C/2025/3466

27.6.2025

Rezumatul Deciziei Comisiei

din 23 aprilie 2025

referitoare la o decizie în temeiul articolului 29 alineatul (1) litera (a), al articolului 30 alineatul (1) litera (a) și al articolului 31 alineatul (1) litera (h) din Regulamentul (UE) 2022/1925

[Case DMA.100055 – META – ARTICLE 5(2)]

[notificată cu numărul C(2025) 2091]

(Numai textul în limba engleză este autentic)

(C/2025/3466)

La 23 aprilie 2025, Comisia a adoptat o decizie în temeiul articolului 29 alineatul (1) litera (a), al articolului 30 alineatul (1) litera (a) și al articolului 31 alineatul (1) litera (h) din Regulamentul (UE) 2022/1925 ([1]). *În conformitate cu dispozițiile articolului 44 din Regulamentul (UE) 2022/1925, Comisia publică în continuare numele părților și elementele principale ale deciziei, ținând seama de interesul legitim al întreprinderilor de a-și proteja secretele comerciale.*

1. INTRODUCERE

(1) Decizia de neconformitate („decizia”) cuprinde constatarea Comisiei potrivit căreia modelul publicitar de tip „consimțământ sau plată” folosit de Meta Platforms, Inc. („Meta”) în Uniune nu respectă articolul 5 alineatul (2) din Regulamentul (UE) 2022/1925 în ceea ce privește combinarea datelor cu caracter personal ale utilizatorilor finali din serviciile de platformă esențiale („SPE”) fără comunicări cu caracter publicitar și din serviciile distincte ale Meta (denumite împreună „serviciile fără comunicări cu caracter publicitar ale Meta”), inclusiv, dar fără a se limita la acestea, SPE ale rețelelor de socializare online („RSO”) Facebook și Instagram ale Meta, SPE ale serviciilor de comunicații interpersonale ale Meta care nu se bazează pe numere („SCIN”), platforma Messenger, SPE ale serviciului de intermediere online („SIO”) al Meta, platforma Marketplace și serviciile distincte Dating și Gaming Play, precum și combinarea datelor cu caracter personal ale utilizatorilor finali obținute de la terți, pe de o parte, cu datele din SPE ale serviciului de publicitate online al Meta („SPO”), Meta Ads, pe de altă parte, în scopul furnizării de servicii de publicitate personalizată.

(2) Prin urmare, decizia impune Meta o amendă, precum și potențiale penalități cu titlu cominatoriu în cazul în care Meta nu respectă ordinul de încetare prevăzut în decizie.

2. CADRUL JURIDIC

(3) Potrivit articolului 5 alineatul (2) primul paragraf din Regulamentul (UE) 2022/1925, este interzis controlorului de acces:

(a) să prelucreze, în scopul furnizării de servicii de publicitate online, datele cu caracter personal ale utilizatorilor finali care recurg la serviciile unor terți care utilizează serviciile de platformă esențiale ale controlorului de acces;

(b) să combine datele cu caracter personal provenite de la serviciul de platformă esențial relevant cu date cu caracter personal provenite de la alte servicii de platformă esențiale sau de la orice alt serviciu furnizat de controlorul de acces sau cu date cu caracter personal provenite de la servicii furnizate de terți și

(c) să utilizeze încrucișat date cu caracter personal între serviciul de platformă esențial relevant și alte servicii furnizate separat de controlorul de acces, inclusiv alte servicii de platformă esențiale, precum și vice versa.

([1]) Regulamentul (UE) 2022/1925 al Parlamentului European și al Consiliului din 14 septembrie 2022 privind piețe contestabile și echitabile în sectorul digital și de modificare a Directivelor (UE) 2019/1937 și (UE) 2020/1828 (Regulamentul privind piețele digitale) (JO L 265, 12.10.2022, p. 1).

(4) Cu toate acestea, articolul 5 alineatul (2) primul paragraf din Regulamentul (UE) 2022/1925 precizează că interzicerea acestor activități de prelucrare a datelor (denumite împreună „combinare") nu se aplică în cazul în care sunt îndeplinite două condiții cumulative:

(i) controlorul de acces a prezentat utilizatorului final ***opțiunea specifică*** privind combinarea datelor cu caracter personal în cadrul SPE și al serviciilor distincte. Potrivit acestei opțiuni, utilizatorului final trebuie să i se ofere o alternativă mai puțin personalizată, dar echivalentă cu serviciul controlorului de acces pentru care este necesar consimțământul referitor la combinarea datelor și

(ii) utilizatorul final și-a exprimat ***consimțământul valabil*** referitor la combinarea datelor, în sensul articolului 4 alineatul (11) și al articolului 7 din Regulamentul (UE) 2016/679 ([2]).

3. MODELUL PUBLICITAR DE TIP „CONSIMȚĂMÂNT SAU PLATĂ" FOLOSIT DE META

(5) Principalele servicii fără comunicări cu caracter publicitar ale Meta sunt Facebook și Instagram. În ceea ce privește aceste servicii, Meta oferă utilizatorilor finali posibilitatea de a posta și de a consuma conținut organic. De asemenea, în mediul Facebook, utilizatorii finali pot utiliza diverse alte servicii, cum ar fi Marketplace, Messenger, Gaming Play și Dating. Utilizatorii finali pot accesa serviciile fără comunicări cu caracter publicitar ale Meta prin intermediul conturilor lor Facebook și/sau Instagram.

(6) Prin intermediul serviciului său de comunicări cu caracter publicitar, Meta afișează comunicări cu caracter publicitar personalizate pe platformele sale. În acest scop, Meta combină toate datele cu caracter personal pe care le colectează de la utilizatorii săi finali și de la unele site-uri web ale terților cu datele cu caracter personal pe care le colectează de la utilizatorii finali care interacționează cu serviciul său de comunicări cu caracter publicitar.

(7) Pentru a se conforma articolului 5 alineatul (2) din Regulamentul (UE) 2022/1925, Meta a introdus, în noiembrie 2023, un model publicitar de tip „consimțământ sau plată" pentru utilizatorii finali ai mediilor Facebook și Instagram din UE, care le oferă două opțiuni:

(a) **opțiunea „cu reclame"**: utilizarea în mod gratuit a platformelor de socializare ale Meta, dar cu comunicări cu caracter publicitar complet personalizate, utilizatorii trebuind să își exprime consimțământul pentru combinarea datelor lor cu caracter personal în scopul comunicărilor cu caracter publicitar personalizate

sau

(b) **opțiunea „abonament fără reclame"**: utilizarea platformelor de socializare fără a primi comunicări cu caracter publicitar, dar contra plății unui abonament, dacă utilizatorii nu doresc să își exprime consimțământul pentru combinarea datelor lor cu caracter personal în scopul comunicărilor cu caracter publicitar personalizate.

4. PROCEDURA

(8) La 5 septembrie 2023, Comisia a adoptat o decizie de desemnare a Meta drept controlor de acces în temeiul articolului 3 alineatul (4) din Regulamentul (UE) 2022/1925 ([3]). Începând cu 7 martie 2024, Meta a trebuit să respecte obligațiile prevăzute în Regulamentul privind piețele digitale, în special articolul 5 alineatul (2) din regulamentul respectiv, în ceea ce privește SPE desemnate.

(9) Modelul publicitar de tip „consimțământ sau plată" folosit de Meta este descris în raportul de conformitate al Meta prezentat Comisiei la 6 martie 2024.

(10) La 25 martie 2024, Comisia a adoptat Decizia C(2024) 2052 de inițiere a procedurii în temeiul articolului 20 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2022/1925 în ceea ce privește modelul publicitar de tip „consimțământ sau plată" folosit de Meta în vederea eventualei adoptări a unei decizii în temeiul articolelor 29, 30 și 31 din Regulamentul (UE) 2022/1925 ([4]).

([2]) Regulamentul (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului din 27 aprilie 2016 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și privind libera circulație a acestor date și de abrogare a Directivei 95/46/CE (Regulamentul general privind protecția datelor) (JO L 119, 4.5.2016, p. 1).

([3]) Decizia C(2023) 6105 final, JO C, C/2023/1092, 23.11.2023.

([4]) Decizia C(2024) 2052 final.

(11) La 1 iulie 2024, Comisia a comunicat Meta constatările preliminare în temeiul articolului 29 alineatul (3) și al articolului 34 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2022/1925, prin care a informat Meta cu privire la concluzia sa preliminară potrivit căreia modelul publicitar de tip „consimțământ sau plată” folosit de Meta nu respectă cerințele prevăzute la articolul 5 alineatul (2) din Regulamentul (UE) 2022/1925. La 5 august 2024, Meta a transmis răspunsul său la constatările preliminare, prin care contesta concluziile preliminare ale Comisiei.

(12) De la 6 martie 2024 și pe parcursul investigației, Meta a discutat cu Comisia despre posibilitatea introducerii unei oferte alternative de publicitate în cadrul modelului publicitar de tip „consimțământ sau plată”, ca parte a soluției sale generale de asigurare a conformității cu articolul 5 alineatul (2) din Regulamentul (UE) 2022/1925. La 12 noiembrie 2024, după o evoluție semnificativă a modelului, Meta a introdus o opțiune suplimentară „gratuită” („opțiunea suplimentară privind comunicările cu caracter publicitar”) pentru utilizatorii săi finali care nu doresc să își exprime consimțământul pentru combinarea completă a datelor în scopul comunicărilor cu caracter publicitar țintite.

(13) Prezenta decizie se referă numai la modelul publicitar inițial de tip „consimțământ sau plată” al Meta pentru perioada martie-noiembrie 2024. Această limitare a domeniului de aplicare al prezentei decizii nu aduce atingere capacității Comisiei de a investiga opțiunea suplimentară privind comunicările cu caracter publicitar a Meta și de a evalua conformitatea acesteia cu Regulamentul (UE) 2022/1925 într-o etapă ulterioară.

(14) În conformitate cu articolul 29 și cu articolul 50 alineatul (2) din Regulamentul (UE) 2022/1925, Comitetul consultativ pentru piețele digitale a fost consultat și a emis un aviz pozitiv la 22 aprilie 2025.

5. **EVALUAREA COMISIEI**

(15) Pe baza elementelor de probă strânse de Comisie în cursul investigației și a informațiilor de care dispune, după ce și-a respectat obligația de cooperare loială cu Comisia pentru Protecția Datelor din Irlanda și după ce a consultat Comitetul consultativ pentru piețele digitale, Comisia concluzionează că modelul publicitar de tip „consimțământ sau plată” folosit de Meta nu respectă articolul 5 alineatul (2) din Regulamentul (UE) 2022/1925 în măsura în care: (i) acest model nu prezintă utilizatorilor finali ai platformelor de socializare ale Meta opțiunea specifică a unei alternative mai puțin personalizate, dar echivalente și (ii) configurația acestui model nu permite utilizatorilor finali să își exprime în mod liber consimțământul privind combinarea datelor lor cu caracter personal în scopul publicității personalizate. Comisia își întemeiază concluzia pe argumentele prezentate în cele ce urmează.

(16) ***În primul rând***, Comisia consideră că modelul publicitar de tip „consimțământ sau plată” folosit de Meta nu oferă utilizatorilor finali ai platformelor de socializare ale Meta „opțiunea specifică” a unei alternative mai puțin personalizate, dar echivalente opțiunii „cu reclame”, deoarece ambele opțiuni presupun condiții de acces diferite. De asemenea, Meta ar fi putut preconiza în mod rezonabil și știa că modelul său publicitar de tip „consimțământ sau plată” ar determina majoritatea utilizatorilor săi finali să opteze pentru opțiunea gratuită, cu comunicări cu caracter publicitar din cauza lipsei unei opțiuni echivalente.

(17) ***În al doilea rând,*** în opinia Comisiei, configurația modelului publicitar de tip „consimțământ sau plată” folosit de Meta nu asigură faptul că utilizatorii finali își exprimă în mod liber consimțământul, respectând cerințele prevăzute de Regulamentul (UE) 2016/679, pentru combinarea datelor lor cu caracter personal în scopul personalizării comunicărilor cu caracter publicitar. Aceasta este urmarea unui dezechilibru clar de putere între Meta și utilizatorii finali ai serviciilor sale fără comunicări cu caracter publicitar și este în detrimentul utilizatorilor finali, care vor avea de suferit dacă refuză să își exprime consimțământul (și anume, trebuind să plătească contravaloarea abonamentului).

6. **ORDIN DE ÎNCETARE**

(18) Având în vedere cele de mai sus, în temeiul articolului 29 alineatul (5) din Regulamentul (UE) 2022/1925, Comisia dispune ca Meta să pună capăt efectiv neconformității modelului său de tip „consimțământ sau plată” în termen de 60 de zile calendaristice de la data notificării („ordin de încetare”).

(19) Pentru a respecta acest ordin de încetare, Meta ar trebui să ofere utilizatorilor săi finali care nu doresc să își exprime consimțământul privind utilizarea deplină a datelor cu caracter personal în scopul comunicărilor cu caracter publicitar țintite o alternativă mai puțin personalizată, dar echivalentă,

(a) care este prezentată într-un mod neutru și cu fluxuri de opțiuni care să permită utilizatorilor finali să opteze în mod liber pentru alternativa respectivă;

(b) care nu implică prelucrarea datelor cu caracter personal care face obiectul cerințelor privind opțiunea specifică și consimțământul utilizatorului final în temeiul articolului 5 alineatul (2) din Regulamentul privind piețele digitale și

(c) care este echivalentă cu serviciul oferit utilizatorilor care și-au dat consimțământul, exceptând volumul de date cu caracter personal utilizate, dar inclusiv, de exemplu, în ceea ce privește performanța, experiența și condițiile de acces, și care, prin urmare, nu este contra cost.

7. **AMENZI ȘI PENALITĂȚI CU TITLU COMINATORIU**

(20) Având în vedere cele de mai sus, decizia impune Meta, în temeiul articolului 30 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2022/1925, o amendă în valoare de 200 000 000 EUR. Amenda impusă nu depășește valoarea maximă permisă de pragul de 10 % din cifra de afaceri mondială a Meta, astfel cum prevede Regulamentul (UE) 2022/1925.

(21) Decizia indică, de asemenea, că, în cazul în care Meta nu se conformează ordinului de încetare, i se aplică o penalitate cu titlu cominatoriu care nu depășește limita prevăzută la articolul 31 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2022/1925.

(22) Această considerație nu este pusă în discuție de opțiunea suplimentară privind comunicările cu caracter publicitar oferită de Meta începând cu 12 noiembrie 2024, deoarece nu se poate exclude faptul că această nouă opțiune nu este conformă cu decizia.

8. **CONCLUZIE**

(23) Din motivele prezentate mai sus, decizia pune capăt procedurii concluzionând că modelul publicitar de tip „consimțământ sau plată” folosit de Meta nu este conform cu articolul 5 alineatul (2) din Regulamentul (UE) 2022/1925 și, din acest motiv, impune o amendă. De asemenea, decizia impune Meta un ordin de încetare care dispune încetarea încălcării în termen de 60 de zile calendaristice de la data notificării, precum și eventuale penalități cu titlu cominatoriu în cazul în care Meta nu se conformează ordinului.