C/2025/3466

27.6.2025

Povzetek sklepa Komisije

z dne 23. aprila 2025

v zvezi s sklepom na podlagi člena 29(1), točka (a), člena 30(1), točka (a), in člena 31(1), točka (h), Uredbe (EU) 2022/1925

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

(notificirano pod dokumentarno številko C(2025) 2091)

(Besedilo v angleškem jeziku je edino verodostojno)

(C/2025/3466)

Komisija je 23. aprila 2025 sprejela sklep na podlagi člena 29(1), točka (a), člena 30(1), točka (a), in člena 31(1), točka (h), Uredbe (EU) 2022/1925 ([1]). V skladu z določbami iz člena 44 Uredbe (EU) 2022/1925 Komisija objavlja imena strani in glavno vsebino sklepa ob upoštevanju pravnega interesa podjetij, da varujejo svoje poslovne skrivnosti.

1. UVOD

(1) V sklepu o neizpolnjevanju obveznosti (v nadaljnjem besedilu: sklep) je predstavljena ugotovitev Komisije, da model oglaševanja „privoli ali plačaj“, ki ga v Uniji uporablja družba Meta Platforms, Inc. (v nadaljnjem besedilu: družba Meta), ni v skladu s členom 5(2) Uredbe (EU) 2022/1925 glede združevanja osebnih podatkov svojih končnih uporabnikov iz jedrnih platformnih storitev, ki imajo možnost neoglaševanja, in drugih storitev družbe Meta (v nadaljnjem besedilu skupaj: storitve družbe Meta z možnostjo neoglaševanja), kamor med drugim spadajo njeni jedrni platformni storitvi družbenega omrežja Facebook in Instagram, njena medosebna komunikacijska storitev, neodvisna od številke, jedrna platformna storitev Messenger, njena spletna posredniška storitev, jedrna platformna storitev Marketplace in njeni drugi storitvi Dating in Gaming Play, ter osebnih podatkov, ki jih pridobiva od tretjih strani, na eni strani, s podatki v storitvi spletnega oglaševanja platforme Meta Ads, na drugi strani, z namenom personaliziranega oglaševanja.

(2) Sklep zato družbi Meta nalaga globo in morebitne periodične denarne kazni, če družba Meta ne bo ravnala v skladu z zahtevo za prenehanje, določeno v sklepu.

2. PRAVNI OKVIR

(3) V skladu s členom 5(2), prvi pododstavek, Uredbe (EU) 2022/1925 vratar ne sme:

(a) obdelovati osebnih podatkov končnih uporabnikov storitev tretjih strani, ki uporabljajo jedrne platformne storitve vratarja, za namen zagotavljanja storitev spletnega oglaševanja;

(b) združevati osebnih podatkov iz zadevnih jedrnih platformnih storitev z osebnimi podatki iz drugih jedrnih platformnih storitev ali katerih koli drugih storitev, ki jih zagotavlja vratar, ali z osebnimi podatki iz storitev tretjih strani ter

(c) uporabljati osebnih podatkov iz zadevne jedrne platformne storitve navzkrižno pri drugih storitvah, ki jih vratar zagotavlja ločeno, vključno z drugimi jedrnimi platformnimi storitvami, in obratno.

([1]) Uredba (EU) 2022/1925 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 14. septembra 2022 o tekmovalnih in pravičnih trgih v digitalnem sektorju in spremembi direktiv (EU) 2019/1937 in (EU) 2020/1828 (akt o digitalnih trgih) (UL L 265, 12.10.2022, str. 1).

(4) Vendar je v členu 5(2), prvi pododstavek, Uredbe (EU) 2022/1925 določeno, da se prepoved teh dejavnosti obdelave podatkov (v nadaljnjem besedilu: združevanje) ne uporablja, če sta izpolnjena dva kumulativna pogoja:

(i) vratar je končnemu uporabniku ponudil ***izrecno izbiro*** za združevanje svojih osebnih podatkov v jedrnih platformnih storitvah in drugih storitvah. Taka izrecna izbira pomeni, da se končnemu uporabniku ponudi tudi manj personalizirana, vendar enakovredna alternativa storitvi vratarja, za katero pa je potrebna privolitev v združevanje podatkov ter

(ii) končni uporabnik je dal ***veljavno privolitev*** v tako združevanje v smislu člena 4(11) in člena 7 Uredbe (EU) 2016/679 ([2]).

3. **POSLOVNI MODEL DRUŽBE META „PRIVOLI ALI PLAČAJ“**

(5) Facebook in Instagram sta glavni storitvi družbe Meta z možnostjo neoglaševanja. V okviru teh storitev družba Meta končnim uporabnikom omogoča objavo in uporabo organskih vsebin. Poleg tega lahko končni uporabniki v okolju Facebook uporabljajo več drugih storitev, kot so Marketplace, Messenger, Gaming Play in Dating. Končni uporabniki lahko do storitev družbe Meta z možnostjo neoglaševanja dostopajo prek svojih računov na Facebooku in/ali Instagramu.

(6) Družba Meta v okviru svoje storitve oglaševanja na svojih platformah prikazuje personalizirane oglase. Personalizira jih z združevanjem vseh osebnih podatkov, ki jih zbere prek svojih končnih uporabnikov in nekaterih spletnih mest tretjih strani, z osebnimi podatki, zbranimi prek končnih uporabnikov, ki so bili v interakciji s storitvijo oglaševanja.

(7) Družba Meta je za zagotavljanje skladnosti s členom 5(2) Uredbe (EU) 2022/1925 novembra 2023 uvedla model oglaševanja „privoli ali plačaj“ za končne uporabnike okolij Facebook in Instagram v EU, ki ponuja dve možnosti:

(a) **oglaševanje**: brezplačna uporaba platform družbenih omrežij družbe Meta, vendar s prikazovanjem popolnoma personaliziranih oglasov, pri čemer morajo uporabniki privoliti v združevanje svojih osebnih podatkov za namene personaliziranega oglaševanja,

ali

(b) **neoglaševanje proti plačilu naročnine**: uporaba platform družbenih omrežij družbe Meta brez oglaševanja, vendar proti plačilu naročnine, če končni uporabniki ne želijo privoliti v združevanje svojih osebnih podatkov za namene personaliziranega oglaševanja.

4. **POSTOPEK**

(8) Komisija je 5. septembra 2023 sprejela sklep o imenovanju družbe Meta kot vratarja v skladu s členom 3(4) Uredbe (EU) 2022/1925 ([3]). Družba Meta mora od 7. marca 2024 izpolnjevati obveznosti iz akta o digitalnih trgih, zlasti tistih iz člena 5(2) navedene uredbe v zvezi z jedrnimi platformnimi storitvami.

(9) Model oglaševanja „privoli ali plačaj“ je opisan v poročilu o skladnosti, ki ga je družba Meta predložila Komisiji 6. marca 2024.

(10) Komisija je 25. marca 2024 sprejela Sklep C(2024) 2052 o začetku postopka v skladu s členom 20(1) Uredbe (EU) 2022/1925 v zvezi z modelom oglaševanja družbe Meta „privoli ali plačaj“ z namenom morebitnega sprejetja sklepa na podlagi členov 29, 30 in 31 Uredbe (EU) 2022/1925 ([4]).

([2]) Uredba (EU) 2016/679 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 27. aprila 2016 o varstvu posameznikov pri obdelavi osebnih podatkov in o prostem pretoku takih podatkov ter o razveljavitvi Direktive 95/46/ES (Splošna uredba o varstvu podatkov) (UL L 119, 4.5.2016, str. 1).

([3]) Sklep C(2023) 6105 final, UL C, C/2023/1092, 23.11.2023.

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

(11) Komisija je 1. julija 2024 družbi Meta sporočila svoje predhodne ugotovitve v skladu s členom 29(3) in členom 34(1) Uredbe (EU) 2022/1925, pri čemer je družbo Meta uradno obvestila o svoji predhodni sklepni ugotovitvi, da model oglaševanja družbe Meta „privoli ali plačaj“ ni v skladu z zahtevami iz člena 5(2) Uredbe (EU) 2022/1925. Družba Meta se je 5. avgusta 2024 odzvala na predhodne ugotovitve in izpodbila predhodne sklepne ugotovitve Komisije.

(12) Družba Meta od 6. marca 2024 in ves čas preiskave s Komisijo razpravlja o morebitni uvedbi alternativne možnosti oglaševanja v okviru svojega modela oglaševanja „privoli ali plačaj“ v okviru splošne rešitve za izpolnjevanje skladnosti s členom 5(2) Uredbe (EU) 2022/1925. Družba Meta je 12. novembra 2024 po znatnem razvoju modela uvedla dodatno brezplačno možnost (v nadaljnjem besedilu: dodatna možnost oglaševanja) za svoje uporabnike, ki ne želijo privoliti v polno združevanje podatkov za prikazovanje ciljno usmerjenih oglasov.

(13) Ta sklep se nanaša le na prvotni model oglaševanja družbe Meta „privoli ali plačaj“ za obdobje od marca do novembra 2024. Omejitev področja uporabe tega sklepa ne posega v zmožnost Komisije, da razišče dodatno možnost oglaševanja družbe Meta in v prihodnje oceni njeno skladnost z Uredbo (EU) 2022/1925.

(14) V skladu s členom 29 in členom 50(2) Uredbe (EU) 2022/1925 je bilo opravljeno posvetovanje s svetovalnim odborom za digitalne trge, ki je 22. aprila 2025 izdal pozitivno mnenje.

5. **OCENA KOMISIJE**

(15) Komisija na podlagi dokazov, ki jih je zbrala med preiskavo, in razpoložljivih informacij ter po izpolnitvi svoje obveznosti lojalnega sodelovanja z irsko komisijo za varstvo podatkov in po posvetovanju s svetovalnim odborom za digitalne trge ugotavlja, da model oglaševanja družbe Meta „privoli ali plačaj“ ni v skladu s členom 5(2) Uredbe (EU) 2022/1925, ker (i) ta model končnim uporabnikom platform družbenih omrežij družbe Meta ne zagotavlja izrecne izbire, ki jim ponuja manj personalizirano, vendar enakovredno alternativo, ter (ii) konfiguracija tega modela končnim uporabnikom ne omogoča, da prostovoljno privolijo v združevanje svojih osebnih podatkov za namene personaliziranega oglaševanja. Ta odločitev Komisije temelji na naslednjih razlogih.

(16) ***Prvič***, Komisija meni, da model oglaševanja družbe Meta „privoli ali plačaj“ končnim uporabnikom platform družbenih omrežij družbe Meta ne zagotavlja izrecne izbire, ki bi jim ponudila tudi manj personalizirano, vendar enakovredno alternativo možnosti oglaševanja, saj imata obe možnosti različne pogoje za dostop. Poleg tega bi lahko družba Meta razumno pričakovala in vedela, da bo njen model oglaševanja „privoli ali plačaj“ privedel do tega, da se bo večina njenih končnih uporabnikov zaradi take neenakovrednosti odločila za brezplačno možnost oglaševanja.

(17) ***Drugič***, Komisija meni, da konfiguracija modela oglaševanja družbe Meta „privoli ali plačaj“ ne omogoča, da končni uporabniki v skladu z zahtevami iz Uredbe (EU) 2016/679 prostovoljno privolijo v združevanje svojih osebnih podatkov za namene personaliziranega oglaševanja. To je posledica očitnega neravnovesja moči med družbo Meta in končnimi uporabniki njenih storitev brez oglaševanja in posledica škode, ki jo bodo verjetno utrpeli končni uporabniki, če ne želijo privoliti (tj. ker bodo morali plačati naročnino).

6. **ZAHTEVA O PRENEHANJU**

(18) Glede na navedeno Komisija družbi Meta v skladu s členom 29(5) Uredbe (EU) 2022/1925 nalaga, naj učinkovito odpravi neskladnost svojega modela „privoli ali plačaj“, in sicer v 60 koledarskih dneh od datuma uradnega obvestila (v nadaljnjem besedilu: zahteva o prenehanju).

(19) Da bi družba Meta izpolnila to zahtevo, mora svojim končnim uporabnikom, ki ne želijo privoliti v polno uporabo osebnih podatkov za prikazovanje ciljno usmerjenih oglasov, ponuditi manj personalizirano, vendar enakovredno alternativo, ki:

(a) je predstavljena na nevtralen način in v zaporedju izbora, ki končnim uporabnikom omogoča, da prostovoljno izberejo to alternativo;

(b) ne vključuje obdelave osebnih podatkov, za katero veljajo zahteve po izrecni izbiri in privolitvi končnega uporabnika v skladu s členom 5(2) akta o digitalnih trgih, ter

(c) je enakovredna storitvi za uporabnike, ki dajo privolitev, vendar se razlikuje v količini uporabljenih osebnih podatkov, enaka pa je v smislu učinkovitosti, uporabniške izkušnje in pogojev dostopa, in ni zagotovljena proti plačilu.

7. **GLOBE IN PERIODIČNE DENARNE KAZNI**

(20) Glede na navedeno sklep družbi Meta nalaga globo v višini 200 000 000 EUR v skladu s členom 30(1) Uredbe (EU) 2022/1925. Naložena globa znaša največ 10 % prometa družbe Meta na svetovni ravni, kot je določeno v Uredbi (EU) 2022/1925.

(21) V sklepu je tudi navedeno, da se družbi Meta, če ne izpolni zahteve o prenehanju, naloži periodična denarna kazen, ki ne presega omejitve iz člena 31(1) Uredbe (EU) 2022/1925.

(22) Dodatna možnost oglaševanja, ki jo družba Meta ponuja od 12. novembra 2024, na ta preudarek ne vpliva, saj ni mogoče izključiti, da ta nova možnost še vedno ni v skladu s sklepom.

8. **SKLEPNA UGOTOVITEV**

(23) Na podlagi navedenih razlogov se s sklepom postopek zaključi z ugotovitvijo, da model oglaševanja družbe Meta „privoli ali plačaj“ ni v skladu s členom 5(2) Uredbe (EU) 2022/1925, zaradi česar se naloži globa. Sklep družbi Meta nalaga tudi zahtevo za prenehanje in odpravo kršitve v 60 koledarskih dneh od datuma uradnega obvestila ter možne periodične denarne kazni, če družba Meta ne bo ravnala v skladu z zahtevo.