



*Autorità Garante  
della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 9 novembre 2021;

SENTITO il Relatore, Professor Michele Ainis;

VISTE 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 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*” (di seguito, Regolamento), adottato dall’Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411;

VISTA la propria delibera del 9 marzo 2021, con la quale, ai sensi dell’art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in considerazione dell’estensione oggettiva del procedimento e della necessità di assicurare un adeguato contraddittorio alle Parti;

VISTA la propria delibera del 4 maggio 2021, con la quale, ai sensi dell’art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in considerazione della necessità di procedere alla valutazione degli impegni presentati dal Professionista;

VISTA la propria delibera del 1° luglio 2021 con la quale, ai sensi dell’art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie, in

considerazione della necessità di esaminare le risultanze in atti ai fini della valutazione delle fattispecie oggetto del procedimento in questione;

VISTA la propria delibera del 7 settembre 2021 con la quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per le ragioni poste a fondamento dell'istanza di proroga formulata dalla Società in data 26 luglio 2021, con specifico riferimento alla necessità di concederle il tempo necessario per l'esercizio del diritto di difesa e l'elaborazione degli scritti difensivi;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

## **I. LE PARTI**

1. Apple Distribution International Limited (di seguito anche Apple, Società o Professionista), società di diritto irlandese appartenente al gruppo multinazionale Apple, in qualità di professionista, ai sensi dell'art 18, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo. La Società, con sede legale a Hollyhill (Cork) nella Repubblica Irlandese, svolge in Italia attività di commercio e prestazione di servizi di assistenza post-vendita di prodotti digitali. La Società ha fornito il bilancio societario consolidato approvato e depositato di Apple Operations International LTD (AOI) nel quale sono integrati anche i ricavi di Apple Distribution International Limited<sup>1</sup>. Dal documento prodotto risulta che AOI ha registrato, nel periodo 28 settembre 2019 – 26 settembre 2020, ricavi per circa 120 miliardi di euro.

2. U.Di.Con. – Unione per la Difesa dei Consumatori, associazione dei consumatori, ammessa a partecipare al procedimento in base ad istanza avanzata ai sensi dell'articolo 10 del Regolamento<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Cfr. doc. n. 77.

<sup>2</sup> Cfr. docc. nn. 9 e 12.

## II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

3. Il procedimento concerne due distinte condotte poste in essere da Apple relativamente all'acquisizione dei dati dell'utente a fini commerciali nella creazione dell'ID Apple e nelle fasi successive connesse all'utilizzo dell'Apple Store e degli altri Store Apple:

- **condotta sub a): per le carenze informative in merito alla raccolta dei dati dell'utente a fini commerciali da parte di Apple, anche per l'utilizzo nell'ambito dell'App Store e degli altri Store Apple.** Attraverso la creazione dell'ID Apple, indispensabile per l'uso di tutti i dispositivi e i servizi offerti da Apple, e per l'accesso alla piattaforma App Store e agli altri Store Apple, verrebbero acquisiti i dati personali e di utilizzo dei servizi dell'utente per una loro utilizzazione a fini commerciali da parte della Società, senza portarne a conoscenza in maniera adeguata i consumatori stessi;

- **condotta sub b): per la pre-impostazione del consenso alla raccolta dei dati personali a fini commerciali da parte di Apple.** La Società ha adottato una modalità di acquisizione del consenso all'uso dei dati degli utenti a fini commerciali in *opt-out*, ossia senza prevedere per il consumatore la possibilità di scelta preventiva ed espressa in merito alla cessione dei propri dati, la cui possibilità di acquisizione per la Società risulterebbe pre-impostata sin dalla fase di creazione dell'ID Apple, azione obbligata per il consumatore che intenda utilizzare i dispositivi Apple. Tale pre-impostazione determina, laddove il consumatore ne fosse informato e volesse effettuare una scelta diversa, la necessità per esso di intraprendere una complessa e non immediata procedura per la disattivazione<sup>3</sup>.

## III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

### 1. L'iter del procedimento

4. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 20 agosto 2020 è stato comunicato ad Apple l'avvio del procedimento istruttorio n. PS11150 per presunta violazione degli articoli 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo in relazione al servizio iCloud<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> Cfr. in particolare docc. nn. 1, 19 e 63.

<sup>4</sup> Cfr. docc. nn. 4 e 5.

- 5.** In data 28 settembre 2020 è pervenuta un'istanza di partecipazione al procedimento da parte dell'Associazione U.Di.Con. ai sensi dell'art. 10 del Regolamento<sup>5</sup>, che è stata accolta in data 29 settembre 2020<sup>6</sup>, con relativa comunicazione ad Apple in data 30 settembre 2020<sup>7</sup>.
- 6.** In data 6 ottobre 2020 e 3 dicembre 2020 sono pervenute da parte di Apple la risposta alla richiesta di informazioni, formulata nella comunicazione di avvio del procedimento, e la memoria difensiva<sup>8</sup>.
- 7.** In data 13 ottobre 2020 Apple ha formulato una proposta di impegni<sup>9</sup>.
- 8.** In data 1° marzo 2021 sono stati eseguiti rilievi d'ufficio sul sito aziendale del Professionista e acquisite agli atti del procedimento le relative pagine *web*<sup>10</sup>.
- 9.** In data 3 marzo 2021 è stata inviata alle Parti un'integrazione della comunicazione di avvio del procedimento<sup>11</sup>.
- 10.** In data 9 marzo 2021 l'Associazione U.Di.Con ha presentato una memoria<sup>12</sup>.
- 11.** In data 10 marzo 2021 è stata comunicata alle Parti la proroga del termine di conclusione del procedimento<sup>13</sup>.
- 12.** In data 31 marzo 2021 è pervenuta da parte di Apple la risposta alla richiesta di informazioni, formulata nella comunicazione di estensione oggettiva del procedimento<sup>14</sup>.
- 13.** In data 19 aprile 2021 Apple ha riformulato la propria proposta di impegni<sup>15</sup>, integrandola in data 26 maggio 2021<sup>16</sup>. Essa è stata rigettata in data 22 giugno 2021, con comunicazione alla Società in data 23 giugno 2021<sup>17</sup>, per l'elevato grado di offensività delle condotte, qualora accertate, in relazione alla numerosità dei consumatori interessati, con riferimento a un bene di particolare valore per essi quale è il dato personale e per l'inidoneità a rimuovere i profili di possibile violazione.
- 14.** In data 26 aprile 2021 è pervenuta da parte di Apple un'istanza di

---

<sup>5</sup> Cfr. doc. n. 9.

<sup>6</sup> Cfr. doc. n. 12.

<sup>7</sup> Cfr. doc. n. 13.

<sup>8</sup> Cfr. docc. nn. 15 e 20.

<sup>9</sup> Cfr. doc. n. 16.

<sup>10</sup> Cfr. doc. n. 24.

<sup>11</sup> Cfr. doc. nn. 25 e 26.

<sup>12</sup> Cfr. doc. n. 27.

<sup>13</sup> Cfr. doc. nn. 28, 29 e 30.

<sup>14</sup> Cfr. doc. n. 33.

<sup>15</sup> Cfr. doc. n. 38.

<sup>16</sup> Cfr. doc. n. 47.

<sup>17</sup> Cfr. doc. n. 50.

audizione<sup>18</sup>, che si è svolta in data 11 maggio 2021<sup>19</sup>. Nella medesima data è pervenuta da parte di Apple documentazione per fornire chiarimenti in merito alla gestione dei dati degli utenti da parte della Società<sup>20</sup>.

**15.** In data 5 maggio 2021 è stata comunicata alle Parti la proroga del termine di conclusione del procedimento<sup>21</sup>.

**16.** In data 1° luglio 2021 è stata comunicata alle Parti la proroga del termine di conclusione del procedimento<sup>22</sup>.

**17.** Al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione circa la sussistenza delle pratiche commerciali scorrette oggetto del procedimento, in data 2 luglio 2021 è stata inviata ad Apple una richiesta di informazioni<sup>23</sup>, a cui la Società ha dato risposta in data 21 luglio 2021<sup>24</sup>.

**18.** In data 9 agosto 2021 Apple ha presentato una propria memoria in relazione al rigetto degli impegni da parte dell'Autorità<sup>25</sup>.

**19.** Nelle date del 7 e 8 settembre 2021 sono stati eseguiti rilievi d'ufficio sul sito aziendale del Professionista e acquisite agli atti del procedimento le relative pagine *web*<sup>26</sup>.

**20.** In data 8 settembre 2021 è stata comunicata alle Parti la proroga del termine di conclusione del procedimento<sup>27</sup>.

**21.** In data 8 settembre 2021 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento<sup>28</sup>, prorogata in data 17 settembre 2021<sup>29</sup> su istanza della Società pervenuta in data 16 settembre 2021<sup>30</sup>.

**22.** In data 4 ottobre 2021 è pervenuta la memoria conclusiva della Società<sup>31</sup>.

**23.** In data 7 ottobre 2021, ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo, è stata inoltrata richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni<sup>32</sup>. Il parere dell'Autorità di settore è pervenuto in data 5 novembre 2021<sup>33</sup>.

---

<sup>18</sup> Cfr. doc. n. 41.

<sup>19</sup> Cfr. doc. n. 48.

<sup>20</sup> Cfr. doc. n. 45.

<sup>21</sup> Cfr. doc. nn. 43 e 44.

<sup>22</sup> Cfr. doc. nn. 51 e 52.

<sup>23</sup> Cfr. doc. n. 53.

<sup>24</sup> Cfr. doc. n. 55.

<sup>25</sup> Cfr. doc. n. 59.

<sup>26</sup> Cfr. docc. nn. 61 e 62.

<sup>27</sup> Cfr. docc. nn. 63 e 64.

<sup>28</sup> Cfr. docc. nn. 65 e 66.

<sup>29</sup> Cfr. docc. nn. 71 e 72.

<sup>30</sup> Cfr. doc. n. 70.

<sup>31</sup> Cfr. doc. n. 74.

<sup>32</sup> Cfr. doc. n. 76.

<sup>33</sup> Cfr. doc. n. 78.

## **2. Le evidenze acquisite**

*Le condotte oggetto del procedimento*

*Condotta sub a)*

### *L'account ID Apple*

**24.** Dalle evidenze acquisite agli atti risulta che “*per utilizzare i diversi servizi Apple (come App Store e altri Store Apple online, iCloud, iMessage o FaceTime) sul proprio iPhone o altro apparato Apple e per accedere ai contenuti su tutti i dispositivi dell’utente e sul web*” è “*necessario*” creare un ID Apple, ovvero un profilo personale dell’utente (*account*)<sup>34</sup> all’indirizzo telematico <https://appleid.apple.com/account#!&page=create>, come confermato dal Professionista anche nella memoria finale<sup>35</sup>.

**25.** La creazione del profilo ID Apple richiede l’inserimento da parte dell’utente delle informazioni identificative di base (nome, cognome, paese e data di nascita, numero di telefono) e la selezione di un ID Apple disponibile, impostando le proprie *email* e *password* prescelte. Per completare la compilazione del modulo di registrazione online è necessario, infine, accettare o rifiutare la preselezione di due caselle relative a “*comunicati, consigli e aggiornamenti*” inerenti a “*prodotti Apple, servizi e software*”, e “*ultime uscite, contenuti esclusivi, offerte speciali e consigli per app, musica, film, programmi TV, libri, podcast, Apple Pay e altro*”<sup>36</sup>.

**26.** Se l’utente non si attiverà per deselezionare le caselle, il Professionista potrà inviare all’utente, successivamente alla creazione dell’ID Apple, messaggi promozionali tramite *email* (*email marketing*) sulla base dei dati acquisiti (età, metodo di pagamento, paese, lingua, etc.), ma anche dei prodotti Apple posseduti e degli eventuali abbonamenti attivati ai servizi Apple<sup>37</sup>.

**27.** In fondo alla pagina di creazione del profilo personale prima del pulsante “*Continua*”, Apple inserisce una sintetica informativa all’utente sull’uso dei dati, appena inseriti: “[*l*]e informazioni relative al tuo ID Apple vengono usate per permetterti di accedere in tutta sicurezza al tuo account e ai tuoi dati.

---

<sup>34</sup> <https://support.apple.com/it-it/HT208650> o <https://www.apple.com/it/legal/privacy/data/it/apple-id/> e cfr. doc. n. 61.

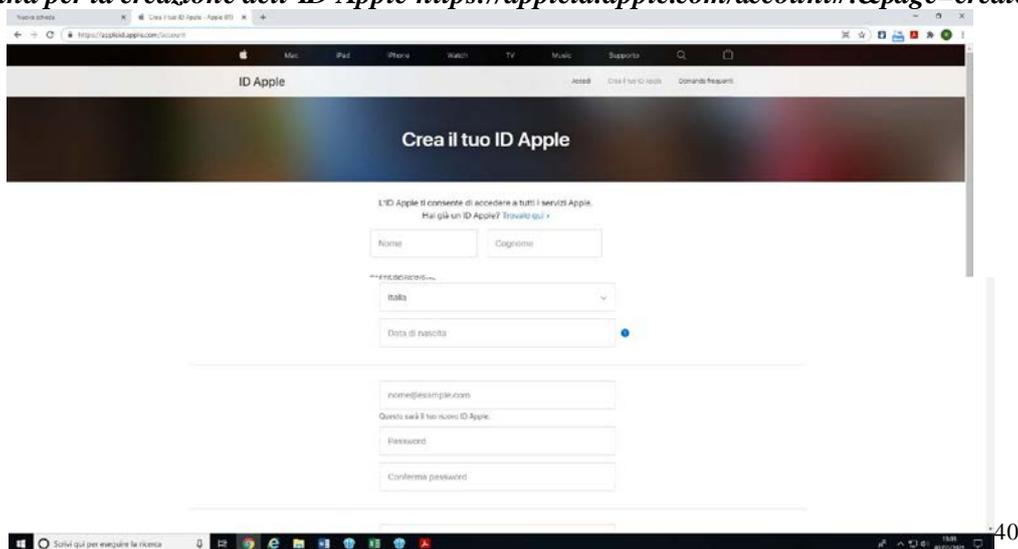
<sup>35</sup> Cfr. doc. n. 74, p. 10.

<sup>36</sup> Cfr. doc. n. 74, pp. 10-12.

<sup>37</sup> <https://support.apple.com/it-it/HT208650> o <https://www.apple.com/it/legal/privacy/data/it/apple-id/> e cfr. doc. nn. 48 e 61.

Apple memorizza alcuni dati a scopo di sicurezza, supporto e resoconto”<sup>38</sup>. Cliccando sul link “Scopri come vengono gestiti i tuoi dati”, l’utente raggiunge la pagina <https://support.apple.com/it-it/HT208650> dedicata all’“ID Apple e Privacy”<sup>39</sup>, con la quale il Professionista intende fornire all’utente un’informativa più ampia sul tema della gestione dei dati personali. Infine, cliccando sul pulsante “Continua”, l’utente completa la procedura di creazione dell’ID Apple.

**Pagina per la creazione dell’ID Apple <https://appleid.apple.com/account#!&page=create>**

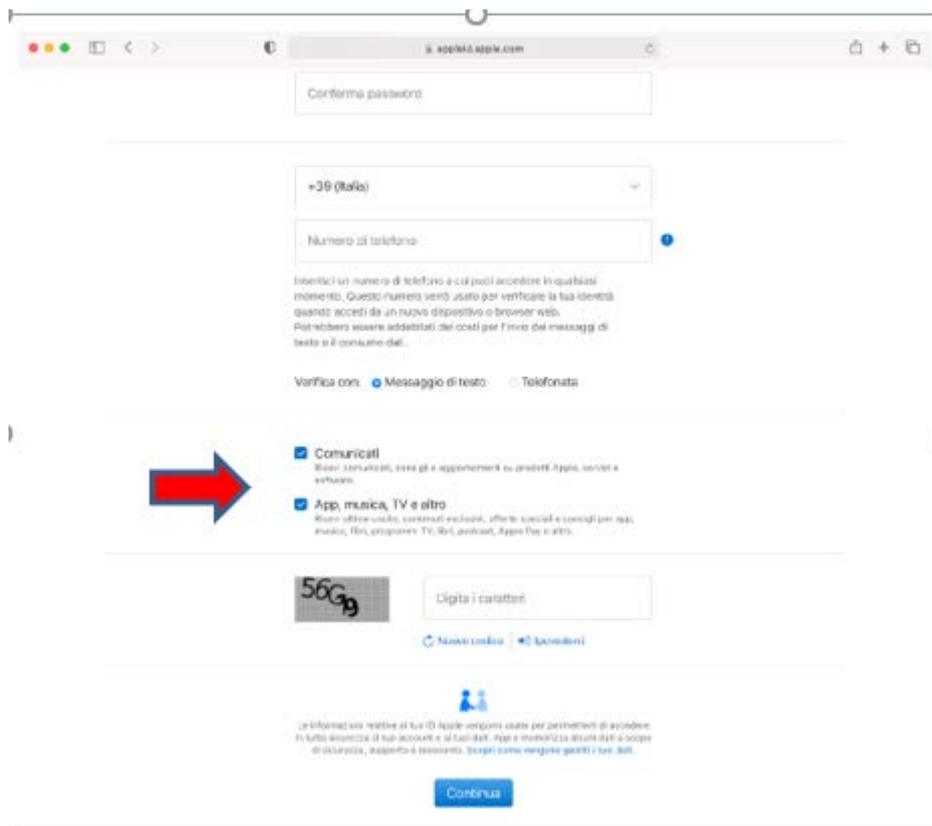


The screenshot shows the Apple ID creation page in a browser. The page has a dark header with the Apple logo and the text "Crea il tuo ID Apple". Below the header, there is a form with the following fields: "Nome" and "Cognome" (text input), "Paese" (dropdown menu), "Data di nascita" (date picker), "nome@esempio.com" (text input), "Questo sarà il tuo nuovo ID Apple." (text input), "Password" (text input), and "Conferma password" (text input). The page is displayed in a browser window with a Windows taskbar at the bottom.

<sup>38</sup> Cfr. doc. n. 15, p. 2.

<sup>39</sup> Cfr. doc. N. 15, p. 2.

<sup>40</sup> Cfr. doc. n. 24.



N.B.: Sulla pagina web riportata è stata aggiunta la freccia per segnalare le caselle preflaggate.

**28.** È opportuno precisare che l’ID Apple viene presentato all’utente dalla Società stessa come indispensabile per utilizzare i diversi servizi offerti da Apple, incluso l’accesso alla piattaforma App Store e agli altri Store Apple. Attraverso la creazione dell’ID Apple vengono acquisiti dalla Società non solo i dati personali, ma anche quelli di utilizzo dei servizi da parte dell’utente.

**29.** Infatti, alle iniziali informazioni inserite al momento della creazione dell’account ID Apple viene associata progressivamente tutta un’altra serie di informazioni che l’utilizzo dei dispositivi e degli Store Apple da parte dell’utente genererà secondo una “*privacy policy dell’azienda volta a garantire la riservatezza dei dati personali dei propri clienti*”<sup>42</sup>, come dichiara il Professionista.

**30.** La funzione chiave che l’ID Apple ricopre nell’uso e nella condivisione dei dispositivi e dei contenuti dell’utente, nonché nell’acquisizione e nella gestione dei suoi dati, si evince da alcune affermazioni riportate nel documento “ID Apple e Privacy”:

- l’“ID Apple comprende le informazioni che [l’utente] utilizz[a] per eseguire il login, così come le informazioni relative ai contatti, ai pagamenti e ai dettagli di sicurezza (quali numeri di telefono attendibili o domande di sicurezza) utilizzate

<sup>41</sup> Cfr. doc. n. 48, all. 9.

<sup>42</sup> Cfr. doc. n. 48, p. 1.

per tutti i servizi Apple”;

- “Eseguendo l'accesso con il tuo ID Apple su iPhone, abiliterai servizi come iCloud, App Store, iMessage, FaceTime e Dov'è. Le informazioni relative all'account associato al tuo ID Apple verranno utilizzate con ciascun servizio e alcuni dati, inclusi i contatti, i calendari, le foto, i documenti, i dati sanitari, i dati sulla tua attività fisica, i pannelli di Safari e altri dati associati alle app, verranno inviati ad Apple e conservati come backup”<sup>43</sup>.

**31.** Rilevano inoltre le seguenti affermazioni riportate nei documenti privacy connessi ad App Store, Apple Books e iTunes Store:

- “Apple raccoglie le tue informazioni personali in modo da fornirti i contenuti che desideri acquistare, scaricare o aggiornare su App Store e su altri Store Apple online, tra cui iTunes Store, Apple Books e iTunes U”;

- “Apple utilizza anche le informazioni relative al tuo account, agli acquisti e ai download sui diversi Store per fare in modo che i contenuti pubblicitari mostrati su App Store, Apple News e Borsa, se disponibili, siano rilevanti”;

- Apple utilizza le informazioni relative agli acquisti, ai download e alle altre attività associate agli Store per fornirti funzionalità e consigli su misura e per inviarti notifiche anche relative alle campagne di marketing Apple;

- “Al fine di migliorare l'esperienza utente sugli Store, Apple utilizza le informazioni sui contenuti che consulti, acquisti, cerchi e scarichi. I dati vengono salvati insieme all'indirizzo IP, a un identificativo casuale unico, qualora presente, e all'ID Apple, se hai eseguito l'accesso a App Store o ad altri Store Apple online”<sup>44</sup>.

**32.** Il Professionista motiva l'acquisizione di tali dati, richiamando l'attenzione dell'utente sui vantaggi connessi alla loro acquisizione e al loro trattamento da parte della Società stessa: il *backup* e l'archiviazione, il miglioramento della qualità del servizio e dell'esperienza utente, senza rimarcare in alcun modo che tali dati verranno utilizzati da Apple anche a fini commerciali, per ricavare guadagni dalla vendita di prodotti propri o di soggetti terzi.

**33.** Infatti, nella pagina di creazione dell'ID Apple, il Professionista si limita ad affermare che: “Apple memorizza alcuni dati a scopo di sicurezza, supporto e resoconto”<sup>45</sup>. Anche nel documento informativo “ID Apple e Privacy” accessibile tramite il link “Scopri come vengono gestiti i tuoi dati”, presente

---

<sup>43</sup> <https://support.apple.com/it-it/HT208650> o <https://www.apple.com/it/legal/privacy/data/it/apple-id/> e cfr. doc. n. 61.

<sup>44</sup> Cfr. docc. nn. 61, 62. Vedi anche <https://www.apple.com/it/legal/privacy/data/it/app-store/>, <https://www.apple.com/it/legal/privacy/data/it/itunes-store/>, <https://www.apple.com/it/legal/privacy/data/it/app-store/>.

<sup>45</sup> <https://appleid.apple.com/account#!&page=create>.

nella medesima pagina, le prime frasi riportano solo gli aspetti vantaggiosi per l'utente in merito all'acquisizione dei dati: "Alcuni tipi di dati [...] verranno inviati ad Apple che effettuerà il backup e l'archiviazione per te", "Il tuo dispositivo verrà associato all'ID Apple al fine di fornirti un servizio e un'assistenza migliori. Il tuo ID Apple e tutti i servizi Apple sono concepiti in modo da proteggere la tua privacy. Apple si impegna a raccogliere solo i dati necessari a migliorare la tua esperienza utente".

**34.** Anche quando nella pagina di creazione dell'ID Apple, "agli utenti vengono mostrate le seguenti caselle di controllo preselezionate per ricevere email riguardanti (1) "Annunci" ("annunci, raccomandazioni e aggiornamenti su prodotti, servizi e software Apple"); e/o (2) "App, Musica, TV e altro" ("nuove uscite, contenuti esclusivi, offerte speciali e consigli per app, musica, film, TV, libri, podcast, Apple Pay e altro ancora")", l'utente non viene posto nella condizione di rendersi conto che i suoi dati verranno utilizzati dal Professionista per una finalità commerciale.



46

**35.** Inoltre, la breve informativa sottostante alle suddette caselle sull'utilizzo dei dati non indica altro che motivi "di sicurezza, supporto e resoconto" per la loro acquisizione ed il link "Scopri come vengono gestiti i tuoi dati" al documento "ID Apple e Privacy" che fornirebbe un'informativa più ampia, non è presentato in una modalità tale da indurre l'utente ad attivarlo. L'accesso al contenuto di tale documento è eventuale e dipendente da un'azione volontaria dell'utente, non essendo necessario visionarlo per completare il processo di registrazione dell'ID Apple.



<sup>46</sup> Cfr. doc. n. 74, p. 12.

Infine, anche nel caso in cui l'utente procedesse ad una lettura accurata del testo del documento "ID Apple e Privacy", in merito a tale attività di *email marketing*, troverebbe solo qualche elemento informativo ulteriore rispetto a quanto riportato nel modulo di creazione dell'ID Apple, ossia un riferimento generico all'invio all'utente stesso di "comunicazioni" di interesse e al possibile utilizzo di informazioni dell'utente a tale scopo, senza alcuna esplicita indicazione sulla finalità commerciale di tali messaggi *email* e delle implicazioni connesse:

*"Apple potrebbe utilizzare le informazioni sul tuo account, come i prodotti Apple che possiedi e i tuoi abbonamenti ai servizi Apple, per inviarti comunicazioni riguardanti iCloud, altri prodotti e servizi Apple e offerte che potrebbero interessarti, tra cui Apple One [...]"*<sup>47</sup>.

### Gli Store Apple

**36.** App Store, iTunes Store e Apple Books sono "piattaforme tematiche per scaricare, aggiornare, acquistare contenuti e l'utente vi accede proprio a tale scopo. Per offrire un servizio di acquisti efficace, Apple personalizza i contenuti mostrati su queste piattaforme, raccogliendo alcuni limitati dati personali degli utenti, in modo tale che le app, i libri e i contenuti musicali mostrati siano più pertinenti e rilevanti per l'utente stesso"<sup>48</sup>.

**37.** La Società, attraverso la piattaforma App Store, svolge un'attività di distribuzione e/o vendita di prodotti propri, ma anche di intermediazione per la distribuzione e/o vendita di prodotti di soggetti terzi. In quest'ultimo caso si tratta di app, prodotti e servizi per iPhone, iPad, Mac, Apple TV e Apple Watch, alcuni scaricabili e/o utilizzabili gratuitamente, altri a pagamento, realizzati da sviluppatori indipendenti. Apple stessa afferma di aver creato App Store con due obiettivi: "dare ai clienti un posto sicuro e affidabile dove scoprire e scaricare app, e offrire a tutti gli sviluppatori una grande opportunità commerciale"<sup>49</sup>.

**38.** Apple ricava guadagni da soggetti terzi in virtù della sottoscrizione dell'*Apple Developer Program License Agreement* (ossia il Contratto di Licenza del Programma Apple per gli Sviluppatori) da parte degli sviluppatori

---

<sup>47</sup> <https://support.apple.com/it-it/HT208650> o <https://www.apple.com/it/legal/privacy/data/it/apple-id/> e cfr. doc. n. 61.

Le "informazioni sul tuo account" sono specificate nella pagina dedicata a Pubblicità Apple e privacy all'indirizzo <https://www.apple.com/it/legal/privacy/data/it/apple-advertising/>. Si tratta del "nome, indirizzo, età, genere [dedotto dal sistema] e dispositivi associati al tuo account dell'ID Apple".

<sup>48</sup> Cfr. doc. n. 38, p. 3.

<sup>49</sup> Cfr. docc. nn. 24 e 74. Attualmente è disponibile la versione in inglese all'indirizzo <https://www.apple.com/md/ios/app-store/principles-practices/>.

al prezzo annuale di 99 Dollari Statunitensi. Circa l'84% delle *app* è disponibile su App Store per il *download* in forma gratuita. I ricavi generati da App Store derivano principalmente da commissioni sugli acquisti *in-app* delle applicazioni di terzi disponibili su App Store<sup>50</sup>, ossia quando gli sviluppatori scelgono di rendere disponibili le proprie *app* tramite *download* a pagamento o scelgono di vendere beni e servizi *in-app*, Apple addebita commissioni su tali operazioni, pari al 30% per gli acquisti *una tantum* o per il primo anno degli abbonamenti e al 15% per i rinnovi degli abbonamenti<sup>51</sup>.

**39.** Attraverso le altre due piattaforme - iTunes Store<sup>52</sup> e Apple Books<sup>53</sup> - la Società svolge, invece, esclusivamente un'attività commerciale, ossia di vendita di prodotti quali brani, album, film, stagioni televisive o episodi, libri digitali e audiolibri, etc. in base ad accordi stabiliti con gli editori.

**40.** Nel caso di Apple Books i ricavi vengono generati o attraverso il pagamento di una commissione percentuale da parte degli editori sul prezzo di vendita di *ebook* e libri o attraverso l'incasso della differenza tra prezzo unitario pagato da Apple all'ingrosso e prezzo di vendita al dettaglio degli audiolibri. Nel caso di Tunes Store i ricavi derivano dalla differenza tra il prezzo di vendita e quello da corrispondere agli editori per ogni unità venduta<sup>54</sup>.

### L'attività di marketing di Apple

**41.** Apple effettua diverse forme di attività promozionali, trattando gli Store come ambienti separati, ossia i dati dell'utente acquisiti per scopi commerciali e di personalizzazione vengono utilizzati solo nello specifico Store in cui sono stati prodotti<sup>55</sup>. Tali attività promozionali sono rappresentate dall'*email marketing*, effettuato attraverso l'utilizzazione dei dati degli utenti acquisiti grazie al consenso ottenuto in fase di creazione dell'ID Apple, nonché da altre tre modalità connesse all'utilizzo degli Store Apple da parte degli utenti, ossia:

---

<sup>50</sup> Cfr. docc. nn. 55 e 74 <https://developer.apple.com/in-app-purchase/>.

<sup>51</sup> *Ibidem*. La commissione è pari al 15% anche nel caso degli sviluppatori la cui soglia di fatturato annuale sia inferiore a 1 milione di dollari statunitensi (si veda *App Store Small Business Program*: <https://developer.apple.com/app-store/smallbusiness-program/>).

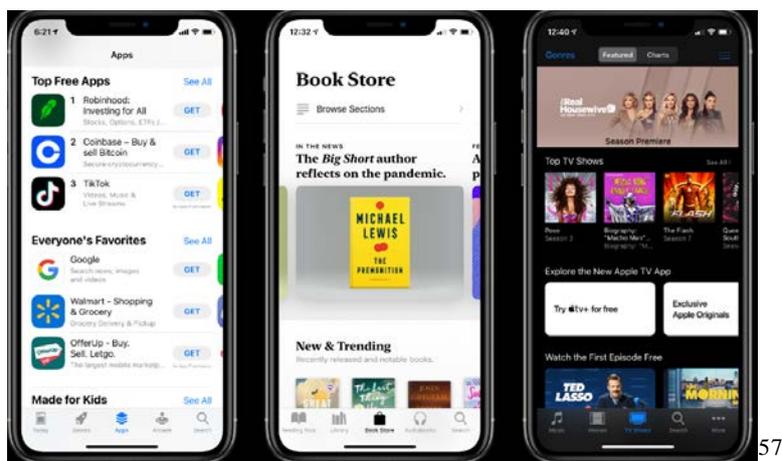
<sup>52</sup> iTunes Store è un negozio on-line per la vendita di musica digitale, video musicali, film e applicazioni mobili, gestito dalla Apple Inc.

<sup>53</sup> Apple Books è un'applicazione sviluppata dalla Apple Inc. per la lettura di *ebook* disponibile per i sistemi operativi iOS e macOS e Book Store è il negozio virtuale dove è possibile acquistare i libri per l'*app* Apple Books, essendo presente nell'applicazione un pulsante per accedere direttamente al negozio dove sono presenti i libri.

<sup>54</sup> *Ibidem*.

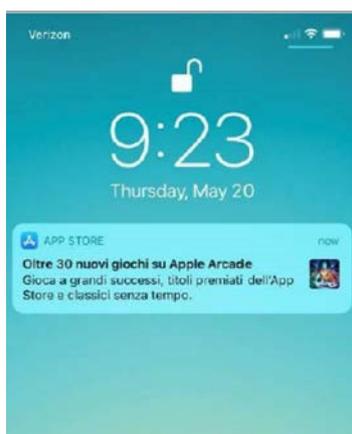
<sup>55</sup> Cfr. doc. n. 48.

(a) la personalizzazione dei tre Store Apple (“*consigli personalizzati*”), utilizzando i dati dell’utente (anche la cronologia degli acquisti e i metodi di pagamento, insieme alle informazioni sull’account del cliente) per proporre, tramite identificatori casuali<sup>56</sup>, contenuti in base a ciò che è stato precedentemente cercato, visualizzato, scaricato, aggiornato o consultato su ciascuno Store. Di seguito è riportato un esempio di personalizzazione di App Store, Apple Books e iTunes Store:



57

(b) le comunicazioni con l’utente tramite notifiche push relative ai tre Store, utilizzando le informazioni sull’*account* del cliente, sui prodotti Apple acquistati e sugli abbonamenti ai servizi Apple, per inviare comunicazioni riguardanti i vari Store, su nuove funzionalità, contenuti e offerte disponibili su ciascuno Store. Si tratta di “*messaggi inviati agli utenti sui loro dispositivi per stimolare il coinvolgimento e l’interazione con le app, informandoli, ad esempio, che negli Store di Apple sono disponibili nuovi libri, brani musicali o app*”;



58

<sup>56</sup> Cfr. doc. n. 38, pp. 7 e 8. “*riguardo alla pubblicità “personalizzata” mostrata in App Store, per esempio, Apple utilizza i dati dell’utente mediante specifici identificatori casuali e adotta un sistema di elaborazione dei dati direttamente sul dispositivo per evitare che la pubblicità possa essere collegata al singolo utente*”.

<sup>57</sup> Cfr. doc. n. 48, all. 9.

<sup>58</sup> Cfr. doc. n. 48, all. 5 e n. 74.

(c) i contenuti pubblicitari inerenti solo all'App Store tramite "Annunci personalizzati", ossia veri e propri contenuti pubblicitari, indicati con un riquadro azzurro e identificati con la dicitura "annuncio".



59

42. Il Professionista ha fornito chiarimenti in merito ai dati degli utenti che effettivamente vengono utilizzati per l'attività di *marketing* profilata. Si tratta, nel caso di:

i. App Store

- a. *Collegato all'utente (Linked to user)*: Informazioni dell'*account* (età, metodo di pagamento, iCloud Family Sharing), *app, download* di giochi e contenuti, acquisti, pre-ordini e aggiornamenti, acquisti in *app* e abbonamenti, ricerche e navigazione in App Store;
- b. *Dati aggregati*: valutazioni sulle *app*, avvio delle applicazioni, cancellazioni, blocchi per gli utenti di App Analytics<sup>60</sup>.

ii. iTunes Store

- a. *Collegato all'utente (Linked to user)*: *download* di contenuti, acquisti e aggiornamenti;

---

<sup>59</sup> Cfr. doc. n. 48, all. 7. Vedi anche doc. n. 38 p. 8. "Apple crea gruppi di persone (definiti, nel gergo, "segmenti") con caratteristiche simili. Le informazioni relative ad un singolo utente non vengono tracciate individualmente ma sono utilizzate per determinare l'appartenenza a tali segmenti. I contenuti pubblicitari mirati vengono presentati ai segmenti, e indirettamente ai singoli utenti che sono parti di questi, solo se più di 5.000 persone soddisfano i criteri stabiliti."

<sup>60</sup> Cfr. doc. n. 48, all. 9. Dati non utilizzati: Siri, contenuti iCloud incluso *email*, transazioni Apple Pay, dati sanitari, Maps, iMessage/Facetime, Photos.

b. *Dati aggregati*: valutazioni sui contenuti<sup>61</sup>.

iii. Book Store

a. *Collegato all'utente (Linked to user)*: Informazioni dell'*account* (età, metodo di pagamento, iCloud Family Sharing), *download* di libri e audiolibri, acquisti e aggiornamenti, ricerche e navigazione in Book Store;

b. *Dati aggregati*: valutazioni sui libri<sup>62</sup>.

iv. Email Marketing

a. *Collegato all'utente (Linked to user)*: Informazioni dell'*account* (età, metodo di pagamento, paese), app, *download* di giochi e contenuti, acquisti, pre-ordini e aggiornamenti, acquisti *in-app* e abbonamenti, dispositivi acquistati, durata dell'*account*<sup>63</sup>.

**43.** Inoltre, la pagina dedicata dalla Società alla “*Pubblicità Apple e privacy*” consente di comprendere meglio le informazioni dell'utente che potrebbero essere utilizzate per inviare pubblicità mirata: ad esempio, “*ricerche eseguite su App Store*” “*così come l'attività di navigazione su App Store*” (che “*comprende i contenuti e le app che selezioni e visiti*”); “*informazioni account: nome, indirizzo, età, genere [dedotto dal sistema] e dispositivi associati al tuo account dell'ID Apple*”; “*download, acquisti e abbonamenti: la musica, i film, i libri, i programmi TV e le app che scarichi, così come qualsiasi acquisto in-app e abbonamenti*”; “*Apple News e Borsa: gli argomenti e le categorie degli articoli che leggi e le pubblicazioni che segui, a cui ti abboni o per cui abiliti le notifiche*”<sup>64</sup>.

**44.** Per svolgere la propria attività di *marketing*, anche a vantaggio di terzi, la Società, dunque, acquisisce i suindicati dati degli utenti<sup>65</sup>, elaborandoli e/o utilizzandoli in modo da inviare *email* promozionali, anche profilate qualora l'utente utilizzi gli Store, inerenti a prodotti propri o di terzi, o per fornire suggerimenti personalizzati agli utenti stessi che accedono alle sue piattaforme commerciali (Apple Store e altri Store Apple online) al fine di promuovere prodotti (app/libri/musica e video), anche realizzati da soggetti terzi

---

<sup>61</sup> *Ibidem*. Dati non utilizzati: Siri, contenuti iCloud incluso *email*, transazioni Apple Pay, dati sanitari, Maps, iMessage/Facetime, Photos, *streaming* e dati di riproduzione.

<sup>62</sup> *Ibidem*. Dati non utilizzati: Siri, contenuti iCloud incluso *email*, transazioni Apple Pay, dati sanitari, Maps, iMessage/Facetime, Photos, lettura dei libri o dati di ascolto degli audiolibri.

<sup>63</sup> *Ibidem*. Dati non utilizzati: Siri, contenuti iCloud incluso *email*, transazioni Apple Pay, dati sanitari, Maps, iMessage/Facetime, Photos.

<sup>64</sup> Cfr. doc. n. 61 e <https://www.apple.com/it/legal/privacy/data/it/apple-advertising/>.

<sup>65</sup> “ID Apple e privacy”: <https://support.apple.com/it-it/HT208650>; “iTunes e privacy”: <https://support.apple.com/it-it/HT208477>; “App Store e privacy”: <https://support.apple.com/it-it/HT210584>; e “Apple Books e privacy”: <https://support.apple.com/it-it/HT210684>.

(sviluppatori, autori e aggregatori), ricavandone utili, rappresentati da commissioni o costi fissi sulla vendita di alcuni di tali prodotti, anche per l'attività di intermediazione svolta<sup>66</sup>.

**45.** L'ID Apple svolge una funzione chiave nell'attività di raccolta dei dati che riguardano l'intera "esperienza utente" sui dispositivi e sugli Store Apple. Nel documento "ID Apple e Privacy" è indicato, infatti, che "Eseguendo il login tramite l'ID Apple sul tuo iPhone, verrà automaticamente eseguito l'accesso anche su iTunes Store, App Store e Apple Music, in modo tale da consentirti di eseguire acquisti o utilizzare Apple Music facilmente e con rapidità"<sup>67</sup>.

**46.** In relazione alle modalità di *marketing* sopra richiamate Apple non evidenzia in maniera immediata e adeguata la finalità commerciale dell'utilizzazione dei dati degli utenti e il loro valore monetario estraibile attraverso la vendita diretta o per conto terzi di *app*, servizi e prodotti tramite App Store e gli altri Store della Società come iTunes Store e Apple Books:

- sia nella fase di creazione dell'ID Apple, accanto ai *checkbox*, inseriti per l'attività di *email marketing*, non viene indicato che tale attività richiede l'utilizzo a fini commerciali dei dati dell'utente,



e nel testo riportato sotto l'icona Data & Privacy, presente in fondo alla pagina di creazione dell'ID Apple:



<sup>66</sup> Cfr. <https://support.apple.com/it-it/HT210584> e docc. nn. 55 e 74.

<sup>67</sup> <https://support.apple.com/it-it/HT208650> o <https://www.apple.com/it/legal/privacy/data/it/apple-id/>.

<sup>68</sup> Cfr. doc. n. 61 cit. e <https://appleid.apple.com/account#!/&page=create>.

<sup>69</sup> Cfr. doc. n. 48, all. 9.

- sia nelle fasi successive di accesso ad App Store, iTunes Store e Apple Books in quanto la frase riportata sotto l'icona Data & Privacy  per ciascuno Store fa riferimento soprattutto ad un utilizzo dei dati (“*personalizzazione della tua esperienza*”) finalizzato ad un miglioramento del servizio offerto e ad una maggiore sicurezza;  
App Store: “*Le tue ricerche, la navigazione, gli acquisti, il punteggio di affidabilità del dispositivo e l’attività di gioco su Apple Arcade possono essere utilizzati per personalizzare la tua esperienza, migliorare lo Store e prevenire le frodi. [...] Scopri come vengono gestiti i tuoi dati...*”;  
iTunes Store: “*Le tue ricerche, la navigazione, gli acquisti e il punteggio di affidabilità del dispositivo possono essere utilizzati per personalizzare la tua esperienza, inviarti notifiche, migliorare App Store e gli altri Store Apple online e prevenire frodi. Scopri come vengono gestiti i tuoi dati...*”;  
Apple Books: “*Apple raccoglie i dati sull’utilizzo dei libri, non associati al tuo ID Apple, per migliorare Apple Books. Le tue ricerche, la navigazione, gli acquisti e il punteggio di affidabilità del dispositivo possono essere utilizzati per personalizzare la tua esperienza, migliorare lo Store e prevenire le frodi. Scopri come vengono gestiti i tuoi dati...*”.

*Pagine di accesso a App Store, iTunes Store, Apple Books<sup>70</sup>*



*N.B.: Sulle schermate riportate sono state aggiunte le frecce per segnalare l'icona Data&Privacy*

Di seguito vengono riportati, a titolo esemplificativo, i dettagli della pagina di accesso ad iTunes Store:

<sup>70</sup> *Ibidem* e cfr. doc. n. 38.

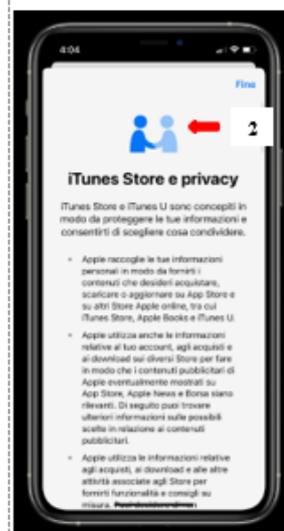
**Pagina di accesso a iTunes Store con icona Data & Privacy e “Scopri come vengono gestiti i tuoi dati”<sup>71</sup>**



**Testo associato all'icona Data&Privacy<sup>72</sup>**



**Pagina di atterraggio del link “Scopri come vengono gestiti i tuoi dati”<sup>73</sup>**



**47.** Peraltro, solo cliccando sul *link* “*Scopri come vengono gestiti i tuoi dati*” l’utente accede alle rispettive pagine web “*App Store e privacy*”, “*iTunes Store e Privacy*” e “*Apple Books e Privacy*” in cui sono indicate le modalità di raccolta ed utilizzo dei dati degli utenti e la finalità commerciale ad essi connessa, di cui si è trattato in precedenza<sup>71</sup>.

Nella pagina “*App Store e privacy*” vengono fornite le seguenti informazioni<sup>72</sup>:

### **App Store e privacy**

App Store è concepito in modo da proteggere le tue informazioni e consentirti di scegliere cosa condividere.



- *Apple raccoglie le tue informazioni personali in modo da fornirti i contenuti che desideri acquistare, scaricare o aggiornare su App Store e su altri Store Apple online, tra cui iTunes Store, Apple Books e iTunes U.*
- *Apple utilizza anche le informazioni relative al tuo account, agli acquisti e ai download sui diversi Store per fare in modo che i contenuti pubblicitari mostrati*

<sup>71</sup> <https://support.apple.com/it-it/HT208477>

<sup>72</sup> Cfr. doc. n. 74, pp. 31-34.

su App Store, Apple News e Borsa, se disponibili, siano rilevanti. Di seguito puoi trovare ulteriori informazioni sulle possibili scelte in relazione ai contenuti pubblicitari.

– Apple utilizza le informazioni relative agli acquisti, ai download e alle altre attività associate agli Store per fornirti funzionalità e consigli su misura e per inviarti notifiche anche relative alle campagne di marketing Apple. Puoi decidere di non consentire l'utilizzo dei dati a questo scopo, come descritto di seguito.

– Per aiutare a identificare e prevenire le frodi, le informazioni su come utilizzi il dispositivo, compreso il numero approssimativo di chiamate telefoniche o e-mail che si inviano e ricevono, verranno utilizzate per calcolare un punteggio di affidabilità del dispositivo quando tenti di effettuare un acquisto. I dati sono inviati in modo tale che Apple non possa venire a conoscenza dei valori effettivamente presenti sul dispositivo. I punteggi sono archiviati per un periodo di tempo determinato sui nostri server.

– Al fine di migliorare l'esperienza utente sugli Store, Apple utilizza le informazioni sui contenuti che consulti, acquisti, cerchi e scarichi. I dati vengono salvati insieme all'indirizzo IP, a un identificativo casuale unico, qualora presente, e all'ID Apple, se hai eseguito l'accesso a App Store o ad altri Store Apple online.

#### *Funzionalità degli Store*

Apple utilizza le tue informazioni personali per fornirti servizi e funzionalità su App Store e sugli altri Store Apple online. Queste informazioni includono, ad esempio, i dati relativi al tuo account o le informazioni di pagamento, consultabili e modificabili in Impostazioni, e la cronologia degli acquisti. [...]

Quando scarichi un'app da App Store o installi un'app su Apple Watch, Apple associa al tuo ID Apple alcune informazioni, come l'identificativo hardware del tuo dispositivo e l'indirizzo IP.

#### *Migliorare l'esperienza utente sugli Store*

Al fine di migliorare la tua esperienza utente su App Store e sugli altri Store Apple online, Apple raccoglie informazioni relative al loro utilizzo, incluso quando accedi ad App Store o esegui il logout, i contenuti che cerchi e ciò che visualizzi e scarichi. Raccogliamo anche informazioni sul tuo dispositivo, come il tipo di dispositivo, la versione del sistema operativo e la quantità di spazio libero sul dispositivo. Apple potrebbe usare tali informazioni per verificare se i contenuti richiesti possono essere scaricati, per comprendere tendenze generali riguardo all'utilizzo dello spazio di archiviazione e per verificare se il dispositivo è connesso tramite rete Wi-Fi o cellulare. I dati possono essere utilizzati nei seguenti modi:

– Analizzando ciò che hai cercato, è possibile suggerire ricerche in base ai trend.

– In base ai contenuti che visualizzi o scarichi, è possibile suggerire funzionalità personalizzate quali i giochi simili che potrebbero piacerti.

### *Personalizzazione degli Store*

*Usiamo le tue interazioni con App Store per aiutarti a scoprire contenuti più pertinenti per te. Ad esempio, consigliamo contenuti che riteniamo possano interessarti in base a ciò che hai precedentemente cercato, visualizzato, scaricato, aggiornato o consultato su App Store. Inoltre, utilizziamo la cronologia degli acquisti, inclusi quelli in-app, e i metodi di pagamento, insieme alle informazioni sull'account derivate dal tuo ID Apple. Per fornire consigli migliori, utilizziamo anche informazioni aggregate sugli avvii delle app, le installazioni e le eliminazioni da parte degli utenti che scelgono di condividere l'analisi dei dispositivi con Apple, oltre a informazioni aggregate sulle valutazioni delle app. App Store utilizza l'elaborazione locale sul dispositivo per migliorare i consigli proposti. Utilizzando i dati sull'uso delle app archiviati sul dispositivo (come le app che apri spesso, il tempo trascorso utilizzando determinate app e le app installate o disinstallate), App Store è in grado di consigliarti le app e gli eventi in-app più rilevanti. I dati ricevuti da Apple riguardanti il tuo utilizzo degli Store include le informazioni sui contenuti personalizzati che apri e visualizzi.*

*Puoi disattivare le funzionalità di personalizzazione di App Store, Books Store e iTunes Store disattivando “Consigli personalizzati” per il tuo ID Apple. Su iOS o iPadOS, vai in Impostazioni > [Il tuo nome] > File multimediali e acquisti, quindi disattiva “Consigli personalizzati”. Puoi cancellare i dati sull'utilizzo delle app registrati sul tuo dispositivo per la personalizzazione. Su iOS e iPadOS, vai in Impostazioni > App Store > Consigli personalizzati e tocca “Cancella dati sull'utilizzo delle app”. L'operazione non eliminerà i dati presenti sul dispositivo, ma qualsiasi dato registrato fino al momento in cui esegui la cancellazione dei dati sull'utilizzo delle app non verrà più usato per la personalizzazione. Le funzionalità di personalizzazione di App Store utilizzeranno i nuovi dati registrati dopo la cancellazione della cronologia dei dati sull'utilizzo delle app.*

### *Comunicazione con l'utente*

*Apple potrebbe utilizzare le informazioni sul tuo account, come i prodotti Apple che possiedi e i tuoi abbonamenti ai servizi Apple, per inviarti comunicazioni riguardanti App Store, altri prodotti e servizi Apple e offerte che potrebbero interessarti. Apple potrebbe inoltre utilizzare le informazioni riguardanti la tua attività all'interno di App Store per inviarti comunicazioni riguardanti nuove funzionalità, contenuti e offerte disponibili su App Store.*

### *E-mail di marketing*

*Potresti ricevere tali comunicazioni via e-mail, se hai fornito il consenso a ricevere e-mail di marketing. Puoi modificare le preferenze relative alle e-mail e disattivarne la ricezione andando su [appleid.apple.com](http://appleid.apple.com) oppure, su iOS o iPadOS, andando in Impostazioni > [Il tuo nome] > Nome, numeri di telefono, e-mail.*

### *Notifiche push*

*Potresti ricevere tali comunicazioni anche tramite notifiche push. Per aggiornare le preferenze sulle notifiche o per disattivarne la ricezione, su iOS o iPadOS vai in Impostazioni > Notifiche > App Store.*

### *Contenuti pubblicitari*

*Le pubblicità fornite da Apple aiutano le persone a scoprire app, prodotti e servizi su App Store, Apple News e Borsa. Apple utilizza le informazioni relative al tuo dispositivo, all'account, agli acquisti, agli abbonamenti e ai download per garantire che i contenuti pubblicitari offerti siano rilevanti. Quando effettui ricerche su App Store, vengono utilizzati anche i termini di ricerca. Apple crea gruppi di persone (definiti, nel gergo, "segmenti") con caratteristiche simili allo scopo di fornire contenuti pubblicitari mirati. Le informazioni su di te vengono utilizzate per determinare la tua appartenenza a tali segmenti e la ricezione di contenuti pubblicitari specifici. Al fine di proteggere la tua privacy, i contenuti pubblicitari mirati vengono forniti solo se più di 5000 persone soddisfano i criteri stabiliti. Le informazioni utilizzate per determinare quali contenuti pubblicitari sono rilevanti vengono collegate a identificativi casuali e non al tuo ID Apple.*

*Durante la selezione dei contenuti pubblicitari da mostrarti su App Store tra i vari contenuti adatti a te, per determinare quale contenuto possa essere più rilevante, potremmo utilizzare alcune delle informazioni riportate sopra, così come le ricerche e l'attività di navigazione su App Store. L'attività di navigazione su App Store include informazioni come i contenuti e le app che selezioni e visualizzi mentre navighi su App Store. Tali informazioni vengono aggregate insieme a quelle di altri utenti in modo da non poterti identificare personalmente. Per selezionare le pubblicità da mostrarti, potremmo anche elaborare localmente le informazioni archiviate sul dispositivo, come ad esempio le app che apri frequentemente. La piattaforma pubblicitaria Apple riceve informazioni sulle pubblicità che apri e visualizzi tramite un identificativo casuale non collegato al tuo ID Apple.*

*Se consenti ad App Store di accedere alla tua posizione, Apple potrebbe utilizzare la posizione approssimativa attuale del tuo dispositivo per fornirti pubblicità geograficamente mirate su App Store. Puoi interrompere l'utilizzo della funzionalità basata sulla posizione in qualsiasi momento. Sui dispositivi iOS o iPadOS, vai in Impostazioni > Privacy > Localizzazione, tocca App Store, quindi tocca Mai.*

*Se l'opzione "Annunci personalizzati" è attiva, la piattaforma pubblicitaria Apple potrebbe usare le tue informazioni per fornirti annunci più rilevanti. Se non desideri ricevere contenuti pubblicitari adattati secondo i tuoi interessi dalla piattaforma pubblicitaria Apple, puoi scegliere di disattivare gli annunci personalizzati. Disattivando gli annunci personalizzati, impedirai ad Apple di utilizzare le tue informazioni per fornirti pubblicità mirate. Ciò potrebbe non*

*diminuire il numero di contenuti pubblicitari che ti vengono presentati, ma tali contenuti potrebbero essere meno rilevanti.*

*Per ulteriori informazioni sulla pubblicità Apple e la privacy, consulta la pagina [www.apple.com/it/legal/privacy/data/it/apple-advertising](http://www.apple.com/it/legal/privacy/data/it/apple-advertising).*

*Per ulteriori informazioni su come disattivare la ricezione dei contenuti pubblicitari personalizzati su App Store, Apple News e Borsa, consulta la pagina [support.apple.com/kb/HT202074](http://support.apple.com/kb/HT202074). [...]<sup>73</sup>*

Sulla pagina “iTunes e privacy” vengono fornite le seguenti informazioni:

### **iTunes Store e privacy**

iTunes Store e iTunes U sono concepiti in modo da proteggere le tue informazioni e consentirti di scegliere cosa condividere.



- *Apple raccoglie le tue informazioni personali in modo da fornirti i contenuti che desideri acquistare, scaricare o aggiornare su iTunes Store e su altri Store Apple online, tra cui App Store, Apple Books e iTunes U.*
- *Apple utilizza anche le informazioni relative al tuo account, agli acquisti e ai download sui diversi Store per fare in modo che i contenuti pubblicitari mostrati su App Store, Apple News e Borsa, se disponibili, siano rilevanti. Di seguito puoi trovare ulteriori informazioni sulle possibili scelte in relazione ai contenuti pubblicitari.*
- *Apple utilizza le informazioni relative agli acquisti, ai download e alle altre attività associate agli Store per fornirti funzionalità e consigli su misura e per inviarti notifiche anche relative alle campagne di marketing Apple. Puoi decidere di non consentire l’utilizzo dei dati a questo scopo, come descritto di seguito.*
- *Per aiutare a identificare e prevenire le frodi, le informazioni su come utilizzi il dispositivo, compreso il numero approssimativo di chiamate telefoniche o e-mail che si inviano e ricevono, verranno utilizzate per calcolare un punteggio di affidabilità del dispositivo quando tenti di effettuare un acquisto. I dati sono inviati in modo tale che Apple non possa venire a conoscenza dei valori effettivamente presenti sul dispositivo. I punteggi sono archiviati per un periodo di tempo determinato sui nostri server.*
- *Al fine di migliorare l’esperienza utente sugli Store, Apple utilizza le informazioni sui contenuti che consulti, acquisti, cerchi e scarichi. I dati vengono salvati insieme all’indirizzo IP, a un identificativo casuale unico, qualora presente, e all’ID Apple, se hai eseguito l’accesso a App Store o ad altri Store Apple online.*

---

<sup>73</sup> Cfr. docc. nn. 61 e 74, pp. 31-34. <https://www.apple.com/it/legal/privacy/data/it/app-store/>.

### *Funzionalità degli Store*

*Apple utilizza le tue informazioni personali per fornirti servizi e funzionalità su iTunes Store e sugli altri Store Apple online. Queste informazioni includono, ad esempio, i dati relativi al tuo account o le informazioni di pagamento, consultabili e modificabili in Impostazioni, e la cronologia degli acquisti.*

*Quando scarichi un contenuto da iTunes Store, Apple associa al tuo ID Apple alcune informazioni, come l'identificativo hardware del tuo dispositivo e l'indirizzo IP.*

### *Migliorare l'esperienza utente sugli Store*

*Al fine di migliorare la tua esperienza utente su iTunes Store e altri Store Apple online, Apple raccoglie informazioni relative all'utilizzo di iTunes Store, incluso quando accedi allo Store o esegui il logout, i contenuti che cerchi o ciò che visualizzi e scarichi. Raccogliamo anche informazioni sul tuo dispositivo, come il tipo di dispositivo, la versione del sistema operativo e la quantità di spazio libero sul dispositivo. Apple potrebbe usare tali informazioni per verificare se i contenuti richiesti possono essere scaricati, per comprendere tendenze generali riguardo all'utilizzo dello spazio di archiviazione e per verificare se il dispositivo è connesso tramite rete Wi-Fi o cellulare. I dati possono essere utilizzati nei seguenti modi:*

- Analizzando ciò che hai cercato, è possibile suggerire ricerche in base ai trend.*
- In base ai contenuti che hai visualizzato o scaricato, è possibile suggerire funzionalità personalizzate.*
- Conoscendo lo spazio libero sui dispositivi, abbiamo sviluppato la funzionalità che consente di acquistare film su iPhone senza scaricarli al momento dell'acquisto.*

### *Personalizzazione degli Store*

*Usiamo le tue interazioni con iTunes Store per aiutarti a scoprire contenuti più pertinenti per te. Ad esempio, consigliamo contenuti che riteniamo possano interessarti in base a ciò che hai precedentemente cercato, visualizzato, scaricato, aggiornato o consultato su iTunes Store. Inoltre, utilizziamo la cronologia degli acquisti e i metodi di pagamento, insieme alle informazioni sull'account derivate dal tuo ID Apple. Puoi disabilitare le funzionalità di personalizzazione di App Store, Books Store e iTunes Store disattivando “Consigli personalizzati” per il tuo ID Apple. Su iOS e iPadOS, vai in Impostazioni > [Il tuo nome], tocca “File multimediali e acquisti”, quindi disattiva “Consigli personalizzati”.*

### *Comunicazione con l'utente*

*Apple potrebbe utilizzare le informazioni sul tuo account, come i prodotti Apple che possiedi e i tuoi abbonamenti ai servizi Apple, per inviarti comunicazioni riguardanti iTunes Store, altri prodotti e servizi Apple e offerte che potrebbero interessarti. Apple potrebbe inoltre utilizzare le informazioni riguardanti la tua*

*attività all'interno di iTunes Store per inviarti comunicazioni riguardanti nuove funzionalità, contenuti e offerte disponibili su iTunes Store.*

#### *E-mail di marketing*

*Potresti ricevere tali comunicazioni via e-mail, se hai fornito il consenso a ricevere e-mail di marketing. Puoi modificare le preferenze relative alle e-mail e disattivarne la ricezione andando su [appleid.apple.com](https://appleid.apple.com) oppure, su iOS o iPadOS, andando in Impostazioni > [Il tuo nome] > Nome, numeri di telefono, e-mail.*

#### *Notifiche push*

*Potresti ricevere tali comunicazioni anche tramite notifiche push. Per aggiornare le preferenze sulle notifiche o per disattivarne la ricezione, su iOS o iPadOS vai in Impostazioni > Notifiche > iTunes Store.*

#### *Contenuti pubblicitari*

*Le pubblicità fornite da Apple aiutano le persone a scoprire app, prodotti e servizi su App Store, Apple News e Borsa. Apple utilizza le informazioni relative al tuo dispositivo, all'account, agli acquisti, agli abbonamenti e ai download per garantire che i contenuti pubblicitari offerti siano rilevanti. Quando effettui ricerche su App Store, vengono utilizzati anche i termini di ricerca. Apple crea gruppi di persone (definiti, nel gergo, "segmenti") con caratteristiche simili allo scopo di fornire contenuti pubblicitari mirati. Le informazioni su di te vengono utilizzate per determinare la tua appartenenza a tali segmenti e la ricezione di contenuti pubblicitari specifici. Al fine di proteggere la tua privacy, i contenuti pubblicitari mirati vengono forniti solo se più di 5000 persone soddisfano i criteri stabiliti. Le informazioni utilizzate per determinare quali contenuti pubblicitari sono rilevanti vengono collegate a identificativi casuali e non al tuo ID Apple.*

*Se l'opzione "Annunci personalizzati" è attiva, la piattaforma pubblicitaria Apple potrebbe usare le tue informazioni per fornirti annunci più rilevanti. Se non desideri ricevere contenuti pubblicitari adattati secondo i tuoi interessi dalla piattaforma pubblicitaria Apple, puoi scegliere di disattivare gli annunci personalizzati. Disattivando gli annunci personalizzati, impedirai ad Apple di utilizzare le tue informazioni per fornirti pubblicità mirate. Ciò potrebbe non diminuire il numero di contenuti pubblicitari che ti vengono presentati, ma tali contenuti potrebbero essere meno rilevanti.*

*Per ulteriori informazioni sulla pubblicità Apple e la privacy, consulta la pagina [www.apple.com/it/legal/privacy/data/it/apple-advertising](https://www.apple.com/it/legal/privacy/data/it/apple-advertising).*

*Per informazioni su come disattivare gli annunci personalizzati su App Store, Apple News e Borsa, consulta la pagina [support.apple.com/kb/HT202074](https://support.apple.com/kb/HT202074). [...]*<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup> Cfr. docc. nn. 61 e 74, pp. 25-27 <https://www.apple.com/it/legal/privacy/data/it/itunes-store/>.

Nella pagina “*Apple Books e privacy*” vengono fornite le seguenti informazioni:

## Apple Books e privacy

Apple Books è concepito in modo da proteggere le tue informazioni e consentirti di scegliere cosa condividere.



- *Apple raccoglie le tue informazioni personali in modo da fornirti i contenuti che desideri acquistare, scaricare o aggiornare su App Store e su altri Store Apple online, tra cui iTunes Store, Apple Books e iTunes U.*
- *Apple utilizza anche le informazioni relative al tuo account, agli acquisti e ai download sui diversi Store per fare in modo che i contenuti pubblicitari mostrati su App Store, Apple News e Borsa, se disponibili, siano rilevanti. Di seguito puoi trovare ulteriori informazioni sulle possibili scelte in relazione ai contenuti pubblicitari.*
- *Apple utilizza le informazioni relative agli acquisti, ai download e alle altre attività associate agli Store per fornirti funzionalità e consigli su misura e per inviarti notifiche anche relative alle campagne di marketing Apple. Puoi decidere di non consentire l'utilizzo dei dati a questo scopo, come descritto di seguito. Raccogliamo informazioni non identificabili personalmente sulle interazioni dell'utente con i libri in modo da migliorare Book Store e l'app Libri per i nostri utenti.*
- *Per aiutare a identificare e prevenire le frodi, le informazioni su come utilizzi il dispositivo, compreso il numero approssimativo di chiamate telefoniche o e-mail che si inviano e ricevono, verranno utilizzate per calcolare un punteggio di affidabilità del dispositivo quando tenti di effettuare un acquisto. I dati sono inviati in modo tale che Apple non possa venire a conoscenza dei valori effettivamente presenti sul dispositivo. I punteggi sono archiviati per un periodo di tempo determinato sui nostri server.*
- *Al fine di migliorare l'esperienza utente sugli Store, Apple utilizza le informazioni sui contenuti che consulti, acquisti, cerchi e scarichi. I dati vengono salvati insieme all'indirizzo IP, a un identificativo casuale unico, qualora presente, e all'ID Apple, se hai eseguito l'accesso ad App Store o ad altri Store Apple online.*

### *Funzionalità degli Store*

*Apple utilizza le tue informazioni personali per fornirti servizi e funzionalità su App Store e sugli altri Store Apple online. Queste informazioni includono, ad esempio, i dati relativi al tuo account o le informazioni di pagamento, consultabili e modificabili in Impostazioni, e la cronologia degli acquisti.*

*Quando scarichi un contenuto da Apple Books, Apple associa al tuo ID Apple alcune informazioni, come l'identificativo hardware del tuo dispositivo e l'indirizzo IP.*

*Per tua comodità, Apple Books sincronizza i preferiti, le note e le raccolte tra i dispositivi e i computer su cui hai effettuato l'accesso. Queste informazioni vengono salvate congiuntamente al tuo ID Apple.*

#### *Migliorare l'esperienza utente sugli Store*

*Al fine di migliorare la tua esperienza utente su App Store e altri Store Apple online, Apple raccoglie informazioni relative all'utilizzo di Apple Books, incluso quando accedi allo Store o esegui il logout, i contenuti che cerchi o ciò che visualizzi e scarichi. Raccogliamo anche informazioni sul tuo dispositivo, come il tipo di dispositivo, la versione del sistema operativo e la quantità di spazio libero sul dispositivo. Apple potrebbe usare tali informazioni per verificare se i contenuti richiesti possono essere scaricati, per comprendere tendenze generali riguardo all'utilizzo dello spazio di archiviazione e per verificare se il dispositivo è connesso tramite rete Wi-Fi o cellulare. I dati possono essere utilizzati anche nei seguenti modi:*

– *Analizzando ciò che hai cercato, è possibile suggerire ricerche in base ai trend.*

– *In base ai contenuti che visualizzi o scarichi, è possibile suggerire funzionalità personalizzate quali i libri simili che potrebbero piacerti.*

*Raccogliamo le interazioni degli utenti con i libri per comprendere il coinvolgimento degli utenti, dare priorità a determinate funzionalità e comprendere l'attività di lettura generale. Queste informazioni sono associate a identificativi univoci casuali per ciascun utente e per ogni libro, in modo tale che Apple non venga a conoscenza dell'attività di lettura di un particolare utente. Per i libri scaricati da Apple Books, l'utilizzo viene aggregato tra gli utenti insieme alle informazioni sul libro, come il genere. Per i libri o gli altri documenti non scaricati da Apple Books, raccogliamo il formato del file ma non informazioni sul contenuto del libro.*

*Utilizziamo iCloud per sincronizzare gli identificativi utilizzando la crittografia end-to-end per l'attività di utilizzo dei libri sui dispositivi che hanno effettuato l'accesso a iCloud. Per ripristinare tali identificativi, su iOS vai in Impostazioni > Libri e attiva "Inizializza identificativo".*

#### *Personalizzazione degli Store*

*Usiamo le tue interazioni con Apple Books per aiutarti a scoprire contenuti più pertinenti per te. Ad esempio, consigliamo contenuti che riteniamo possano interessarti in base a ciò che hai precedentemente cercato, visualizzato, scaricato, aggiornato o consultato negli Store. Inoltre, utilizziamo la cronologia degli acquisti e i metodi di pagamento, insieme alle informazioni sull'account derivate dal tuo ID Apple. Puoi disattivare le funzionalità di personalizzazione di*

*App Store, Books Store e iTunes Store disattivando “Consigli personalizzati” per il tuo ID Apple. Su iOS o iPadOS, vai in Impostazioni > [Il tuo nome] > File multimediali e acquisti, quindi disattiva “Consigli personalizzati”.*

#### *Comunicazione con l'utente*

*Apple potrebbe utilizzare le informazioni sul tuo account, come i prodotti Apple che possiedi e i tuoi abbonamenti ai servizi Apple, per inviarti comunicazioni riguardanti Apple Books, altri prodotti e servizi Apple e offerte che potrebbero interessarti. Apple potrebbe inoltre utilizzare le informazioni riguardanti la tua attività all'interno di Apple Books per inviarti comunicazioni riguardanti nuove funzionalità, contenuti e offerte disponibili su Apple Books.*

#### *E-mail di marketing*

*Potresti ricevere tali comunicazioni via e-mail, se hai fornito il consenso a ricevere e-mail di marketing. Puoi modificare le preferenze relative alle e-mail e disattivarne la ricezione andando su [appleid.apple.com](http://appleid.apple.com) oppure, su iOS o iPadOS, andando in Impostazioni > [Il tuo nome] > Nome, numeri di telefono, e-mail.*

#### *Notifiche push*

*Potresti ricevere tali comunicazioni anche tramite notifiche push. Per aggiornare le preferenze sulle notifiche o per non consentirne più la ricezione, su iOS o iPadOS vai in Impostazioni > Notifiche > Libri.*

#### *Contenuti pubblicitari*

*Le pubblicità fornite da Apple aiutano le persone a scoprire app, prodotti e servizi su App Store, Apple News e Borsa. Apple utilizza le informazioni relative al tuo dispositivo, all'account, agli acquisti, agli abbonamenti e ai download per garantire che i contenuti pubblicitari offerti siano rilevanti. Quando effettui ricerche su App Store, vengono utilizzati anche i termini di ricerca. Apple crea gruppi di persone (definiti, nel gergo, “segmenti”) con caratteristiche simili allo scopo di fornire contenuti pubblicitari mirati. Le informazioni su di te vengono utilizzate per determinare la tua appartenenza a tali segmenti e la ricezione di contenuti pubblicitari specifici. Al fine di proteggere la tua privacy, i contenuti pubblicitari mirati vengono forniti solo se più di 5000 persone soddisfano i criteri stabiliti. Le informazioni utilizzate per determinare quali contenuti pubblicitari sono rilevanti vengono collegate a identificativi casuali e non al tuo ID Apple.*

*Se l'opzione “Annunci personalizzati” è attiva, la piattaforma pubblicitaria Apple potrebbe usare le tue informazioni per fornirti annunci più rilevanti. Se non desideri ricevere contenuti pubblicitari adattati secondo i tuoi interessi dalla piattaforma pubblicitaria Apple, puoi scegliere di disattivare gli annunci personalizzati. Disattivando gli annunci personalizzati, impedirai ad Apple di utilizzare le tue informazioni per fornirti pubblicità mirate. Ciò potrebbe non*

*diminuire il numero di contenuti pubblicitari che ti vengono presentati, ma tali contenuti potrebbero essere meno rilevanti.*

*Per ulteriori informazioni sulla pubblicità Apple e la privacy, consulta la pagina [www.apple.com/it/legal/privacy/data/it/apple-advertising](http://www.apple.com/it/legal/privacy/data/it/apple-advertising).*

*Per informazioni su come disattivare gli annunci personalizzati su App Store, Apple News e Borsa, consulta la pagina [support.apple.com/kb/HT202074](http://support.apple.com/kb/HT202074). [...]<sup>75</sup>.*

**48.** Infine, secondo quanto dichiarato dal Professionista, il numero di coloro che hanno creato un profilo Apple<sup>76</sup> in Italia, nel periodo gennaio 2016-febbraio 2021, è pari a [15.000.000-35.000.000]\* e l'importo complessivo incassato dalla Società nel medesimo periodo per le commissioni sulle vendite effettuate sulle piattaforme App Store, iTunes e Apple Books ammonta complessivamente a [124.0000.000-510.000.000] euro (App Store [100.000.000-400.000.000] euro, iTunes [20.000.000-100.000.000] euro e Apple Books [4.000.000-10.000.000] euro)<sup>77</sup>.

*Condotta sub b)*

**49.** Per quanto riguarda la pratica *sub b)* si è accertato che tutta l'attività promozionale della Società è basata su una modalità di acquisizione del consenso all'uso dei dati degli utenti a fini commerciali in *opt-out*, ossia senza prevedere per il consumatore la possibilità di scelta preventiva ed espressa in merito alla cessione dei propri dati. L'acquisizione del consenso risulta pre-impostata dalla Società nella fase di creazione dell'ID Apple, azione obbligata per il consumatore che intenda utilizzare le funzionalità e gli Store Apple. Tale pre-impostazione determina, laddove il consumatore ne fosse informato e volesse effettuare una scelta diversa, la necessità per esso di intraprendere, per ciascuna forma di promozione, un'articolata procedura per la disattivazione non individuabile dall'utente nemmeno in forma immediata, come sarà di seguito illustrato.

**50.** La pre-impostazione all'utilizzo dei dati a fini di profilazione dell'utente si realizza nei seguenti momenti:

*Nella fase di creazione dell'ID Apple*

*Email marketing*

---

<sup>75</sup> Cfr. docc. n. 62 e 74, pp. 20-22 <https://www.apple.com/it/legal/privacy/data/it/apple-books/>.

<sup>76</sup> Cfr. doc. n. 33 p. 9. "il numero dei profili attivati in Italia (considerato il "codice Paese") negli anni in questione [...] non include i profili esclusi ai sensi del Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati 2016/679".

\* Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenute sussistenti esigenze di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

<sup>77</sup> Cfr. doc. n. 33 pp. 8.

51. Come già illustrato in precedenza, gli utenti che intendono utilizzare i servizi Apple, inclusi gli App Store, devono creare un ID Apple accedendo alla pagina <https://appleid.apple.com/account#!&page=create>. Nella stessa pagina di creazione dell'*account*, agli utenti sono presentate già pre-attivate le due caselle: la prima per ottenere il consenso alla ricezione di *email* promozionali su prodotti e servizi Apple; la seconda per ottenere il consenso alla ricezione di *email* contenenti consigli su contenuti, *app* e musica anche prodotti da terzi. Tale circostanza risulta evidente nello *screenshot* fornito dalla Stessa società<sup>78</sup>, oltre ad essere confermato dal Professionista stesso, secondo cui in Italia l'acquisizione del consenso degli utenti per la ricezione di *email* di carattere commerciale avviene "mediante un modello *opt-out*"<sup>79</sup>.



52. Attraverso le caselle preflaggate viene prestato il consenso a ricevere comunicazioni *email*, differenziate in base agli elementi acquisiti in fase di creazione e utilizzo dell'*account* ID Apple (età, metodo di pagamento, paese, lingua, prodotti Apple acquistati e abbonamenti a servizi Apple, ecc.) su di una serie di prodotti utilizzabili nell'ambiente Apple, anche di terzi, che potrebbero essere di interesse per lo specifico utente<sup>81</sup>. Le *email* promozionali, infatti, comprendono annunci su nuovi servizi Apple, sulle *app* della settimana in primo piano su App Store, ecc.<sup>82</sup>. Poiché queste *email* sono basate sui dati dei singoli utenti, la pre-impostazione alla loro ricezione implica un consenso predefinito da Apple anche all'utilizzo di tali dati a fini commerciali.

<sup>78</sup> Cfr. doc. n. 48, all. 3 e 9.

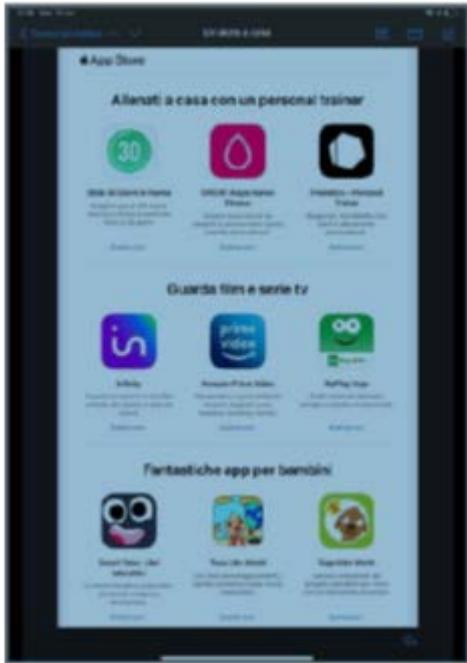
<sup>79</sup> Cfr. doc. n. 33, p. 2.

<sup>80</sup> Cfr. doc. n. 61 cit. e <https://appleid.apple.com/account#!&page=create>.

<sup>81</sup> Cfr. doc. n. 48.

<sup>82</sup> Cfr. doc. n. 33, p. 2. Nella pagina web "ID Apple e Privacy" viene riportato quanto segue: "Apple potrebbe utilizzare le informazioni sul tuo account, come i prodotti Apple che possiedi e i tuoi abbonamenti ai servizi Apple, per inviarti comunicazioni riguardanti i Cloud, altri prodotti e servizi Apple e offerte che potrebbero interessarti, tra cui Apple One".

### Email marketing su iPhone<sup>86</sup>



### Email marketing su MacOS<sup>87</sup>



**53.** Occorre rilevare non solo l'esistenza della pre-impostazione, ma anche la circostanza che la deselection di tali caselle, se effettuata dall'utente anche prima della conclusione del processo di creazione dell'ID Apple, comporta esclusivamente il blocco della modalità promozionale via *email* (*email marketing*), ma non impedisce ad Apple lo svolgimento delle altre attività promozionali connesse all'uso degli Store basate su una profilazione più ampia dei dati acquisiti a fini commerciali. Anche tali attività promozionali, e con esse il consenso all'utilizzo a fini commerciali dei dati, risultano pre-impostate in relazione all'utilizzo dei prodotti e servizi Apple, in particolare dell'App Store e degli altri Store Apple, come si vedrà nel paragrafo successivo<sup>83</sup>.

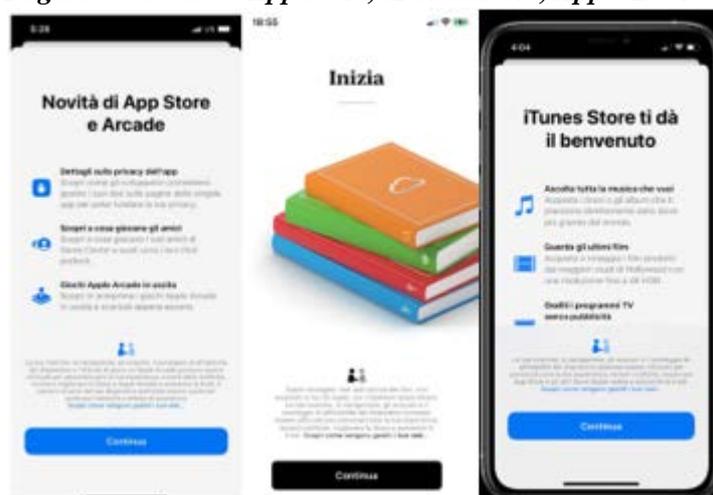
### Nella fase di accesso ad Apple Store, iTunes Store e Apple Books

**54.** Al primo accesso su App Store, iTunes Store e Apple Books non sono offerte all'utente opzioni di scelta in merito all'acquisizione dei dati a fini commerciali da parte della Società. Apple, infatti, in ciascuna pagina di primo accesso agli Stores si limita a indicare all'utente che alcuni dati verranno

<sup>83</sup> Cfr. doc. n. 48.

utilizzati per una migliore fruizione del servizio, senza prospettargli minimamente la possibilità di decidere se acconsentire o meno alla loro cessione e senza indicare quali sono le forme promozionali per le quali i dati verranno utilizzati.

*Pagine di accesso a App Store, iTunes Store, Apple Books<sup>84</sup>*



*N.B.: Sulle schermate riportate sono state aggiunte le frecce per segnalare l'icona Data&Privacy*

**55.** In sostanza Apple prevede una modalità di impostazione automatica dei consensi all'acquisizione dei dati a fini commerciali, che si attiva una volta che il consumatore clicca sul pulsante "Continua", per accedere allo Store prescelto. L'utente, in caso non intendesse acconsentire all'acquisizione e all'utilizzo dei propri dati da parte della Società, dovrebbe procedere necessariamente alla disattivazione delle pre-impostazioni, per ciascuno Store e per modalità di promozione ivi attuata.

**56.** Per ciascuna modalità di *marketing* è, infatti, prevista una diversa e non immediata procedura di disattivazione del consenso, che potrebbe essere effettuata prima di proseguire nell'utilizzo di ciascuno Store o anche successivamente al primo accesso:

a) Procedura per la disabilitazione dei "Consigli personalizzati" per evitare la personalizzazione degli Store<sup>85</sup> :

*"Puoi disabilitare le funzionalità di personalizzazione disattivando "Consigli personalizzati" per il tuo ID Apple. Su iOS o iPadOS, vai in Impostazioni > [Il tuo nome] > File multimediali e acquisti, quindi disattiva "Consigli personalizzati";*

<sup>84</sup> *Ibidem* e cfr. doc. n. 38.

<sup>85</sup> Cfr. doc. n. 45, all. 2.

b) Procedura per la modifica delle preferenze sulle notifiche per ciascuno Store per non ricevere le notifiche *push*<sup>86</sup>:

es. App Store “*Puoi modificare le preferenze relative alle e-mail e disattivarne la ricezione andando su [appleid.apple.com](https://appleid.apple.com). Per aggiornare le preferenze sulle notifiche, su iOS o iPadOS vai in Impostazioni > Notifiche > App Store*”;

c) Procedura per la disattivazione degli “Annunci personalizzati” per evitare i contenuti pubblicitari su App Store<sup>87</sup>:

“*Puoi disabilitare gli annunci personalizzati su dispositivi iOS e iPadOS andando in Impostazioni > Privacy > Pubblicità Apple e disattivando “Annunci personalizzati”. Sul Mac, vai in Preferenze di Sistema > Sicurezza e Privacy > Privacy, seleziona “Pubblicità Apple” e deseleziona “Annunci personalizzati”.*

**57.** Rileva osservare che il consumatore, solo cliccando sul link “*Scopri come vengono gestiti i tuoi dati*”, in sede di accesso a ciascuno Store, potrebbe venire a conoscenza della modalità automatica di acquisizione di tale consenso in *opt-out* adottata dalla Società e della facoltà e delle modalità per disattivare le pre-impostazioni. Infatti, tale circostanza è meramente eventuale, in quanto tale passaggio non risulta obbligatorio. Al consumatore è sufficiente cliccare sul pulsante “*Continua*”, visibile nella pagina per avviare l’utilizzo dello Store prescelto.

### **3. Le argomentazioni difensive del Professionista**

#### *a) Incompetenza dell’Autorità*

**58.** Il professionista ritiene che “*le condotte poste in essere da Apple in relazione al trattamento dei dati personali degli utenti degli Store sono perfettamente conformi al GDPR e alle buone prassi sulla privacy riconosciute a livello UE. Le tesi sostenute dall’AGCM [...] determinerebbero il superamento dei limiti dell’ambito di competenza dell’Autorità sotto due aspetti:*

*(1) Isti tuiscono un nuovo requisito relativo al consenso all'utilizzo dei dati per finalità commerciali nonostante il Codice del Consumo (compreso l’art. 22) non preveda tale consenso [...], ma solo l’obbligo di informativo; e,*

*(2) constatando che Apple abbia violato il Codice del Consumo ponendo in essere condotte espressamente consentite dalla normativa UE e nazionale in materia di protezione dei dati personali e, in alcuni casi, raccomandate come buone pratiche del Comitato Europeo per la Protezione dei Dati. Tali pratiche comprendono l'utilizzo di dati personali per l'invio di email di marketing e per*

---

<sup>86</sup> *Ibidem.*

<sup>87</sup> *Ibidem.*

*la personalizzazione senza previa acquisizione del consenso, nonché l'utilizzo di un'informativa multilivello nel contesto digitale/mobile, anche per la personalizzazione dei servizi digitali”.*

**59.** Il Professionista sostiene di non trattare i dati dei clienti per scopi diversi dalla fornitura dei servizi in questione, ciascuno dei quali include la personalizzazione come parte delle sue caratteristiche principali<sup>88</sup>.

*b) Errata ricostruzione fattuale delle condotte*

**60.** Nella memoria conclusiva il Professionista sostiene che la ricostruzione fattuale delle condotte sia viziata da errori oggettivi inerenti a:

**A. Assenza di personalizzazione delle email di marketing in fase di creazione dell'ID Apple**

*“[L]’Autorità assume che Apple abbia utilizzato i dati personali degli utenti per la personalizzazione delle email di marketing senza fornire loro la necessaria informativa in fase di creazione dell'ID Apple [...]. Tuttavia, non è prevista alcuna personalizzazione di tali email in detta fase. [...] la raccolta di dati personali degli utenti per finalità di personalizzazione non avviene finché essi non accedono ad App Store, iTunes Store o Apple Books.”<sup>89</sup>*

**B. Chiara informativa sulla personalizzazione delle forme di promozione al primo accesso e durante la navigazione negli Store Apple**

*“L’Autorità sostiene che l’informativa fornita da Apple nell'icona Dati & Privacy al primo accesso su App Store, Apple Books Store e iTunes Store [...] non [farebbe riferimento] all'uso di dati personali per finalità commerciali indicate nel documento “Scopri come vengono gestiti i tuoi dati....” [...] Ma, in realtà, il testo riportato sulle schermate del primo accesso riporta chiaramente, tra le altre cose, che “Le vostre ricerche, la navigazione, gli acquisti e il punteggio di fiducia del dispositivo possono essere utilizzati per personalizzare la vostra esperienza, inviare notifiche, migliorare il negozio e prevenire le frodi”.*

*[...] Apple fornisce chiara informativa [...] [anche] durante la navigazione negli Store mediante le icone Dati & Privacy”<sup>90</sup>.*

Il Professionista ritiene “di fornire un’informazione accurata e conforme alla disciplina prevista dal Codice del Consumo. Le schermate iniziali di accesso agli Store forniscono informazioni sintetiche veritiere circa il trattamento dei

---

<sup>88</sup> Cfr. doc.n. 74, pp. 5 e 6.

<sup>89</sup> *Ibidem*, pp. 3-5.

<sup>90</sup> *Ibidem*, pp. 3-5.

*dati personali degli utenti per la personalizzazione, e contengono link di accesso a informative più ampie e dettagliate*<sup>91</sup>.

### **C. Conformità con la normativa nazionale ed europea sulla privacy: consenso non necessario al trattamento dei dati per legittimo interesse della Società**

Il Professionista sostiene che *“Le informative a più livelli di Apple sono conformi al GDPR, alla normativa UE sulla privacy e alle migliori pratiche in materia di correttezza e trasparenza”*<sup>92</sup>.

*“L’AGCM [...] assume erroneamente che la fruizione dei tre Stores di Apple da parte degli utenti preveda l’impostazione automatica dei consensi all’acquisizione dei loro dati personali a fini commerciali [...] Apple non effettua il trattamento dei dati per la personalizzazione degli Stores utilizzando come base giuridica il consenso “automatico” degli utenti. Apple utilizza in maniera lecita tali dati in perfetta conformità con la normativa sulla privacy in base al proprio legittimo interesse nel trattamento di tali dati, per fornire i servizi in questione”*.

*“Apple non è giuridicamente tenuta ad acquisire il consenso mediante “opt-in” secondo quanto previsto dalla normativa applicabile in materia di privacy.”*<sup>93</sup>. *“Il sistema di opt-in non è l’unica opzione disponibile secondo il diritto UE, né secondo il Codice sulla protezione dei dati”*<sup>94</sup>.

*“Negli Store di Apple, ove sono disponibili milioni di contenuti, Apple personalizza i contenuti mostrati su queste piattaforme, raccogliendo alcuni limitati dati personali degli utenti, in modo tale che le app, i libri e i contenuti musicali mostrati siano più pertinenti e rilevanti per l’utente stesso. Tale personalizzazione si basa esclusivamente sulle interazioni dell’utente con il singolo Store. [...] La personalizzazione degli Store è una parte integrante del tipo stesso di servizio fornito da Apple”*<sup>95</sup>.

### **D. Email marketing: evidenza della finalità commerciale dal contesto**

*“Secondo l’AGCM [...] il testo riportato sotto l'icona Dati & Privacy nella pagina di configurazione dell’ID Apple non fa riferimento a tale utilizzo. Ma Apple non è giuridicamente tenuta a indicare la finalità commerciale delle email di marketing in questione perché è essa evidente dal contesto. Infatti, a tutti gli utenti è facilmente evidente che le comunicazioni inviate tramite le email di marketing (come quelle di cui ai checkboxes della schermata di*

---

<sup>91</sup> *Ibidem*, p.6.

<sup>92</sup> *Ibidem*, pp. 43 e 45.

<sup>93</sup> *Ibidem*, pp. 3-5.

<sup>94</sup> *Ibidem*, pp. 59 e 60.

<sup>95</sup> *Ibidem*, p. 17.

*configurazione dell'Apple ID) hanno necessariamente finalità commerciale”*

<sup>96</sup>.

*c) Nel merito delle condotte contestate*

Il Professionista, nel merito delle condotte contestate, solleva le seguenti eccezioni:

**A. Inidoneità delle condotte A) e B) ad alterare significativamente il comportamento del consumatore medio ragionevolmente attento per:**

**- Chiara natura commerciale degli Store**

*“In realtà, l'utente, sulla base del buon senso e dell'esperienza comune, è capace di comprendere la natura commerciale delle mail di marketing. Tale utente comprende anche che, quando accede a uno Store con contenuti a pagamento in vendita (che sia online o un negozio fisico tradizionale) l'accesso allo Store comporta necessariamente un'attività commerciale (vale a dire, la vendita di tali contenuti). Il consumatore medio non può ragionevolmente ignorare la natura commerciale di tali attività. Nel caso di specie non vi è quindi alcun impatto sul comportamento del consumatore medio, requisito minimo previsto dalla normativa per la violazione del Codice del Consumo”<sup>97</sup>.*

*“Trattandosi di Store per l'acquisto di categorie di contenuti tematici, Apple comunque genererebbe fatturato attraverso di essi, indipendentemente dal fatto che l'utente scelga o meno di condividere i propri dati per la personalizzazione del servizio.”<sup>98</sup>*

**- Piena consapevolezza dell'utente in merito all'utilizzo dei suoi dati a fini commerciali da parte della Società. Modifiche sull'App Store con iOS 15**

*“In relazione alla preoccupazione espressa dall'Autorità che gli utenti possano non essere edotti del fatto che Apple genera fatturato utilizzando i loro dati personali per vendere in App Store (l'unico degli Store interessati dall'istruttoria in cui si effettua pubblicità, al di là del fatto che sia personalizzata) spazi pubblicitari mirati per categorie di utenti, si osserva che, non solo Apple ha sempre fornito un'informativa preventiva e completa al riguardo, ma anche che, in seguito alle modifiche introdotte con il rilascio*

---

<sup>96</sup> *Ibidem*, pp. 3-5.

<sup>97</sup> *Ibidem*, pp. 6 e 7.

<sup>98</sup> *Ibidem*, pp. 16.

*di iOS 15 viene ora richiesto agli utenti di App Store di prestare il proprio consenso espresso per l'uso dei loro dati personali per finalità pubblicitarie, [...]ogni possibile profilo di preoccupazione è venuta meno”<sup>99</sup>.*

***- Facilità di disabilitazione delle preferenze all'uso dei dati da parte dell'utente***

*Secondo il Professionista “l’Autorità mette in dubbio la facilità con cui gli utenti possono modificare le preferenze riguardo all'uso dei propri dati e lamenta in particolare che la disabilitazione di una singola modalità di marketing (ad esempio, le email di marketing) non consenta di disabilitare automaticamente le altre modalità di marketing (come la personalizzazione dello Store). [...]. Il processo di disabilitazione/abilitazione delle email di marketing, della personalizzazione degli Store, delle notifiche push e della pubblicità personalizzata è separato per ciascuna di tali attività di marketing perché ciascuna di tali attività rappresenta uno strumento diverso, infungibile e incomparabile rispetto alle altre”<sup>100</sup>.*

**B. Conformità della condotta A) rispetto agli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo per completezza dell'informazione attraverso un sistema multilivello, utilizzato per limiti di spazio**

*“Nel processo di configurazione dell’Apple ID, l'uso dei dati personali degli utenti per l'invio di email marketing non personalizzate è espressamente indicato [...]*

*[...] se le caselle per le comunicazioni email rimangono selezionate, le informazioni sul Paese sono utilizzate per inviare le email nella lingua corretta e le informazioni sull’età sono utilizzate esclusivamente per garantire che i minori non ricevono email marketing. La creazione dell’ID Apple non comporta l'uso di altri dati associati all’account per finalità di marketing. La personalizzazione delle email di marketing non avviene, se non in seguito all'accesso degli utenti agli Store e alla loro interazione con tali app. Tali attività sono precedute da un’informativa completa e adeguata sulla privacy e sulla personalizzazione [...]*<sup>101</sup>.

*“I limiti di spazio e le informative a più livelli devono essere presi in considerazione nella valutazione di un’omissione ingannevole”<sup>102</sup>*

---

<sup>99</sup> *Ibidem*, p. 17.

<sup>100</sup> *Ibidem*, pp. 40 e 41.

<sup>101</sup> *Ibidem*, pp. 46 e 47.

<sup>102</sup> *Ibidem*, pp. 49 e 50.

“[...] le informazioni riguardanti le email commerciali di Apple sono comunicate agli utenti:

1) sulla pagina principale di configurazione dell’ID Apple;

2) una seconda volta (senza variazioni riguardo alle informazioni rilevanti), unitamente alle informazioni su come modificare le preferenze relative all’email marketing nel successivo livello di informativa online (ossia, il documento dettagliato sulla privacy a cui gli utenti accedono cliccando sul link “Scopri come sono gestiti i tuoi dati...”); e

3) una terza volta (ancora, senza variazioni riguardo alle informazioni rilevanti), unitamente ai meccanismi di controllo nella pagina informativa relativa all’account dell’ID Apple al link [appleid.apple.com/it](http://appleid.apple.com/it) e nelle impostazioni dei dispositivi Apple registrati su tale Apple ID”<sup>103</sup>.

“Ciascuna delle prime schermate [di accesso ai singoli Store] richiama l’attenzione dell’utente sulla circostanza che il singolo Store comporta l’uso di dati personali per finalità di personalizzazione e commerciali ma, naturalmente, le pagine a cui si accede dal link “Scopri come sono gestiti i tuoi dati...” per definizione contengono un’informativa di dettaglio ampia e completa: si tratta di una differenza strettamente condizionata dalle limitazioni del mezzo impiegato [...]”<sup>104</sup>.

### **C. Condotta sub b): assenza di elementi di coercizione e condizionamento indebito**

Il Professionista sostiene che, nel caso di specie, non vi siano gli elementi essenziali della coercizione e del condizionamento indebito necessari per qualificare la Condotta b) come aggressiva, essendo gli utenti “*correttamente informati del trattamento dei loro dati personali e [...] sempre liberi di scegliere se ricevere o meno email di marketing, notifiche push o meno, se personalizzare Apple Books, iTunes Store e App Store o meno, e se ricevere annunci pubblicitari personalizzati in App Store o meno*”<sup>105</sup>.

---

<sup>103</sup> *Ibidem*, p. 50.

<sup>104</sup> *Ibidem*, p. 56.

<sup>105</sup> *Ibidem*, pp. 6 e 7.

## IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

**61.** In data 7 ottobre 2021<sup>106</sup> veniva inoltrata, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo, richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni poiché le condotte oggetto del presente provvedimento sono state attuate tramite *internet*.

**62.** Con delibera N. 13/21/PRES, assunta in data 5 novembre 2021, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha espresso il proprio parere, pervenuto nella medesima data. L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha ritenuto che “*nel caso di specie il mezzo Internet sia uno strumento di comunicazione idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto parere a questa Autorità*”<sup>107</sup>.

## V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

**63.** Il procedimento concerne due condotte, poste in essere da Apple, relative alla omissione e mancata evidenziazione sul sito *web* della Società delle informazioni sulla raccolta ed utilizzo dei dati personali degli utenti a fini commerciali e di profilazione, nonché alla pre-impostazione del consenso per acquisirli e utilizzarli secondo tale finalità, limitando e condizionando la libertà di scelta dell'utente.

### *Valutazioni preliminari*

**64.** In via preliminare, in relazione alla competenza di questa Autorità a trattare il caso oggetto del presente procedimento e al rapporto con la normativa sulla *privacy*, si rileva che non sussiste un conflitto tra le due discipline in quanto esse si integrano in maniera complementare. Infatti, la normativa sulla *privacy* garantisce la protezione dei dati personali, definiti come informazioni relative ad una persona (fisica o giuridica), allo scopo di tutelare uno dei diritti fondamentali della persona umana. Spetta al Garante per la Protezione dei Dati Personali la competenza ad applicare le sanzioni per la violazione degli obblighi ivi previsti. Diversamente, il Codice del Consumo,

---

<sup>106</sup> Cfr. doc. n. 76.

<sup>107</sup> Cfr. doc. n. 78.

in materia di pratiche commerciali scorrette, si pone l'obiettivo di tutelare il consumatore da scelte economiche indotte da pratiche ingannevoli e aggressive. Il diritto alla *Privacy* e il Codice del consumo hanno, dunque, un campo di applicazione differente e perseguono interessi distinti, integrandosi in maniera complementare.

**65.** Anche il Consiglio di Stato, nella sentenza del 1° ottobre 2021, n. 6596, si è espresso al riguardo in maniera inequivocabile sostenendo che “...*alla luce di quanto affermato dalla Corte di Giustizia, la regola generale è che, in presenza di una pratica commerciale scorretta, la competenza è dell’Autorità garante della concorrenza e del mercato. La competenza delle altre Autorità di settore è residuale e ricorre soltanto quando la disciplina di settore regoli “aspetti specifici” delle pratiche che rendono le due discipline incompatibili*”.

**66.** Le condotte contestate al Professionista sono qualificabili come pratiche commerciali, dal momento che per “*pratica commerciale*” si intende qualsiasi azione, omissione, condotta, dichiarazione o comunicazione commerciale, ivi compresa la pubblicità diffusa con ogni mezzo (incluso il *direct marketing* e la confezione dei prodotti) e il *marketing* che un professionista pone in essere in relazione alla promozione, alla vendita o alla fornitura di beni o servizi ai consumatori.

**67.** Il TAR Lazio, con sentenza del 10 gennaio 2020, n. 260, e il Consiglio di Stato, con sentenza del 29 marzo 2021, n. 2631, in relazione al caso Facebook si sono espressi chiaramente in merito al rapporto tra disciplina *Privacy* e Codice del Consumo sulla questione dell'utilizzo dei dati a fini commerciali, precisando in particolare che:

- “*A fronte della tutela del dato personale quale espressione di un diritto della personalità dell’individuo, e come tale soggetto a specifiche e non rinunciabili forme di protezione, quali il diritto di revoca del consenso, di accesso, rettifica, oblio, sussiste pure un diverso campo di protezione del dato stesso, inteso quale possibile oggetto di una compravendita, posta in essere sia tra gli operatori del mercato che tra questi e i soggetti interessati. Il 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 di un servizio [...] Deve anche escludersi che l’omessa informazione dello sfruttamento ai fini commerciali dei dati dell’utenza sia una questione interamente*

*disciplinata e sanzionata nel “Regolamento privacy”. La non sovrapponibilità dei piani relativi alla tutela della “privacy” e alla protezione del consumatore si desume dalle considerazioni svolte dalla Corte di giustizia dell’Unione Europea, del 13 settembre 2018, nelle cause riunite C 54/17 e C 55/17, nella quale si è statuito che la disciplina consumeristica non trova applicazione “unicamente quando disposizioni estranee a quest’ultima, disciplinanti aspetti specifici delle pratiche commerciali sleali, impongono ai professionisti, senza alcun margine di manovra, obblighi incompatibili con quelli stabiliti dalla direttiva 2005/29”. Non sussiste, nel caso di specie, alcuna incompatibilità o antinomia tra le previsioni del “Regolamento privacy” e quelle in materia di protezione del consumatore, in quanto le stesse si pongono in termini di complementarietà, imponendo, in relazione ai rispettivi fini di tutela, obblighi informativi specifici, in un caso funzionali alla protezione del dato personale, inteso quale diritto fondamentale della personalità, e nell’altro alla corretta informazione da fornire al consumatore al fine di fargli assumere una scelta economica consapevole” (TAR Lazio, sentenza n. 260/2020);*

*- “[...] diversamente da quanto ritenuto dalla società appellante, la disciplina della tutela della privacy e il Codice del consumo presentano ambiti operativi differenti e non contrastanti. Nemmeno sussisterebbe la ravvisata sovrapponibilità del regime sanzionatorio tra i due settori, avendo ad oggetto il primo la violazione delle regole di trattamento dei dati personali (che in questa sede non rileva) ed il secondo il condizionamento della consapevolezza dell’utente che per ottenere benefici illustrati come gratuiti deve cedere dati personali che non saranno utilizzati esclusivamente per ottenere i servizi ai quali aspira, ma costituiranno uno strumento di profilazione dell’utente a fini commerciali, in assenza di una adeguata e preventiva informazione del consumatore” (Consiglio di Stato, sentenza n. 2631/2021).*

**68.** Pertanto, è infondata la questione di incompetenza dell’Autorità sollevata dal Professionista, in quanto le contestazioni relative alle condotte di Apple non riguardano il trattamento dei dati personali in senso generale, ma le possibili pratiche ingannevoli e aggressive connesse alla loro specifica utilizzazione a fini commerciali, rispetto alle quali risulta inequivocabile la competenza dell’AGCM. Non sussiste, infatti, incompatibilità nell’applicazione delle due discipline, né si ravvisa alcun contrasto tra la normativa nazionale ed europea in relazione al trattamento dei dati personali e le violazioni contestate dall’Autorità ad Apple relativamente all’utilizzo dei dati dell’utente per fini commerciali.

## ***Il merito delle condotte contestate***

### ***Raccolta ed utilizzo dei dati a fini commerciali da parte di Apple***

**69.** Prima di procedere alla valutazione delle condotte oggetto del presente procedimento, è opportuno illustrare la modalità con cui il Professionista effettua la “*patrimonializzazione*” dei dati dei propri clienti.

**70.** Apple raccoglie, profila e utilizza a fini commerciali in prima persona i dati degli utenti attraverso l'utilizzo dei dispositivi e servizi Apple. Quindi, pur senza procedere ad alcuna cessione di essi a terzi, ne sfrutta direttamente il valore economico attraverso un'articolata e varia attività promozionale per incrementare la vendita dei propri prodotti e/o quelli di terzi attraverso le proprie piattaforme commerciali App Store, iTunes Store e Apple Books.

**71.** Infatti, la Società, per consentire l'utilizzo dei servizi e delle funzionalità Apple, sin dall'inizio impone al consumatore almeno una cessione minima dei suoi dati attraverso la creazione dell'*account* (profilo) ID Apple. L'ID Apple viene usato con tutti i dispositivi e i servizi Apple, e l'utente viene invitato a mantenere aggiornate le informazioni dell'*account* per garantirne la funzionalità. Si osservi che l'utente Apple non può, di fatto, rinunciare all'ID Apple. Infatti, l'uso dei dispositivi della Società senza la creazione di un *account* personale (ID Apple), anche se possibile, risulterebbe non funzionale per un utente che abbia scelto i prodotti di questo *brand*; ciò comporterebbe la rinuncia alla configurazione automatica dei prodotti e all'utilizzo di tutti i servizi Apple sui dispositivi in possesso dell'utente, che è invece possibile tramite l'ID Apple.

**72.** Peraltro, rileva anche la fase temporale di creazione, in quanto l'ID Apple si configura come un profilo generale che non viene creato direttamente e consapevolmente dall'utente su una determinata piattaforma di vendita all'atto dell'acquisto di un prodotto o servizio (operazione che gli consentirebbe di comprendere che i propri dati potrebbero essere profilati e utilizzati a fini commerciali). L'ID Apple, viene infatti creato al di fuori delle piattaforme di vendita Apple, in una fase diversa, distinta anche temporalmente da quella commerciale.

**73.** Ai primi dati dell'utente acquisiti da Apple in questa fase si aggiungono, in fasi successive anch'esse distinte e separate temporalmente da quella relativa alla creazione dell'ID Apple, altri dati dell'utente derivati dall'utilizzo degli Store Apple.

**74.** Il Professionista giustifica la necessità di una più ampia acquisizione dei dati dell'utente con asseriti vantaggi che questi ne ricaverebbe, quali una maggiore ottimizzazione delle funzionalità, in particolare una migliore

sincronizzazione degli apparati e fruizione dei servizi offerti dalla Società.

**75.** Tuttavia, il consumatore medio che entra nel mondo Apple per usufruire delle funzionalità di tale sistema non risulta pienamente e intuitivamente consapevole dell'utilizzo dei propri dati a fini commerciali da parte di Apple, né è in grado di comprendere la modalità, tipologia e quantità di propri dati che vengono acquisiti dalla Società a tale scopo.

**76.** Anzi, proprio il funzionamento del “*sistema*” Apple, basato sulla integrazione e interconnessione di dispositivi e funzionalità che richiede, per essere fruibile in maniera ottimale, l'utilizzo di una molteplicità di dati dell'utente, rende quest'ultimo più facilmente propenso alla cessione dei propri dati e meno consapevole e attento al loro uso da parte della Società per finalità commerciali, diverse dalle esigenze di corretto funzionamento del sistema.

**77.** La Società sostiene di non procedere alla cessione fisica a terzi dei dati profilati degli utenti, ma ciò non esclude la possibilità di una loro valorizzazione economica che si determina, per il Professionista che li detiene, anche attraverso una specifica attività promozionale con effetti sull'incremento del volume delle vendite dei prodotti e servizi propri o di terzi, in qualità di intermediario. Il valore economico dei dati risulta pertanto rappresentato dall'incremento del fatturato generato grazie all'utilizzo di tale attività promozionale “profilata”, con specifico riferimento alle commissioni ottenute sulle vendite dei prodotti di soggetti terzi e al differenziale tra prezzo di acquisto all'ingrosso e prezzo di vendita al dettaglio dei beni e servizi distribuiti dalla Società.

**78.** Nel caso di specie, dunque, la valorizzazione economica dei dati non deriva da una controprestazione monetaria da parte di terzi in cambio dell'accesso ai profili degli utenti sulla base dei dati raccolti ed elaborati dalla Società, ma da un'attività che implica comunque la raccolta e l'uso dei dati a fini commerciali, mediante una diretta organizzazione e gestione dei dati che sono utilizzati nella promozione e vendita di beni e servizi propri e di terzi.

*Condotta sub a)*

**79.** Relativamente alla condotta *sub a)* Apple, sia nella fase di creazione dell'ID Apple, sia successivamente in occasione dell'accesso agli Store Apple, non fornisce un'immediata ed esplicita indicazione ai consumatori in merito alla raccolta ed utilizzo dei loro dati personali a fini commerciali per l'attività promozionale svolta dalla Società, anche per conto terzi.

**80.** Dalle evidenze documentali, in particolare dalle schermate fornite dalla stessa Società risulta, infatti, assente nella pagina di creazione dell’ID Apple o di primo accesso agli Store Apple un qualsiasi riferimento diretto, esplicito ed esaustivo all’utilizzo a fini commerciali dei dati. Le informazioni fornite non contengono riferimenti a tale utilizzo, e solo richiami, peraltro non chiari ed esaustivi sono riportati in una pagina raggiungibile esclusivamente tramite un *link*. La consultazione di tale pagina informativa non è, in ogni caso, obbligatoria per il consumatore, che potrebbe anche non accedervi a fronte di un utilizzo certo dei suoi dati a fini commerciali da parte della Società.

**81.** In dettaglio, nella pagina di creazione dell’ID Apple il testo associato ai due *checkbox* fornisce indicazioni solo sui contenuti delle comunicazioni che potrebbero essere inviate, ma non sulla profilazione dei dati dell’utente a fini commerciali. Più precisamente, non vengono fornite indicazioni:

- su quali informazioni verranno raccolte dal Professionista a tale fine, ossia che verrà effettuato un uso dei dati a fini commerciali, attraverso alcuni dati essenziali disponibili con la creazione dell’ID Apple (nome, cognome, *email*, età, paese, prodotti acquistati);
- sulle conseguenze che determinerà il successivo accesso agli Store da parte dell’utente tramite ID Apple, ossia che i dati associati all’ID Apple verranno integrati da altre informazioni dagli Store, e quindi che l’attività di *email marketing*, se non disattivata, risulterà successivamente più personalizzata al fine di rendere le comunicazioni maggiormente pertinenti.



**82.** Come illustrato in precedenza, la pagina di creazione dell’ID Apple mostra che l’attività di *email marketing* non è esplicitata all’utente in maniera inequivocabile. Infatti, attraverso l’uso dei termini “*comunicazioni, raccomandazioni, consigli*” viene posto l’accento dalla Società più sull’interesse dell’utente a lasciare la spunta alle caselle presenti nella pagina, che ad allertarlo sull’uso dei suoi dati a fini commerciali per consentirgli di esprimere una scelta consapevole. Diversamente dalla affermazione del Professionista secondo cui “*Apple non è giuridicamente tenuta a indicare la finalità commerciale delle email di marketing in questione perché è essa evidente dal contesto. Infatti, a tutti gli utenti è facilmente evidente che le*

*comunicazioni inviate tramite le email di marketing (come quelle di cui ai checkboxes della schermata di configurazione dell'Apple ID) hanno necessariamente finalità commerciale”,* risulta assente una chiara informativa necessaria a rendere chiaro al consumatore il tipo di raccolta e uso dei suoi dati.

**83.** Per quanto riguarda le informazioni riportate sulle pagine di accesso e durante la navigazione nelle piattaforme App Store, iTunes Store e Apple Books, il Professionista, indicando nelle schermate di primo accesso agli Store che *“Le vostre ricerche, la navigazione, gli acquisti e il punteggio di affidabilità del dispositivo possono essere utilizzati per **personalizzare la vostra esperienza**, inviare notifiche [...]”*, si limita solo ad informare il consumatore sul fatto che la raccolta di alcuni dati personali verrà utilizzata per adattare le piattaforme alle specifiche esigenze degli utenti e conseguentemente per migliorarne l’esperienza e la fruizione. Anche in tale contesto, nessun riferimento esplicito è riportato in merito alla finalità commerciale e alla modalità di acquisizione ed uso dei dati di cui la personalizzazione delle piattaforme costituisce il mezzo e non il fine. Pertanto non è sostenibile la tesi del Professionista che l’utilizzo dell’espressione *“personalizzare la tua esperienza”* sia di per sé già sufficiente a chiarire all’utente la finalità implicita dell’uso commerciale dei dati del consumatore. Tale affermazione appare priva di fondamento, in quanto il significato del termine *“personalizzare”* riguarda esclusivamente l’atto di adattare oggetti o servizi alle specifiche esigenze dei fruitori.

**84.** Anche nella fase di accesso agli Store si riscontra, dunque, un’opacità informativa. Nel testo riportato sopra il pulsante *“Continuad”*, la presentazione dell’uso delle ricerche, della navigazione, degli acquisti come una personalizzazione dell’esperienza dell’utente significa, di fatto, evidenziare esclusivamente i vantaggi per l’utente di tale attività, evitando un esplicito riferimento alla finalità commerciale dell’acquisizione dei suoi dati.

**85.** Tali carenze informative riscontrate nella pagina di creazione dell’ID Apple e nelle pagine di primo accesso agli Store non possono essere giustificate dal Professionista sulla base dei limiti di spazio dei dispositivi, circostanza che obbliga indubbiamente a fornire un’informativa più ampia attraverso un sistema multilivello. I limiti di spazio non impedirebbero al Professionista di porre l’accento, direttamente nelle suddette pagine, sull’uso dei dati a fini commerciali e di profilazione, in modo da fornire all’utente in maniera chiara e immediata quegli elementi minimi necessari per fargli assumere una decisione consapevole in merito all’utilizzo dei propri dati.

**86.** Pertanto, relativamente alla condotta *sub a)* Apple, sia nella fase di creazione dell'ID Apple, sia successivamente in occasione dell'accesso agli Store Apple, non ha fornito ai consumatori in maniera immediata ed esplicita alcuna indicazione in merito alla raccolta ed utilizzo dei loro dati personali a fini commerciali per l'attività promozionale svolta dalla Società, anche per conto terzi.

**87.** Tale comportamento del Professionista risulta, dunque, in violazione degli artt. 21 e 22 del Codice del Consumo in quanto idoneo ad indurre gli utenti Apple ad assumere una decisione di natura commerciale che altrimenti non avrebbero preso.

#### *Condotta sub b)*

**88.** Relativamente alla condotta *sub b)* la pre-impostazione, da parte di Apple, del consenso alla cessione dei dati personali degli utenti a fini commerciali pone ciascun consumatore nella condizione di vedere limitata la propria libertà di scelta in merito alla possibile utilizzazione a fini commerciali dei propri dati personali.

**89.** Tutta l'attività promozionale della Società risulta basata su una modalità di acquisizione del consenso all'uso dei dati degli utenti a fini commerciali in *opt-out*, ossia senza prevedere per il consumatore la possibilità di scelta preventiva ed espressa in merito alla cessione dei propri dati, la cui possibilità di acquisizione risulterebbe pre-impostata dalla Società sin dalla fase di creazione dell'ID Apple, azione obbligata per il consumatore che intenda utilizzare i dispositivi Apple per i vari servizi offerti. Peraltro, tale pre-impostazione determina, laddove il consumatore ne fosse informato e volesse effettuare una scelta diversa, la necessità per esso di intraprendere una complessa e non immediata procedura per la disattivazione.

**90.** Il condizionamento dell'utente deriva, innanzitutto, dal fatto di non poter prescindere dalla creazione dell'ID Apple, pena l'impossibilità di giovare dei vari servizi e delle varie funzionalità che Apple fornisce e che costituiscono i punti di forza e di maggiore attrattiva nell'acquisto dei prodotti Apple da parte dei consumatori.

**91.** Nella pagina di creazione del profilo ID Apple, la Società ha pre-attivato le caselle destinate all'*email marketing*, una delle modalità promozionali della Società. Esse possono essere deselezionate dall'utente, ma ciò richiede un comportamento attivo da parte dello stesso, non prevedibile e dipendente anche dalle informazioni fornite nella pagina dal Professionista, considerando

che non è evidenziata né l'attività commerciale connessa a tali caselle, né l'acquisizione dei dati per tale finalità. La pre-attivazione in questione determina, già di per sé, il trasferimento e l'utilizzo dei dati da parte di Apple, una volta che questi vengano generati, senza la necessità a tal fine di ulteriori passaggi in cui l'utente possa confermare o modificare la scelta pre-impostata.

**92.** La preselezione appare essere una forma di condizionamento delle scelte del consumatore anche con riferimento all'accesso ai tre Store.

**93.** Infatti, attraverso tali piattaforme accessibili tramite l'ID Apple, il Professionista acquisisce altri dati dell'utente - ad esempio quelli relativi alle ricerche e alle navigazioni effettuate, agli acquisti, etc. - senza nemmeno richiederne il consenso, ma rendendo il pulsante "Continua" presente nella pagina di primo accesso agli Store Apple lo strumento di un'acquisizione tacita degli ulteriori dati degli utenti. Poco rileva, tra l'altro, il fatto che i dati acquisiti vengano utilizzati esclusivamente nello Store, in cui sono stati prodotti. Ancora una volta, la pre-attivazione in questione determina, già di per sé, il trasferimento e l'utilizzo dei dati da parte di Apple, una volta che questi vengano generati, senza la necessità a tal fine di ulteriori passaggi in cui l'utente possa confermare o modificare la scelta pre-impostata.

**94.** Appare inoltre rilevante evidenziare, che negli Store il Professionista utilizza tre modalità differenti di promozione – consigli personalizzati, notifiche *push* e annunci pubblicitari (solo su App Store) –, in merito alle quali il consumatore non viene informato in maniera chiara ed immediata. Solo venendo a conoscenza delle procedure per deselezionare ciascuna di queste forme promozionali l'utente potrebbe evitare la prosecuzione della raccolta e uso dei suoi dati a fini commerciali da parte del Professionista, ma anche in questo caso siamo in presenza di una modalità di disattivazione non immediata e di procedure per eseguirla non agevoli.

**95.** In sintesi, l'utente Apple si trova in presenza di più fasi autonome (la creazione dell'ID Apple e l'accesso a ciascun Apple Store), tutte con pre-attivazione del consenso, ciascuna delle quali determina di per sé l'acquisizione a fini commerciali di dati diversi relativi al medesimo utente. Ne sono una testimonianza le distinte procedure di disattivazione previste per bloccare l'utilizzo dei diversi gruppi di dati acquisiti per ciascuna modalità promozionale.

**96.** La predisposizione, da parte del Professionista, di questa complessa architettura di acquisizione dei dati non rende possibile al consumatore, che non è immediatamente e chiaramente preavvisato di ciò, l'esercizio della propria volontà in merito all'utilizzo a fini commerciali dei propri dati,

acquisiti in tali fasi diverse. Il consumatore, imbrigliato in questo sistema, di cui non ha contezza, viene condizionato nelle sue scelte, subendo la cessione dei propri dati, di cui il Professionista può disporre per le proprie finalità promozionali.

**97.** In merito alla supposta conformità delle condotte di Apple alla normativa nazionale ed europea sulla *privacy* riguardante le comunicazioni di *marketing*, che non richiederebbe il previo consenso al trattamento dei dati degli utenti a fini commerciali in presenza di un rapporto commerciale tra gli interessati, si osserva che tale eccezione, sollevata dal Professionista, appare inconferente al caso di specie, venendo in rilievo la conformità della condotta alla disciplina del Codice del Consumo.

**98.** D'altra parte, il Garante per la protezione dei dati personali nel provvedimento n. 7 del 15 gennaio 2020 ha affermato che *“La regola generale da seguire per il trattamento dei dati per finalità promozionali è quella del previo consenso informato, libero, specifico e documentato degli interessati”* e che *“il legittimo interesse”*, quale base giuridica alternativa (art. 6, c. 1 lett. f) del GDPR – Regolamento 2016/679), *“non può surrogare il consenso dell’interessato quale base giuridica del marketing, anche nel caso di marketing diretto”*<sup>108</sup>.

**99.** Per i motivi suesposti è indubbio che il consenso preventivo, libero e specifico sia necessario e che il Professionista ponga in atto un indebito condizionamento nei confronti dei propri utenti, limitandone la libertà di scelta.

**100.** Infine, il Professionista ha comunicato di avere introdotto, in occasione del rilascio della versione iOS 15 nello scorso mese di settembre, nella schermata di accesso ad App Store, una modalità di acquisizione del consenso relativa agli annunci pubblicitari personalizzati. Tale modifica risulta tuttavia insufficiente a sanare i profili contestati, in quanto si limita ad un unico servizio e ad un’unica modalità promozionale rispetto a quelle oggetto del presente procedimento, senza prevedere alcun intervento che ponga tutti i clienti Apple nella condizione di poter assumere in futuro una decisione consapevole in merito all’utilizzo dei propri dati a fini commerciali da parte del Professionista.

**101.** Pertanto, relativamente alla condotta *sub b)* l’impostazione, da parte di Apple, in modalità *opt-out*, del consenso alla cessione dei dati personali degli utenti a fini commerciali, esercita un indebito condizionamento sulla loro

---

<sup>108</sup> Cfr. Garante per la protezione dei dati personali, Provvedimento n. 7 del 15 gennaio 2020 e Linee guida del Gruppo Art. 29 sul consenso ai sensi del Regolamento (UE) 2016/679, 10 aprile 2018, WP 259 rev.01.

libertà di scelta in merito alla possibile utilizzazione a fini commerciali dei propri dati personali.

**102.** Tali distinte modalità di acquisizione del consenso, infatti, sin dalla fase di creazione dell'ID Apple e successivamente attraverso l'utilizzo dei tre Store, non consentono ai consumatori la possibilità di esprimere in maniera preventiva, consapevole e autonoma la propria volontà in merito all'eventuale cessione dei propri dati a fini commerciali. Peraltro, anche se il consumatore fosse informato di tale pre-impostazione si troverebbe nella difficoltà di effettuare una scelta diversa, a causa delle articolate e non immediate procedure per la sua disattivazione.

**103.** Tale comportamento di Apple si configura, pertanto, come una violazione degli articoli 24 e 25 del Codice del Consumo, in quanto limita considerevolmente la libertà di scelta del consumatore, facendogli assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso, ossia cedere automaticamente i propri dati ad Apple; dati che Apple utilizza per promuovere prodotti propri o di terzi attraverso meccanismi di profilazione, in cambio dell'uso da parte dell'utente stesso delle piattaforme di vendita di Apple per poter procedere a eventuali acquisti.

## **VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE**

**104.** Ai sensi dell'art. 27, comma 9, con il provvedimento che vieta le pratiche poste in essere in violazione degli artt. 20 e ss., e 45 e ss., del Codice del Consumo, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

**105.** In caso di procedimento, come quello di specie, che abbia ad oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire come in presenza di una pluralità di condotte dotate di autonomia strutturale e funzionale, ascritte alla responsabilità dei professionisti, si applica il criterio del cumulo materiale delle sanzioni, in luogo del cumulo giuridico (cfr. tra le altre, Consiglio di Stato, Sezione VI, 19 gennaio 2012, n. 209). Pertanto, nel presente procedimento si procederà all'applicazione del cumulo materiale delle sanzioni per le due violazioni accertate.

**106.** In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 27, comma 13, del Codice del Consumo: in

particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

### ***Sulla condotta a)***

**107.** Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame, del profilo di ingannevolezza che ha contraddistinto l'attività promozionale di Apple, fondata sulla omissione e mancata evidenziazione sul sito *web* del Professionista della raccolta e uso dei dati personali dell'utente a fini commerciali.

**108.** Si tiene, inoltre, conto della dimensione economica del Professionista, parte dell'importante gruppo multinazionale Apple, che ha realizzato nell'esercizio concluso nel 2020 un fatturato globale di circa 235,77 miliardi di euro<sup>109</sup>, e del livello di notorietà della Società in ambito internazionale, essendo *leader* nel settore dei prodotti digitali a livello mondiale.

**109.** Rileva altresì l'ampiezza di diffusione della pratica, realizzata attraverso il *web*.

**110.** Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi acquisiti agli atti risulta che la condotta sia stata posta in essere almeno a partire dal mese di gennaio 2016 e sia ancora in corso<sup>110</sup>.

**111.** Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile nella misura di 4.800.000 € (quattromilionioctocentomila euro).

**112.** In considerazione del fatto che sussiste, nel caso di specie, una circostanza aggravante relativa alla recidiva in quanto il professionista risulta essere stato già destinatario di provvedimenti di accertamento di violazioni del Codice del Consumo<sup>111</sup> si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura di 5.000.000 € (cinquemilioni di euro).

Al riguardo giova osservare che, in considerazione dell'estrema gravità della pratica, anche in relazione al fatturato specifico generato da Apple nel solo periodo settembre 2019-2020, la sanzione, seppure irrogata nel massimo edittale, non risulta deterrente.

D'altro canto, si osserva che, allo stato, non è ancora stata recepita

---

<sup>109</sup> Cfr. Relazione annuale di Apple Inc. per l'anno fiscale concluso il 26 settembre 2020 (*Annual report pursuant to section 13 or 15(d) of the Securities Exchange act of 1934 of Apple Inc.*).

<sup>110</sup> Cfr. doc. n. 33 e docc. nn. 59, 61 e 62.

<sup>111</sup> Cfr. provv. n. 23155 del 21 dicembre 2011 nel caso PS7256 - COMET-APPLE-PRODOTTI IN GARANZIA.

nell'ordinamento nazionale la Direttiva 2019/2161/UE che fissa ad almeno il 4% del fatturato annuo del Professionista nello Stato membro interessato il massimo edittale della sanzione irrogabile.

### ***Sulla condotta sub b)***

**113.** Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame, della particolare natura del suo profilo, caratterizzato dall'indebito condizionamento esercitato dal Professionista nei confronti dei propri utenti dei quali, anche attraverso l'accesso alle piattaforme App Store, iTunes ed Apple Books, acquisisce e utilizza i dati personali a fini commerciali sulla base di un consenso automatico che ottiene in modalità *opt-out*.

**114.** Si tiene, inoltre, conto della dimensione economica del Professionista, parte dell'importante gruppo multinazionale Apple, che ha realizzato nell'esercizio concluso nel 2020 un fatturato globale di circa 235,77 miliardi di euro<sup>112</sup>, e del livello di notorietà della Società in ambito internazionale, essendo *leader* nel settore dei prodotti digitali a livello mondiale.

**115.** Rileva altresì l'ampiezza di diffusione della pratica, realizzata attraverso il *web*.

**116.** Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi acquisiti agli atti risulta che la condotta sia stata posta in essere almeno a partire dal mese di gennaio 2016 e sia ancora in corso<sup>113</sup>.

**117.** Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile nella misura di 4.800.000 € (quattromilionitocentomila euro).

**118.** In considerazione del fatto che sussiste, nel caso di specie, una circostanza aggravante relativa alla recidiva in quanto il professionista risulta essere stato già destinatario di provvedimenti di accertamento di violazioni del Codice del Consumo<sup>114</sup> si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura di 5.000.000 € (cinquemilioni di euro).

Al riguardo giova osservare che, in considerazione dell'estrema gravità della pratica, anche in relazione al fatturato specifico generato da Apple nel solo periodo settembre 2019-2020, la sanzione, seppure irrogata nel massimo edittale, non risulta deterrente.

---

<sup>112</sup> Cfr. Relazione annuale di Apple Inc. per l'anno fiscale concluso il 26 settembre 2020 (*Annual report pursuant to section 13 or 15(d) of the Securities Exchange act of 1934 of Apple Inc.*).

<sup>113</sup> Cfr. doc. n. 33 e docc. nn. 59, 61 e 62.

<sup>114</sup> Cfr. provv. n. 23155 del 21 dicembre 2011 nel caso PS7256 - COMET-APPLE-PRODOTTI IN GARANZIA.

D'altro canto, si osserva che, allo stato, non è ancora stata recepita nell'ordinamento nazionale la Direttiva 2019/2161/UE che fissa ad almeno il 4% del fatturato annuo del Professionista nello Stato membro interessato il massimo edittale della sanzione irrogabile.

RITENUTO, pertanto, in conformità del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e sulla base e nei limiti delle considerazioni suesposte, che la condotta descritta al par. II. 3 *sub a)* integra una violazione dell'art. 21 e 22 del Codice del Consumo per la modalità di presentazione ingannevole e omissiva dell'utilizzo dei dati personali a fini commerciali;

RITENUTO, pertanto, in conformità del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e sulla base e nei limiti delle considerazioni suesposte, che la condotta descritta al par. II.3 *sub b)* integra una violazione degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo in quanto, nei confronti degli utenti Apple che accedono alle piattaforme di vendita Apple, il Professionista ha esercitato un indebito condizionamento sulla loro facoltà di scelta in merito alla cessione dei propri dati personali acquisiti durante la fase di creazione dell'ID Apple e di utilizzo delle piattaforme App Store, iTunes e Apple Books attraverso la pre-impostazione del consenso all'acquisizione ed utilizzo dei propri dati personali a fini commerciali;

RITENUTO, inoltre, che si rende necessario disporre la pubblicazione di un estratto del presente provvedimento a cura e spese del professionista, ai sensi dell'art. 27, comma 8, del Codice del Consumo, al fine di informare compiutamente i consumatori della pratica commerciale in oggetto;

## DELIBERA

a) che la condotta *sub a)* descritta al par. II del presente provvedimento, posta in essere da Apple Distribution International Limited, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una violazione degli articoli 21 e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o reiterazione;

b) che la condotta *sub b)* descritta al par. II del presente provvedimento, posta in essere da Apple Distribution International Limited, costituisce, per le

ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una violazione degli articoli 24 e 25 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o reiterazione;

c) di irrogare alla società Apple Distribution International Limited con riferimento alla condotta descritta al punto a) una sanzione amministrativa pecuniaria di 5.000.000 €(cinquemilioni di euro);

d) di irrogare alla società Apple Distribution International Limited con riferimento alla condotta descritta al punto b) una sanzione amministrativa pecuniaria di 5.000.000 €(cinquemilioni di euro);

e) che il professionista comunichi all’Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui ai punti a) e b).

Le sanzioni amministrative irrogate devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, tramite bonifico (in euro) a favore del Bilancio dello Stato, utilizzando il codice IBAN IT04A0100003245348018359214 (codice BIC: BITAITRRENT), che corrisponde alla terna contabile 18/3592/14.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell’adempimento, ai sensi dell’art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo. Dell’avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all’Autorità attraverso l’invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

## DISPONE

a) che Apple Distribution International Limited pubblichi, a sua cura e spese, un estratto della delibera ai sensi dell'art. 27, comma 8, del Codice del Consumo, secondo le seguenti modalità:

- 1) il testo dell'estratto della delibera è quello riportato in allegato al presente provvedimento;
- 2) l'estratto della delibera dovrà essere pubblicato per un giorno, entro centoventi giorni dall'avvenuta notificazione del presente provvedimento, sulle pagine nazionali dei quotidiani Corriere della Sera e Il Sole 24 ORE;
- 3) la pubblicazione dovrà ricalcare in toto impostazione, struttura e aspetto dell'estratto della delibera allegato; i caratteri del testo dovranno essere di dimensione doppia rispetto a quegli degli articoli ordinari e le modalità di scrittura, di stampa e di diffusione non dovranno essere tali da vanificare gli effetti della pubblicazione; in particolare, nella pagina di pubblicazione dell'estratto della delibera, così come nelle restanti pagine, non dovranno essere riportati messaggi che si pongano in contrasto con il contenuto dell'estratto stesso che comunque tendano ad attenuarne la portata e il significato;

b) che la pubblicazione dell'estratto della delibera dovrà essere preceduta dalla comunicazione all'Autorità della data in cui la stessa avrà luogo e dovrà essere seguita, entro tre giorni, dall'invio all'Autorità di una copia originale di tale pubblicazione contenente l'estratto pubblicato.

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

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lett. b), del Codice del processo amministrativo (decreto legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta

giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'art. 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Filippo Arena*

IL PRESIDENTE  
*Roberto Rustichelli*



# *Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato*

PS11150 – ICLOUD

Allegato al provvedimento dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato del 9 novembre 2021 in materia di pratiche commerciali scorrette ai sensi dell'art. 27, comma 8, del Codice del Consumo.

*[omissis]*

## **II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO**

Il procedimento concerne due distinte condotte poste in essere da Apple relativamente all'acquisizione dei dati dell'utente a fini commerciali nella creazione dell'ID Apple e nelle fasi successive connesse all'utilizzo dell'Apple Store e degli altri Store Apple:

- condotta *sub a*): per le carenze informative in merito alla raccolta dei dati dell'utente a fini commerciali da parte di Apple, anche per l'utilizzo nell'ambito dell'App Store e degli altri Store Apple. Attraverso la creazione dell'ID Apple, indispensabile per l'uso di tutti i dispositivi e i servizi offerti da Apple, e per l'accesso alla piattaforma App Store e agli altri Store Apple, verrebbero acquisiti i dati personali e di utilizzo dei servizi dell'utente per una loro utilizzazione a fini commerciali da parte della Società, senza portarne a conoscenza in maniera adeguata i consumatori stessi;
- condotta *sub b*): per la pre-impostazione del consenso alla raccolta dei dati personali a fini commerciali da parte di Apple. La Società ha adottato una modalità di acquisizione del consenso all'uso dei dati degli utenti a fini commerciali in *opt-out*, ossia senza prevedere per il consumatore la possibilità di scelta preventiva ed espressa in merito alla cessione dei propri dati, la cui possibilità di acquisizione per la Società risulterebbe pre-impostata sin dalla fase di creazione dell'ID Apple, azione obbligata per il consumatore che intenda utilizzare i dispositivi Apple.

[omissis]

in data 20 agosto 2020 è stato comunicato ad Apple l'avvio del procedimento istruttorio n. PS11150 per presunta violazione degli artt. 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo

[omissis]

## V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

[omissis]

Apple raccoglie, profila e utilizza a fini commerciali in prima persona i dati degli utenti attraverso l'utilizzo dei dispositivi e servizi Apple quindi, pur senza procedere ad alcuna cessione di essi a terzi, ne sfrutta direttamente il valore economico attraverso un'articolata e varia attività promozionale per incrementare la vendita dei propri prodotti e/o quelli di terzi attraverso le proprie piattaforme commerciali App Store, iTunes Store e Apple Books.

[omissis]

proprio il funzionamento del "sistema" Apple, basato sulla integrazione e interconnessione di dispositivi e funzionalità che richiede, per essere fruibile in maniera ottimale, l'utilizzo di una molteplicità di dati dell'utente, rende quest'ultimo più facilmente propenso alla cessione dei propri dati e meno consapevole e attento al loro uso da parte della Società per finalità commerciali, diverse dalle esigenze di corretto funzionamento del sistema.

[omissis]

dalle schermate fornite dalla stessa Società risulta, infatti, assente nella pagina di creazione dell'ID Apple o di primo accesso agli Store Apple un qualsiasi riferimento diretto, esplicito ed esaustivo all'utilizzo a fini commerciali dei dati. Le informazioni fornite non contengono riferimenti a tale utilizzo, e solo richiami, peraltro non chiari ed esaustivi sono riportati in una pagina raggiungibile esclusivamente tramite un *link*. La consultazione di tale pagina informativa non è, in ogni caso, obbligatoria per il consumatore, che potrebbe anche non accedervi a fronte di un utilizzo certo dei suoi dati a fini commerciali da parte della Società.

*[omissis]*

l'utente Apple si trova in presenza di più fasi autonome (la creazione dell'ID Apple e l'accesso a ciascun Apple Store), tutte con pre-attivazione del consenso, ciascuna delle quali determina di per sé l'acquisizione a fini commerciali di dati diversi relativi al medesimo utente. Ne sono una testimonianza le distinte procedure di disattivazione previste per bloccare l'utilizzo dei diversi gruppi di dati acquisiti per ciascuna modalità promozionale.

*[omissis]*

RITENUTO, pertanto, in conformità del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e sulla base e nei limiti delle considerazioni suesposte, che la condotta descritta al par. II. 3 *sub a)* integra una violazione dell'art. 21 e 22 del Codice del Consumo per la modalità di presentazione ingannevole e omissiva dell'utilizzo dei dati personali a fini commerciali;

RITENUTO, pertanto, in conformità del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e sulla base e nei limiti delle considerazioni suesposte, che la condotta descritta al par. II.3 *sub b)* integra una violazione degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo in quanto, nei confronti degli utenti Apple che accedono alle piattaforme di vendita Apple, il Professionista ha esercitato un indebito condizionamento sulla loro facoltà di scelta in merito alla cessione dei propri dati personali acquisiti durante la fase di creazione dell'ID Apple e di utilizzo delle piattaforme App Store, iTunes e Apple Books attraverso la pre-impostazione del consenso all'acquisizione ed utilizzo dei propri dati personali a fini commerciali;

*[omissis]*

## DELIBERA

a) che la condotta *sub a)* descritta al par. II del presente provvedimento, posta in essere da Apple Distribution International Limited, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una violazione dell'art. 21 e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o reiterazione;

b) che la condotta *sub b)* descritta al par. II del presente provvedimento, posta in essere da Apple Distribution International Limited, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una violazione degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o reiterazione;

c) di irrogare alla società Apple Distribution International Limited con riferimento alla condotta descritta al punto a) una sanzione amministrativa pecuniaria di 5.000.000 €(cinquemilioni di euro);

d) di irrogare alla società Apple Distribution International Limited con riferimento alla condotta descritta al punto b) una sanzione amministrativa pecuniaria di 5.000.000 €(cinquemilioni di euro);

*[omissis]*.