

3 Dicembre 2021

Google e Apple sanzionate dall'AGCM: le ricadute per chi raccoglie e gestisce dati degli utenti

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (**AGCM**) ha recentemente comunicato la chiusura di due istruttorie nei confronti di **Google** Ireland Ltd. (provv. 16 novembre 2021, PS11147 – Google Drive-Sweep 2017) e di **Apple** Distribution International Ltd (provv. 9 novembre 2021, PS11150 – iCloud).

Nello specifico, l'AGCM ha elevato alle due società sanzioni per un importo complessivo pari a 10 milioni ciascuna, dopo aver accertato, in particolare, le seguenti violazioni del Codice del Consumo:

1. la **carenza di idonee informative** in merito alla raccolta dei dati dell'utente a fini commerciali da parte di ciascuna (pratica commerciale ingannevole);
2. l'**illegittima preimpostazione del consenso** alla raccolta ed utilizzo dei dati personali a fini commerciali (pratica commerciale aggressiva).

I provvedimenti in questione offrono diversi **spunti concreti circa le impostazioni da adottare nella documentazione fornita all'utente a supporto dell'erogazione di servizi**, oltre alla corretta raccolta e gestione dei consensi per finalità di marketing e profilazione.

In particolare, con riferimento alle carenze informative riscontrate nella documentazione preposta all'erogazione dei servizi (es. termini e condizioni d'uso, privacy policy, etc.) e resa ad un utente che si registra creando un proprio account o accede ad un servizio che non comporta la creazione di un account, l'AGCM indica alcuni elementi essenziali:

1. le **informazioni** devono essere **di immediata evidenza ed esaustive**, ossia posizionate in pagine di consultazione non meramente eventuale, raggiungibili tramite link il cui contenuto deve poter essere visionato in via preventiva rispetto al completamento della procedura;
2. il contenuto di detti documenti deve **informare il consumatore sulla raccolta e utilizzo ai fini commerciali dei suoi dati**;
3. sarebbe preferibile che le **finalità commerciali non siano indicate unitamente** alle informazioni riguardanti l'utilizzo dei dati ad altri fini (es. dati connessi all'erogazione dei servizi, relativi alla sicurezza, alla qualità, etc.). In caso contrario, occorrerebbe che le finalità commerciali siano indicate con un'**evidenza grafica** tale da distinguerle dalle altre informazioni fornite nella stessa sede;
4. il **pop-up** pensato per comparire nell'immediatezza della conclusione del processo di registrazione, specie se opaco nell'informare, non deve essere utilizzato come rimedio per colmare i gap informativi riscontrabili nelle documentazioni preposte (come termini e condizioni d'uso o *privacy policy*), e in ogni caso deve informare in modo chiaro il consumatore circa lo sfruttamento dei dati personali per finalità commerciali;
5. specialmente nel caso di erogazione di **servizi "gratuiti"** (in cui il corrispettivo non è monetario, bensì è rappresentato dal dato personale raccolto dall'utente medesimo che si iscrive o accede detto servizio), è necessario, **ai fini di una scelta consapevole da parte del consumatore, evidenziare l'uso commerciale del dato personale**.

Con riferimento invece alla pratica consistente nella preimpostazione del consenso alla cessione dei dati personali degli utenti a fini commerciali, l'AGCM osserva che tale comportamento menoma la libertà del consumatore di scegliere liberamente come far utilizzare i propri dati ed è pertanto idonea a far assumere al consumatore decisioni di natura commerciale che altrimenti non avrebbe preso.

L'AGCM pone l'attenzione su alcuni elementi essenziali che interessano le modalità di raccolta e gestione dei consensi per finalità commerciali e profilazione. In particolare:

1. **non è possibile** condizionare la **cessione dei dati per finalità commerciali** ad un consenso preimpostato e quindi revocabile solo tramite un'azione successiva (c.d. meccanismo di **opt-out**);
2. allo stesso modo **non può essere preimpostato il consenso alla profilazione** del consumatore;
3. l'accesso all'azione di selezione o revoca del consenso da parte del consumatore deve essere inserita in una **sezione del processo di registrazione o accesso al servizio che deve poter essere visitata prima del completamento della procedura**. Sul punto, a nulla vale un messaggio riepilogativo finale che rimarca le finalità di marketing e profilazione (incluso il marketing profilato);
4. eventuali **correzioni e miglioramenti di processo** volte a rendere le informazioni più chiare ed accessibili devono anche prevedere la risoluzione dei profili di ambiguità e disinformazione pregressi, come ad esempio la gestione degli **utenti già iscritti** che non hanno espresso un consenso con la modalità dell'*opt-in*.

Appare quindi evidente come i principi stabiliti dal Codice del Consumo debbano trovare immediata applicazione fin dalla prima strutturazione della pratica commerciale. In tal senso, un valido aiuto può derivare proprio da una materia che la stessa AGCM definisce contigua: la *data protection*. I principi di *privacy by design* e *privacy by default* possono indirettamente aiutare ad evitare sanzioni per pratiche commerciali ingannevoli e/o aggressive.

Il presente documento viene consegnato esclusivamente per fini divulgativi. Esso non costituisce riferimento alcuno per contratti e/o impegni di qualsiasi natura.

Per ogni ulteriore chiarimento o approfondimento Vi preghiamo di contattare:

Matteo Padellaro
Partner
Concorrenza e Regolamentazione
Roma
+39 06 478751
mpadellaro@gop.it

Melissa Marchese
Counsel
Privacy
Milano
+39 02 763741
mmarchese@gop.it



INFORMATIVA EX ART. 13 del Reg. UE 2016/679 - Codice in materia di protezione dei dati personali

I dati personali oggetto di trattamento da parte dallo studio legale Gianni & Origoni (lo "Studio") sono quelli liberamente forniti nel corso di rapporti professionali o di incontri, eventi, workshop e simili, e vengono trattati anche per finalità informative e divulgative. La presente newsletter è inviata esclusivamente a soggetti che hanno manifestato il loro interesse a ricevere informazioni sulle attività dello Studio. Se Le fosse stata inviata per errore, ovvero avesse mutato opinione, può opporsi all'invio di ulteriori comunicazioni inviando una e-mail all'indirizzo: relazioniesterne@gop.it. Titolare del trattamento è lo studio Gianni & Origoni, con sede amministrativa in Roma, Via delle Quattro Fontane 20.