



*Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 21 gennaio 2020;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*" e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO in particolare l'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in base al quale in caso di inottemperanza ai provvedimenti d'urgenza o a quelli inibitori o di rimozione degli effetti, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro e nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689;

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*", adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015 n. 25411;

VISTA la propria delibera n. 27432 del 29 novembre 2018, con la quale l'Autorità ha accertato, tra l'altro, la scorrettezza della pratica commerciale posta in essere da Facebook Inc. e Facebook Ireland Ltd, almeno da maggio 2008 e ancora in corso, consistente nel non aver fornito informazioni adeguate sull'attività di raccolta e utilizzo a fini commerciali dei dati degli utenti della Piattaforma Facebook;

VISTE le ordinanze del T.A.R. Lazio, Sez. I, nn. 335 e 336 del 17 gennaio 2019;

VISTE le sentenze del T.A.R. Lazio, Sez. I, n. 260 e 261 del 10 gennaio 2020;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. FATTO

1. Con provvedimento n. 27432 del 29 novembre 2018 l'Autorità ha, tra l'altro, accertato che Facebook Inc. e Facebook Ireland Ltd. (nel seguito anche congiuntamente Facebook, FB, la Parte, il Professionista, la società) hanno posto in essere una pratica commerciale scorretta in violazione degli artt. 21 e 22 del Codice del Consumo, per aver ingannevolmente indotto gli utenti consumatori a registrarsi sulla Piattaforma Facebook non informandoli adeguatamente e immediatamente, in fase di attivazione dell'*account*, dell'attività di raccolta, con finalità commerciali, dei dati da loro forniti, e, più in generale, delle finalità remunerative che sottendono la fornitura del servizio di *social network*, enfatizzandone la sola gratuità.

2. Alla luce di quanto precede, l'Autorità ha vietato l'ulteriore diffusione della pratica commerciale e ha disposto la pubblicazione da parte di Facebook Inc. e Facebook Ireland Ltd. di una dichiarazione rettificativa, ai sensi dell'articolo 27, comma 8, del Codice del Consumo. Tale dichiarazione, il cui testo riportato in allegato al provvedimento n. 27432 del 29 novembre 2018, doveva essere pubblicata entro quarantacinque giorni dall'avvenuta notifica dello stesso, sulla *homepage* del sito *internet* aziendale per l'Italia, raggiungibile agli indirizzi <https://it-it.facebook.com/> e <https://m.facebook.com/>, nonché sull'*app* Facebook e permanere per venti giorni. La medesima dichiarazione doveva essere pubblicata al primo accesso di ciascun utente italiano registrato sulla propria pagina personale a partire dalla mezzanotte del quarantacinquesimo giorno dall'avvenuta notificazione del provvedimento, attraverso un *pop-up* a schermata intera.

3. Con ordinanze n. 335/2019 e n. 336/2019 il T.A.R. Lazio ha sospeso, nelle more del giudizio di merito, l'efficacia del provvedimento adottato dall'Autorità limitatamente all'imposizione dell'obbligo di pubblicare la dichiarazione rettificativa.

4. FB ha trasmesso in data 7 marzo 2019 una prima relazione sulle misure delineate per porre fine all'infrazione, successivamente integrata in data 16 luglio e 30 ottobre 2019. Con riferimento alla pratica sopra citata, la società ha, in particolare, rappresentato di aver implementato le seguenti misure: i) sostituzione, a far data dal 9 agosto 2019, della frase *“è gratis e lo sarà per sempre”*, visibile nella pagina di registrazione a FB, con la frase *“è veloce e semplice”*; ii) aggiornamento delle Condizioni d'Uso del *social network* a far data dal 31 luglio 2019; iii) aggiornamento del proprio *“Centro assistenza”* al fine di *“fornire una spiegazione completa, in un linguaggio chiaro e facile da comprendere, su come Facebook genera ricavi, su come e perché è in grado di fornire il proprio servizio agli utenti senza fare pagare loro alcuna somma, sul funzionamento del sistema di annunci di Facebook e sul ruolo svolto dai dati personali degli utenti in questo ambito”*.

5. Attualmente, nella pagina di registrazione a FB, a fronte del *claim* *“Facebook ti aiuta a connetterti e rimanere in contatto con le persone della tua vita”* e dell'affermazione *“è veloce e semplice”*, permane l'assenza di qualunque indicazione che fornisca una adeguata informativa agli utenti, con immediatezza ed efficacia, in merito alla raccolta che viene effettuata dei loro dati, al loro valore commerciale, alla loro centralità per il servizio di *social network* offerto e all'uso degli stessi a fini remunerativi. Il rinvio alle Condizioni d'Uso e alla Normativa sui dati non rappresenta una informativa immediata e chiara e il mero inserimento della frase *“è veloce e semplice”* al posto del precedente *claim* di gratuità non fornisce, ovviamente, chiarimenti sul valore economico dei dati personali.

6. Con sentenze nn. 260/2020 e 261/2020 il T.A.R. Lazio ha confermato l'ingannevolezza della pratica commerciale in esame affermando che *“[...]l] fenomeno della ‘patrimonializzazione’ del dato personale, tipico delle nuove economie dei mercati digitali, impone agli operatori di rispettare, nelle relative transazioni commerciali, quegli obblighi di chiarezza, completezza e non ingannevolezza delle informazioni previsti dalla legislazione a protezione del consumatore, che deve essere reso edotto dello scambio di prestazioni che è sotteso alla adesione ad un contratto per la fruizione dei un servizio, quale è quello di utilizzo di un ‘social network’”*. Conseguentemente, la sentenza afferma che *“[...]l] Autorità nel provvedimento impugnato ha anche ampiamente confutato la tesi di parte ricorrente circa la completezza e chiarezza delle informazioni successivamente accessibili tramite link alla Normativa dati, alle Condizioni d'uso e Normativa Cookie, rilevando, alla stregua di un giudizio logicamente formulato, come le informazioni in*

questione non fossero né chiaramente né immediatamente percepibili.[...] il giudizio di ingannevolezza della condotta sub a) formulato nel provvedimento impugnato si sottrae ai vizi denunciati, risultando corretta la valutazione della Autorità circa l'idoneità della pratica a trarre in inganno il consumatore e a impedire la formazione di una scelta consapevole, omettendo di informarlo del valore economico di cui la società beneficia in conseguenza della sua registrazione al 'social network'".

Il giudice di primo grado ha, inoltre, confermato la misura accessoria consistente nell'obbligo di pubblicare una dichiarazione rettificativa ai sensi dell'art. 27, comma 8, del Codice del Consumo, affermando che “[...] le modalità e le forme di detta pubblicazione sono rimesse alla valutazione discrezionale dell’Autorità e condizionate dalla necessità di raggiungere lo scopo per il quale essa è stata disposta [...] [l]’obbligo di pubblicazione della dichiarazione risulta del tutto giustificato, avuto riguardo alle finalità perseguite, e proporzionato, quanto alle modalità imposte, alla diffusione del messaggio”.

II. VALUTAZIONI

7. Sulla base delle informazioni fornite da FB, è emersa la reiterazione della pratica commerciale oggetto del provvedimento sopra citato. L'ingannevolezza della condotta posta in essere da FB permane, infatti, nonostante le misure attuate. Con particolare riferimento all'unica modifica attuata in relazione alla pagina di registrazione al *social network*, ossia la rimozione del *claim* di gratuità, si osserva come essa non sia sufficiente a rimuovere gli accertati profili di illegittimità. Il consumatore che si voglia registrare al *social network* continua a non essere informato con chiarezza e immediatezza in merito alle finalità commerciali della raccolta e utilizzo dei suoi dati da parte della società.

8. La pratica commerciale sopra descritta presenta i medesimi profili di scorrettezza già accertati.

9. Il citato provvedimento n. 27432 del 29 novembre 2018 è stato notificato a FB in data 7 dicembre 2018. Pertanto, dalle evidenze documentali, risulta che la pratica ritenuta scorretta è stata reiterata successivamente allo scadere del termine di novanta giorni che, con il citato provvedimento, è stato concesso alla Parte per ottemperare alla diffida ivi contenuta.

10. Inoltre, risulta che, alla data della presente delibera, la società non ha

provveduto alla pubblicazione della dichiarazione rettificativa disposta dall'Autorità con il medesimo sopra citato provvedimento, non avendo provveduto a diffondere alcuna dichiarazione sul proprio sito aziendale e sulla *app*, né sulle pagine personali dei singoli utenti italiani registrati.

11. Ricorrono, in conclusione, i presupposti per l'avvio del procedimento previsto dall'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, volto all'irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro.

RITENUTO, quindi, che i fatti accertati integrano una fattispecie di inottemperanza alla delibera dell'Autorità n. 27432 del 29 novembre 2018, ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo;

DELIBERA

a) di contestare alle società Facebook Inc. e Facebook Ireland Ltd. la violazione di cui all'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, per non aver ottemperato alla delibera dell'Autorità n. 27432 del 29 novembre 2018;

b) l'avvio del procedimento per eventuale irrogazione della sanzione pecuniaria prevista dall'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo;

c) che il responsabile del procedimento è la dottoressa Alessandra Cervone;

d) che può essere presa visione degli atti del procedimento presso la Direzione B della Direzione Generale Tutela del Consumatore dell'Autorità, dai legali rappresentanti delle due società, ovvero da persone da esse delegate;

e) che entro il termine di trenta giorni dalla comunicazione del presente provvedimento, gli interessati possono far pervenire all'Autorità scritti difensivi e documenti, nonché richiedere di essere sentiti;

f) che il procedimento deve concludersi entro centoventi giorni dalla data di comunicazione del presente provvedimento.

Ai fini della quantificazione dell'eventuale sanzione pecuniaria prevista dall'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, si richiede a Facebook Inc. e Facebook Ireland Ltd. di fornire copia dell'ultimo bilancio ovvero idonea documentazione contabile attestante le condizioni economiche nell'ultimo anno.

Il presente provvedimento sarà comunicato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli