clés, contrôles ciblés) et une modération prioritaire pour certaines annonces.

¹ Cour de justice de l'Union européenne, 29 juillet 2019, arrêt de la Cour (deuxième chambre), affaire C-40/17, Fashion ID GMBH & Co. KG contre Verbraucherzentrale NR



Ensuite, elle dispose que l'exploitant doit vérifier si les données sensibles concernent l'annonceur, à défaut il faudra s'assurer que la personne dont ces données sont publiées a donné son consentement explicite à la publication. Si tel n'est pas le cas, il devra refuser la publication de l'annonce.

Cependant, ce contrôle préalable créé une tension avec la prohibition de surveillance généralisée prévue par l'article 15 de la directive e-commerce (reprise à l'article 8 du DSA). La Cour semble créer une exception de fait selon laquelle la surveillance devient licite, voire obligatoire, lorsqu'elle est limitée aux données sensibles et nécessaire à la protection des droits fondamentaux.

D'autre part, la Cour reconnaît une obligation de sécurité renforcée à travers la mise en œuvre de mesures techniques et organisationnelles pour empêcher que ce type d'annonces soient copiées et republiées illicitement sur d'autres plateformes. Des mesures telles que des limitations techniques (anti-scraping, restrictions API), des filigranes ou encore certaines mesures organisationnelles de surveillance ou traçabilité devront être mises en place.

Cependant, cette obligation semble techniquement contraignante car elle va au-delà de l'obligation de notification prévue par l'article 17 § 2 du RGPD, voire irréaliste en pratique pour les plateformes qui n'ont aucun contrôle sur les plateformes tierces et du fait de la facilité à copier et reproduire un contenu rapidement et massivement.

La primauté fonctionnelle du RGPD : rejet du régime d'exemption des hébergeurs

L'arrêt est marquant sur ce point car la Cour fait primer l'application du RGPD sur la directive e-commerce (articles 12 à 15) et ne permet plus à l'exploitant d'échapper aux obligations prévues par le RGPD en se cachant derrière le statut d'hébergeur

prévu à l'article 14 du RGPD qui prévoit une exonération de responsabilité si la neutralité technique est reconnue.

La CJUE rappelle que l'article 2 § 4 du RGPD prévoit une coexistence de ces deux régimes et que la directive n'est pas applicable aux questions relevant de la protection des données personnelles et que donc le RGPD s'applique sans préjudice de cette directive.

Le RGPD, dans un objectif de lutte contre l'impunité des publications anonymes et la nécessité de prévenir l'exposition non consentie de données sensibles, prime sur la directive e-commerce et sa position est quasi constitutionnelle en droit de l'UE.

En s'appuyant sur l'esprit de l'arrêt *Quadrature du net*², la Cour applique ce principe de supériorité du RGPD déjà reconnu mais va plus loin car elle sépare le contenu (soumis à la directive e-commerce) de la donnée personnelle (soumise au RGPD), ce qui ne permet plus à la plateforme d'être protégée par sa « neutralité » technique sous le statut d'hébergeur car elle peut être sanctionnée sur le terrain du RGPD.

Ainsi, le RGPD prime sur le régime des hébergeurs dès lors que des données sensibles sont en jeu.

Romane Grillet

Master 2 Droit des communications électroniques
AIX-MARSEILLE UNIVERSITE, LID2MS-IREDEC 2025

² CJUE, 30 avril 2024, *La Quadrature du Net e.a. contre Premier ministre et ministère de la Culture*, n° C-470/21



RESUME DE L'ARRET :

CJUE, gr. ch., 2 déc. 2025, X c/ Russmedia Digital, aff. C-492/23

« Saisie à titre préjudiciel par la Curtea de Apel Cluj (cour d'appel de Cluj, Roumanie), la Cour, réunie en grande chambre, précise les responsabilités de l'exploitant d'une place de marché en ligne en tant que responsable du traitement des données à caractère personnel contenues dans les annonces publiées par des utilisateurs annonceurs sur sa place de marché en ligne, au regard du RGPD (1). Par ailleurs, dans ce même contexte, la Cour se prononce sur l'articulation entre le régime de responsabilité prévu par le RGPD pour les responsables du traitement des données à caractère personnel et le régime de responsabilité prévu par la directive sur le commerce électronique (2) pour les prestataires intermédiaires de services de la société de l'information.

Russmedia Digital, une société de droit roumain, est propriétaire du site Internet www.publi24.ro, une place de marché en ligne en Roumanie sur laquelle des annonces publicitaires peuvent être publiées gratuitement ou contre rémunération.

X, une personne physique, allègue qu'une tierce personne non identifiée a publié sur ce site, le 1er août 2018, une annonce mensongère et préjudiciable la présentant comme offrant des services sexuels. L'annonce contenait notamment des photos de X, utilisées sans son consentement, ainsi que son numéro de téléphone. Par la suite, cette annonce a été reprise à l'identique sur d'autres sites Internet à contenu publicitaire, avec l'indication de la source d'origine. Russmedia Digital a retiré l'annonce de son site Internet moins d'une heure après la réception d'une demande en ce sens de la part de X. Toutefois, l'annonce est restée disponible sur d'autres sites Internet l'ayant reprise.

Saisie par X, la Judecătoria Cluj-Napoca (tribunal de première instance de Cluj-Napoca, Roumanie) a condamné Russmedia Digital et Inform Media Press SRL (ci-après, ensemble, « Russmedia ») à lui verser des dommages et intérêts au titre du préjudice moral causé par l'atteinte au droit à l'image, à l'honneur et à la réputation ainsi que par la violation du droit au respect de sa vie privée et le traitement illégal de ses données à caractère personnel. L'appel introduit par Russmedia à l'encontre de ce jugement a été accueilli par le Tribunalul Specializat Cluj (tribunal spécialisé de Cluj, Roumanie), qui a considéré que cette société fournissait uniquement un service d'hébergement de l'annonce en cause, sans implication active quant à son contenu et qu'elle pouvait, dès lors, bénéficier d'une des exonérations de responsabilité prévues par la réglementation nationale sur le commerce électronique pour les prestataires de services de la société de l'information.

Saisie du pourvoi introduit par X, la juridiction de renvoi se demande si l'exploitant d'une place de marché en ligne, tel que Russmedia, qui permet à ses utilisateurs de placer de manière anonyme des annonces sur sa place de marché en ligne gratuitement ou contre rémunération, a méconnu les obligations qui lui incombent en vertu du RGPD, lorsqu'une annonce publiée sur sa place de marché en ligne contient des données à caractère personnel, notamment sensibles, en violation de ce règlement. Par ailleurs, la juridiction de renvoi se demande si les dispositions de la directive sur le commerce électronique relatives à la responsabilité des prestataires intermédiaires de services de la société de l'information (3) sont applicables à Russmedia.

Appréciation de la Cour

À titre liminaire, la Cour constate que l'exploitant d'une place de marché en



ligne, tel que Russmedia, peut être qualifié de « responsable du traitement » des données à caractère personnel contenues dans une annonce publiée sur cette place de marché en ligne, au sens du RGPD (4).

Ainsi, la Cour souligne que si une personne peut être qualifiée de « responsable du traitement » des données à caractère personnel uniquement si elle influe sur ce traitement à des fins qui lui sont propres, tel peut notamment être le cas lorsque l'exploitant d'une place de marché en ligne publie des données à caractère personnel concernées à des fins commerciales ou publicitaires qui vont au-delà de la simple prestation de service qu'il fournit à l'utilisateur annonceur. En l'occurrence, Russmedia se réserve le droit d'utiliser, de distribuer, de transmettre, de reproduire, de modifier, de traduire, de céder à des partenaires et d'effacer les contenus publiés à tout moment et sans avoir besoin d'une « raison valable » pour le faire. Cette société ne publie donc les données à caractère personnel contenues dans les annonces pas ou pas uniquement pour le compte des utilisateurs annonceurs, mais les traite et peut les valoriser à des fins publicitaires et commerciales qui lui sont propres. Partant, Russmedia a influé, à des fins qui lui sont propres, sur la publication sur Internet des données à caractère personnel de X. Cette constatation n'est pas remise en cause par le fait que Russmedia n'a manifestement pas participé à la détermination de la finalité mensongère et préjudiciable visée par l'utilisateur annonceur au moyen de la publication de l'annonce en cause, dans la mesure où, en permettant que des annonces soient placées de manière anonyme sur sa place de marché en ligne, cette société a facilité la publication de telles données sans le consentement de la personne concernée. En mettant à la disposition de l'utilisateur annonceur sa place de marché en ligne qui a servi à la publication de l'annonce en cause, Russmedia a participé à la détermination des moyens de cette publication. En effet, en fixant les paramètres de diffusion des

annonces susceptibles de contenir des données à caractère personnel, en déterminant la présentation, la durée de cette diffusion ou les rubriques structurant les informations publiées ou encore en organisant le classement qui déterminera les modalités d'une telle diffusion, l'exploitant d'une place de marché en ligne, tel que Russmedia, participe à la détermination des moyens essentiels de la publication de ces données à caractère personnel, en influant ainsi de manière décisive sur leur diffusion globale. À cet égard, il ressort des conditions générales d'utilisation de la place de marché en ligne de Russmedia que cette société se réserve notamment le droit de distribuer, de transmettre, de publier, d'effacer ou encore de reproduire les informations contenues dans les annonces, y compris les données à caractère personnel qu'elles contiennent.

En tout état de cause, l'exploitant d'une place de marché en ligne ne saurait échapper à sa responsabilité au motif qu'il n'a pas lui-même déterminé le contenu de l'annonce en cause publiée sur cette place de marché. En effet, toute autre interprétation serait de nature à porter atteinte à l'objectif du RGPD, qui est d'assurer une protection efficace et complète des personnes concernées, par une définition large de la notion de « responsable de traitement ».

Au vu de ces observations liminaires, la Cour examine, en premier lieu, les obligations de l'exploitant d'une place de marché en ligne, tel que Russmedia, en tant que responsable du traitement des données à caractère personnel publiées sur sa place de marché en ligne, au regard du RGPD.

À cet égard, la Cour évalue premièrement, si l'exploitant d'une place de marché en ligne doit identifier les annonces contenant des données sensibles au sens du RGPD (5), avant de procéder à leur publication. Ainsi, elle rappelle que l'exploitant et l'utilisateur annonceur doivent être



considérés comme des responsables conjoints au sens du RGPD (6).

À ce titre, en vertu des obligations générales de responsabilité et de conformité qui leur incombent en vertu de ce règlement (7), tant l'exploitant que l'annonceur doivent être en mesure de démontrer, d'une part, que les données à caractère personnel contenues dans l'annonce sont publiées de manière licite, c'est-à-dire avec le consentement explicite de la personne concernée lorsque les données en cause sont des données sensibles (8), et que ces données sont exactes (9). D'autre part, l'exploitant d'une place de marché en ligne, en tant que responsable conjoint du traitement des données à caractère personnel, doit mettre en œuvre des mesures techniques et organisationnelles appropriées (10) pour être en mesure de démontrer que le traitement de ces données a été effectué conformément au RGPD. Le caractère approprié de ces mesures doit être évalué de manière concrète, en tenant compte de la nature, de la portée, du contexte et des finalités du traitement en question ainsi que du degré de probabilité et de gravité des risques pour les droits et libertés de la personne concernée.

À cet égard, la Cour souligne que la publication de données à caractère personnel sur une place de marché en ligne comporte des risques significatifs pour les droits et libertés de la personne concernée, dès lors qu'elle rend ces données en principe accessibles à tout utilisateur d'Internet. De plus, ces données pouvant être copiées et reproduites sur d'autres sites Internet, il peut s'avérer difficile, voire impossible, pour la personne concernée d'obtenir leur effacement effectif d'Internet. Ces risques sont d'autant plus sérieux lorsqu'il s'agit de données sensibles. En outre, le degré de probabilité d'une violation de ces droits par la publication d'une annonce contenant de telles données est très élevé lorsque l'utilisateur annonceur n'est pas lui-même la personne concernée et lorsque la place de marché en ligne permet de placer de

telles annonces de manière anonyme. Partant, dans la mesure où l'exploitant d'une place de marché en ligne, tel que Russmedia, sait ou devrait savoir que, d'une manière générale, des annonces contenant des données sensibles sont susceptibles d'y être publiées par des utilisateurs annonceurs, il est dans l'obligation, dès la conception de son service, de mettre en œuvre les mesures techniques et organisationnelles appropriées pour identifier de telles annonces avant leur publication et pour vérifier si les données sensibles qu'elles contiennent sont publiées dans le respect du RGPD.

Deuxièmement, la Cour analyse si l'exploitant d'une place de marché en ligne, en tant que responsable du traitement des données sensibles contenues dans les annonces publiées sur son site Internet, conjointement avec l'utilisateur annonceur, doit vérifier l'identité de cet annonceur avant une telle publication. Elle précise ainsi que, si le fait pour une personne concernée de placer une annonce contenant ses données sensibles sur une place de marché en ligne peut constituer un consentement explicite, requis par le RGPD (11), un tel consentement fait défaut lorsque la publication est effectuée par une tierce personne, sans le consentement de la personne concernée. L'exploitant d'une place de marché en ligne est donc tenu de vérifier, avant la publication d'une telle annonce, si l'utilisateur annonceur est la personne dont les données figurent dans l'annonce, ce qui présuppose de recueillir son identité. De telles mesures techniques et organisationnelles doivent notamment permettre de limiter le risque d'un traitement illicite des données à caractère personnel des personnes concernées et de lutter contre l'usage déloyal d'une telle place de marché en ligne, en limitant le sentiment d'impunité et en incitant ainsi les utilisateurs annonceurs à se conformer aux exigences du RGPD lorsqu'ils publient des annonces contenant des données à caractère personnel.



Au vu de ce qui précède, la Cour souligne, troisièmement, que l'exploitant d'une place de marché en ligne doit refuser la publication d'une annonce contenant des données sensibles, en mettant en œuvre des mesures techniques et organisationnelles appropriées, s'il s'avère, après vérification de l'identité de l'utilisateur annonceur, que ce dernier n'est pas la personne dont les données sensibles figurent dans l'annonce et qu'il ne peut pas démontrer à suffisance de droit que la personne concernée par l'annonce a donné son consentement explicite à la publication de ces données ou que l'une des autres exceptions à l'interdiction du traitement de ces données est remplie (12).

Quatrièmement, la Cour précise la portée de l'obligation de sécurité qui incombe au responsable du traitement des données à caractère personnel, conformément à l'article 32 du RGPD (13). Elle souligne qu'une fois qu'une annonce contenant des données à caractère personnel est en ligne et qu'elle est ainsi déjà accessible globalement, la dissémination de ces données comporte, notamment, le risque d'une perte de contrôle des données à caractère personnel concernées qui, lorsqu'il advient, prive de tout effet utile les droits et garanties prévus par le RGPD au bénéfice de la personne concernée, au premier chef desquels figure le droit à l'effacement (14). Partant, la Cour dit pour droit que l'exploitant d'une place de marché en ligne, en tant que responsable du traitement des données à caractère personnel publiées sur sa place de marché en ligne, est tenu de mettre en œuvre des mesures de sécurité techniques et organisationnelles appropriées afin d'empêcher que des annonces y étant publiées et contenant des données sensibles soient copiées et illicitement publiées sur d'autres sites Internet.

En second lieu, la Cour se prononce sur l'articulation entre le RGPD et la directive sur le commerce électronique et, plus particulièrement, sur la question de savoir

si les articles 12 à 15 de cette directive, relatifs à la responsabilité des prestataires intermédiaires, sont susceptibles d'interférer avec le régime de responsabilité prévu par ce règlement. À cet égard, elle rappelle, d'une part, qu'il résulte de l'article 1er, paragraphe 5, sous b), de la directive sur le commerce électronique (15) que les questions liées à la protection des données à caractère personnel doivent être appréciées à l'aune du RGPD et que cette directive ne peut, en tout état de cause, pas porter atteinte aux exigences résultant de ce règlement. Ainsi, l'éventuel bénéfice de l'exonération de responsabilité prévue à l'article 14, paragraphe 1, de ladite directive, dont l'exploitant d'une place de marché en ligne pourrait se prévaloir quant aux informations hébergées sur son site Internet, ne saurait interférer avec le régime du RGPD qui s'applique à un tel exploitant comme à tout autre opérateur relevant du champ d'application de ce règlement. Il en va de même pour l'article 15 de cette même directive relatif à l'obligation générale en matière de surveillance (16). Par ailleurs, l'obligation pour l'exploitant d'une place de marché en ligne de se conformer aux exigences découlant du RGPD ne saurait, en tout état de cause, être qualifiée comme une telle obligation générale en matière de surveillance. D'autre part, la Cour souligne qu'il résulte de l'article 2, paragraphe 4, du RGPD (17) que le fait qu'un opérateur soit le titulaire d'obligations prévues par ce règlement n'exclut pas automatiquement qu'il puisse se prévaloir des articles 12 à 15 de la directive sur le commerce électronique pour des questions autres que celles relatives à la protection des données à caractère personnel. Par conséquent, la Cour conclut que l'exploitant d'une place de marché en ligne, en tant que responsable du traitement des données à caractère personnel contenues dans les annonces publiées sur sa place de marché en ligne, ne peut pas se prévaloir, à l'égard d'une violation des obligations lui incombant en vertu du RGPD, des articles 12 à 15 de la directive sur le commerce électronique.

