Apple e Google, 10 milioni di euro di multa per entrambe dall’Antitrust per abuso dati

L’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha chiuso due istruttorie nei confronti di **Google** Ireland Ltd. e di Apple Distribution International Ltd., sanzionando entrambe per 10 milioni di euro ossia, la massima sanzione possibile secondo la normativa vigente. L’Antitrust ha accertato per ogni società due violazioni del Codice del Consumo, una per carenze informative e un’altra per pratiche aggressive legate all’acquisizione e all’utilizzo dei dati dei consumatori a fini commerciali.

La replica di Apple

“Crediamo che l’opinione dell’Auto*rità sia sbagliata e faremo ricorso contro la decisione”,* si legge in una nota. *“Apple è da tempo impegnata nella protezione della privacy dei nostri utenti e lavoriamo con il massimo impegno per progettare prodotti e funzionalità che proteggano i dati. Diamo a tutti gli utenti un livello di trasparenza e controllo all’avanguardia nel settore, in modo che possano scegliere quali informazioni condividere o meno, e come vengono utilizzate.”*

Il contesto

Google fonda la propria attività economica sull’offerta di un’ampia gamma di prodotti e di servizi connessi a Internet – che comprendono tecnologie per la pubblicità online, strumenti di ricerca, cloud computing, software e hardware – basata

anche sulla profilazione degli utenti ed effettuata grazie ai loro dati. Apple raccoglie, profila e utilizza a fini commerciali i dati degli utenti attraverso l'utilizzo dei suoi dispositivi e dei suoi servizi. Quindi, pur senza procedere ad alcuna cessione di dati a terzi, Apple ne sfrutta direttamente il valore economico attraverso un'attività promozionale per aumentare la vendita dei propri prodotti e/o di quelli di terzi attraverso le proprie piattaforme commerciali App Store, iTunes Store e Apple Books.

"Non hanno fornito informazioni chiare e immediate sull'acquisizione e sull'uso dei dati degli utenti a fini commerciali"

In tali contesti, l'Autorità ha ritenuto che esiste un rapporto di consumo tra gli utenti e i due operatori, anche in assenza di esborso monetario, la cui controprestazione è rappresentata dai dati che essi cedono utilizzando i servizi di Google e di Apple.
L'Autorità ha accertato che sia Google sia Apple non hanno fornito informazioni chiare e immediate sull'acquisizione e sull'uso dei dati degli utenti a fini commerciali.

In particolare Google, sia nella fase di creazione dell'account, indispensabile per l'utilizzo di tutti i servizi offerti, sia durante l'utilizzo dei servizi stessi, omette informazioni rilevanti di cui il consumatore ha bisogno per decidere consapevolmente di accettare che la società raccolga e usi a fini commerciali le proprie informazioni personali.
Apple, sia nella fase di creazione dell'ID Apple, sia in occasione dell'accesso agli Store Apple (App Store, iTunes Store e Apple Books), non fornisce all'utente in maniera immediata ed esplicita alcuna indicazione sulla raccolta e

sull’utilizzo dei suoi dati a fini commerciali, enfatizzando solo che la raccolta dei dati è necessaria per migliorare l’esperienza del consumatore e la fruizione dei servizi.

Google pre-imposta l’accettazione da parte dell’utente al trasferimento e/o all’utilizzo dei propri dati per fini commerciali

Con la seconda pratica, l’Autorità ha accertato che le due società hanno attuato una pratica aggressiva. In particolare, nella fase di creazione dell’account, Google pre-imposta l’accettazione da parte dell’utente al trasferimento e/o all’utilizzo dei propri dati per fini commerciali. Questa pre-attivazione consente il trasferimento e l’uso dei dati da parte di Google, una volta che questi vengano generati, senza la necessità di altri passaggi in cui l’utente possa di volta in volta confermare o modificare la scelta pre-impostata dall’azienda.

Il consumatore Apple non ha la possibilità di scelta preventiva ed espressa sulla condivisione dei propri dati

Nel caso di Apple, invece, l’attività promozionale è basata su una modalità di acquisizione del consenso all’uso dei dati degli utenti a fini commerciali senza prevedere per il consumatore la possibilità di scelta preventiva ed espressa sulla condivisione dei propri dati. Questa architettura di acquisizione, predisposta da Apple, non rende possibile l’esercizio della propria volontà sull’utilizzo a fini commerciali dei propri dati. Dunque, il consumatore viene

condizionato nella scelta di consumo e subisce la cessione delle informazioni personali, di cui Apple può disporre per le proprie finalità promozionali effettuate in modalità diverse.

https://www.key4biz.it/apple-e-google-10-milioni-di-euro-di-multa-per-entrambe-dallantitrust-per-abuso-dati/383536/