



### OSSERVATORIO SULLA CORTE DI GIUSTIZIA DELL'UNIONE EUROPEA N. 5/2024

#### 1. *SCHREMS* C. *META*. LA CORTE DI GIUSTIZIA SI PRONUNCIA SUI LIMITI AL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI PER FINI DI PUBBLICITÀ MIRATA

##### 1. *Introduzione*

Con la sentenza *Schrems c. Meta Platforms Ireland Ltd* del 4 ottobre 2024 ([causa C-446/21](#), ECLI:EU:C:2024:834), la Corte di giustizia ha stabilito significative limitazioni all'uso dei dati personali degli utenti da parte di Meta per finalità pubblicitarie.

La controversia all'origine della pronuncia ha visto Maximilian Schrems, avvocato e attivista austriaco noto per il suo impegno nella difesa della *privacy* e dei diritti digitali, contestare il trattamento dei suoi dati personali da parte di Meta in particolare quelli di cui all'articolo 9 del Regolamento generale sulla protezione dei dati (RGPD), vista l'assenza di un suo esplicito consenso. Tali dati comprendevano informazioni sulle sue opinioni politiche e sul suo orientamento sessuale, ottenute analizzando le sue attività su *Facebook* e al di fuori di esso. La Meta Platforms Ireland, che gestisce l'offerta dei servizi di *Facebook* nell'Unione, promuove infatti determinati servizi gratuiti unicamente per gli utenti che hanno accettato che i loro dati personali siano raccolti e utilizzati per indirizzare loro pubblicità personalizzata. Questi annunci richiedono informazioni sulle preferenze, sugli interessi, sul potere d'acquisto e persino sulla situazione personale degli utenti e che Meta raccoglie da *Facebook* o da altri siti web attraverso *tools* come *cookies*, *social plugins* (come il pulsante "Mi piace" in una pagina web) e *pixels*. Queste tecnologie permettono così alla piattaforma *online* di raccogliere informazioni sul comportamento degli utenti, anche su contenuti sensibili, come gli interessi legati a temi politici o l'appartenenza a minoranze etniche o sociali.

La Corte, dunque, ha chiarito in che termini i *social network* come *Facebook* possono trattare tutti i dati personali per la pubblicità mirata, attraverso l'interpretazione di diversi articoli del RGPD. In tal senso, il giudice dell'Unione ha nuovamente esercitato una forte tutela dei diritti fondamentali nell'ambiente digitale, affrontando il complesso bilanciamento tra mercato e diritti (cfr. C. SCHEPISI, *Comunicazione, nuove tecnologie e tutela dei consumatori. L'evoluzione del diritto dell'Unione europea*, in *Mercato e consumatori, Edizione speciale quaderno informativo*, 2019, p. 47 ss.; A. CORRERA, *Digitalizzazione e profilazione degli utenti: la Corte di giustizia sul consenso informato e sulla responsabilità degli operatori online*, in *Osservatorio europeo*, 2020, pp. 1-17; W. KERBER, *Digital markets, data, and privacy: competition law, consumer law and data protection*, in *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 2016).

La pronuncia, infatti, si pone nel solco della sentenza *Meta Platforms* (v. sentenza della Corte del 4 luglio 2023, causa [C-252/21](#), *Meta Platforms Inc. e a. c. Bundeskartellamt* (Condizioni

generali di utilizzo di un *social network*) EU:C:2023:537). In quell'occasione, la Corte di giustizia ha riconosciuto la possibilità di una cooperazione tra il diritto della concorrenza e la normativa sulla protezione dei dati personali (cfr. G. PITRUZZELLA, *La tutela della concorrenza nella recente giurisprudenza della Corte di Giustizia*, in [federalismi.it](#), 2024), e allo stesso modo ha fornito importanti indicazioni relativamente alla base giuridica del trattamento dei dati ai fini di pubblicità mirate sulle piattaforme digitali (v. F. BATTAGLIA, *La sentenza Meta Platforms : Riflessioni in materia di valore dei dati e libera espressione del consenso*, in [Ordine Internazionale e Diritti Umani](#), 2023).

Completando quanto affermato in *Meta Platforms Inc. e a.*, la sentenza in esame affronta un ulteriore aspetto della vicenda, quello della raccolta indiscriminata dei dati personali, vale a dire il trattamento dei dati degli utenti trascurando la tipologia dei dati trattati e i tempi necessari alla finalità della raccolta di tali informazioni. Ciò che invece è confermato è l'approccio “*fundamental rights oriented*” al trattamento dei dati personali della Corte di giustizia, in alternativa ad una connotazione del valore dei dati come “forma di controprestazione” (cfr. V. RICCIUTO, C. SOLINAS (a cura di), *Forniture di servizi digitali e «pagamento» con la prestazione dei dati personali*, Milano, 2022; C. IRTI, *Consenso “negoziato” e circolazione dei dati personali*, Torino, 2021).

## 2. I fatti all'origine del rinvio

Nel caso oggetto del rinvio risulta che il ricorrente, Schrems, non aveva autorizzato Meta a trattare i dati personali generati dalle sue attività al di fuori di *Facebook* per fini di pubblicità personalizzata. Per lo stesso motivo, aveva anche scelto di non rendere pubblici i campi del profilo utente relativi alla sua situazione sentimentale, al suo datore di lavoro, alla sua occupazione o alla sua formazione (dati sensibili contenuti nella sezione “Informazioni”). Tuttavia, Schrems comunica pubblicamente il fatto di essere omosessuale.

Nonostante le impostazioni del proprio profilo, Meta ha utilizzato algoritmi per dedurre informazioni personali da comportamenti *online*, come “Mi piace” e interazioni. Schrems ha infatti ricevuto pubblicità mirata a un pubblico omosessuale, anche senza avere esplicitamente indicato tale orientamento. Così come è stato incluso in campagne pubblicitarie associate a figure politiche sulla base di un comportamento indiretto, come un “Mi piace” lasciato da uno degli utenti inclusi nella sua lista di amici. Meta ha potuto quindi inferire dettagli personali del ricorrente dal comportamento online dei suoi contatti (es. lista di amici o applicazioni collegate al profilo). Da questa analisi sono emerse deduzioni precise, come il fatto che aveva svolto il servizio civile presso la Croce Rossa, e registrando informazioni sensibili come l'utilizzo di piattaforme di incontri per omosessuali e visite a siti politici. Questo avveniva anche tramite strumenti come *pixels* o *social plugins* integrati in siti terzi.

Alla luce di tali fatti, Schrems ha sostenuto, dinanzi ai tribunali austriaci, che il trattamento dei suoi dati personali da parte di Meta Platforms Ireland violasse diverse disposizioni del RGPD. In particolare, ha contestato la conformità del consenso fornito alle condizioni d'uso della piattaforma con i requisiti fissati dall'articolo 6, par. 1, e dall'articolo 7 del regolamento, ritenendo che non fosse stato acquisito in modo valido. Inoltre, ha affermato che Meta aveva trattato dati sensibili che lo riguardano, come definiti dall'articolo 9 RGPD, senza ottenere il consenso esplicito richiesto dallo stesso regolamento. Ha anche denunciato che Meta avrebbe utilizzato, senza un valido consenso, dati personali che la società aveva ricevuto da terzi, violando ulteriormente la normativa. In sintesi, Schrems ha

contestato sia il metodo di raccolta che l'uso dei suoi dati, evidenziando che né il suo consenso né quello fornito da terzi rispettavano le condizioni di validità richieste dal RGPD.

Meta ha sostenuto invece che il trattamento dei dati personali del ricorrente fosse pienamente conforme alle condizioni d'uso del *social network*, le quali risulterebbero compatibili con i requisiti del RGPD, in quanto non basato sul consenso dell'utente, come previsto dall'articolo 6, par. 1, lett. a) del regolamento, ma piuttosto in virtù dell'articolo 6, par. 1, lett. b) del RGPD («trattamento [è] necessario all'esecuzione di un contratto»).

Al terzo grado di giudizio, la Corte suprema austriaca, analizzando il caso del trattamento dei dati personali di Schrems da parte di Meta, ha sollevato questioni fondamentali relative alla validità di alcune pratiche di trattamento dei dati adottate da Meta e alla loro conformità con il regolamento sulla protezione dei dati. Il giudice del rinvio ha chiesto se la base contrattuale del trattamento dei dati personali (articolo 6, par. 1, lett. b) RGPD) possa giustificare automaticamente l'utilizzo dei dati personali per fini pubblicitari personalizzati senza il consenso dell'utente.

Sulla minimizzazione dei dati, un punto centrale è se Meta sia tenuta a limitare il trattamento dei dati personali degli utenti al minimo indispensabile per perseguire i propri obiettivi pubblicitari, in linea con il principio della minimizzazione dei dati (articolo 5, par. 1, lett. c) RGPD).

La terza questione include il trattamento implicito dei dati personali sensibili (ad esempio, deduzioni sull'orientamento sessuale basate su interazioni o preferenze). Questo tipo di dati è soggetto a tutele rafforzate ai sensi dell'articolo 9 RGPD, che ne vieta il trattamento salvo eccezioni specifiche.

In ultimo, secondo le conclusioni della Corte di Cassazione, il ricorrente ha comunicato pubblicamente il suo orientamento sessuale. Su questo punto, la Corte fa riferimento ad un episodio in particolare, quello di una tavola rotonda a Vienna (12 febbraio 2019), in cui Schrems, invitato dalla rappresentanza della Commissione europea in Austria, ha fatto riferimento al suo orientamento sessuale, al fine di criticare il trattamento di dati personali effettuato da *Facebook*, tra cui il trattamento dei propri dati. Il giudice austriaco ha chiesto se una dichiarazione pubblica volontaria possa giustificare il trattamento di altri dati correlati per scopi pubblicitari, come previsto dall'articolo 9, par. 2, lett. e) RGPD, sebbene l'utente non abbia mai indicato questo aspetto della propria vita privata nel suo profilo *Facebook*.

### 3. La Corte si pronuncia sul principio di minimizzazione e il trattamento di particolari categorie di dati personali. L'importante eredità della sentenza *Meta Platforms*.

La decisione della Corte in esame va analizzata alla luce della pronuncia conclusiva nella causa C-252/21, *Meta Platforms e a.*, in cui aveva già dato risposta ad alcuni dei quesiti pregiudiziali (v. P. MANZINI, *Antitrust e privacy: la strana coppia*, in *Quaderni AISDUE*, 2023, pp. 196-220; G. DE GREGORIO, O. POLLICINO, *Op-Ed: "Lessons for Digital Markets from Meta Platforms v. Bundeskartellamt (C-252/21)"*, in *EULawLive*, 27 July 2023). La Corte, infatti, aveva già escluso che il modello economico di Meta, basato sull'uso dei dati personali per pubblicità, potesse essere giustificato automaticamente dalla clausola contrattuale. Per i giudici, il trattamento dei dati personali a fini di personalizzazione della pubblicità può rientrare nell'ambito di applicazione dell'articolo 6, par. 1, lett. b) RGPD solo se tale trattamento è oggettivamente necessario per l'adempimento del contratto (punto 98). E per la Corte la pubblicità personalizzata non è una componente essenziale per la fornitura di un servizio di

*social networking*; pertanto, non può essere giustificata come necessaria ai sensi di questa disposizione (punto 104). Infatti «tali servizi possono, eventualmente, essergli forniti sotto forma di un'alternativa equivalente che non implichi tale personalizzazione, che non è dunque oggettivamente indispensabile per una finalità che faccia parte integrante di detti servizi» (punto 102). Il trattamento per scopi pubblicitari deve quindi basarsi sul consenso libero e informato dell'utente, conforme all'articolo 6, par. 1, lett. a) RGPD, e ai requisiti stringenti dell'articolo 7 RGPD (circa le considerazioni sul livello di libertà e consapevolezza del consenso prestato dagli utenti di fronte alle grandi piattaforme si consenta di rimandare a G. CONTALDI, *Il regolamento 2022/1925 e la tutela della privacy online*, in *Quaderni AISDUE*, Serie speciale, Atti del Convegno “Ambiente, digitale, economia: l'Unione europea verso il 2030”, Napoli, 2023; F. BATTAGLIA, *Il consumatore digitale nel diritto dell'Unione europea*, Napoli, 2023, pp. 424 e ss.; G. CAGGIANO, *La proposta di Digital Service Act per la regolazione dei servizi e delle piattaforme online nel diritto dell'Unione europea*, in *Annali AISDUE*, 2021, pp. 1-29; F. CALOPRISCO, *Data Governance Act. Condivisione e “altruismo” dei dati*, in *Annali AISDUE*, 2021, pp. 58-75).

Sul trattamento dei dati sensibili (articolo 9 RGPD), la Corte aveva già chiarito invece che il divieto di trattare categorie particolari di dati personali (ad esempio orientamento sessuale o convinzioni politiche) si applica anche quando il trattamento potrebbe rivelare indirettamente tali informazioni, indipendentemente dall'intento dichiarato del titolare del trattamento (punto 70). Questo significa che, anche in assenza di una raccolta esplicita di dati sensibili, il loro utilizzo accidentale o derivato, ad esempio attraverso algoritmi di deduzione, rientra nel divieto. A ulteriore specificazione di quanto prima, la Corte aveva anche affrontato il carattere complementare alla necessità del trattamento dei dati del principio di minimizzazione (articolo 5, par. 1, lett. c) RGPD). La Corte già in quell'occasione aveva ribadito che il trattamento dei dati personali deve essere limitato al minimo indispensabile per conseguire le finalità dichiarate e che può essere considerato lecito se l'interessato «ha acconsentito in modo libero, specifico, informato e inequivocabile» (articolo 6, par. 1, lett. a) RGPD; punto 109).

La sentenza *Meta Platforms* ha però lasciato alcuni punti aperti in merito alle modalità e ai tempi di conservazione dei dati (strettamente connessi al principio di minimizzazione) per lo sviluppo di annunci targettizzati. Allo stesso modo, il caso *Schrems* aggiunge un'ulteriore novità circa l'impatto che una dichiarazione pubblica di proprie caratteristiche personali può avere sulla liceità di trattamento di ulteriori dati sensibili di quell'utente.

Sul principio di minimizzazione (articolo 5, par. 1, lett. c) RGPD), la Corte di giustizia ha stabilito che il trattamento dei dati personali da parte di Meta comporta una grave ingerenza nei diritti fondamentali degli interessati, in particolare nel diritto al rispetto della vita privata e nella protezione dei dati personali, garantiti dagli articoli 7 e 8 della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea (punto 63). Secondo la valutazione del giudice nazionale (articolo 267 TFUE, per cui sta ai giudici nazionali valutare i fatti concreti del caso), Meta raccoglie dati personali degli utenti, sia sulla propria piattaforma che su siti *web* e applicazioni terze, in maniera particolarmente estesa senza distinguere tra le diverse tipologie di dati raccolti, né in base alla loro natura né in base alla loro sensibilità. Per la Corte un trattamento così generalizzato, indifferenziato e senza limiti temporali non appare giustificato né proporzionato rispetto alla finalità dichiarata di consentire pubblicità mirata (punto 64).

Come indicato anche dall'Avvocato generale Athanasios Rantos nelle sue conclusioni (cfr. Conclusioni dell'avvocato generale Athanasios Rantos, presentate il 25 aprile 2024, causa [C-446/21](#), *Maximilian Schrems c. Meta Platforms Ireland Limited, già Facebook Ireland Limited*,

ECLI:EU:C:2024:366; v. *AG Rantos: Prohibition on processing sensitive data is lifted when such data is made manifestly public, however, such processing is not in itself permitted for purposes of personalised advertising*, in *EULawLive*, 25 April 2024), sebbene il RGPD non stabilisca un periodo specifico per la conservazione dei dati, il giudice nazionale deve valutare caso per caso la necessità di mantenere i dati a lungo termine. Stando infatti alla costante giurisprudenza della Corte, anche se un trattamento di dati è lecito inizialmente, potrebbe divenire incompatibile nel tempo se i dati non sono più necessari, sono eccessivi, irrilevanti o inadeguati rispetto agli scopi per cui sono stati trattati (paragrafo 22).

La Corte ha quindi concluso che il principio di minimizzazione dei dati osta a qualsiasi trattamento generalizzato di dati personali a fini di pubblicità mirata che non tenga conto della natura e della sensibilità dei dati raccolti e che non preveda limiti temporali adeguati (minimizzazione e proporzionalità richiamano il concetto di *privacy by default* per cui si richiama F. FERRI, *Il bilanciamento dei diritti fondamentali nel mercato unico digitale*, Torino, 2022, pp. 281-283). Questo significa che i responsabili del trattamento, come i gestori di *social network*, devono trattare solo i dati strettamente necessari per le finalità dichiarate, nel rispetto di criteri di proporzionalità e limitazione, in modo da garantire la tutela effettiva dei diritti fondamentali degli interessati (punto 65).

Sul concetto di dichiarazione pubblica di particolari categorie di informazioni personali (articolo 9, par. 2, lett. e) RGPD), già nella sentenza *Meta Platforms*, la Corte aveva definito tra le condizioni per l'applicazione della deroga che l'interessato abbia chiaramente inteso rendere tali dati accessibili al pubblico, attraverso una dichiarazione esplicita e positiva (punto 77; v. altresì L. GEORGIEVA, C. KUNER, *Article 9. Processing of special categories of personal data*, in *The EU General Data Protection Regulation (GDPR)*, Oxford, 2020, p. 378 e ss.). Sotto tale profilo, secondo la Corte, la consultazione di siti *web* o applicazioni che trattano dati sensibili non implica la volontà di rendere pubblici i dati personali associati all'uso del sito/applicazione (punto 78). Affinché i dati possano considerarsi manifestamente pubblici, è necessario che l'utente abbia configurato consapevolmente i parametri in modo tale da renderli accessibili a un numero illimitato di persone; essi devono in pratica «aver esplicitamente acconsentito» (punto 83). In assenza di tali impostazioni o di un'adeguata informazione, i dati non possono considerarsi manifestamente pubblici.

Nella sentenza *Schrems* si è aggiunto un elemento di contesto *offline*. L'utente, infatti, durante una tavola rotonda accessibile al pubblico, trasmessa in *streaming* e in versione *podcast*, organizzata a Vienna su invito della Commissione europea, ha dichiarato il proprio orientamento sessuale. La Corte ha riproposto quanto già deciso in *Meta Platforms*. Essa, infatti, ha riproposto i limiti della deroga all'articolo 9, par. 2, lett. e) RGPD, stabilendo che il trattamento di un dato reso pubblico è consentito solo per quel dato specifico. Ciò implica che non è permesso trattare altri dati correlati, ottenuti da fonti diverse, basandosi esclusivamente sulla divulgazione pubblica del dato iniziale (punto 80). Una dichiarazione pubblica non equivale al consenso per il trattamento di ulteriori dati sensibili (articolo 9, par. 2, lett. a) RGPD; punto 82). La Corte ha quindi concluso che l'articolo 9, par. 2, lett. e) RGPD non autorizza il trattamento di altri dati sensibili relativi all'orientamento sessuale di una persona, anche se ottenuti da terze parti, per scopi come l'aggregazione e la pubblicità personalizzata, basandosi solo sul fatto che la persona abbia dichiarato pubblicamente un dato della stessa categoria (punto 83).

#### 4. Considerazioni conclusive

La sentenza della Corte di giustizia nel caso *Schrems c. Meta* ha evidenziato la necessità di un controllo rigoroso sul trattamento dei dati personali da parte delle piattaforme digitali, con implicazioni importanti per la *privacy* e per il *marketing* digitale, soprattutto in relazione all'uso di tecnologie avanzate come i *pixel*, i *plug-in* e i *cookie*, strumenti essenziali per la pubblicità personalizzata. La Corte ha stabilito che, sebbene queste tecnologie possano raccogliere dati non solo all'interno dell'ecosistema della piattaforma, ma anche mentre gli utenti navigano su siti di terzi, il trattamento dei dati deve rispettare i principi di minimizzazione e limitazione stabiliti dal RGPD. Ciò implica che le piattaforme non possono utilizzare i dati indiscriminatamente, specialmente quando si tratta di dati particolarmente sensibili, come l'orientamento sessuale o le convinzioni politiche. Questo approccio è cruciale per bilanciare la protezione dei dati personali con l'innovazione tecnologica.

La decisione induce ad una più attenta riflessione sulle garanzie a tutela dei diritti fondamentali e al loro rapporto con le nuove tecnologie. Sebbene l'uso di tecnologie avanzate o degli stessi strumenti di intelligenza artificiale non sia vietato, è necessario che venga regolato rigorosamente per evitare il trattamento abusivo o invasivo dei dati sensibili. A tal proposito, il RGPD, proprio per il suo carattere "neutrale" dal punto di vista degli strumenti o dalle modalità con cui avviene il trattamento dei dati, non entra in conflitto con il nuovo *AI Act*, che piuttosto lo integra e lo completa, assicurando che la protezione dei dati rimanga un principio fondamentale, applicabile in tutte le fasi di sviluppo e utilizzo di sistemi di *AI* (cfr. G. CONTALDI, *Intelligenza artificiale e dati personali*, in [Ordine Internazionale e Diritti Umani](#), pp. 1193-1213).

Il caso *Schrems* ha anche rilevanti implicazioni per i modelli di *business* delle piattaforme *online* basati sui dati e per il loro obbligo di garantire in maniera completa i diritti sui dati personali degli utenti. La Corte ha infatti stabilito che il trattamento dei dati sensibili, anche se resi pubblici dagli utenti, deve avvenire solo con il consenso esplicito dell'interessato. La sentenza conferma in questo modo l'importante centralità del consenso nel trattamento dei dati personali. Allo stesso tempo, chiarisce l'impronta *fundamental rights oriented* dell'architettura regolatoria dell'Unione che salvaguarda i diritti e le libertà fondamentali dell'individuo, garantendo una protezione specifica per i dati sensibili (considerando 51 RGPD).

La decisione segna una chiara affermazione dei diritti degli utenti contro i trattamenti invasivi e rafforza il controllo sui propri dati, mostrando come la normativa non abbandoni mai del tutto i dati personali, anche quando una specifica protezione (articolo 9, concernente categorie particolari di dati personali) viene meno perché l'interessato li ha resi manifestamente pubblici. Si è visto come il trattamento dei dati sensibili non è giustificato da semplici divulgazioni pubbliche, garantendo una tutela multilivello anche in situazioni in cui gli utenti abbiano deciso di condividere informazioni personali (v. A. PISAPIA, *La tutela multilivello garantita ai dati personali nell'ordinamento europeo*, in [federalismi.it](#), 2018). L'idea di una protezione multilivello è centrale nel RGPD e riflette un equilibrio tra la libertà dell'interessato di disporre dei propri dati e la necessità di garantire una tutela minima, indipendentemente dalle scelte dell'individuo. Anche se un dato sensibile perde il suo *status* speciale quando è reso pubblico, ciò non significa che possa essere trattato in modo indiscriminato. Al contrario, deve rispettare i principi generali di trattamento (articolo 5), avere una base giuridica adeguata (articolo 6 RGPD) e garantire la trasparenza e il consenso, ove richiesto (articolo 7 RGPD). Questa interpretazione sottolinea il principio della limitazione della finalità (articolo 5, par. 1, lett. b RGPD): il trattamento dei dati personali deve essere circoscritto alle finalità per cui sono stati raccolti. Ciò implica che l'interessato

conserva, indirettamente, un controllo sui suoi dati, anche se ha scelto di renderli pubblici. I titolari del trattamento di queste informazioni, come Meta Platforms, non possono giustificare trattamenti intrusivi basandosi solo sul fatto che i dati siano pubblicamente accessibili, bensì devono rispettare l'intero *framework* del RGPD. Questo approccio preserva l'essenza del regolamento che mette al centro la persona e i suoi diritti, bilanciandoli con le esigenze di trattamento e i legittimi interessi di terze parti

In sintesi, questa decisione sottolinea l'importanza di proteggere i diritti fondamentali degli utenti e allo stesso tempo richiama le piattaforme digitali al rigoroso rispetto delle regole di trasparenza, limitazione della finalità e minimizzazione dei dati anche e soprattutto nel settore del *marketing online*.

LUIGI PIGNA