C/2025/3466

27.6.2025.

Komisijas lēmuma kopsavilkums

(2025. gada 23. aprīlis)

SAISTĪBĀ AR LĒMUMU SASKAŅĀ AR REGULAS (ES) 2022/1925 29. PANTA 1. PUNKTA A) APAKŠPUNKTU, 30. PANTA 1. PUNKTA A) APAKŠPUNKTU UN 31. PANTA 1. PUNKTA H) APAKŠPUNKTU

(Lieta DTA.100055 – *META* – 5. PANTA 2. PUNKTS)

(IZZIŅOTS AR DOKUMENTA NUMURU C(2025) 2091)

(Autentisks ir tikai teksts angļu valodā)

(C/2025/3466)

Komisija 2025. gada 23. aprīlī pieņēma lēmumu saskaņā ar Regulas (ES) 2022/1925 ([1]) 29. panta 1. punkta a) apakšpunktu, 30. panta 1. punkta a) apakšpunktu un 31. panta 1. punkta h) apakšpunktu. Atbilstoši Regulas (ES) 2022/1925 44. panta noteikumiem ar šo Komisija publicē pušu nosaukumus un lēmuma galveno saturu, ņemot vērā uzņēmumu likumīgās intereses savu komercnoslēpumu aizsargāšanā.

1. IEVADS

(1) Lēmumā par neatbilstību ("Lēmums") ir izklāstīts Komisijas konstatējums, ka reklāmas modelis "*Consent or Pay*" ("piekrīti vai maksā"), ko *Meta Platforms, Inc.* ("*Meta*") īsteno Eiropas Savienībā, neatbilst Regulas (ES) Nr. 2022/1925 5. panta 2. punktam attiecībā uz *Meta* platformas pamatpakalpojumu ("PPP"), kas nav reklāmas pakalpojumi, un atsevišķo pakalpojumu (kopā sauktu par "*Meta* nereklāmas pakalpojumiem"), tostarp, bet ne tikai, tiešsaistes sociālās tīklošanās ("TST") PPP *Facebook* un *Instagram*, platformas numurneatkarīgo starppersonu sakaru pakalpojumu ("NSSP") PPP *Messenger*, tiešsaistes starpniecības pakalpojuma ("TSP") PPP *Marketplace* un atsevišķo pakalpojumu *Dating* un *Gaming Play*, galalietotāju personas datu, kā arī no trešām personām iegūtu personas datu, no vienas puses, kombinēšanu ar datiem *Meta* tiešsaistes reklāmas pakalpojumā ("TRP") PPP *Meta Ads*, no otras puses, personalizētas reklāmas nolūkā.

(2) Rezultātā ar šo lēmumu uzņēmumam *Meta* tiek piemērots naudas sods un, iespējams, arī periodiski soda maksājumi, ja *Meta* neievēros Lēmumā noteikto rīkojumu pārtraukt un izbeigt neatbilstību.

2. TIESISKAIS REGULĒJUMS

(3) Ar Regulas (ES) 2022/1925 5. panta 2. punkta pirmo daļu vārtzinim ir aizliegts:

(a) tiešsaistes reklāmas pakalpojumu sniegšanas nolūkā apstrādāt to galalietotāju personas datus, kuri izmanto tādu trešo personu pakalpojumus, kuras izmanto vārtziņa PPP;

(b) kombinēt personas datus, kas iegūti no attiecīgā PPP, ar personas datiem no jebkādiem citiem PPP vai no jebkuriem citiem vārtziņa sniegtajiem pakalpojumiem vai arī ar personas datiem no trešo personu pakalpojumiem; kā arī

(c) savstarpēji izmantot personas datus no attiecīgā PPP citos pakalpojumos, ko vārtzinis sniedz atsevišķi, tostarp citos PPP, un otrādi.

([1]) Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (ES) 2022/1925 (2022. gada 14. septembris) par sāncensīgiem un godīgiem tirgiem digitālajā nozarē un ar ko groza Direktīvas (ES) 2019/1937 un (ES) 2020/1828 (Digitālo tirgu akts, "DTA") (OV L 265, 12.10.2022., 1. lpp.).

(4) Tomēr Regulas (ES) 2022/1925 5. panta 2. punkta pirmajā daļā ir norādīts, ka šo datu apstrādes darbību (kopā sauktu par "kombinēšanu") aizliegumu nepiemēro, ja ir izpildīti divi kumulatīvi nosacījumi:

(i) vārtzinis galalietotājam ir piedāvājis ***konkrētu izvēli*** kombinēt viņu personas datus platformas pamatpakalpojumos un atsevišķajos pakalpojumos. Šāda konkrēta izvēle prasa, lai galalietotājam tiktu piedāvāta mazāk personalizēta, bet vārtziņa pakalpojumam līdzvērtīga alternatīva, kas ir pieejama tikai tad, ja ir dota piekrišana datu kombinēšanai; kā arī

(ii) galalietotājs šādai kombinēšanai ir ***atbilstošā veidā devis piekrišanu*** Regulas (ES) 2016/679 4. panta 11. punkta un 7. panta nozīmē ([2]).

3. *META* REKLĀMAS MODELIS "*CONSENT OR PAY*"

(5) Galvenie *Meta* nereklāmas pakalpojumi ir *Facebook* un *Instagram*. Sniedzot šos pakalpojumus, *Meta* galalietotājiem piedāvā iespēju publicēt un patērēt dabiski atrodamu saturu. Turklāt *Facebook* vidē galalietotāji var izmantot dažādus citus pakalpojumus, piemēram, *Marketplace*, *Messenger*, *Gaming Play* un *Dating*. Galalietotāji *Meta* nereklāmas pakalpojumiem var piekļūt, izmantojot savus *Facebook* un/vai *Instagram* kontus.

(6) Ar sava reklāmas pakalpojuma starpniecību *Meta* savās platformās izvieto personalizētas reklāmas. Šim nolūkam *Meta* kombinē visus personas datus, ko uzņēmums vāc no galalietotājiem un dažām trešo personu tīmekļa vietnēm, ar personas datiem, ko tas vāc no galalietotājiem, kas sadarbojas ar tā reklāmas pakalpojumu.

(7) Lai izpildītu Regulas (ES) 2022/1925 5. panta 2. punkta prasības, 2023. gada novembrī *Meta* ieviesa reklāmas modeli "*Consent or Pay*" ("piekrīti vai maksā") *Facebook* un *Instagram* vides galalietotājiem ES, piedāvājot tiem divas iespējas:

(a) **iespēju *"With Ads"*** (ar reklāmu) – *Meta* sociālo tīklu platformu izmanto bez maksas, bet ar pilnībā personalizētām reklāmām, lietotājiem piekrītot savu personas datu kombinēšanai personalizētas reklāmas nolūkā;

vai

(b) **iespēju "*Subscription for No Ads (SNA)*"** (abonēšana bez reklāmas) – *Meta* sociālā tīkla platformu izmanto bez reklāmas sludinājumiem, bet par abonēšanas maksu, ja galalietotāji nevēlas piekrist savu personas datu kombinēšanai personalizētas reklāmas nolūkā.

4. PROCEDŪRA

(8) Komisija 2023. gada 5. septembrī pieņēma lēmumu, ar kuru uzņēmumam *Meta* tika noteikts vārtziņa statuss saskaņā ar Regulas (ES) 2022/1925 3. panta 4. punktu ([3]). Kopš 2024. gada 7. marta uzņēmumam *Meta* bija jāpilda pienākumi, kas attiecībā uz norādītajiem PPP noteikti Digitālo tirgu aktā, jo īpaši minētās regulas 5. panta 2. punktā.

(9) *Meta* reklāmas modelis "*Consent or Pay*" ir aprakstīts *Meta* atbilstības ziņojumā, kas Komisijai iesniegts 2024. gada 6. martā.

(10) Komisija 2024. gada 25. martā pieņēma Lēmumu C(2024) 2052, ar ko saskaņā ar Regulas (ES) 2022/1925 20. panta 1. punktu sāk procedūru attiecībā uz *Meta* reklāmas modeli "*Consent or Pay*", lai, iespējams, pieņemtu lēmumu, ievērojot Regulas (ES) 2022/1925 29., 30. un 31. pantu ([4]).

([2]) Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (ES) 2016/679 (2016. gada 27. aprīlis) par fizisku personu aizsardzību attiecībā uz personas datu apstrādi un šādu datu brīvu apriti un ar ko atceļ Direktīvu 95/46/EK (Vispārīgā datu aizsardzības regula, "VDAR") (OV L 119, 4.5.2016., 1.lpp.).

([3]) Lēmums C(2023) 6105 final, OV C, C/2023/1092, 2023. gada 23. novembris.

([4]) Lēmums C(2024) 2052 final.

(11) Komisija 2024. gada 1. jūlijā saskaņā ar Regulas (ES) 2022/1925 29. panta 3. punktu un 34. panta 1. punktu uzņēmumam *Meta* paziņoja savus sākotnējos konstatējumus, kuros tā uzņēmumu informēja par savu sākotnējo secinājumu, ka *Meta* reklāmas modelis "*Consent or Pay*" neatbilst Regulas (ES) 2022/1925 5. panta 2. punktā noteiktajām prasībām. *Meta* uz sākotnējiem konstatējumiem atbildēja 2024. gada 5. augustā, apstrīdot Komisijas sākotnējos secinājumus.

(12) Kopš 2024. gada 6. marta un visā izmeklēšanas gaitā *Meta* turpina apspriest ar Komisiju iespēju ieviest alternatīvu reklāmas piedāvājumu savā "*Consent or Pay*" reklāmas modelī kā daļu no risinājuma vispārīgās atbilstības nodrošināšanai Regulas (ES) 2022/1925 5. panta 2. punktam. Kad modelis bija būtiski mainījies, 2024. gada 12. novembrī *Meta* nāca klajā ar papildu "bezmaksas" iespēju ("*Additional Ads*") tiem galalietotājiem, kuri nevēlas piekrist pilnai datu kombinēšanai mērķorientētas reklāmas vajadzībām.

(13) Šis lēmums attiecas tikai uz *Meta* sākotnējo reklāmas modeli "*Consent or Pay*" laikposmā no 2024. gada marta līdz novembrim. Šāds Lēmuma darbības jomas ierobežojums neskar to, ka Komisija var vēlāk veikt *Meta* "*Additional Ads*" iespējas izmeklēšanu un novērtēt tās atbilstību Regulai (ES) 2022/1925.

(14) Saskaņā ar Regulas (ES) 2022/1925 29. pantu un 50. panta 2. punktu notika apspriešanās ar Digitālo tirgu padomdevēju komiteju, un tā 2025. gada 22. aprīlī sniedza pozitīvu atzinumu.

5. **KOMISIJAS NOVĒRTĒJUMS**

(15) Pamatojoties uz pierādījumiem, ko Komisija savākusi izmeklēšanas gaitā, un uz tās rīcībā esošo informāciju, kad tā bija izpildījusi savu pienākumu lojāli sadarboties ar Īrijas Datu aizsardzības komisiju un apspriedusies ar Digitālo tirgu padomdevēju komiteju, Komisija secina, ka *Meta* reklāmas modelis "*Consent or Pay*" neatbilst Regulas (ES) 2022/1925 5. panta 2. punktam, ciktāl: i) šis modelis *Meta* sociālo tīklu platformu galalietotājiem nepiedāvā konkrētu izvēli izmantot mazāk personalizētu, bet līdzvērtīgu alternatīvu; un ii) šā modeļa konfigurācija neļauj galalietotājiem brīvi dot piekrišanu savu personas datu kombinēšanai personalizētas reklāmas nolūkā. Komisijas secinājums balstās uz šādiem apsvērumiem.

(16) ***Pirmkārt,*** Komisija uzskata, ka *Meta* "*Consent or Pay*" reklāmas modelis nesniedz *Meta* sociālo tīklu platformu galalietotājiem "konkrēto izvēli" izmantot mazāk personalizētu, bet līdzvērtīgu alternatīvu iespējai "*With Ads*", jo abām iespējām ir atšķirīgi piekļuves nosacījumi. Turklāt uzņēmums *Meta* būtu varējis pamatoti sagaidīt un zināja, ka reklāmas modelis "*Consent or Pay*" nozīmētu, ka šāda līdzvērtības trūkuma dēļ lielākā daļa galalietotāju izvēlēsies bezmaksas "*With Ads*" iespēju.

(17) ***Otrkārt,*** Komisija uzskata, ka *Meta* reklāmas modeļa "*Consent or Pay*" konfigurācija nenodrošina to, ka galalietotāji, ievērojot Regulas (ES) 2016/679 prasības, brīvi dod piekrišanu savu personas datu kombinēšanai reklāmas personalizēšanas nolūkā. Iemesls tam ir nepārprotami nevienlīdzīgs spēku samērs starp *Meta* un tiem galalietotājiem, kuri izmanto *Meta* nereklāmas pakalpojumus, un kaitējums, ko cietīs galalietotāji, atsakoties dot piekrišanu (t. i., viņiem būs jāmaksā abonēšanas maksa).

6. **RĪKOJUMS PAR NEATBILSTĪBAS PĀRTRAUKŠANU UN IZBEIGŠANU**

(18) Ņemot vērā iepriekš minēto, Komisija uzņēmumam *Meta* saskaņā ar Regulas (ES) 2022/1925 29. panta 5. punktu uzdod pilnībā izbeigt "*Consent or Pay*" modeļa neatbilstību 60 kalendāro dienu laikā no paziņošanas dienas ("pārtraukšanas un izbeigšanas rīkojums").

(19) Lai šo pārtraukšanas un izbeigšanas rīkojumu izpildītu, *Meta* tiem saviem galalietotājiem, kuri nevēlas piekrist savu personas datu pilnai izmantošanai mērķorientētu reklāmu vajadzībām, jāpiedāvā mazāk personalizēta, bet līdzvērtīga alternatīva,

(a) kura tiek piedāvāta neitrālā veidā ar izvēles plūsmām, kas ļauj galalietotājiem brīvi izvēlēties minēto alternatīvu;

(b) kura nav saistīta ar tādu personas datu apstrādi, uz kuriem attiecas DTA 5. panta 2. punktā noteiktās prasības par konkrētu izvēli un galalietotāja piekrišanu; kā arī

(c) kura ir līdzvērtīga pakalpojumam, kurš tiek sniegts piekrišanu devušajiem lietotājiem, izņemot izmantoto personas datu apjoma ziņā, bet ietverot, piemēram, veiktspēju, pieredzi un piekļuves nosacījumus, un tāpēc netiek sniegts par maksu.

7. **NAUDAS SODI UN PERIODISKI SODA MAKSĀJUMI**

(20) Ņemot vērā iepriekš minēto, ar šo lēmumu uzņēmumam *Meta* piemēro naudas sodu 200 000 000 EUR apmērā saskaņā ar Regulas (ES) 2022/1925 30. panta 1. punktu. Piemērotais naudas sods nepārsniedz maksimāli pieļaujamos 10 % no *Meta* apgrozījuma pasaulē, kā noteikts Regulā (ES) 2022/1925.

(21) Lēmumā arī norādīts, ka, ja *Meta* neizpilda rīkojumu par neatbilstības pārtraukšanu un izbeigšanu, uzņēmumam piemēro periodisku soda maksājumu, kas nepārsniedz Regulas (ES) 2022/1925 31. panta 1. punktā noteikto ierobežojumu.

(22) "*Additional Ads*" iespēja, ko *Meta* piedāvā kopš 2024. gada 12. novembra nav iemesls šā apsvēruma apšaubīšanai, jo nevar izslēgt, ka šī jaunā iespēja joprojām neatbilst Lēmumam.

8. **SECINĀJUMS**

(23) Iepriekš izklāstīto iemeslu dēļ procedūra ar šo lēmumu tiek slēgta, secinot, ka *Meta* reklāmas modelis "*Consent or Pay*" neatbilst Regulas (ES) 2022/1925 5. panta 2. punkta prasībām, un šā iemesla dēļ nosakot naudas sodu. Turklāt Lēmumā ir noteikts neatbilstības pārtraukšanas un izbeigšanas rīkojums, ar ko uzņēmumam *Meta* tiek uzdots izbeigt pārkāpumu 60 kalendāro dienu laikā no paziņošanas dienas, kā arī noteikti iespējami periodiski soda maksājumi, ja *Meta* šo rīkojumu neizpilda.