C/2025/3466

27.6.2025

Περίληψη απόφασης της Επιτροπής

της 23ης Απριλίου 2025

ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΑΠΟΦΑΣΗ δυνάμει του άρθρου 29 παράγραφος 1 στοιχείο α), του ΆΡΘΡΟΥ 30 παράγραφος 1 στοιχείο α) και του άρθρου 31 παράγραφος 1 στοιχείο η) του κανονισμού (ΕΕ) 2022/1925

[Υποθεση DMA.100055 — META – ΆΡΘΡΟ 5 ΠΑΡΑΓΡΑΦΟΣ 2)

(κοινοποιηθείσα υπό τον αριθμό C(2025) 2091)

(Το κείμενο στην αγγλική γλώσσα είναι το μόνο αυθεντικό)

(C/2025/3466)

Στις 23ης Απριλίου 2025, η Επιτροπή εξέδωσε απόφαση δυνάμει του άρθρου 29 παράγραφος 1 στοιχείο α), του άρθρου 30 παράγραφος 1 στοιχείο α) και του άρθρου 31 παράγραφος 1,στοιχείο η) του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 2022/1925 ([1]). *Σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 44 του κανονισμού (ΕΕ) 2022/1925, η Επιτροπή δημοσιεύει στην παρούσα τα ονόματα των μερών και τα ουσιώδη στοιχεία της απόφασης, λαμβάνοντας υπόψη το έννομο συμφέρον των επιχειρήσεων για την προστασία του επαγγελματικού απορρήτου.*

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

(1) Η απόφαση περί μη συμμόρφωσης (στο εξής: απόφαση) εκθέτει το πόρισμα της Επιτροπής ότι το διαφημιστικό μοντέλο «Consent or Pay» (στο εξής: Συγκατάθεση ή Πληρωμή) που εφαρμόζει η Meta Platforms, Inc. (στο εξής: Meta) στην Ένωση δεν συμμορφώνεται με το άρθρο 5 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΕ) 2022/1925 όσον αφορά τον συνδυασμό των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα των τελικών χρηστών της από τις μη διαφημιστικές βασικές υπηρεσίες πλατφόρμας (στο εξής: CPS) και διακριτές υπηρεσίες της Meta (στο εξής από κοινού: μη διαφημιστικές υπηρεσίες της Meta), συμπεριλαμβανομένων, μεταξύ άλλων, των CPS επιγραμμικής κοινωνικής δικτύωσης (στο εξής: OSN) Facebook και Instagram, της υπηρεσίας CPS διαπροσωπικών επικοινωνιών ανεξαρτήτως αριθμών (στο εξής: NIICS) Messenger, της CPS επιγραμμικής υπηρεσίας διαμεσολάβησης (στο εξής: OIS) Marketplace και των διακριτών υπηρεσιών Dating και Gaming Play, καθώς και των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που λαμβάνονται από τρίτους, αφενός, με δεδομένα στην CPS επιγραμμικής διαφημιστικής υπηρεσίας (στο εξής: OAS) της Meta που ονομάζεται Meta Ads, αφετέρου, με σκοπό την παροχή εξατομικευμένης διαφήμισης.

(2) Ως εκ τούτου, η απόφαση επιβάλλει στη Meta πρόστιμο καθώς και πιθανές περιοδικές χρηματικές ποινές σε περίπτωση που η Meta δεν συμμορφωθεί με τη διαταγή παύσης και παράλειψης που προβλέπεται στην απόφαση.

2. ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

(3) Το άρθρο 5 παράγραφος 2 πρώτο εδάφιο του κανονισμού (ΕΕ) 2022/1925 απαγορεύει στους πυλωρούς:

α) να επεξεργάζονται, για τον σκοπό της παροχής επιγραμμικών υπηρεσιών διαφήμισης, δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα των τελικών χρηστών που χρησιμοποιούν υπηρεσίες τρίτων οι οποίοι χρησιμοποιούν CPS του πυλωρού·

β) να συνδυάζουν δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα από τη σχετική CPS με δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα από οποιεσδήποτε περαιτέρω CPS ή από οποιαδήποτε άλλη υπηρεσία παρέχει ο πυλωρός ή με δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα από υπηρεσίες τρίτων· και

γ) να διασταυρώνουν δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα από τη σχετική CPS με εκείνα άλλων υπηρεσιών που παρέχει χωριστά ο πυλωρός, συμπεριλαμβανομένων άλλων CPS, και αντιστρόφως·

([1]) Κανονισμός (ΕΕ) 2022/1925 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 14ης Σεπτεμβρίου 2022, σχετικά με διεκδικήσιμες και δίκαιες αγορές στον ψηφιακό τομέα και για την τροποποίηση των οδηγιών (ΕΕ) 2019/1937 και (ΕΕ) 2020/1828 (Πράξη για τις Ψηφιακές Αγορές) (ΕΕ L 265 της 12.10.2022, σ. 1).

(4) Ωστόσο, το άρθρο 5 παράγραφος 2 πρώτο εδάφιο του κανονισμού (ΕΕ) 2022/1925 ορίζει ότι η απαγόρευση των εν λόγω δραστηριοτήτων επεξεργασίας δεδομένων (στο εξής από κοινού: συνδυασμός) δεν εφαρμόζεται όταν πληρούνται σωρευτικά δύο προϋποθέσεις:

i) ο πυλωρός έχει δώσει στον τελικό χρήστη τη ***συγκεκριμένη επιλογή*** να συνδυάσει τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα του σε όλες τις CPS και τις διακριτές υπηρεσίες του. Η συγκεκριμένη επιλογή απαιτεί να προσφέρεται στον τελικό χρήστη μια λιγότερο εξατομικευμένη αλλά ισοδύναμη εναλλακτική λύση αντί της υπηρεσίας του πυλωρού για την οποία απαιτείται συγκατάθεση στον συνδυασμό δεδομένων· και

ii) ο τελικός χρήστης έχει δώσει την ***έγκυρη συγκατάθεσή*** του για τον εν λόγω συνδυασμό, κατά την έννοια του άρθρου 4 παράγραφος 11 και του άρθρου 7 του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 ([2]).

3. ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ «ΣΥΓΚΑΤΑΘΕΣΗ Ή ΠΛΗΡΩΜΗ» ΤΗΣ META

(5) Οι κύριες μη διαφημιστικές υπηρεσίες της Meta είναι το Facebook και το Instagram. Στις υπηρεσίες αυτές, η Meta προσφέρει στους τελικούς χρήστες τη δυνατότητα να αναρτούν και να καταναλώνουν οργανικό περιεχόμενο. Επιπλέον, στο περιβάλλον του Facebook, οι τελικοί χρήστες μπορούν να χρησιμοποιούν διάφορες άλλες υπηρεσίες, όπως το Marketplace, το Messenger, το Gaming Play και το Dating. Οι τελικοί χρήστες μπορούν να έχουν πρόσβαση στις μη διαφημιστικές υπηρεσίες της Meta μέσω των λογαριασμών τους στο Facebook και/ή στο Instagram.

(6) Μέσω της διαφημιστικής της υπηρεσίας, η Meta εμφανίζει εξατομικευμένες διαφημίσεις στις πλατφόρμες της. Για να το κάνει αυτό, η Meta συνδυάζει όλα τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που συλλέγει από τους τελικούς χρήστες της και ορισμένους ιστότοπους τρίτων, με δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που συλλέγει από τελικούς χρήστες που αλληλεπιδρούν με την υπηρεσία αγγελιών της.

(7) Προκειμένου να συμμορφωθεί με το άρθρο 5 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΕ) 2022/1925, η Meta εισήγαγε, τον Νοέμβριο του 2023, ένα διαφημιστικό μοντέλο «Συγκατάθεση ή Πληρωμή» για τους τελικούς χρήστες των περιβαλλόντων Facebook και Instagram στην ΕΕ, το οποίο τους παρουσιάζει δύο επιλογές:

α) την επιλογή «Με Διαφημίσεις»: χρήση των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης της Meta δωρεάν, για την οποία οι τελικοί χρήστες απαιτείται να συγκατατεθούν στον συνδυασμό των προσωπικών τους δεδομένων για σκοπούς εξατομικευμένης διαφήμισης·

ή

β) την επιλογή «Συνδρομή χωρίς διαφημίσεις» (στο εξής: SNA): χρήση των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης της Meta χωρίς διαφημίσεις αλλά έναντι συνδρομής, εάν οι τελικοί χρήστες δεν επιθυμούν να συγκατατεθούν στον συνδυασμό των προσωπικών τους δεδομένων για σκοπούς εξατομικευμένης διαφήμισης.

4. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

(8) Στις 5 Σεπτεμβρίου 2023, η Επιτροπή εξέδωσε απόφαση δυνάμει του άρθρου 3 παράγραφος 4 του κανονισμού (ΕΕ) 2022/1925 ([3]). Από τις 7 Μαρτίου 2024, η Meta όφειλε να συμμορφωθεί με τις υποχρεώσεις που ορίζονται στην πράξη για τις ψηφιακές αγορές, ιδίως με το άρθρο 5 παράγραφος 2 του εν λόγω κανονισμού, σε σχέση με τις οριοθείσες CPS.

(9) Το διαφημιστικό μοντέλο «Συγκατάθεση ή Πληρωμή» της Meta περιγράφεται στην έκθεση συμμόρφωσης της Meta που υποβλήθηκε στην Επιτροπή στις 6 Μαρτίου 2024.

(10) Στις 25 Μαρτίου 2024 η Επιτροπή εξέδωσε την απόφαση C (2024) 2052 για την κίνηση διαδικασίας δυνάμει του άρθρου 20 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ) 2022/1925 σε σχέση με το διαφημιστικό μοντέλο «Συγκατάθεση ή Πληρωμή» της Meta με σκοπό την πιθανή έκδοση απόφασης σύμφωνα με τα άρθρα 29, 30 και 31 του κανονισμού (ΕΕ) 2022/1925 ([4]).

([2]) Κανονισμός (ΕΕ) 2016/679 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 27ης Απριλίου 2016, για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών και την κατάργηση της οδηγίας 95/46/ΕΚ (Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων ή «ΓΚΠΔ») (ΕΕ L 119 της 4.5.2016, σ. 1).

([3]) Απόφαση C(2023) 6105 final, ΕΕ C, C/2023/1092, 23.11.2023.

([4]) Απόφαση C(2024) 2052 final.

(11) Την 1η Ιουλίου 2024 η Επιτροπή κοινοποίησε στη Meta τα προκαταρκτικά πορίσματά της δυνάμει του άρθρου 29 παράγραφος 3 και του άρθρου 34 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ) 2022/1925, με τα οποία ενημέρωσε τη Meta σχετικά με το προκαταρκτικό συμπέρασμά της ότι το διαφημιστικό μοντέλο «Συγκατάθεση ή Πληρωμή» της Meta δεν συμμορφώνεται με τις απαιτήσεις που ορίζονται στο άρθρο 5 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΕ) 2022/1925. Στις 5 Αυγούστου 2024, η Meta απάντησε στα προκαταρκτικά πορίσματα αμφισβητώντας τα προκαταρκτικά συμπεράσματα της Επιτροπής.

(12) Από τις 6 Μαρτίου 2024 και καθ' όλη τη διάρκεια της έρευνας, η Meta βρίσκεται σε συζητήσεις με την Επιτροπή για την πιθανή εισαγωγή εναλλακτικής προσφοράς διαφήμισης στο πλαίσιο του διαφημιστικού μοντέλου «Συγκατάθεση ή Πληρωμή», στο πλαίσιο της συνολικής λύσης συμμόρφωσης με το άρθρο 5 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΕ) 2022/1925. Στις 12 Νοεμβρίου 2024, μετά από σημαντική εξέλιξη του μοντέλου, η Meta έθεσε σε εφαρμογή μια πρόσθετη επιλογή «δωρεάν» (στο εξής: πρόσθετη επιλογή διαφημίσεων) για τους τελικούς χρήστες της που δεν επιθυμούν να συγκατατεθούν σε πλήρη συνδυασμό δεδομένων για στοχευμένες διαφημίσεις.

(13) Η παρούσα απόφαση αφορά μόνο το αρχικό διαφημιστικό μοντέλο «Συγκατάθεση ή Πληρωμή» της Meta για το χρονικό διάστημα από τον Μάρτιο έως τον Νοέμβριο του 2024. Αυτός ο περιορισμός του πεδίου εφαρμογής της παρούσας απόφασης δεν θίγει την ικανότητα της Επιτροπής να διερευνήσει την πρόσθετη επιλογή διαφημίσεων της Meta και να αξιολογήσει τη συμμόρφωσή της με τον κανονισμό (ΕΕ) 2022/1925 σε μεταγενέστερο στάδιο.

(14) Σύμφωνα με το άρθρο 29 και το άρθρο 50 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΕ) 2022/1925, ζητήθηκε η γνώμη της συμβουλευτικής επιτροπής για τις ψηφιακές αγορές, η οποία εξέδωσε θετική γνώμη στις 22 Απριλίου 2025.

5. **Η ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ**

(15) Με βάση τα στοιχεία που συγκέντρωσε κατά τη διάρκεια της έρευνάς της και τις πληροφορίες που έχει στη διάθεσή της, η Επιτροπή, τηρώντας την υποχρέωσή της για καλόπιστη συνεργασία με την Επιτροπή Προστασίας Δεδομένων της Ιρλανδίας και αφού ζήτησε τη γνώμη της συμβουλευτικής επιτροπής για τις ψηφιακές αγορές, καταλήγει στο συμπέρασμα ότι το διαφημιστικό μοντέλο «Συγκατάθεση ή Πληρωμή» της Meta δεν συμμορφώνεται με το άρθρο 5 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΕ) 2022/1925 στον βαθμό που: i) το μοντέλο αυτό δεν παρουσιάζει στους τελικούς χρήστες των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης της Meta τη συγκεκριμένη επιλογή μιας λιγότερο εξατομικευμένης αλλά ισοδύναμης εναλλακτικής· και ii) η διαμόρφωση αυτού του μοντέλου δεν επιτρέπει στους τελικούς χρήστες να παρέχουν ελεύθερα τη συγκατάθεσή τους για τον συνδυασμό των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που τους αφορούν για σκοπούς εξατομικευμένης διαφήμισης. Η Επιτροπή στηρίζει το συμπέρασμά της στους ακόλουθους λόγους.

(16) ***Πρώτον***, η Επιτροπή θεωρεί ότι το διαφημιστικό μοντέλο «Συγκατάθεση ή Πληρωμή» της Meta δεν παρουσιάζει στους τελικούς χρήστες των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης της Meta την «ειδική επιλογή» μιας λιγότερο εξατομικευμένης αλλά ισοδύναμης εναλλακτικής λύσης σε σχέση με την επιλογή «Με διαφημίσεις», διότι αμφότερες οι επιλογές παρουσιάζουν διαφορετικούς όρους πρόσβασης. Επίσης, η Meta μπορούσε ευλόγως να αναμένει, και γνώριζε, ότι το διαφημιστικό μοντέλο «Συγκατάθεση ή Πληρωμή» θα οδηγούσε τους περισσότερους τελικούς χρήστες της να επιλέξουν τη δωρεάν επιλογή «Με διαφημίσεις» λόγω αυτής της έλλειψης ισοδυναμίας.

(17) Δεύτερον, η Επιτροπή θεωρεί ότι η διαμόρφωση του διαφημιστικού μοντέλου «Συγκατάθεση ή Πληρωμή» της Meta δεν διασφαλίζει ότι οι τελικοί χρήστες παρέχουν ελεύθερα τη συγκατάθεσή τους, τηρώντας τις απαιτήσεις του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679, για τον συνδυασμό των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που τους αφορούν με σκοπό την εξατομίκευση των διαφημίσεων. Αυτό οφείλεται στη σαφή ανισορροπία ισχύος μεταξύ της Meta και των τελικών χρηστών των μη διαφημιστικών υπηρεσιών της και στη ζημία που ενδέχεται να υποστούν οι τελικοί χρήστες όταν αρνούνται να παράσχουν τη συγκατάθεσή τους (δηλαδή, την υποχρέωσή τους να καταβάλουν συνδρομητικό τέλος).

6. **ΔΙΑΤΑΓΗ ΠΑΥΣΗΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΛΕΙΨΗΣ**

(18) Υπό το πρίσμα των ανωτέρω, η Επιτροπή διατάσσει τη Meta, σύμφωνα με το άρθρο 29 παράγραφος 5 του κανονισμού (ΕΕ) 2022/1925, να τερματίσει αποτελεσματικά τη μη συμμόρφωση του μοντέλου «Συγκατάθεση ή Πληρωμή» εντός 60 ημερολογιακών ημερών από την ημερομηνία κοινοποίησης (στο εξής: διαταγή παύσης και παράλειψης).

(19) Για να συμμορφωθεί με αυτή τη διαταγή παύσης και παράλειψης, η Meta θα πρέπει να προσφέρει στους τελικούς χρήστες της που δεν επιθυμούν να συγκατατεθούν στην πλήρη χρήση των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για στοχευμένες διαφημίσεις μια λιγότερο εξατομικευμένη αλλά ισοδύναμη εναλλακτική λύση,

α) η οποία θα παρουσιάζεται με ουδέτερο τρόπο και με ροές επιλογών που επιτρέπουν στους τελικούς χρήστες να επιλέγουν ελεύθερα την εν λόγω εναλλακτική λύση,

β) και η οποία δεν περιλαμβάνει την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που υπόκειται στις απαιτήσεις συγκεκριμένης επιλογής και συγκατάθεσης του τελικού χρήστη σύμφωνα με το άρθρο 5 παράγραφος 2 της πράξης για τις ψηφιακές αγορές, και

γ) είναι ισοδύναμη με την υπηρεσία για τους χρήστες που παρέχουν τη συγκατάθεσή τους, με εξαίρεση τον όγκο των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που χρησιμοποιούνται, αλλά συμπεριλαμβανομένων, για παράδειγμα, των επιδόσεων, της εμπειρίας χρήστη και των προϋποθέσεων πρόσβασης, και η οποία, ως εκ τούτου, δεν παρέχεται έναντι αμοιβής.

7. **ΠΡΟΣΤΙΜΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΔΙΚΕΣ ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΠΟΙΝΕΣ**

(20) Με βάση τα ανωτέρω, η απόφαση επιβάλλει πρόστιμο ύψους 200 000 000 EUR στη Meta σύμφωνα με το άρθρο 30 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ) 2022/1925. Το επιβληθέν πρόστιμο δεν υπερβαίνει το μέγιστο επιτρεπόμενο όριο για το 10 % του παγκόσμιου κύκλου εργασιών της Meta, όπως ορίζει ο κανονισμός (ΕΕ) 2022/1925.

(21) Η απόφαση αναφέρει επίσης ότι, εάν η Meta δεν συμμορφωθεί με τη διαταγή παύσης και παράλειψης, τιμωρείται με περιοδική χρηματική ποινή που δεν υπερβαίνει το όριο που ορίζεται στο άρθρο 31 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ) 2022/1925.

(22) Η εκτίμηση αυτή δεν τίθεται υπό αμφισβήτηση με την επιλογή «Πρόσθετες επιλογές διαφημίσεων» που προσφέρει η Meta από τις 12 Νοεμβρίου 2024, δεδομένου ότι δεν μπορεί να αποκλειστεί το ενδεχόμενο η νέα αυτή επιλογή να εξακολουθεί να μη συμμορφώνεται με την απόφαση.

8. **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ**

(23) Για τους λόγους που προαναφέρθηκαν, η απόφαση περατώνει τη διαδικασία καταλήγοντας στο συμπέρασμα ότι το διαφημιστικό μοντέλο «Συγκατάθεση ή Πληρωμή» της Meta δεν συμμορφώνεται με το άρθρο 5 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΕ) 2022/1925 και, για τον λόγο αυτό, επιβάλλει πρόστιμο. Η απόφαση επιβάλλει επίσης διαταγή παύσης και παράλειψης στη Meta να παύσει την παράβαση εντός 60 ημερολογιακών ημερών από την ημερομηνία κοινοποίησης, καθώς και πιθανές περιοδικές χρηματικές ποινές σε περίπτωση μη συμμόρφωσης της Meta με τη διαταγή.