C/2025/3466

27.6.2025

Souhrnná zpráva o rozhodnutí Komise

ze dne 23.dubna 2025

týkající se rozhodnutí podle čl. 29 odst. 1 písm. a), čl. 30 odst. 1 písm. a) a čl. 31 odst. 1 písm. h) nařízení (EU) 2022/1925

(Věc DMA.100055 – META – ČL. 5 ODST. 2)

(OZNÁMENO POD ČÍSLEM C(2025) 2091)

(Pouze anglické znění je závazné)

(C/2025/3466)

Dne 23. dubna 2025 přijala Komise rozhodnutí podle čl. 29 odst. 1 písm. a), čl. 30 odst. 1 písm. a) a čl. 31 odst. 1 písm. h) nařízení (EU) č. 2022/1925 ([1]). *V souladu s ustanoveními článku 44 nařízení (EU) 2022/1925 Komise tímto zveřejňuje jména stran a hlavní obsah rozhodnutí, přičemž zohledňuje oprávněný zájem podniků na ochraně jejich obchodního tajemství.*

1. ÚVOD

(1) V rozhodnutí o nesouladu (dále jen „rozhodnutí“) Komise konstatuje, že model reklamy „Consent or Pay (souhlas nebo platba)“, který zavedla společnost Meta Platforms, Inc. (dále jen „Meta“) v Unii, není v souladu s čl. 5 odst. 2 nařízení (EU) č. 2022/1925, pokud jde o kombinování osobních údajů jejích koncových uživatelů z jiných než reklamních hlavních služeb platforem společnosti Meta a ze samostatných služeb (společně označovaných jako „jiné než reklamní služby společnosti Meta“), zejména z jejích hlavních služeb platforem pro online sociální sítě Facebook a Instagram, jejích interpersonálních komunikačních služeb nezávislých na číslech Messenger, jejích online zprostředkovatelské služby Marketplace a jejích samostatných služeb Dating a Gaming Play, jakož i jejich osobních údajů získaných od třetích stran, na jedné straně s údaji v online reklamní službě této společnosti Meta Ads, na straně druhé za účelem poskytování personalizované reklamy.

(2) Tímto rozhodnutím se proto ukládá společnosti Meta pokuta a případné penále, pokud společnost Meta nesplní příkaz ukončit nesoulad a upustit od něj, jak je uvedeno v rozhodnutí.

2. PRÁVNÍ RÁMEC

(3) Ustanovení čl. 5 odst. 2 první pododstavec nařízení (EU) č. 2022/1925 zakazuje strážci přístupu:

(a) zpracovávat pro účely poskytování online reklamních služeb osobní údaje koncových uživatelů využívajících služby třetích stran, které využívají hlavních služeb platforem strážce přístupu;

(b) kombinovat osobní údaje z příslušné hlavní služby platformy s osobními údaji z jakýchkoli dalších hlavních služeb platforem nebo z jakýchkoli dalších služeb poskytovaných strážcem přístupu nebo s osobními údaji ze služeb třetích stran; a

(c) používat osobní údaje z příslušné hlavní služby platformy křížovým způsobem v dalších službách poskytovaných strážcem přístupu samostatně, včetně dalších hlavních služeb platforem, a naopak.

([1]) Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2022/1925 ze dne 14. září 2022 o spravedlivých trzích otevřených hospodářské soutěži v digitálním odvětví a o změně směrnic (EU) 2019/1937 a (EU) 2020/1828 (nařízení o digitálních trzích) (Úř. věst. L 265, 12.10.2022, s. 1).

(4) V čl. 5 odst. 2 prvním pododstavci nařízení (EU) č. 2022/1925 se však uvádí, že zákaz těchto činností zpracování údajů (společně označovaných jako „kombinování“) se neuplatní, pokud jsou splněny dvě kumulativní podmínky:

(i) správce přístupu předložil koncovému uživateli ***konkrétní možnost volby***, zda chce kombinovat své osobní údaje v rámci jeho hlavních služeb platforem a samostatných služeb. Taková konkrétní možnost volby vyžaduje, aby byla koncovému uživateli nabídnuta méně personalizovaná, ale rovnocenná alternativa ke službě strážce přístupu, pro kterou je vyžadován souhlas s kombinováním údajů; a

(ii) koncový uživatel udělil ***platný souhlas*** s takovým kombinováním ve smyslu čl. 4 odst. 11 a článku 7 nařízení (EU) 2016/679 ([2]).

3. MODEL REKLAMY SPOLEČNOSTI META „CONSENT OR PAY (SOUHLAS NEBO PLATBA)“

(5) Hlavní jiné než reklamní služby poskytované společností Meta jsou Facebook a Instagram. Prostřednictvím těchto služeb společnost Meta nabízí koncovým uživatelům možnost zveřejňovat a konzumovat organický obsah. Kromě toho mohou koncoví uživatelé v prostředí Facebooku využívat různé další služby, například Marketplace, Messenger, Gaming Play a Dating. Koncoví uživatelé mohou k jiným než reklamním službám společnosti Meta přistupovat prostřednictvím svých účtů na Facebooku nebo Instagramu.

(6) Prostřednictvím své reklamní služby zobrazuje společnost Meta na svých platformách personalizovanou reklamu. Za tímto účelem společnost Meta kombinuje všechny osobní údaje, které shromažďuje od svých koncových uživatelů a z některých webových stránek třetích stran, s osobními údaji, které shromažďuje od koncových uživatelů komunikujících s její reklamní službou.

(7) Aby společnost Meta splnila požadavky čl. 5 odst. 2 nařízení (EU) č. 2022/1925, zavedla v listopadu 2023 pro koncové uživatele prostředí Facebook a Instagram v EU model reklamy „Consent or Pay (souhlas nebo platba)“, který jim nabízí dvě možnosti:

(a) **možnost „s reklamou“**: bezplatné používání platforem sociálních sítí společnosti Meta, ale s plně personalizovanou reklamou, přičemž uživatelé musí souhlasit s kombinováním svých osobních údajů pro účely personalizované reklamy;

nebo

(b) **možnost „předplatné bez reklamy“**: používání platforem sociálních sítí společnosti Meta bez reklamy, ale za předplatné, pokud koncoví uživatelé nechtějí souhlasit s kombinováním svých osobních údajů pro účely personalizované reklamy.

4. POSTUP

(8) Dne 5. září 2023 přijala Komise rozhodnutí o označení společnosti Meta za strážce přístupu podle čl. 3 odst. 4 nařízení (EU) č. 2022/1925 ([3]). Od 7. března 2024 byla společnost Meta povinna v souvislosti s určenými hlavními službami platforem plnit povinnosti stanovené v nařízení o digitálních trzích, zejména v čl. 5 odst. 2 uvedeného nařízení.

(9) Model reklamy společnosti Meta „Consent or Pay (souhlas nebo platba)“ je popsán ve zprávě o dodržování povinností, kterou společnost Meta předložila Komisi dne 6. března 2024.

(10) S ohledem na možné přijetí rozhodnutí podle článků 29, 30 a 31 nařízení (EU) č. 2022/1925 ([4]) přijala Komise dne 25. března 2024 rozhodnutí C(2024) 2052, kterým se zahajuje řízení podle čl. 20 odst. 1 nařízení (EU) č. 2022/1925 v souvislosti s modelem reklamy společnosti Meta „Consent or Pay (souhlas nebo platba)“.

([2]) Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/679 ze dne 27. dubna 2016 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a o zrušení směrnice 95/46/ES (obecné nařízení o ochraně osobních údajů) (Úř. věst. L 119, 4.5.2016, s. 1).

([3]) Rozhodnutí C(2023) 6105 final, Úř. věst. C, C/2023/1092, 23.11.2023.

([4]) Rozhodnutí C(2024) 2052 final.

(11) Dne 1. července 2024 sdělila Komise společnosti Meta svá předběžná zjištění podle čl. 29 odst. 3 a čl. 34 odst. 1 nařízení (EU) č. 2022/1925, v nichž společnost Meta informovala o svém předběžném závěru, že model reklamy společnosti Meta „Consent or Pay (souhlas nebo platba)“ není v souladu s požadavky stanovenými v čl. 5 odst. 2 nařízení (EU) č. 2022/1925. Dne 5. srpna 2024 společnost Meta na předběžná zjištění odpověděla a předběžné závěry Komise zpochybnila.

(12) Od 6. března 2024 a po celou dobu šetření jedná společnost Meta s Komisí o možném zavedení alternativní nabídky reklamy v rámci svého modelu reklamy „Consent or Pay (souhlas nebo platba)“ jako součásti svého celkového řešení souladu s čl. 5 odst. 2 nařízení (EU) č. 2022/1925. Dne 12. listopadu 2024, po podstatném vývoji modelu, zavedla společnost Meta dodatečnou možnost „zdarma“ („dodatečná možnost reklamy“) pro své koncové uživatele, kteří nechtějí souhlasit s úplným zkombinováním údajů pro cílenou reklamu.

(13) Toto rozhodnutí se týká pouze původního modelu reklamy společnosti Meta „Consent or Pay (souhlas nebo platba)“ na období od března do listopadu 2024. Toto omezení oblasti působnosti tohoto rozhodnutí nevylučuje, že Komise může v pozdější fázi prošetřit „dodatečnou možnost reklamy“ společnosti Meta a posoudit její soulad s nařízením (EU) č. 2022/1925.

(14) V souladu s článkem 29 a čl. 50 odst. 2 nařízení (EU) No 2022/1925 byl konzultován poradní výbor pro digitální trhy, který dne 22. dubna 2025 vydal kladné stanovisko.

5. **POSOUZENÍ KOMISE**

(15) Na základě důkazů, které Komise shromáždila během svého šetření, a informací, které má k dispozici, po dodržení povinnosti loajální spolupráce s irskou komisí pro ochranu údajů a po konzultaci s poradním výborem pro digitální trhy dospěla Komise k závěru, že model reklamy společnosti Meta „Consent or Pay (souhlas nebo platba)“ není v souladu s čl. 5 odst. 2 nařízení (EU) č. 2022/1925, pokud: i) tento model nepředkládá koncovým uživatelům platforem sociálních sítí společnosti Meta konkrétní možnost volby méně personalizované, ale rovnocenné alternativy; a ii) konfigurace tohoto modelu neumožňuje koncovým uživatelům svobodně udělit souhlas se zkombinováním jejich osobních údajů pro účely personalizované reklamy. Komise svůj závěr opírá o následující důvody.

(16) ***Zaprvé*** se Komise domnívá, že model reklamy společnosti Meta „Consent or Pay (souhlas nebo platba)“ nepředstavuje pro koncové uživatele platforem sociálních sítí společnosti Meta „konkrétní možnost volby“ méně personalizované, ale rovnocenné alternativy k možnosti „s reklamou“, protože obě možnosti vykazují různé podmínky přístupu. Společnost Meta také mohla důvodně předpokládat a věděla, že vzhledem k chybějící rovnocenné alternativě povede její model reklamy „Consent or Pay (souhlas nebo platba)“ většinu koncových uživatelů k tomu, že si zvolí bezplatnou možnost „s reklamou“.

(17) ***Zadruhé*** se Komise domnívá, že nastavení modelu reklamy společnosti Meta „Consent or Pay (souhlas nebo platba)“ nezajišťuje, aby koncoví uživatelé svobodně udělili souhlas při dodržení požadavků nařízení (EU) 2016/679 se zkombinováním svých osobních údajů za účelem personalizace reklamy. Je to dáno zjevnou nerovnováhou sil mezi společností Meta a koncovými uživateli jejích jiných než reklamních služeb a újmou, kterou koncoví uživatelé pravděpodobně utrpí, když souhlas poskytnout odmítnou (tj. protože budou muset platit předplatné).

6. **PŘÍKAZ UKONČIT NESOULAD A UPUSTIT OD NĚJ**

(18) S ohledem na výše uvedené Komise nařizuje společnosti Meta podle čl. 29 odst. 5 nařízení (EU) č. 2022/1925, aby do 60 kalendářních dnů ode dne oznámení účinně ukončila nesoulad svého modelu „Consent or Pay (souhlas nebo platba)“ (dále jen „příkaz ukončit nesoulad a upustit od něj“).

(19) Aby společnost Meta vyhověla tomuto příkazu ukončit nesoulad a upustit od něj, měla by svým koncovým uživatelům, kteří nechtějí souhlasit s plným využíváním osobních údajů pro cílenou reklamu, nabídnout méně personalizovanou, ale rovnocennou alternativu,

(a) prezentovanou neutrálním způsobem a s pořadím možností volby, které koncovým uživatelům umožní svobodně se rozhodnout pro tuto alternativu;

(b) nezahrnující zpracování osobních údajů, které podléhá požadavkům na konkrétní možnost volby a souhlas koncového uživatele podle čl. 5 odst. 2 nařízení o digitálních trzích; a

(c) rovnocennou službě pro uživatele, kteří souhlas udělili, s výjimkou množství použitých osobních údajů, ale zahrnující například, z hlediska výkonu, uživatelský zážitek a podmínky přístupu, a tedy neposkytovanou za poplatek.

7. **POKUTY A PENÁLE**

(20) S ohledem na výše uvedené skutečnosti se rozhodnutím ukládá společnosti Meta pokuta ve výši 200 000 000 EUR podle čl. 30 odst. 1 nařízení (EU) č. 2022/1925. Uložená pokuta nepřesahuje maximální povolenou výši 10 % celosvětového obratu společnosti Meta, jak ukládá nařízení (EU) č. 2022/1925.

(21) Rozhodnutí rovněž stanoví, že pokud společnost Meta příkaz ukončit nesoulad a upustit od něj nesplní, bude jí uloženo penále, které nepřesáhne limit stanovený v čl. 31 odst. 1 nařízení (EU) 2022/1925

(22) Toto plnění nezpochybňuje ani „dodatečná možnost reklamy“, kterou společnost Meta nabízí od 12. listopadu 2024, neboť nelze vyloučit, že ani tato nová možnost není v souladu s rozhodnutím.

8. **ZÁVĚR**

(23) Z výše uvedených důvodů se rozhodnutím uzavírá řízení, přičemž se dospělo k závěru, že model reklamy společnosti Meta „Consent or Pay (souhlas nebo platba)“ není v souladu s čl. 5 odst. 2 nařízení (EU) č. 2022/1925, a z tohoto důvodu se ukládá pokuta. Rozhodnutím se dále ukládá společnosti Meta příkaz ukončit nesoulad a upustit od něj do 60 kalendářních dnů od data oznámení a případné penále, pokud společnost Meta příkaz nesplní.