



UNC
CONSUMATORI.IT

AGCM sanziona Facebook per 7 milioni

24 Febbraio 2021

L'Antitrust ha sanzionato per complessivi 7 milioni di euro Facebook Ireland Ltd. e la sua controllante Facebook Inc., per non aver attuato quanto prescritto nel provvedimento emesso nei loro confronti nel novembre 2018. La vicenda nasce dalla segnalazione dell'Unc che nel **marzo 2018** aveva segnalato all'Antitrust la pratica commerciale adottata da Facebook di consentire ai fornitori di servizi sulla piattaforma di accedere ai dati degli utenti iscritti, chiedendo se fosse corretta ai sensi del **Codice del Consumo**, ottenendo la prima condanna nel novembre 2018. Ora la nuova sanzione da 7 milioni per non aver ottemperato alla diffida di rimuovere la pratica scorretta sull'utilizzo dei dati degli utenti e non hanno pubblicato la dichiarazione rettificativa richiesta dall'Autorità.

In particolare, con tale decisione, l'Autorità, aveva accertato che Facebook **induceva ingannevolmente gli utenti a registrarsi sulla sua piattaforma** non informandoli subito e in modo adeguato - durante l'attivazione dell'account - dell'attività di raccolta, con intento commerciale, dei dati da loro forniti e, più in generale, delle finalità remunerative sottese al servizio, enfatizzandone viceversa la gratuità.

Le informazioni fornite da Facebook risultavano **generiche e incomplete** e non fornivano una adeguata distinzione tra l'utilizzo dei dati necessario per la personalizzazione del servizio (con l'obiettivo di facilitare la socializzazione con altri utenti) e l'utilizzo dei dati per realizzare **campagne pubblicitarie** mirate.

Oltre a sanzionare Facebook per 5 milioni di euro, l'Autorità aveva vietato l'ulteriore diffusione della pratica ingannevole e disposto la pubblicazione di una dichiarazione rettificativa sulla homepage del sito internet aziendale per l'Italia, sull'**app Facebook** e sulla pagina personale di ciascun utente italiano registrato.

La presente istruttoria ha permesso di accertare che le due società non hanno pubblicato la dichiarazione rettificativa e non hanno cessato la pratica scorretta accertata: pur avendo eliminato il *claim* di gratuità in sede di registrazione alla piattaforma, ancora **non si fornisce un'immediata e chiara informazione sulla raccolta e sull'utilizzo a fini commerciali dei dati degli utenti**. Secondo l'Autorità, si tratta di informazioni di cui il consumatore necessita per decidere se aderire al servizio, alla luce del valore economico assunto per Facebook dai dati ceduti dall'utente, che costituiscono il corrispettivo stesso per l'utilizzo del servizio.

Ad avviso dell'Unc, si conferma il **diritto dell'utente** di avere, fin dal suo primo accesso, un'**informazione chiara e completa**, immediatamente accessibile che dia evidente richiamo ad eventuali usi per fini commerciali dei dati forniti in fase di registrazione. Questo anche quando il servizio è gratuito. Il consumatore deve essere sempre libero di scegliere e di esprimere il suo consenso alla raccolta dei dati e per esserlo realmente, deve essere adeguatamente informato. I nostri dati sono preziosi.