



*Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 9 febbraio 2021;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

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

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689;

VISTA la propria delibera n. 27432 del 29 novembre 2018, con la quale l'Autorità ha accertato, tra l'altro, la scorrettezza della pratica commerciale posta in essere da Facebook Inc. e Facebook Ireland Ltd, almeno da maggio 2008 e tutt'ora in corso, consistente nel non aver fornito informazioni adeguate sull'attività di raccolta e utilizzo a fini commerciali dei dati degli utenti della Piattaforma Facebook, e ha disposto la pubblicazione da parte di Facebook Inc. e Facebook Ireland Ltd. di una dichiarazione rettificativa, ai sensi dell'articolo 27, comma 8, del Codice del Consumo;

VISTA la propria delibera n. 28072 del 21 gennaio 2020, con la quale l'Autorità ha contestato a Facebook Inc. e Facebook Ireland Ltd la violazione dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, per non avere ottemperato alla delibera n. 27432 del 29 novembre 2018;

VISTE le proprie delibere del 14 luglio e del 3 novembre 2020, con le quali, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stato prorogato il termine di conclusione del procedimento, per le particolari esigenze istruttorie connesse con la necessità di acquisire ulteriori elementi utili ai fini della valutazione della fattispecie oggetto del procedimento;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. PREMESSA

1. Con provvedimento n. 27432 del 29 novembre 2018, notificato in data 7 dicembre 2018, l'Autorità ha, tra l'altro, accertato che Facebook Inc. e Facebook Ireland Ltd. (nel seguito anche congiuntamente Facebook, FB, la Parte, il Professionista, la società) hanno posto in essere una pratica commerciale scorretta in violazione degli artt. 21 e 22 del Codice del Consumo, per aver ingannevolmente indotto gli utenti consumatori a registrarsi sulla Piattaforma Facebook, non informandoli adeguatamente e immediatamente, in fase di attivazione dell'*account*, dell'attività di raccolta, con intento commerciale, dei dati da loro forniti e, più in generale, delle finalità remunerative che sottendono la fornitura del servizio di social network enfatizzandone la sola gratuità.

2. Alla luce di quanto precede, l'Autorità ha vietato l'ulteriore diffusione della pratica commerciale.

3. Con il medesimo provvedimento, ha disposto la pubblicazione da parte di Facebook di una dichiarazione rettificativa, ai sensi dell'articolo 27, comma 8, del Codice del Consumo.

4. FB ha trasmesso, in data 7 marzo 2019, una prima relazione sulle misure delineate per porre fine all'infrazione, successivamente integrata in data 16 luglio e 30 ottobre 2019. Con riferimento alla pratica sopra citata, la società ha, in particolare, rappresentato di aver implementato le seguenti misure: *i)* sostituito, a far data dal 9 agosto 2019, la frase "*è gratis e lo sarà per sempre*", visibile nella pagina di registrazione a FB, con la frase "*è veloce e semplice*"; *ii)* aggiornato le Condizioni d'Uso del *social network* a far data dal 31 luglio 2019; *iii)* aggiornato il proprio "Centro assistenza" al fine di "*fornire una spiegazione completa, in un linguaggio chiaro e facile da*

comprendere, su come Facebook genera ricavi, su come e perché è in grado di fornire il proprio servizio agli utenti senza fare pagare loro alcuna somma, sul funzionamento del sistema di annunci di Facebook e sul ruolo svolto dai dati personali degli utenti in questo ambito”.

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

6. La pratica commerciale presenta il medesimo profilo di scorrettezza già accertato.

7. Inoltre, FB non ha pubblicato la dichiarazione rettificativa e. in sede di ricorso avverso la delibera del 29 novembre 2018, n. 27432. ha sostenuto l’esistenza di insormontabili difficoltà tecniche nella pubblicazione secondo le modalità indicate nello stesso provvedimento. Il TAR Lazio. nelle sentenze nn. 260/2020 e 261/2020. ha stabilito che quanto alle paventate difficoltà tecniche *“si tratta di questioni di carattere interpretativo che ... potranno essere affrontate dalla parte e dall’Autorità in sede di verifica dell’ottemperanza al provvedimento stesso, entro il cui ambito l’Agcm sarà tenuta a fornire a Facebook ogni chiarimento necessario per consentire una compiuta esecuzione della misura”*.

8. Pertanto, con provvedimento del 21 gennaio 2020, n. 28072, l’Autorità ha avviato il presente procedimento, contestando a FB di aver violato la diffida di cui alla lettera *a)* del dispositivo della delibera del 29 novembre 2018, n. 27432, nonché l’obbligo di pubblicazione della dichiarazione rettificativa.

II. LA PARTE

9. Facebook Inc. e Facebook Ireland Ltd., rispettivamente capogruppo e società operativa a livello europeo, in qualità di Professionisti, ai sensi dell’articolo 18, lettera *b)*, del Codice del Consumo. Facebook è un *social*

network che offre ai propri utenti prodotti, funzioni, *app*, servizi, tecnologie e *software*. Il fatturato consolidato di Facebook Inc., al 31 dicembre 2019, risulta pari a 62,931 miliardi di euro (fonte SEC, sulla base del tasso di cambio euro/dollaro al 31 dicembre 2019). Il fatturato di Facebook Ireland Ltd., al 31 dicembre 2019, risulta pari a 34,326 miliardi di euro.

III. L'ITER DEL PROCEDIMENTO

10. La delibera di avvio del procedimento d'inottemperanza è stata notificata il 30 gennaio 2020¹ a Facebook Inc. e il 27 gennaio 2020 a Facebook Ireland Ltd².

11. In data 21 febbraio 2020 Facebook ha presentato una memoria difensiva³.

12. In data 29 luglio 2020 Facebook è stata sentita in audizione⁴.

13. In data 10 settembre⁵ e 30 ottobre 2020⁶ Facebook ha presentato proposte per la pubblicazione della dichiarazione rettificativa, a cui l'Autorità ha dato riscontro con comunicazioni rispettivamente del 20 ottobre⁷ e 18 novembre⁸ 2020.

14. In data 28 dicembre 2020⁹ è stata trasmessa alla Parte la comunicazione del termine della fase istruttoria.

15. In data 18 gennaio 2021 Facebook ha presentato la propria memoria finale¹⁰.

IV. LE EVIDENZE ISTRUTTORIE

16. Successivamente all'avvio del procedimento, FB ha modificato la visualizzazione e la struttura della sua *homepage* accessibile da *desktop*, la quale, a differenza della situazione precedente in cui l'iscrizione avveniva dalla stessa *homepage*, ora consiste di una *homepage* (pagina di accesso al

¹ Doc. n. 12 dell'indice del fascicolo.

² Doc. n. 13 dell'indice del fascicolo.

³ Doc. n. 14 dell'indice del fascicolo.

⁴ Doc. n. 21 dell'indice del fascicolo, verbale dell'audizione del 29 luglio 2020.

⁵ Doc. n. 22 dell'indice del fascicolo.

⁶ Doc. n. 24 dell'indice del fascicolo.

⁷ Doc. n. 25 dell'indice del fascicolo.

⁸ Doc. n. 27 dell'indice del fascicolo.

⁹ Doc. n. 29 dell'indice del fascicolo.

¹⁰ Doc. n. 35 dell'indice del fascicolo.

sito *www.facebook.com*) e di una successiva nuova e diversa schermata di registrazione che si apre cliccando sul pulsante “*Crea nuovo account*”: ivi, il potenziale nuovo utente visualizza il *registration form* (in cui vengono inseriti i dati per la iscrizione) ed il *disclaimer* legale contenente il riferimento alle Condizioni d'uso, alla Normativa sui dati ed alla Normativa sui *cookie*.

17. Ad oggi, la procedura di iscrizione alla piattaforma, nelle sue varie configurazioni che dipendono dal dispositivo tramite cui essa viene effettuata (*desktop, app, smartphone*), non prevede alcuna informazione specifica sulla raccolta e il trattamento a fini commerciali dei dati degli utenti, ma si limita a riportare nel *disclaimer* collocato in prossimità del pulsante “*Iscriviti*”, in caratteri ridotti, il riferimento alle Condizioni d'uso, alla Normativa sui dati ed alla Normativa sui *cookie*, accessibili tramite *link*.

18. Con riferimento alla pubblicazione della dichiarazione rettificativa, FB, nella memoria del 21 febbraio 2020¹¹ osservava che, per effetto delle due sentenze del TAR Lazio nn. 260/2020 e 261/2020 che avevano parzialmente annullato il provvedimento n. 27432/2018, in particolare nella parte relativa alla pratica aggressiva (pratica B di cui al provvedimento), essa non poteva più ritenersi tenuta, in mancanza di una rideterminazione amministrativa, a pubblicare il testo della dichiarazione rettificativa così come allegato al provvedimento. FB, inoltre, richiamava le sentenze del TAR che indicavano la necessità che l’Autorità le fornisse ogni chiarimento necessario per consentire l’esecuzione della misura della pubblicazione.

19. In data 29 luglio 2020, nel corso di un’audizione¹², e 10 settembre 2020¹³, FB ha formulato proposte sulle modalità, a suo parere più efficaci rispetto a quelle previste nel provvedimento, per veicolare la dichiarazione ai consumatori. Con riferimento alla pubblicazione per 20 giorni sulla *homepage* del sito, FB proponeva di pubblicare la dichiarazione attraverso l'utilizzo di un *banner / text box* che avrebbe consentito l'accesso al testo della dichiarazione rettificativa tramite un *hyperlink* incorporato nella frase. Il *banner / text box* sarebbe stato inserito nella *homepage* di Facebook sotto il pulsante “*Crea nuovo account*” e avrebbe contenuto la seguente frase: “*Il 29 novembre 2018, l'AGCM ha sanzionato Facebook per pratiche commerciali scorrette. Leggi il comunicato*”. Una volta effettuato il *click* su “*Leggi il comunicato*”, sarebbe apparso per intero il testo della dichiarazione

¹¹ Doc. n. 14 dell’indice del fascicolo.

¹² Doc. n. 21 dell’indice del fascicolo, verbale dell’audizione del 29 luglio 2020.

¹³ Doc. n. 22 dell’indice del fascicolo.

rettificativa dell'Autorità.

20. Riguardo alla pubblicazione sulla pagina di ogni utente, Facebook proponeva di pubblicare, al primo accesso di ciascun utente a partire dalla data di attuazione della misura, in cima al suo *News Feed*¹⁴, una comunicazione che richiamasse la decisione dell'Autorità ed includesse un collegamento ipertestuale che, una volta cliccato, avrebbe indirizzato i medesimi utenti al testo della dichiarazione rettificativa.

21. In data 20 ottobre 2020¹⁵, l'Autorità ha comunicato la propria valutazione sulle proposte della società, condividendole con un'unica eccezione riguardante la posizione del *link* alla pagina con il testo della dichiarazione rettificativa da pubblicarsi per 20 giorni consecutivi sulla *homepage* del sito, che, a differenza di quanto proposto da FB, avrebbe dovuto essere collocato al di sopra anziché al di sotto del pulsante "*Crea nuovo account*" nella *homepage*. Contestualmente, è stata comunicata alla società la tempistica per la pubblicazione della dichiarazione, ovvero otto settimane dal ricevimento della comunicazione, insieme al testo della dichiarazione, che tiene conto delle sentenze del TAR del Lazio che hanno annullato la parte del provvedimento n. 27432 del 29 novembre 2018 relativa alla pratica aggressiva.

22. In data 30 ottobre 2020¹⁶, FB ha dato riscontro alla comunicazione dell'Autorità, riproponendo di collocare il *link* alla pagina con il testo della dichiarazione rettificativa al di sotto del pulsante "*Crea nuovo account*" nella *homepage* di Facebook, ma con una maggiore evidenza. L'Autorità, in data 18 novembre 2020¹⁷, ha confermato la propria precedente valutazione, sia per quanto riguarda il suddetto *link* che in relazione alla tempistica per la pubblicazione.

23. Alla data odierna FB non ha ancora provveduto a pubblicare la dichiarazione rettificativa.

¹⁴ Si tratta della pagina cui gli utenti registrati vengono direttamente indirizzati non appena accedono a Facebook ed in cui possono trovare *post*, foto, video, ecc. In caso di situazioni e/o eventi significativi, Facebook può pubblicare la relativa comunicazione in cima alla Sezione Notizie.

¹⁵ Doc. n. 25 dell'indice del fascicolo.

¹⁶ Doc. n. 24 dell'indice del fascicolo.

¹⁷ Doc. n. 27 dell'indice del fascicolo.

V. LE ARGOMENTAZIONI DELLA PARTE

24. Facebook, nelle proprie memorie, ha sostenuto in sintesi quanto segue.

25. In via preliminare, per quanto riguarda la specifica posizione di Facebook Inc., la Parte osserva che Facebook Ireland Ltd. è il soggetto responsabile per la fornitura del servizio Facebook agli utenti in Italia. Pertanto, Facebook Inc. non può essere ritenuta in alcun modo responsabile della presunta mancata ottemperanza agli obblighi derivanti dal provvedimento del 29 novembre 2018, n. 27432. Qualsiasi diversa conclusione raggiunta dall'Autorità sarebbe in contrasto con il principio della responsabilità personale, vincolante nel campo delle sanzioni amministrative di natura penale ai sensi della CEDU e del diritto dell'Unione Europea, nonché alla luce dei principi costituzionali e legislativi nazionali.

26. Dal punto di vista procedurale, la contestazione del preteso illecito da parte dell'Autorità avrebbe natura di provvedimento di accertamento (e non solo di contestazione) dell'illecito stesso e, dunque, di atto di avvio di un procedimento sanzionatorio *ex art. 27*, comma 12, del Codice del Consumo, per la sola quantificazione-irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria di fatto già pienamente accertata. Ciò costituirebbe una violazione del canone del giusto procedimento *ex art. 6* CEDU. Inoltre, non si comprenderebbe il diniego di fatto opposto alla Società rispetto alla legittima richiesta di subordinare l'obbligo di pubblicazione della dichiarazione rettificativa all'evento, futuro ed incerto, del rigetto in secondo grado del ricorso avverso le sentenze del TAR Lazio nn. 260/2020 e 261/2020.

27. Con riferimento alla presunta inottemperanza alla diffida di cui alla lettera *a)* del dispositivo del provvedimento del 29 novembre 2018, n. 27432, gli utenti hanno sempre avuto accesso immediato alle informazioni relative all'utilizzo commerciale dei loro dati personali, sia nella fase iniziale di iscrizione al *social network* che nella successiva esperienza su Facebook. Tali informazioni vengono fornite nelle Condizioni, nella Normativa sui Dati e nella Normativa sui *cookies*, tutte immediatamente accessibili non solo tramite *link* ipertestuali presenti nel *footer* della pagina di registrazione, ma anche nell'immediata vicinanza del pulsante "*Iscriviti*" all'atto della prima registrazione e con carattere in evidenza rispetto al testo di riferimento; in altri termini, le informazioni sono messe a disposizione dell'utente a distanza di un solo *click*. Tale *standard* è assolutamente in linea con la prassi decisionale dell'Autorità e con le migliori pratiche italiane ed internazionali

in termini di usabilità dei siti *web*. L'applicazione di uno *standard* sostanzialmente più oneroso nei confronti della Società sarebbe contraria al principio di proporzionalità ed alla prassi decisionale dell'Autorità.

28. Le modifiche attuate da Facebook (eliminazione della frase “*è gratis e lo sarà per sempre*”, aggiornamento delle Condizioni d'Uso e del “Centro assistenza”, modifica della procedura di iscrizione tramite *desktop*) hanno ulteriormente migliorato, se possibile, il livello di trasparenza delle informazioni fornite agli utenti del Servizio Facebook sulla raccolta e utilizzo dei propri dati. Gli utenti, peraltro, anche dopo l'iscrizione sono in grado di effettuare le proprie scelte su quali e quanti dati siano raccolti e su come essi possano essere utilizzati e condivisi, avendo altresì la facoltà di modificare tali impostazioni in qualsiasi momento, qualora lo desiderino. Gli utenti hanno, infine, libertà di abbandonare il servizio in qualsiasi momento senza alcun costo, nonché di eliminare i propri dati personali.

29. Facebook ha proposto una misura in grado, a suo dire, di rispondere alle preoccupazioni manifestate dall'Autorità merito alla presunta ottemperanza. In particolare, Facebook ha proposto di aggiungere la seguente frase nel *disclaimer* legale posto sopra il pulsante "Iscriviti": "*Finanziamo i nostri servizi utilizzando i tuoi dati personali per mostrarti inserzioni*", e di includere un collegamento ipertestuale incorporato nelle parole "*Finanziamo i nostri servizi*", onde reindirizzare gli utenti direttamente alle Condizioni d'uso, ove è spiegato il modello di business della Società.

30. Quanto alla presunta ottemperanza all'obbligo di pubblicazione della dichiarazione rettificativa, FB osserva che, per effetto delle due sentenze del TAR Lazio nn. 260/2020 e 261/2020 che avevano parzialmente annullato il provvedimento n. 27432/2018, in particolare nella parte relativa alla pratica aggressiva (pratica B di cui al provvedimento), essa non poteva più ritenersi tenuta, in mancanza di una rideterminazione amministrativa, a pubblicare il testo della dichiarazione rettificativa così come allegato al provvedimento. FB, inoltre, richiama le sentenze del TAR che indicavano la necessità che l'Autorità le fornisse ogni chiarimento necessario per consentire l'esecuzione della misura della pubblicazione. Solo il 20 ottobre 2020, a seguito dell'interlocuzione con l'Autorità, FB ha ricevuto per la prima volta il nuovo testo della dichiarazione rettificativa, da pubblicarsi entro il 15 dicembre 2020, e solo il 18 novembre 2020 ha avuto conferma delle modalità definitive attraverso cui effettuare la pubblicazione della dichiarazione.

VI. VALUTAZIONI

31. In via preliminare, le condotte esaminate nel presente provvedimento sono imputate a Facebook Ireland Ltd., in quanto, in base alle evidenze fornite dalla stessa Parte, soggetto responsabile per la fornitura del servizio Facebook in tutti i paesi al di fuori degli Stati Uniti e del Canada, inclusa l'Italia; a Facebook Inc., in quanto è la società controllante al 100%, di Facebook Ireland Ltd. e soggetto che trae vantaggio economico dalle condotte qui in esame, essendo capogruppo del gruppo FB.

32. Con riferimento a Facebook Inc., in risposta alle argomentazioni della società, si richiama il principio affermato dalla giurisprudenza, in base al quale “[n]ella materia antitrust [...] in presenza di una società che detiene il 100% del capitale sociale di un'altra società, si presume che la società controllante eserciti un'influenza determinante nello svolgimento dell'attività della controllata, tale da farla ritenere responsabile per gli illeciti da quest'ultima materialmente realizzati”¹⁸. La richiamata giurisprudenza individua le ragioni per le quali tale principio deve essere applicato anche in materia di sanzioni per pratiche commerciali scorrette. Infatti, la diversità dei due plessi normativi (*antitrust* e tutela del consumatore) non elide la matrice e la *ratio* comune degli stessi che, quand'anche sotto diversi angoli visuali, attengono, per entrambi, alla tutela dell'endiadi costituita dal mercato e dalla libertà di concorrenza.

33. Alla luce della richiamata giurisprudenza, si ritiene che le condotte oggetto del procedimento devono essere imputate anche a Facebook Inc. in quanto in grado di esercitare, in ragione del controllo totalitario, un'influenza determinante sull'attività di Facebook Ireland. In ogni caso, Facebook Inc. ha omesso di vigilare sull'operato della società figlia, contribuendo con il proprio contegno alla realizzazione delle condotte.

34. Sempre in via preliminare, non può essere accolta l'argomentazione di Facebook per cui la contestazione del preteso illecito da parte dell'Autorità avrebbe natura di provvedimento di accertamento dell'illecito stesso e, dunque, di atto di avvio di un procedimento sanzionatorio *ex art. 27*, comma 12, del Codice del Consumo, per la sola quantificazione-irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria di fatto già pienamente accertata. Nel

¹⁸ Tar Lazio, 16 ottobre 2017, n. 10360, PS3084 – Eden Viaggi – Adeguamento costo carburante aereo. Si veda anche Tar Lazio, Roma, sez. I, 2 novembre 2012, n. 9001, che richiama Corte di Giustizia, 16 novembre 2000, Stora Kopparbergs Bergslags AB V. Commissione, C 286/98 P, punto 29.

procedimento, infatti, FB ha avuto tutte le possibilità di argomentare sull'esistenza stessa delle inottemperanze contestate e l'Autorità ha condotto la propria istruttoria ai fini di tale accertamento, come dimostra la comunicazione del termine della fase istruttoria inviata a FB in data 28 dicembre 2020, in cui la contestazione iniziale è stata confermata e precisata sulla base degli elementi raccolti. Quanto alla necessità di rimandare la pubblicazione della dichiarazione rettificativa a un momento successivo alla pronuncia del Consiglio di Stato sul ricorso della società avverso le sentenze del TAR Lazio nn. 260/2020 e 261/2020, basti rilevare come il provvedimento del 29 novembre 2018, n. 27432, a seguito delle stesse sentenze, sia pienamente esecutivo dal 10 gennaio 2020 anche con riferimento alla pubblicazione della dichiarazione rettificativa.

35. Nel merito, alla luce delle risultanze istruttorie, si ritiene che il comportamento posto in essere dal professionista costituisce inottemperanza alla delibera n. 27432 del 29 novembre 2018.

36. L'Autorità ha accertato, con il richiamato provvedimento, che nella schermata di registrazione a FB, il Professionista ometteva informazioni rilevanti di cui il consumatore necessita al fine di assumere una decisione consapevole di natura commerciale quale è quella di registrarsi alla Piattaforma Facebook per usufruire dell'omonimo servizio di *social network*. Nello specifico, Facebook non informava l'utente con chiarezza e immediatezza in merito alla raccolta e all'utilizzo a fini remunerativi dei dati dell'utente da parte del Professionista e, conseguentemente, dell'intento commerciale perseguito. Le informazioni fornite risultavano generiche ed incomplete senza adeguatamente distinguere tra l'utilizzo dei dati funzionale alla personalizzazione del servizio con l'obiettivo di facilitare la socializzazione con altri utenti "consumatori", da un lato, e l'utilizzo dei dati per realizzare campagne pubblicitarie mirate, dall'altro. Nella pagina di registrazione a FB, a fronte del claim "*Facebook ti aiuta a connetterti e rimanere in contatto con le persone della tua vita*", era infatti assente un adeguato *alert* che informasse gli utenti, con immediatezza ed efficacia, in merito alla centralità del valore commerciale dei propri dati rispetto al servizio di *social network* offerto, limitandosi FB a sottolineare come l'iscrizione fosse gratuita per sempre e a rimandare alle informazioni contenute nella Normativa FB tramite appositi *link* cliccabili dalla pagina di registrazione al *social network*.

37. L'ingannevolezza della condotta posta in essere da FB permane nonostante le modifiche attuate. Con particolare riferimento all'unica

modifica che riguarda il contenuto della pagina di registrazione al *social network* (ora non più coincidente con la homepage del sito), ossia la rimozione del *claim* sulla gratuità, si osserva come essa non è sufficiente a rimuovere gli accertati profili di illegittimità. Il consumatore che si voglia registrare al *social network* continua a non essere informato con chiarezza e immediatezza in merito alla raccolta e utilizzo a fini commerciali dei suoi dati da parte della società. Il fatto che le informazioni, come sostenuto da FB, siano incluse nelle Condizioni d'Uso (anche dopo il loro ultimo aggiornamento), nella Normativa sui Dati e nella Normativa sui *cookies*, tutte immediatamente accessibili non solo tramite link ipertestuali presenti nel *footer* della pagina di registrazione, ma anche nell'immediata vicinanza del pulsante "Iscriviti" all'atto della prima registrazione e con carattere in evidenza rispetto al testo di riferimento, è già stato ritenuto insufficiente nel provvedimento del 29 novembre 2018, n. 27432, come confermato sul punto dalle sentenze del TAR Lazio nn. 260/2020 e 261/2020.

38. In quella sede, si era rilevato come l'assenza dell'informazione sull'uso dei dati commerciali degli utenti nella pagina di registrazione determinava una *“grave incompletezza informativa che non può essere sanata dai meri rimandi tramite link ad ulteriori approfondimenti”*. Ciò discende dalla natura stessa dell'informazione in questione, che è assolutamente necessaria per assumere una decisione consapevole in merito all'adesione alla Piattaforma, alla luce del valore economico assunto per FB dai dati ceduti dall'utente, i quali costituiscono dunque il corrispettivo per l'utilizzo del servizio. Come stabilito dal TAR Lazio nelle sentenze nn. 260/2020 e 261/2020, *“[i]l fenomeno della ‘patrimonializzazione’ del dato personale, tipico delle nuove economie dei mercati digitali, impone agli operatori di rispettare, nelle relative transazioni commerciali, quegli obblighi di chiarezza, completezza e non ingannevolezza delle informazioni previsti dalla legislazione a protezione del consumatore, che deve essere reso edotto dello scambio di prestazioni che è sotteso alla adesione ad un contratto per la fruizione di un servizio, quale è quello di utilizzo di un ‘social network’”*. Quanto attuato da Facebook non è dunque in linea con la prassi decisionale dell'Autorità, come sostenuto dalla società, che si riferiva invece a casi in cui l'informazione richiamata tramite *link* riguardava elementi accessori rispetto alla prestazione principale del professionista (la garanzia legale di conformità rispetto alla vendita di beni), e mai comunque al prezzo, o a suoi elementi, o comunque al corrispettivo da pagarsi da parte del consumatore.

39. In conclusione, Facebook non ha ottemperato alla diffida contenuta nella lettera *a)* di cui al dispositivo del provvedimento del 29 novembre 2018, n.

27432.

40. Quanto all'obbligo di pubblicazione della dichiarazione rettificativa, si rileva che il TAR Lazio, nelle sentenze nn. 260/2020 e 261/2020, ha stabilito che *“quanto alle altre difficoltà tecniche prospettate dalla ricorrente [per la pubblicazione] ... si tratta di questioni di carattere interpretativo che ... potranno essere affrontate dalla parte e dall'Autorità in sede di verifica dell'ottemperanza al provvedimento stesso, entro il cui ambito l'Agcm sarà tenuta a fornire a Facebook ogni chiarimento necessario per consentire una compiuta esecuzione della misura”*. Nonostante i chiarimenti forniti durante il procedimento dall'Autorità sulle modalità e la comunicazione di un nuovo testo che tiene conto del contenuto delle sentenze con riferimento alle pratiche ritenute in violazione del Codice del Consumo dal provvedimento n. 27432 del 29 novembre 2018, FB a tutt'oggi non ha provveduto alla suddetta pubblicazione, risultando dunque inottemperante all'obbligo stabilito dal medesimo provvedimento.

VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

41. Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 euro a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

42. In caso di procedimento 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, sentenza n. 209 del 19 gennaio 2012).

43. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

44. Quanto all'inottemperanza alla diffida di cui al punto a) del dispositivo del provvedimento n. 27432 del 29 novembre 2018, con riguardo alla gravità

della violazione, si tiene conto della particolare natura del profilo di scorrettezza, caratterizzato tuttora da rilevanti carenze informative sul trattamento dei dati degli utenti, che costituiscono patrimonio di rilevante valore economico per gli stessi.

45. Si considera, altresì, la rilevanza del Professionista, un operatore di elevata notorietà, *leader* del settore globale e italiano di riferimento, con un fatturato mondiale a livello di gruppo pari a 62,931 miliardi di euro.

46. Rileva, inoltre, ai fini della gravità, il grado di diffusione della pratica, che è estesa, tramite *internet*, a tutto il territorio nazionale.

47. La gravità discende, infine, dalla peculiarità del contesto di riferimento in quanto innovativo e implicante l'acquisizione, scambio e utilizzo di informazioni personali rilevanti alle quali è attribuito un ingente valore economico.

48. In base agli elementi istruttori acquisiti, risulta che la pratica abbia continuato ad essere posta in essere da Facebook a decorrere dal 7 dicembre 2018, data di notifica del provvedimento n. 27432 del 29 novembre 2018, e sia tuttora in corso.

49. Considerati tali elementi, si ritiene di irrogare a Facebook Inc. e Facebook Ireland Ltd., in solido fra loro, una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 5.000.000 €(cinquemilioni di euro).

50. Con riferimento alla mancata pubblicazione della dichiarazione rettificativa, si considera la rilevanza del Professionista, un operatore di elevata notorietà, *leader* del settore globale e italiano di riferimento, on un fatturato mondiale a livello di gruppo pari a 62,931 miliardi di euro.

51. Si considera, inoltre, l'effetto della condotta in esame, consistente nella mancata informazione ai consumatori sulla condotta scorretta accertata con il provvedimento n. 27432 del 29 novembre 2018, che l'Autorità aveva ritenuto con la medesima decisione necessario diffondere, considerata anche la peculiarità del contesto di riferimento in quanto innovativo e implicante l'acquisizione, scambio e utilizzo di informazioni personali rilevanti alle quali è attribuito un ingente valore economico.

52. In base agli elementi istruttori acquisiti, risulta che la pubblicazione della dichiarazione rettificativa doveva avvenire entro il 15 dicembre 2020¹⁹, e non è ancora avvenuta.

53. Considerati tali elementi, si ritiene di irrogare a Facebook Inc. e Facebook Ireland Ltd., in solido fra loro, una sanzione amministrativa

¹⁹ Termine assegnato dall'Autorità dopo aver definito il testo della dichiarazione e le modalità di pubblicazione come previsto dalle sentenze del TAR Lazio nn. 260/2020 e 261/2020.

pecuniaria pari a 2.000.000 €(duemilioni di euro).

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

- a) che il comportamento di Facebook Inc. e Facebook Ireland Ltd., consistito nell'aver violato il punto a) del dispositivo della delibera n. 27432 del 29 novembre 2018, costituisce inottemperanza a quest'ultima;
- b) che il comportamento di Facebook Inc. e Facebook Ireland Ltd., consistito nel non aver pubblicato la dichiarazione rettificativa prevista dalla delibera n. 27432 del 29 novembre 2018, costituisce inottemperanza a quest'ultima;
- c) di irrogare alle società Facebook Inc. e Facebook Ireland Ltd., in solido fra loro, una sanzione amministrativa pecuniaria di 5.000.000 € (cinquemilioni di euro), per la violazione di cui alla lettera a);
- d) di irrogare alle società Facebook Inc. e Facebook Ireland Ltd., in solido fra loro, una sanzione amministrativa pecuniaria di 2.000.000 € (duemilioni di euro), per la violazione di cui alla lettera 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 dell'Erario, 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'articolo 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 della documentazione attestante il versamento effettuato.

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lettera *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'articolo 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