C/2025/3466

27.6.2025 г.

Резюме на решение на Комисията

от 23 април 2025 г.

относно решение съгласно член 29, параграф 1, буква а), член 30 параграф 1, буква а) и член 31, параграф 1, буква з) от Регламент (ЕС) 2022/1925

(Case DMA.100055 — Meta – Article 5(2))

(нотифицирано под номер C(2025) 2091)

(само текстът на английски език е автентичен)

(C/2025/3466)

На 23 прил 2025 г. Комисията прие решение съгласно член 29, параграф 1, буква а), член 30, параграф 1, буква а) и член 31, параграф 1, буква з) от Регламент (ЕС) 2022/1925 ([1]). *Съгласно разпоредбите на член 44 от Регламент (ЕС) № 2022/1925 с настоящото Комисията публикува наименованията на страните и основното съдържание на решението, като взе предвид законния интерес на предприятията при защитата на техните търговски тайни.*

1. ВЪВЕДЕНИЕ

(1) В решението за установяване на неизпълнение на задължения („решението“) се излага констатацията на Комисията, че рекламният модел „Съгласие или заплащане“, прилаган от Meta Platforms, Inc. (Meta) в Съюза, не е в съответствие с член 5, параграф 2 от Регламент (ЕС) 2022/1925 по отношение на съчетаването на личните данни на крайните ползватели от основните платформени услуги (ОПУ) на Meta, различни от рекламни, и другите услуги (наричани заедно „услуги на Meta, различни от рекламни“), включително, но не само, нейните ОПУ за онлайн социална мрежа (ОСМ) Facebook и Instagram, нейната ОПУ за междуличностна съобщителна услуга без номер („МСУБН“) Messenger, нейната ОПУ за посредническа онлайн услуга („ПОУ“) Marketplace и другите ѝ услуги Dating and Gaming Play, както и техните лични данни, получени от трети страни, от една страна, с данни в ОПУ за онлайн рекламна услуга (ОРУ) Meta Ads, от друга страна, с цел предоставяне на персонализирана реклама.

(2) В резултат на това с решението на Meta се налага глоба, както и евентуални периодични имуществени санкции, ако Meta не изпълни разпореждането за преустановяване на нарушението, посочено в решението.

2. ПРАВНА РАМКА

(3) В член 5, параграф 2, първа алинея от Регламент (ЕС) 2022/1925 на контролиращото достъпа предприятие се забранява да:

(a) обработва, с цел предоставяне на рекламни услуги, лични данни от крайните ползватели на услуги на трети лица, използващи ОПУ на контролиращото достъпа предприятие;

(b) съчетава лични данни от съответната ОПУ с лични данни от други ОПУ или от всякакви други услуги, предоставяни от контролиращото достъпа предприятие, както и с лични данни от услуги на трети лица; както и

(c) ползва лични данни от съответната ОПУ съвместно с други услуги, предоставени отделно от контролиращото достъпа предприятие, включително други ОПУ, и обратно;

([1]) Регламент (ЕС) 2022/1925 на Европейския парламент и на Съвета от 14 септември 2022 г. за достъпни и справедливи пазари в цифровия сектор и за изменение на директиви (ЕС) 2019/1937 и (ЕС) 2020/1828 (Акт за цифровите пазари — АЦП) (ОВ L 265, 12.10.2022 г., стр. 1).

(4) В член 5, параграф 2, първа алинея от Регламент (ЕС) 2022/1925 обаче се посочва, че забраната на тези дейности по обработка на данни (наричани заедно „съчетаване“) не се прилага, когато са изпълнени две кумулативни условия:

(i) контролиращото достъпа предприятие е представило на крайния ползвател ***конкретния избор*** да съчетае личните си данни в своите ОПУ и другите услуги. Този конкретен избор изисква на крайния ползвател да се предложи по-малко персонализирана, но равностойна алтернатива на услугата на контролиращото достъпа предприятие, за която се изисква съгласие за съчетаване на данни; както и

(ii) крайният потребител е дал своето ***валидно съгласие*** за такова съчетаване по смисъла на член 4, параграф 11 и член 7 от Регламент (ЕС) 2016/679 ([2]).

3. **РЕКЛАМНИЯТ МОДЕЛ „СЪГЛАСИЕ ИЛИ ПЛАЩАНЕ“ НА META**

(5) Основните услуги на Meta, различни от рекламни, са Facebook и Instagram. По отношение на тези услуги Meta предлага на крайните ползватели възможността да публикуват и потребяват органично съдържание. Освен това в средата на Facebook крайните ползватели могат да използват различни други услуги, като например Marketplace, Messenger, Gaming Play and Dating. Крайните ползватели имат достъп до услугите на Meta, различни от рекламни, чрез своите профили във Facebook и/или Instagram.

(6) Чрез своята рекламна услуга Meta показва персонализирани реклами на своите платформи. За тази цел Meta съчетава всички лични данни, които събира от своите крайни ползватели и от някои уебсайтове на трети страни, с лични данни, които събира от крайните ползватели, взаимодействащи с нейната услуга за реклами.

(7) За да спази член 5, параграф 2 от Регламент (ЕС) 2022/1925, през ноември 2023 г. Meta въведе рекламен модел „Съгласие или заплащане“ за крайните ползватели на средата във Facebook и Instagram в ЕС, като им предоставя два варианта:

(a) **вариант „с реклами“**: ползване на платформите за социални мрежи на Meta безплатно, но с напълно персонализирани реклами, при което от ползвателите се изисква да дадат съгласието си за съчетаване на техните лични данни за целите на персонализираната реклама;

или

(b) **вариант „абонамент без реклами“**: ползване на платформите за социални мрежи на Meta без реклами, но срещу абонаментна такса, ако крайните ползватели не желаят да дадат съгласието си за съчетаване на техните лични данни за целите на персонализираната реклама.

4. **ПРОЦЕДУРА**

(8) На 5 септември 2023 г. Комисията прие решение по член 3, параграф 4 от Регламент (ЕС) 2022/1925, с което определи Meta за контролиращо достъпа предприятие ([3]). Считано от 7 март 2024 г. Meta трябваше да започне да спазва задълженията, предвидени в АЦП, и по-специално в член 5, параграф 2 от посочения регламент, по отношение на определените ОПУ.

(9) Рекламният модел на Meta „Съгласие или заплащане“ е описан в доклада за съответствие на Meta, представен на Комисията на 6 март 2024 г.

(10) На 25 март 2024 г. Комисията прие Решение C(2024) 2052 за образуване на производство съгласно член 20, параграф 1 от Регламент (ЕС) 2022/1925 във връзка с рекламния модел „Съгласие или заплащане“ на Meta с оглед на евентуалното приемане на решение съгласно членове 29, 30 и 31 от Регламент (ЕС) 2022/1925 ([4]).

([2]) Регламент (ЕС) 2016/679 на Европейския парламент и на Съвета от 27 април 2016 г. относно защитата на физическите лица във връзка с обработването на лични данни и относно свободното движение на такива данни и за отмяна на Директива 95/46/ЕО (Общ регламент относно защитата на данните, ОРЗД) (ОВ L 119, 4.5.2016 г., стр. 1).

([3]) Решение C(2023) 6105 final, ОВ C, C/2023/1092, 23.11.2023 г.

([4]) Решение C(2024) 2052 final.

(11) На 1 юли 2024 г. Комисията съобщи на Meta своите предварителни констатации съгласно член 29, параграф 3 и член 34, параграф 1 от Регламент (ЕС) 2022/1925, в които информира Meta за предварителното си заключение, че рекламният модел „Съгласие или заплащане“ на Meta не отговаря на изискванията, определени в член 5, параграф 2 от Регламент (ЕС) 2022/1925. На 5 август 2024 г. Meta отговори на предварителните констатации, като оспори предварителните заключения на Комисията.

(12) От 6 март 2024 г. и по време на разследването Meta обсъжда с Комисията потенциалното въвеждане на алтернативна рекламна оферта в рамките на своя рекламен модел „Съгласие или заплащане“ като част от цялостното си решение за постигане на съответствие с член 5, параграф 2 от Регламент (ЕС) 2022/1925. На 12 ноември 2024 г., след съществено развитие на модела, Meta въведе допълнителен „безплатен“ вариант („допълнителен рекламен вариант“) за своите крайни ползватели, които не желаят да дадат съгласието си за пълно съчетаване на данните за целеви реклами.

(13) Настоящото решение се отнася само до първоначалния рекламен модел „Съгласие или заплащане“ на Meta за периода от март до ноември 2024 г. Това ограничение на обхвата на настоящото решение не засяга способността на Комисията да разследва допълнителния рекламен вариант на Meta и да оцени съответствието му с Регламент (ЕС) 2022/1925 на по-късен етап.

(14) В съответствие с член 29 и член 50, параграф 2 от Регламент (ЕС) № 2022/1925 беше проведена консултация с Консултативния комитет за цифровите пазари, който даде положително становище на 22 април 2025 г.

5. **ОЦЕНКА НА КОМИСИЯТА**

(15) Въз основа на доказателствата, събрани от Комисията по време на нейното разследване, и информацията, с която разполага, след като спази задължението си за лоялно сътрудничество с Ирландската комисия за защита на данните и след консултация с Консултативния комитет за цифровите пазари, Комисията стигна до заключението, че рекламният модел „Съгласие или заплащане“ на Meta не е в съответствие с член 5, параграф 2 от Регламент (ЕС) 2022/1925, доколкото: i) този модел не предлага на крайните ползватели на платформите за социални мрежи на Meta конкретния избор на по-малко персонализирана, но равностойна алтернатива; и ii) конфигурацията на този модел не позволява на крайните ползватели свободно да дават съгласие за съчетаването на техните лични данни за целите на персонализираната реклама. Комисията основа заключението си на следните съображения.

(16) ***Първо***, Комисията счита, че рекламният модел „Съгласие или заплащане“ на Meta не предлага на крайните ползватели на платформите за социални мрежи на Meta „конкретния избор“ на по-малко персонализирана, но равностойна алтернатива на варианта „с реклами“, тъй като двата варианта имат различни условия за достъп. Освен това Meta е можела разумно да очаква и да знае, че нейният рекламен модел „Съгласие или заплащане“ би накарал повечето от крайните ѝ ползватели да изберат безплатния вариант „с реклами“ поради тази липса на равностойност.

(17) ***Второ***, Комисията счита, че конфигурацията на рекламния модел „Съгласие или заплащане“ на Meta не гарантира, че крайните ползватели дават свободно съгласието си при спазване на изискванията на Регламент (ЕС) 2016/679 за съчетаването на техните лични данни с цел персонализиране на рекламите. Това се дължи на очевидния дисбаланс на силите между Meta и крайните ползватели на нейните услуги, различни от рекламни, и в ущърб на крайните ползватели, които вероятно ще пострадат, когато откажат да дадат съгласие (т.е. като трябва да платят абонаментна такса).

6. **РАЗПОРЕЖДАНЕ ЗА ПРЕУСТАНОВЯВАНЕ НА НАРУШЕНИЕ**

(18) С оглед на гореизложеното Комисията разпорежда на Meta съгласно член 29, параграф 5 от Регламент (ЕС) 2022/1925 ефективно да преустанови несъответствието на своя модел „Съгласие или заплащане“ в срок от 60 календарни дни от датата на уведомлението („разпореждане за преустановяване на нарушението“).

(19) За да изпълни това разпореждане за преустановяване на нарушението, Meta следва да предложи на своите крайни ползватели, които не желаят да дадат съгласието си за пълно използване на личните данни за целеви реклами, по-малко персонализирана, но равностойна алтернатива,

(a) представена по неутрален начин и с възможности за избор, които позволяват на крайните ползватели свободно да изберат тази алтернатива;

(b) не включваща обработване на лични данни, което е предмет на изискванията за конкретен избор и съгласие на крайния ползвател съгласно член 5, параграф 2 от АЦП; както и

(c) равностойна на услугата за даващи съгласието си ползватели, освен по отношение на количеството използвани лични данни, но включваща например по отношение на изпълнението, опита и условията за достъп, и следователно предоставяна, без да се изисква такса.

7. **ГЛОБИ И ПЕРИОДИЧНИ ИМУЩЕСТВЕНИ САНКЦИИ**

(20) С оглед на гореизложеното с решението на Meta се налага глоба в размер на 200 000 000 EUR в съответствие с член 30, параграф 1 от Регламент (ЕС) 2022/1925. Наложената глоба не надвишава максималния разрешен размер от 10 % от световния оборот на Meta, както е предвидено в Регламент (ЕС) 2022/1925.

(21) В решението също така се посочва, че ако Meta не изпълни разпореждането за преустановяване на нарушението, ще ѝ бъде налагана периодична имуществена санкция, без да се надвишава срокът, предвиден в член 31, параграф 1 от Регламент (ЕС) 2022/1925.

(22) Това съображение не се поставя под въпрос от допълнителния рекламен вариант, предлаган от Meta от 12 ноември 2024 г., тъй като не може да се изключи, че този нов вариант все още не е в съответствие с решението.

8. **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

(23) Поради изложените по-горе причини с решението се прекратява производството, като се стига до заключението, че рекламният модел „Съгласие или заплащане“ на Meta не е в съответствие с член 5, параграф 2 от Регламент (ЕС) 2022/1925 и поради това се налага глоба. Освен това с решението на Meta се налага разпореждане за преустановяване на нарушението в срок от 60 календарни дни от датата на уведомлението, както и евентуални периодични имуществени санкции, в случай че Meta не изпълни разпореждането.