
PRITOŽBA INFORMACIJSKEMU POOBLAŠČENCU NA PODLAGI ČLENA 77(1) EVROPSKE SPLOŠNE UREDBE O VARSTVU PODATKOV¹

A.	Povzetek pritožbe	Napaka! Zaznamek ni definiran.
B.	Uvod in ozadje	Napaka! Zaznamek ni definiran.
C.	Metina obdelava pritožnikovih osebnih podatkov in domnevno pridobivanje pritožnikove privolitve	4
	<i>I. Metino zbiranje pritožnikovih osebnih podatkov in dva namena, ki temeljita na tem profiliranju</i>	4
	<i>II. Pomanjkanje jasnosti informacij glede profiliranja in namenov Mete</i>	10
	<i>III. Povezava med Metinimi kategorijami namena in "obdelavo za vedenjsko oglaševanje" kot jo obravnavajo sodišča in nadzorni organi</i>	13
D.	Nezakonita obdelava pritožnikovih osebnih podatkov	16
	<i>I. Obdelava za vedenjsko oglaševanje, ki temelji na domnevni privolitvi, nima veljavne pravne podlage</i>	17
	<i>II. Nekatere obdelave za vedenjsko oglaševanje se nedopustno opirajo na člen 6(1)(b) Splošne uredbe o varstvu podatkov (GDPR)</i>	22
	<i>III. Za obdelavo za prilagajanje storitve ni mogoče dokazati, da ima veljavno pravno podlago ali da spoštuje načelo najmanjšega obsega podatkov</i>	Napaka! Zaznamek ni definiran.
	<i>IV. Pri obdelavi za prilagajanje oglasov ni mogoče dokazati, da se spoštuje načelo najmanjšega obsega podatkov</i>	24
	<i>V. Kršitev načel preglednosti in omejitve namena</i>	25
	<i>VI. Obdelava ni poštena</i>	27
E.	Zahteve Informacijskemu pooblaščenču	35

¹ 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)

A. Povzetek pritožbe

1. Pritožnik je uporabnik platforme, ki jo zagotavlja Meta. Ta pritožba se nanaša na obdelavo podatkov pritožnika s strani družbe Meta, tako pred kot po tem, ko je družba Meta uvedla zahtevo po privolitvi v določeno obdelavo ali odločitvi za plačljivo naročnino pri Meti.
2. Meta obdeluje pritožnikove podatke v znatnem obsegu, da ustvari stalno posodobljen profil njegovih znanih in ugotovljenih lastnosti in interesov. Ta profil naj bi Meta uporabljala za dva pomembna namena: „prilagajanje oglasov“ in „prilagajanje [Metinih] storitev“ (tj. vsebine, ki niso oglasi). Ti nameni temeljijo na pravni podlagi privolitve in pogodbe. Novi model plačljive naročnine omogoča, da se "prilagajanje oglasov" "izklopi" v zameno za plačilo.
3. Zaradi ključnih izrazov, ki jih uporablja Meta, je natančen pomen teh kategorij namenov nejasen. Nadalje:
 - i. Orodja, ki jih Meta zagotavlja pritožniku za razumevanje svojega profiliranja, so omejena in se zdi, da ne pojasnjujejo Metinega profiliranja v celoti; in
 - ii. Zdi se, da uporabniki še naprej prejemajo nekatere vsebine, ki so ciljno usmerjeni oglasi, četudi je "prilagajanje oglasov" "izklopljeno".
4. Sodišča Unije in nadzorni organi so v preteklosti že ocenili Metino obdelavo osebnih podatkov za vedenjsko oglaševanje: zavrnilo so njeno sklicevanje na pogodbo ali na zakonite interese v skladu z GDPR, zaradi česar se je Meta novembra 2023 poskušala opreti na privolitev za "prilagajanje oglasov". Pomembno pa je, da se takšna „obdelava za vedenjsko oglaševanje“ (*behavioural advertising processing*) – besedna zveza, ki jo uporabljajo in upoštevajo sodišča in organi – prekriva s „prilagajanjem oglasa“ in „prilagajanjem storitve“ v smislu, kot Meta uporablja ta izraza. Z drugimi besedami, Meta uporablja ločene izraze za tisto, kar Sodišče EU in nadzorni organi predstavlja en sam namen: vedenjsko oglaševanje.
5. Meta je zato nezakonito obdelovala pritožnikove osebne podatke iz (vsaj) naslednjih razlogov:
 - i. Metino "prilagajanje oglasov" nima veljavne pravne podlage, ker se opira na privolitev, ki ni bila veljavno zbrana za namene GDPR;
 - ii. Nekatero Metine "prilagoditve storitev" se zdijo vedenjska obdelava oglaševanja in se ne morejo opirati na pogodbo;

- iii. Meta ne more uveljavljati zakonitosti svoje druge obdelave "prilagajanja storitev", saj ni jasno - in tega ni mogoče preveriti -, da je vse njeno profiliranje v ta namen (a) *potrebno za zadevno pogodbo* in (b) skladno z načelom najmanjšega obsega podatkov;
 - iv. Ni jasno - in tega ni mogoče preveriti - ali je vse profiliranje, ki ga Meta izvaja za "prilagajanje oglasov", potrebno za ta namen in zato skladno z načelom najmanjšega obsega podatkov;
 - v. Metina obdelava osebnih podatkov na splošno ni skladna z načeli preglednosti in omejitve namena; in
 - vi. Pomanjkanje preglednosti, nepričakovana obdelava, uporaba prevladujočega položaja družbe Meta za izsiljevanje privolitve in spreminjanje pravnih podlag na načine, ki onemogočajo uveljavljanje pravic posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki, niso v skladu z načelom poštenosti.
6. Ob upoštevanju temeljne narave zadevnih pravic in potrebe po "učinkovitem in popolnem" varstvu posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki, pritožnik poziva INFORMACIJSKEGA POOBLAŠČENCA, naj te zadeve v celoti razišče in sprejme ustrezne regulativne ukrepe. Ukrepi, ki so po mnenju pritožnika primerni za odgovor na to pritožbo, so navedeni v oddelku E.

B. Uvod in ozadje

7. Pritožnikovo ime je xxxxxxxxxx. Ima Instagram račun, ki ga je odprl leta 2011. Pritožnik ima stalno prebivališče v Sloveniji.
8. Družba Meta Platforms Ireland Limited ("**Meta**") upravlja platformi Facebook in Instagram v Evropski uniji in je upravljavec osebnih podatkov (v smislu člena 4 GDPR) za obdelavo pritožnikovih osebnih podatkov, ki izhajajo iz njegove uporabe te platforme.
9. Pritožnik vlaga to pritožbo v zvezi z obdelavo njegovih osebnih podatkov s strani družbe Meta v povezavi z njegovim računom na Instagramu od 3. novembra 2023, ko je družba Meta uvedla model privolitve proti plačljivi naročnini, v skladu s katerim je moral pritožnik dati "privolitev" v nekatere Metine obdelave, razen če se je odločil za plačljivo naročnino na nekatere storitve družbe Meta. Pritožnik se za to plačljivo naročnino ni odločil.

C. Metina obdelava pritožnikovih osebnih podatkov in domnevno zbiranje pritožnikove privolitve

I. Metino profiliranje pritožnika in dva njena namena, ki temeljita na tem profiliranju.

10. Meta obdeluje osebne podatke pritožnika v smislu člena 4(1) in (2) GDPR, vključno z njegovim profiliranjem v smislu člena 4(4) GDPR.

11. Analiza zakonitosti Metinega modela "plačaj ali privoli" je odvisna od razumevanja Metinega profiliranja, namenov tega profiliranja in tega, kako so ti nameni povezani s pravno relevantnim konceptom obdelave za vedenjsko oglaševanje. V tem oddelku C so pojasnjeni naslednji izrazi, ki se uporabljajo v tej pritožbi:

i. **Profiliranje:** vsa Metina obdelava za ustvarjanje metrike in sklepov o značilnostih posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki, njihovi uporabi platform Meta, interesih, (predvideni) interakciji z oglasi in drugimi vsebinami ter drugim vedenju na spletu in zunaj njega.

ii. **"prilagajanje oglasov":** Izraz, ki ga uporablja Meta in za katerega pravi, da opisuje profiliranje za namen prilagajanja oglasov in (od 3. novembra 2023) na podlagi člena 6(1)(a) (privolitev). To je navedeno v razdelku Pravidnika o zasebnosti Mete (v Prilogi 1) z naslovom »Prilagajanje oglasov v izdelkih Meta«.

iii. **"prilagajanje storitev":** Meta uporablja še en izraz, za katerega pravi, da opisuje profiliranje, ki se izvaja za namen prilagajanja storitev, na podlagi člena 6(1)(b) (pogodba). To je navedeno v razdelku obvestila o zasebnosti Mete z naslovom "Prilagajanje izdelkov Mete (ki niso oglasi)" .

iv. **Obdelava za vedenjsko oglaševanje:** Profiliranje in s tem povezana obdelava, ki jo Meta izvaja za namene ciljnega oglaševanja katere koli vrste, kot je (med drugim) obravnavano v odločitvah nadzornih organov in sodišč Unije, naštetih v odstavku **Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.** spodaj, *ne glede na to, ali je vključena* v kategorijo "prilagajanja oglasov" družbe Meta *ali ne.*

a) Meta nenehno profilira pritožnika

12. V skladu s svojim Pravilnikom o zasebnosti Meta zbira številne osebne podatke o pritožniku. Navedenih je več kot 18 širših kategorij podatkov, ki (če povzamemo) vključujejo:

- dejanja pritožnika na platformah Meta (kot so ustvarjanje, ogledovanje, všečkanje in deljenje vsebine, pošiljanje sporočil in čas, porabljen za ta dejanja) ter dejanja pritožnikovih prijateljev in sledilcev;
- Informacije o napravah, ki jih pritožnik uporablja za dostop do platform Meta;
- Pritožnikova lokacija v določenem časovnem obdobju, bodisi z uporabo sistema GPS bodisi s sklepanjem na podlagi pritožnikovega naslova IP;
- Informacije o pritožnikovem brskanju po izdelkih podjetja Meta, kot so obiskana spletna mesta in opravljeni nakupi, vključno z uporabo edinstvenih identifikatorjev, kot so piškotki².

13. V Metinem obvestilu o zasebnosti je navedeno, da "uporablja vaše podatke [tj. zgoraj navedene kategorije podatkov] da bi razumeli vaša zanimanja in želje". Meta uporabnikom ponuja tudi orodje "prenos podatkov", uporabnikom, ki ne plačujejo, pa prek nastavitve profila dostop do "temah oglasov", ki prikazujejo nekatere metrike, ki jih je Meta ustvarila o uporabniku³. Vse to skupaj kaže, da Meta pri obdelavi uporablja podatke, ki jih zbira o pritožniku - na več platformah Meta in dejansko tudi zunaj teh platform - za:
- ustvarjanje metrike in sklepov o osebnih značilnostih, lastnostih, dejavnostih in interesih pritožnika ter
 - ustvarjanje profila pritožnikovih znanih ali domnevnih značilnosti, lastnosti, dejavnosti in interesov.

14. Zdi se, da se ta "profil" nenehno posodablja. V Metinih informacijah za oglaševalce na spletni strani⁴ je navedeno:

"Each time an ad is shown, our ads delivery system learns more about the best people and places to show the ad. [...] The more an ad is shown, the better the delivery system becomes at optimizing the ad's performance." (na voljo je samo v angleškem jeziku, prevod je "Ob vsakem prikazu oglasa se naš sistem za dostavo oglasov nauči več o najboljših ljudeh in krajih za prikaz oglasa. [...] Večkrat ko je oglas prikazan, bolje sistem za dostavo optimizira delovanje oglasa.")

² Pritožnik razume, da Meta ponuja posebne uporabniške kontrole v zvezi z uporabo "informacij s spletnih mest in aplikacij tretjih oseb" za ciljno usmerjanje oglaševanja, vendar to ne vpliva na analizo v tej pritožbi, saj je ne glede na to, ali je Meta uporabila informacije tretjih oseb, profilirala in še naprej profilira pritožnika za namene ciljnega vedenjskega oglaševanja.

³ Glej Prilogo 2, sliki 2 in 3.

⁴ <https://www.facebook.com/government-nonprofits/blog/driving-optimization-with-machine-learning>

15. To pomeni, da poteka neprekinjen postopek profiliranja vsakega uporabnika - vključno s pritožnikom.
16. Pritožnik je uporabil Metino orodje "prenesi svoje podatke", iz katerega je razvidno, da Metina obdelava vključuje ustvarjanje metričnih/profilnih vidikov, kot so:
 - Seznam oseb, s katerimi je pritožnik v zadnjem času sodeloval in za katere se domneva, da so pritožnikovi "prijatelji";
 - seznam nedavno ogledanih vsebin in oglasov na Metinih platformah; in
 - "Primarna" lokacija, določena na podlagi podatkov o naslovu IP in napravi.
17. Meta pritožniku posebej omogoča, da si ogleda svoje "oglasne teme"; seznam vprašanj, za katera Meta sklepa, da so pomembna ali zanimiva za pritožnika.⁵
18. To zbiranje osebnih podatkov, nadaljnja obdelava za oblikovanje sklepov in oblikovanje stalno posodobljenega profila pritožnika se v tej pritožbi skupaj imenujejo Metino "**profiliranje**" (kot je navedeno v odstavku 11).

b) Isto profiliranje se uporablja za različne namene

19. V skladu z Metinim obvestilom o zasebnosti Meta profiliranje izvaja za (vsaj) dva namena, ki sta pomembna za to pritožbo. Meta jih razvršča/opredeljuje na naslednji način:
 - i. "**Prilagajanje oglasov**": Meta uporablja svoje profiliranje za "prilagodimo vaše oglase [pritožnika] in izmerimo, kako uspešni so ti oglasi" ter za "da bi razumeli vaša [pritožnikova] zanimanja in želje ter vam zagotovili prilagojene oglase v izdelkih Meta" . To pomeni, da Meta usmerja oglase (in oglaševalcem omogoča, da storijo enako) na pritožnika s sklicevanjem na znane ali domnevne značilnosti, lastnosti, dejavnosti in interese. Meta se domnevno sklicuje na člen 6(1)(a) (privolitev)⁶ kot pravno podlago za ta namen obdelave. V tej pritožbi je Metino profiliranje v ta namen imenovano "**prilagajanje oglasov**"⁷ .

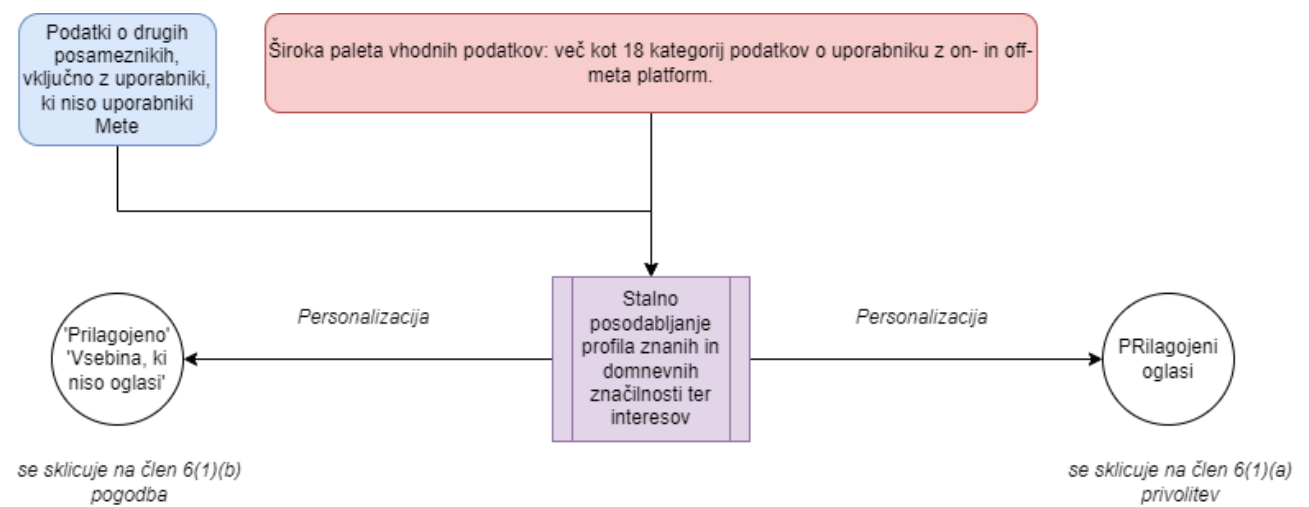
⁵ To so lahko dostopna orodja, s katerimi naj bi Meta izpolnjevala svoje obveznosti, da pritožniku zagotovi dostop do kopij njegovih podatkov, ki se obdelujejo, in preglednost te obdelave. Ni sprejemljivo, da ta orodja zagotavljajo celovito razumevanje Metine obdelave ali popolne kopije podatkov pritožnika, ki se obdelujejo. Pritožnik ne pozna celotnega obsega Metine obdelave in njenih namenov. Pritožnik tudi ugotavlja, da Meta pogosto spreminja in posodablja orodja, ki jih daje na voljo, kar še povečuje nejasnost glede njene obdelave. Za primere glej Prilogo 2.

⁶ V nadaljevanju so sklici na člene navedeni v členih GDPR, razen če ni navedeno drugače.

⁷ Zaradi lažjega branja uporabljamo nekoliko drugačno terminologijo, vendar vsak naš izraz "prilagajanje oglasov" in "prilagajanje storitev" natančno ustreza navedenim delom Metinega obvestila o zasebnosti.

- i. **"Prilagajanje izdelkov Meta"**: Meta uporablja svoje profiliranje za "ocenjevanje in razumevanje [pritožnikovih] zanimanj želja ter zagotavljanje [pritožniku] prilagojenih izkušenj v izdelkih Meta". To vključuje prilagajanje vsebine, ki se prikaže v kanalih na Instagramu, ter predlaganje posameznikov, skupin in dogodkov, za katere se domneva, da so pomembni ali zanimivi za pritožnika. Meta se za ta namen obdelave domnevno sklicuje na člen 6(1)(b) (nujnost za izvajanje pogodbe). V tej pritožbi je Metino profiliranje za ta namen imenovano **"prilagajanje storitev"**.
20. Metino profiliranje se izvaja za oba namena in oba namena temeljita na "*personalizaciji*". To poudarja dejstvo, da so v delih Metinega obvestila o zasebnosti, ki se nanašajo na ta dva (domnevno različna) namena, navedene popolnoma enake kategorije osebnih podatkov. To ponazarja spodnja slika 1. Po nujnosti je to poenostavljen in stiliziran prikaz Metine obdelave, vendar kaže, da se en sklop postopkov obdelave uporablja za oblikovanje profila, ki ga Meta nato uporablja za dva namena. Profiliranje je enako, vendar sta namena različna. Pomembno je, da se Meta za oba namena opira na različne pravne podlage.

Slika 1: Metino profiliranje in nameni, ki jih podpira



c) Metin novi model plačljive naročnine omogoča "izklop" prilagajanja oglasov v zameno za plačilo

21. Dve kategoriji namenov družbe Meta - "prilagajanje oglasov" in "prilagajanje storitev" - sta za to pritožbo še posebej pomembni zaradi različnih pravnih podlag, na katere se sklicuje, in njune povezave z novim modelom plačljive naročnine družbe Meta.

22. Družba Meta se je za "oglaševanje po meri" predhodno sklicevala na pravne podlage iz člena 6(1)(b) oziroma (f). To sklicevanje je bilo razveljavljeno zlasti z nujnim zavezujočim sklepom 01/2023 EDPB.
23. Meta je 1. avgusta 2023 objavila, da se namerava pri "prilagajanju oglasov" opreti na člen 6(1)(a) (privolitev)⁸. Meta je 30. oktobra 2023 objavila⁹, da bo to spremljal nov model plačljive naročnine:

"[W]e will be offering people who use Facebook or Instagram and reside in [the Union] the choice to continue using these personalised services for free with ads, or subscribe to stop seeing ads. While people are subscribed, their information will not be used for ads." (na voljo le v angleškem jeziku, prevod se glasi "Uporabnikom, ki uporabljajo Facebook ali Instagram in prebivajo v [Uniji], bomo ponudili možnost, da še naprej brezplačno uporabljajo te prilagojene storitve z oglasi ali pa se naročijo in prenehajo gledati oglase. Dokler bodo ljudje naročeni, se njihovi podatki ne bodo uporabljali za oglase.")

24. V poznejši posodobitvi¹⁰ Meta je bila ponovljena in razširjena:

"If a person chooses to subscribe [i.e. pay], they won't see ads and we will not process their information for personalised advertising [...] We introduced this choice, called 'Subscription for no ads', as our consent solution to comply with a unique combination of connected and sometimes overlapping EU regulatory obligations with differing compliance deadlines." (na voljo le v angleškem jeziku, prevod se glasi "Če se oseba odloči za naročnino [tj. plačilo], ne bo videla oglasov in njenih podatkov ne bomo obdelovali za prilagojeno oglaševanje [...] To izbiro, imenovano "Naročnina brez oglasov", smo uvedli kot našo rešitev za soglasje, da bi izpolnili edinstveno kombinacijo povezanih in včasih prekrivajočih se regulativnih obveznosti EU z različnimi roki za izpolnitev.")

25. Pritožniku se je po 3. novembru 2023 ob prijavi v njegov Instagram račun prikazalo obvestilo z opisom Metine ponudbe plačljive naročnine/soglasja, ki je od pritožnika zahtevalo, da se odloči za plačljivo naročnino ali da "privoli" v določeno obdelavo s strani Mete. Pritožnik je izbral možnost z oznako "Uporabljajte brezplačno z oglasi"¹¹. Pritožnik

⁸ <https://about.fb.com/news/2023/01/how-meta-uses-legal-bases-for-processing-ads-in-the-eu/>

⁹ <https://about.fb.com/news/2023/10/facebook-and-instagram-to-offer-subscription-for-no-ads-in-europe/>

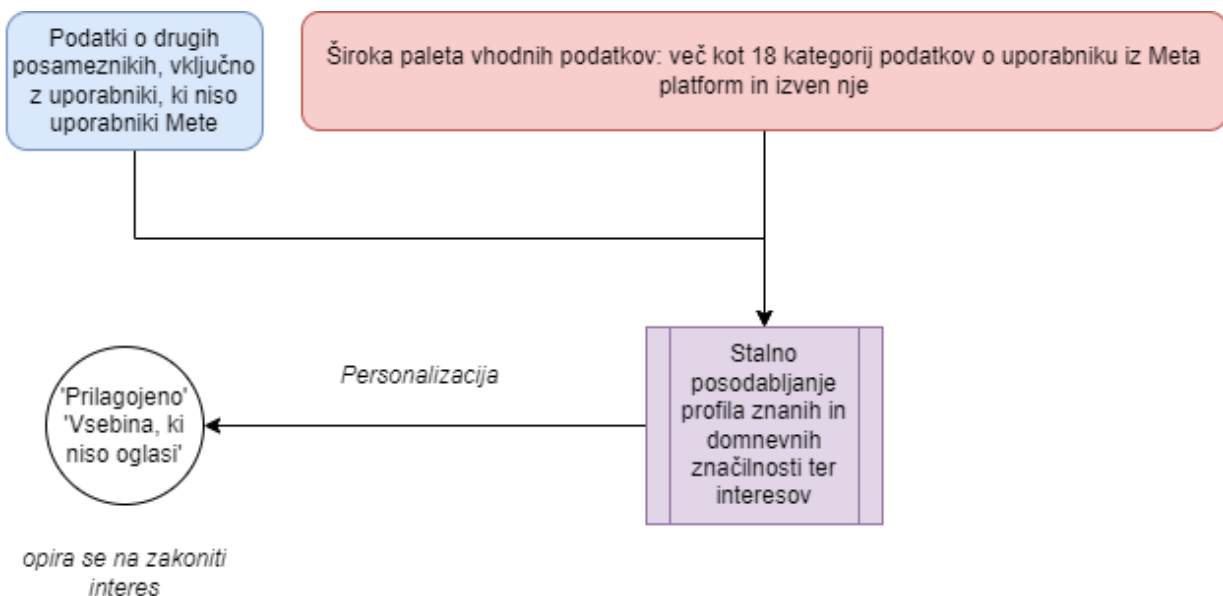
¹⁰ Prav tam: .

¹¹ Glej Prilogo 2, slika 1

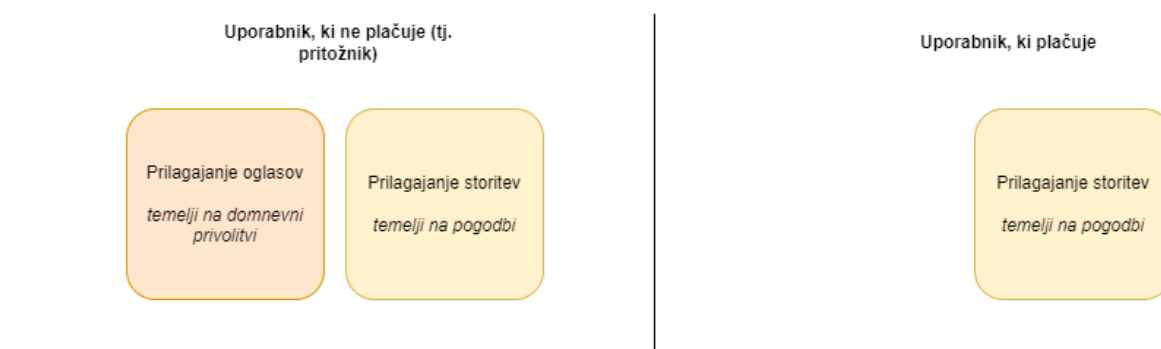
razume, da je Meta razumela, da je s tem privolil - za namene člena 6(1)(a) GDPR - v "prilagajanje oglasov".

26. Na podlagi zgoraj navedenih izjav družbe Meta pritožnik na splošno razume, da je družba Meta zaradi zavrnitve plačljive naročnine nadaljevala "prilagajanje oglasov" v zvezi z njegovimi osebnimi podatki. Če bi se pritožnik odločil za plačljivo naročnino:
- Pritožnik bi prenehal "*prejemati oglase*", pri čemer izraz "*oglas*" ni bil javno opredeljen s strani družbe Meta; in
 - Meta ne bo več "uporabljala" ali "obdelovala" informacij [pritožnika] za "prilagojeno oglaševanje".
27. To pomeni - kot je prikazano na slikah 2 in 3 - da če bi se pritožnik odločil za plačljivo naročnino, Meta ne bi več izvajala profiliranja za namen "prilagajanja oglasov". Ne glede na pritožnikovo izbiro pa bi se še naprej izvajalo "prilagajanje storitev", saj se Meta v skladu s svojim obvestilom o zasebnosti pri tej obdelavi opira na člen 6(1)(b) (pogodba) in ne na privolitev. Gre za *namen* profiliranja, ki ga je mogoče "izklopiti" z izbiro plačljive naročnine, ne pa za samo profiliranje, ki se bo še naprej izvajalo za druge namene in na podlagi drugih pravnih podlag.

Slika 2: Metino profiliranje uporabnika, ki se je odločil za plačljivo naročnino



Slika 3: Primerjava med pritožnikom in uporabnikom, ki plačuje naročnino



28. Kot je navedeno v naslednjih razdelkih, pritožniku ni bil in ni jasen celoten in natančen učinek izbire plačljive naročnine ali odjave od nje. Ni znano (razen Meti), kako natančno je pritožnikova izbira (bi) vplivala na osnovno obdelavo pritožnikovih osebnih podatkov. Pritožnika torej skrbi, da bi se profiliranje za vedenjsko oglaševanje nadaljevalo v nespremenjenem obsegu in da je izbira, ponujena pritožniku, zato zmedena in navidezna.

II. Pomanjkanje lastnosti o profiliranju in namenih Mete

a) Pomen izrazov, ki jih uporablja Meta, ni jasen

29. Izrazi "*prilagajanje*", "*oglas*" in "*prilagojene izkušnje*", uporabljeni zgoraj, so povzeti iz Metinega obvestila o zasebnosti. Pomen teh izrazov je nejasen.
30. Izraza "*oglas*" (in s tem tudi obdelave, ki se nanaša nanje) Meta ne opredeljuje v svojem obvestilu o zasebnosti ali drugje. Zlasti se zdi, da namig, da "*prilagojene izkušnje*" (tj. tisto, kar je ciljno usmerjeno s "*prilagajanjem storitev(-e)*") izključuje oglase, spodkopava vsebina, ki je dejansko dostavljena uporabnikom.
31. "*Prilagajanje storitev*" določa skupine, delovna mesta in druge predloge, predstavljene pritožniku. Meta v informacijah, ki jih je predložila pritožniku, navaja, da to "*prilagajanje storitev*" zajema tudi *objave in sporočila podjetij in ustvarjalcev*¹². Meta dovoljuje, da podjetja in ustvarjalci za plačilo "*sponsorirajo*" takšne objave. Iz tega sledi, da bi pritožnik, tudi če bi se odločil za plačljivo naročnino, še vedno lahko prejemal vsebine, kot so:

¹² Priloga 2, slika 5. Glej več v razdelku obvestila o zasebnosti Mete, ki se nanaša na "*prilagajanje storitev*": "*Če ste se nedavno ukvarjali z določeno temo na Facebooku, vam lahko nato predlagamo druge objave, ki so povezane s to temo. Če ste torej nedavno všečkali ali komentirali objavo košarkarske strani, vam lahko predlagamo druge objave o košarki. [...] Morda boste videli objave glede na to, kje se nahajate in s čim se ljudje v vaši bližini ukvarjajo na Facebooku. Če ste torej v bližini športnega stadiona, vam lahko predlagamo tekme ali dogodke, ki se odvijajo na stadionu.*"

- i. predlagane objave podjetij, ki naj bi bile zanimive ali pomembne za pritožnika, v novicah na Facebooku; in/ali
 - ii. Predlagane objave vplivnežev, ki plačljivo promovirajo izdelke, na zidu (v »feedu«) Instagrama¹³.
32. Ti primeri so le ilustrativni in ne prikazujejo celotnega obsega oglaševanih in plačljivih vsebin, ki so namenjene uporabnikom na podlagi "prilagajanja storitev". Glede na kompleksnost Metinih izdelkov in pogostost spreminjanja njihove zasnove, pritožnik ne pozna celotnega obsega.
33. Ta vsebina je po običajni razlagi besede "oglas", kar je v nasprotju z izjavo družbe Meta, da se pritožnik odloči za uporabo "brez oglasov" in da je pritožniku nejasen obseg "prilagajanja oglasov" v primerjavi s "prilagajanjem storitev".
34. Izraz "prilagajanje" (in z njim povezana obdelava) je prav tako nedoločen in nejasen. Meta v svojem obvestilu o zasebnosti navaja, da gre za to, kaj je za uporabnika zanimivo: "želimo si, da bi vas vse, kar vidite, zanimalo in bilo za vas uporabno, zato vam prilagodimo oglase."
35. Pri zagotavljanju informacij oglaševalcem pa se¹⁴ Meta pri opredelitvi "prilagajanja" bolj osredotoča na učinkovitost oglasov:
- »Machine learning helps show the right to the right audience by using predictive analytics and algorithms. It helps improve ad performance by shifting spend wherever the system is likely to achieve the best results based on your campaign goals. This is known as liquidity [...] Each time an ad is shown, our ads delivery system learns more about the best people and places to show the ad. The more an ad is shown, the better the delivery system becomes at optimizing the ad's performance.«*
- Besedilo je na voljo samo v angleškem jeziku, prevod je: "Strojno učenje z uporabo napovedne analitike in algoritmov pomaga prikazati pravi oglas pravemu občinstvu. Pomaga izboljšati uspešnost oglasov, tako da porabo preusmeri tja, kjer bo sistem glede na cilje vaše kampanje verjetno dosegel najboljše rezultate. To je znano kot likvidnost [...] Ob vsakem prikazu oglasa se naš sistem za dostavo oglasov nauči več o najboljših ljudeh in krajih za prikaz oglasa. Večkrat ko je oglas prikazan, boljši je sistem za dostavo oglasov pri optimizaciji uspešnosti oglasa.")

¹³ Pritožnik je seznanjen z raziskavami, ki dokumentirajo to vprašanje, glej npr. https://www.wsj.com/tech/personal-tech/i-paid-14-for-a-month-of-ad-free-instagram-was-it-worth-it-bd098391_

¹⁴ <https://www.facebook.com/government-nonprofits/blog/driving-optimization-with-machine-learning>

36. Tako se zdi, da je "prilagajanje" - zlasti "prilagajanje oglasov" - bolj vprašanje optimizacije za cilje oglaševalcev kot pa maksimiranja "zanimivosti" vsebine za uporabnika, kot je pritožnik. Namesto "prilagajanja" bi bila primernejša beseda "ciljanje".
- b) Obdelava s strani Mete se zdi bolj zapletena in obsežna, kot je bilo predstavljeno pritožniku
37. Orodje "prenos podatkov" in "teme oglasov" predstavljata razmeroma omejeno in statično sliko profiliranja pritožnika s strani Mete. To je v nasprotju z zgoraj navedenim opisom Mete o uporabi strojnega učenja za nenehno posodabljanje pritožnikovega profila ob vsakem prikazu oglasa. Tudi druge izjave Mete oglaševalcem kažejo, da njena obdelava oglaševalcem ponuja ciljno usmerjanje, ki je bistveno bolj zapleteno od tistega, ki ga nakazuje statični seznam "tem oglasov", ki je bil predstavljen pritožniku. Te izjave opisujejo, kako Metini algoritmi za ciljanje "uporabljajo informacije, kot so demografski podatki, interesi in vedenje",¹⁵ ustvarjajo "napovedi ustreznosti vsakega oglasa za določeno osebo",¹⁶ delujejo tako, da "[združujejo] podatke in dejavnost na Facebooku, da predvidijo, kdo so pravi ljudje za vaše izdelke in storitve [...] in na to vprašanje odgovori milijarde krat na dan", in bi mu bilo treba "[dovoliti], da sam ugotovi [...], na koga se najbolje usmeriti, in omogočiti, da vsi vaši podatki tečejo skupaj, namesto da jih segmentiramo, pomeni, da lahko algoritmi uporabijo vse učenje, vse vzorce in vse povratne informacije skupaj, da bo kampanja uspešnejša."¹⁷
38. Izkušnje drugih uporabnikov Mete, s katerimi je bil pritožnik seznanjen, to še poudarjajo. V prilogi¹⁸ je primer oglasa iz februarja 2024 za članstvo v telovadnici. Meta navaja naslednje razloge za prikaz oglasa:
- i. Interakcija z oglasi o pohištvu, varnosti in zasebnosti ter dobrem počutju živali;
 - ii. objave o komediji; in
 - iii. *»Sometimes activity appears unrelated to the ad you see. This may happen because we've made a prediction based on others with similar activity.« (na voljo samo v angleškem jeziku, prevod je: "Včasih se pojavi dejavnost, ki ni povezana z oglasom, ki ga vidite. To se lahko zgodi, ker smo predvideli na podlagi drugih podobnih dejavnosti.)*
39. "Teme oglasov" za uporabnika, ki mu je bil prikazan oglas, ne ustrezajo navedenim razlogom. Med oglasom in navedenimi razlogi za njegovo prikazovanje ni nobene očitne

¹⁵ <https://www.facebook.com/business/help/164749007013531?id=401668390442328>

¹⁶ <https://www.facebook.com/business/help/1000688343301256?id=561906377587030>

¹⁷ <https://www.facebook.com/business/inspiration/video/liquidity> [video].

¹⁸ Priloga 2 Slike 6 do 11

povezave. Tako je Metino profiliranje in "prilagajanje oglasov" bolj zapleteno in obsežno od tistega, kar je uporabnikom predstavljeno s "prenesi svoje podatke" in "teme oglasov", zaradi česar so pritožniku pojmi "prilagajanje", "prilagajanje oglasov" in "prilagajanje storitev(-e)" nejasni.

III. Razmerje med kategorijami namena družbe Meta in "obdelavo za vedenjsko oglaševanje", kot jo obravnavajo sodišča in nadzorni organi

a) Prejšnja obravnava profiliranja Mete za vedenjsko oglaševanje s strani nadzornih organov in sodišč v Uniji

40. Metini kategoriji namena "prilagajanje oglasov" in "prilagajanje storitev" sta pomembni, ker opredeljujeta izbiro, ki je bila pritožniku ponujena, ko je bil predstavljen model plačljive naročnine.
41. Vendar se te kategorije prekrivajo s pojmom obdelave za vedenjsko oglaševanje, ki ga med drugim uporabljata Sodišče Evropske unije (v nadaljnjem besedilu: **SEU**) in Evropski odbor za varstvo podatkov (v nadaljnjem besedilu: **EDPB**). Ta obdelava se v tem dokumentu imenuje "obdelava za vedenjsko oglaševanje".
42. Metino profiliranje za namene ciljnega oglaševanja so obravnavali **EDPB**, nadzorni organi v Uniji (zlasti irska komisija za varstvo podatkov / *An Coimisiún um Chosaint Sonraí* (v nadaljnjem besedilu: **irska DPC**) in **Sodišče EU**). Na primer, v zadevi C252-21 je Sodišče EU profiliranje podjetja Meta za namene ciljnega oglaševanja opisalo (v točki [27]) na naslednji način:

"[...] spletnim oglaševanjem, ki se izvaja po meri za posamezne uporabnike družbenega omrežja, zlasti glede na njihov odnos do potrošnje, interese, kupno moč in osebne okoliščine. Tako oglaševanje je tehnično izvedljivo z avtomatizirano določitvijo podrobnih profilov uporabnikov omrežja in spletnih storitev, ki se ponujajo na ravni skupine Meta. Za to se poleg podatkov, ki jih ti uporabniki neposredno navedejo ob registraciji za zadevne spletne storitve, zbirajo tudi drugi podatki, ki se nanašajo na navedene uporabnike in njihove naprave, znotraj in zunaj tega družbenega omrežja in spletnih storitev, ki jih zagotavlja skupina Meta, pri čemer se ti podatki povezujejo z različnimi računi uporabnikov. Na podlagi splošnega pregleda teh podatkov je mogoče izpeljati podrobne ugotovitve o preferencah in interesih navedenih uporabnikov.."

43. V nujni zavezujoči odločbi 01/2023¹⁹ se je EDPB skliceval na krajši opis iste obdelave, ki ga je podal norveški nadzorni organ (v točki [10]):

“behavioural advertising includes any activities where advertising is targeted on the basis of a data subject’s behaviour or movements, including advertising based on perceived location” (Na voljo samo v angleškem jeziku, prevod je: *“vedenjsko oglaševanje vključuje vse dejavnosti, pri katerih je oglaševanje usmerjeno na podlagi vedenja ali gibanja posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki, vključno z oglaševanjem na podlagi zaznane lokacije.”*)

44. Različne odločitve nadzornih organov in sodišč obravnavajo zakonito podlago, na katero se lahko veljavno opira profiliranje Mete za namen ciljnega usmerjanja oglasov. V tej pritožbi se takšna obdelava, ki jo izvaja Meta, imenuje **"obdelava za vedenjsko oglaševanje"**:

- i. EDPB je 5. decembra 2022 izdal zavezujoči odločbi 3/2022²⁰ in 4/2022²¹ o Metinih platformah Facebook in Instagram. Na kratko, v teh odločbah je bilo ugotovljeno, da se Meta pri obdelavi vedenjskega oglaševanja prek teh platform ne more veljavno sklicevati na člen 6(1)(b) (pogodba). Te odločbe je 31. decembra 2022 sprejel irski DPC.²²
- ii. Meta je 30. marca 2023 objavila, da bo izvajala obdelavo vedenjskega oglaševanja na podlagi člena 6(1)(f) (zakoniti interesi)²³.
- iii. Julija 2023 je Sodišče EU v zadevi C252-21 odločilo, da se Meta pri obdelavi vedenjskega oglaševanja ne more veljavno sklicevati na člen 6(1)(f) (zakoniti interesi).
- iv. EDPB je 27. oktobra 2023 v nujni zavezujoči odločbi 01/2023 irskemu DPC odredil, naj družbi Meta prepove izvajanje obdelave vedenjskega oglaševanja na podlagi člena 6(1)(b) ali (f). Ta sklep je irski DPC sprejel 10. novembra 2023²⁴.

¹⁹ https://edpb.europa.eu/system/files/2023-12/edpb_urgentbindingdecision_202301_no_metaplatformsireland_en_0.pdf

²⁰ https://edpb.europa.eu/system/files/2023-01/edpb_bindingdecision_202203_ie_sa_meta_facebookservice_redacted_en.pdf

²¹ https://edpb.europa.eu/system/files/2023-01/edpb_binding_decision_202204_ie_sa_meta_instagramservice_redacted_en.pdf

²² <https://dataprotection.ie/en/news-media/data-protection-commission-announces-conclusion-two-inquiries-meta-ireland>

²³ <https://about.fb.com/news/2023/01/how-meta-uses-legal-bases-for-processing-ads-in-the-eu/>

²⁴ https://edpb.europa.eu/news/news/2023/edpb-publishes-urgent-binding-decision-regarding-meta_en

45. Skratka, ugotovljeno je bilo, da se Meta pri obdelavi vedenjskega oglaševanja kot na pravno podlago ne more veljavno sklicevati na člen 6(1)(b) ali (f).

b) Prekrivanje med kategorijami namena Mete in obdelavo za vedenjsko oglaševanje

46. S spremembo pravne podlage, na katero se sklicuje "prilagajanje oglasov" v odziv na zgoraj navedene odločitve, daje Meta pritožniku vtis, da sta "prilagajanje oglasov" in obdelava za vedenjsko oglaševanje eno in isto. Čeprav je pravilno, da "prilagajanje oglasov" pomeni obdelavo za vedenjsko oglaševanje, pa se zdi, da tudi nekatere obdelave v okviru "prilagajanja storitev" ustrezajo tej opredelitvi :

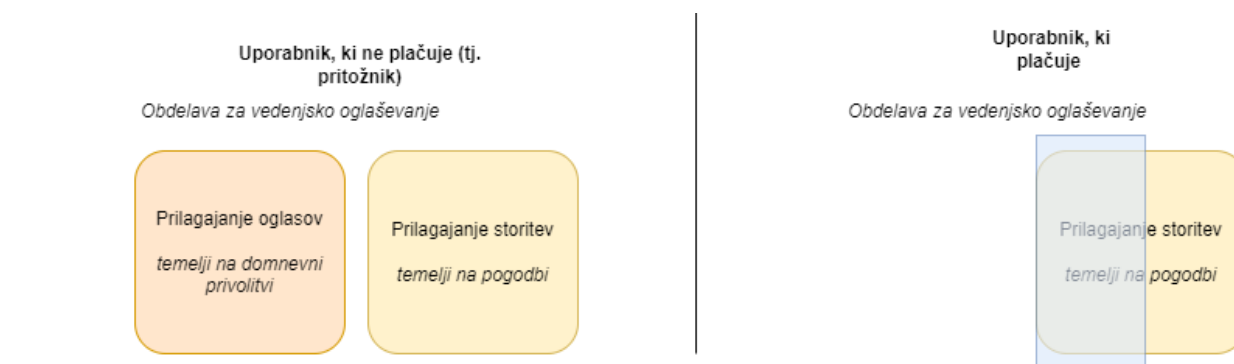
- i. Po opisu vsa Metina "prilagajanje oglasov" ustreza opredelitvi obdelave za vedenjsko oglaševanje²⁵ , kot so jo obravnavali EDPB, irski DPC in Sodišče EU: vključuje "*prikazovanje*" in "*prilagajanje*" (tj. usmerjanje) oglasov na podlagi pritožnikovega profila.
- ii. To potrjuje dejstvo, da je Meta sprejela privolitev kot zakonito podlago za to obdelavo izrecno kot odgovor na razveljavitev prvega člena 6(1)(b) in drugega člena 6(1)(f) kot možnih pravnih podlag za takšno obdelavo²⁶ . S spremembo zakonite podlage za "prilagajanje oglasov" kot odziv na odločitve v zvezi z obdelavo za vedenjsko oglaševanje Meta implicitno sprejema, da njena obdelava za "prilagajanje oglasov" pomeni obdelavo vedenjskega oglaševanja.
- iii. Vendar, kot je opisano v odstavkih **Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.** do **Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.** zgoraj, "prilagajanje storitev" vključuje usmerjanje vsaj nekaterih vsebin na uporabnike, ki so oglašili samo po imenu. To usmerjanje ustreza tudi opredelitvi obdelave vedenjskega oglaševanja, kot jo obravnavajo sodišča in nadzorni organi Unije.

47. Dejstvo, da Meta kategorizira svojo obdelavo na načine, ki ne ustrezajo natančno pravno pomembni kategoriji obdelave vedenjskega oglaševanja, lahko povzroči zmedo. Slika 4 prikazuje, kako se obdelava za vedenjsko oglaševanje - obdelava, pri kateri je Meta omejena glede tega, na katero pravno podlago se lahko sklicuje - prekriva z Metinimi kategorijami obdelave/namena. Zlasti je prikazano, da je lahko uporabnik, tudi če se odloči za model plačljive naročnine, še naprej predmet obdelave vedenjskega oglaševanja v okviru kategorije "prilagajanje storitve(- storitev)", ki jo uporablja Meta.

²⁵ V izogib dvomu pa velja, da vsa obdelava za vedenjsko oglaševanje ni "prilagajanje oglasov".

²⁶ <https://about.fb.com/news/2023/10/facebook-and-instagram-to-offer-subscription-for-no-ads-in-europe/>

Slika 4: Obdelava za vedenjsko oglaševanje za uporabnike, ki plačujejo in tiste, ki ne²⁷



D. Nezakonita obdelava pritožnikovih osebnih podatkov

48. Meta je pritožnikove osebne podatke nezakonito obdelovala, ker je:
- i. Metino "prilagajanje oglasov" je obdelava za vedenjsko oglaševanje in nima veljavne pravne podlage, saj se opira na člen 6(1)(a) (privolitve), ki za namene GDPR ni veljaven;
 - ii. Zdi se, da je tudi del Metinega "prilagajanja storitev" obdelava za vedenjsko oglaševanje in se neveljavno sklicuje na člen 6(1)(b) (pogodba);
 - iii. Meta ne more pojasniti zakonitosti svoje obdelave "prilagajanja storitev, ki ni obdelava za vedenjsko oglaševanje", saj ni jasno - in tega ni mogoče preveriti -, da je vse profiliranje, ki ga Meta izvaja v ta namen, *potrebno* za izvajanje njene pogodbe in je v skladu z načelom zmanjšanja obsega podatkov;
 - iv. Ni jasno - in tega ni mogoče preveriti -, ali je vse profiliranje, ki ga Meta izvaja za "prilagajanje oglasov", *potrebno* za ta namen in zato skladno z načelom najmanjšega obsega podatkov.
 - v. Metina obdelava na splošno ni skladna z načeli preglednosti in omejitve namena; in
 - vi. Metino pomanjkanje preglednosti, nepričakovana obdelava, uporaba njenega prevladujočega položaja za izsiljevanje privolitve in spreminjanje pravnih podlag na načine, ki onemogočajo uveljavljanje pravic posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki, niso v skladu z načelom poštenosti²⁸.

²⁷ For the avoidance of doubt, this figure is not intended to claim that any particular proportion of 'personalisation of the service(s)' processing constitutes Behavioural Advertising Processing.

²⁸ Pritožnik ugotavlja, da je obdelava za vedenjsko oglaševanje, ki jo izvaja Meta, morda tudi v nasprotju z uredbama 2022/2065 (Zakon o digitalnih storitvah) in 2022/1965 (Zakon o digitalnih trgih) ter Direktivo 2005/29/ES (nepošteno poslovne prakse), vendar se seveda v tej pritožbi omejuje na kršitve GDPR.

49. Ta vprašanja so obravnavana po vrsti.

I. Obdelava za vedenjsko oglaševanje, ki temelji na domnevni privolitvi, nima veljavne pravne podlage

50. V skladu s svojim obvestilom o zasebnosti Meta izvaja "prilagajanje oglasov" v zvezi s pritožnikom, kar je obdelava za vedenjsko oglaševanje, na podlagi privolitve, ki naj bi jo pridobila od pritožnika, ko se ta ni odločil za plačljivo naročnino na storitve Meta.

51. Metino sklicevanje na člen 6(1)(a) (privolitev) za "prilagajanje oglasov" je neveljavno. Člen 4(11) opredeljuje privolitev kot:

"vsako prostovoljno, izrecno, informirano in nedvoumno izjavo volje posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki, s katero z izjavo ali jasnim pritrdilnim dejanjem izrazi soglasje z obdelavo osebnih podatkov, ki se nanašajo nanj (poudarek dodan)"

52. Člen 7 nadalje določa:

"3. Posameznik, na katerega se nanašajo osebni podatki, ima pravico, da svojo privolitev kadar koli prekliče. Preklic privolitve ne vpliva na zakonitost obdelave na podlagi privolitve pred njenim preklicem. O tem se pred privolitvijo obvesti posameznik, na katerega se nanašajo osebni podatki. Privolitev je enako enostavno preklicati kot dati."

»4. Pri ugotavljanju, ali je bila privolitev dana prostovoljno, se med drugim zlasti upošteva, ali je izvajanje pogodbe, vključno z zagotavljanjem storitve, pogojeno s privolitvijo v obdelavo osebnih podatkov, ki ni potrebna za izvedbo zadevne pogodbe."

53. Pomanjkljivosti v Metinem poskusu izpolnjevanja teh zahtev pri zbiranju pritožnikovega soglasja so obravnavane po vrsti.

a) Domnevna privolitev ni specifična, nedvoumna in informirana

54. Ni natančno jasno, na katero obdelavo in za katere namene se je nanašalo soglasje, ki ga je zahteval pritožnik:

55. **Prvič**, Metina obdelava na splošno ni jasna. Kot je pojasnjeno v odstavkih **Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.** do **Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.**, so ključni izrazi v Metinem modelu "plačaj ali privoli", kot sta "prilagajanje" in "oglas", neopredeljeni in nejasni, zaradi česar pritožnik ne more razumeti, v kaj mora privoliti. Poleg tega (odstavki **Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.** do **Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.**) se zdi, da informacije, ki jih Meta zagotovi o svoji

obdelavi, niso v celoti pojasnjene. Brez razumevanja Metine obdelave na splošno pritožnik ne more razumeti, kako naj privoli ali kako drugače izbere posamezne dele obdelave.

56. **Drugič, kot je navedeno v odstavkih Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti. do Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.** ne glede na pritožnikovo izbiro glede "prilagajanja oglasov" bi bila sponzorirana vsebina še naprej namenjena pritožniku v okviru "prilagajanja storitev". To pomeni, da se bo obdelava za vedenjsko oglaševanje izvajala v vseh oblikah, razen v imenu, kar je v nasprotju z izjavo družbe Meta, da ne bo več "*uporabljala pritožnikovih podatkov za oglase*". Meta ničesar od tega ne pojasni, kar spodkopava "*specifičnost*" in "*nedvoumnost*" zahtevanega soglasja.
57. **Tretjič,** zaradi zgoraj opisanega pomanjkanja jasnosti pritožnik ne more preveriti, kakšno profiliranje bi se končalo (če sploh), če bi se odločil za plačljivo naročnino, niti z uporabo omejenih orodij, ki jih Meta da na voljo za razumevanje dela svojega profiliranja. Pritožnik je bil seznanjen z izkušnjami uporabnikov Mete, ki so se odločili za plačljivo naročnino. Ti ne morejo več pregledovati "tem oglasov", ki jim jih je dodelila Meta²⁹. Pritožnik razume, da so teme oglasov glavni način, s katerim Meta posameznikom, na katere se nanašajo osebni podatki, omogoča, da razumejo profiliranje, ki ga Meta izvaja o njih, saj prikazujejo značilnosti in teme, za katere Meta sklepa, da so povezane, pomembne ali zanimive za posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki³⁰. Pritožnik tako ne more vedeti, ali bi, če bi se odločil za plačljivo naročnino:
- i. Meta bi prenehala z oblikovanjem profilov, ki so vključeni v ustvarjanje tem oglasov, pri čemer bi se zanašala le na druge profile za izvajanje "prilagajanja storitev";
 - ii. Meta bi še naprej ustvarjala *nekaj* tem oglasov, vendar manj kot pri uporabniku, ki se odjavi od plačljive naročnine; ali
 - iii. Meta bi še naprej ustvarjala tem oglasov v enakem obsegu, vendar bi jih uporabljala le za "prilagajanje storitev" (kar lahko vključuje nekatere obdelave vedenjskega oglaševanja, ki jih Meta ne uvršča med "prilagajanje oglasov").
58. Če povzamemo, na podlagi izjav in dokazov družbe Meta, s katerimi je bil pritožnik seznanjen, (i) narava in obseg prilagajanje in profiliranja družbe Meta na splošno nista jasna, (ii) v nasprotju z izjavami družbe Meta se neznana količina profiliranja, povezanega z oglaševanjem, nadaljuje ne glede na soglasje, ki ga je zahtevala, in (iii)

²⁹ Uporabniki prejmejo sporočilo "Ker ne vidite več oglasov, nimate več dostopa do nastavitev, ki niso pomembne.

³⁰ Priloga 2, slika 4

pritožnik ne more preveriti, katero profiliranje (če sploh) je "izklopljeno/vklopljeno" na podlagi zahtevanega soglasja. Ni natančno jasno, na katero obdelavo in za katere namene se nanaša zahtevana privolitev: ni mogoče reči, da je "specifična" ali "nedvoumna". Iz istih razlogov ni mogoče reči, da je "informirana": pritožnik ni v celoti razumel (in ni mogel razumeti) posledic zavrnitve ali podaje soglasja, zlasti v zvezi z osrednjim vprašanjem, katera obdelava za vedenjsko oglaševanje se bo na podlagi pritožnikove izbire prenehala ali nadaljevala.

b) Domnevna privolitev ni bila dana prostovoljno

59. Struktura Metinega modela plačljive naročnine in način njene predstavitve kažeta, da soglasje, ki ga je zahteval pritožnik, ni bilo dano prostovoljno. Zadeva 252-21 (iz točke [143]) obravnava, ali je privolitev v obdelavo za vedenjsko oglaševanje, ki ga izvaja Meta, lahko "prostovoljno dana" v smislu GDPR. Ob upoštevanju te analize prevladujoči položaj družbe Meta in način, na katerega je od pritožnika zahtevala soglasje, spodbujata veljavnost tega soglasja:

60. **Prvič**, Meta uporabnikom, kot je pritožnik, nalaga pogoje, ki niso potrebni. Člen 7(4) določa, da je pri ugotavljanju, ali je privolitev dana prostovoljno:

"se med drugim zlasti upošteva, ali je izvajanje pogodbe, vključno z zagotavljanjem storitve, pogojeno s privolitvijo v obdelavo osebnih podatkov, ki ni potrebna za izvedbo zadevne pogodbe."

61. To potrjujejo tudi smernice EDPB o soglasju³¹, v katerih je navedeno, da "Article 7(4) seeks to ensure that the purpose of personal data processing is not disguised nor bundled with the provision of a contract of a service for which these personal data are not necessary. In doing so, the GDPR ensures that the processing of personal data for which consent is sought cannot become directly or indirectly the counter-performance of a contract"³². (na voljo je samo v angleškem jeziku, prevod je "Namen člena 7(4) je zagotoviti, da se namen obdelave osebnih podatkov ne prikrije ali poveže z zagotavljanjem pogodbe o storitvi, za katero ti osebni podatki niso potrebni. S tem GDPR zagotavlja, da obdelava osebnih podatkov, za katero se zahteva privolitev, ne more neposredno ali posredno postati nasprotna izpolnitev pogodbe"³³.)

62. V tem primeru je Meta pogojevala izpolnjevanje pogodbe za brezplačno različico svojih platform s "prilaganjem oglasov". To pomeni, da je pogojena z obdelavo za vedenjsko

³¹ Smernice 05/2020 o soglasju v skladu z Uredbo 2016/679: https://edpb.europa.eu/sites/default/files/files/file1/edpb_guidelines_202005_consent_en.pdf

³² At [26].

³³ Pri [26].

oglaševanje, za katero je bilo v zadevi C252-21 ter zavezujočih odločbah 3/2022 in 4/2022 ugotovljeno, da ni potrebna za izvajanje te pogodbe. Kot je napovedala zaskrbljenost Sodišča EU v zadevi C252021 v točki [149], je Meta dejansko uvedla "pogoje, ki niso nujno potrebni za izvajanje pogodbe".

63. V zvezi s tem je treba opozoriti, da je Sodišče EU v točki [150] navedlo, da je treba v primeru, ko se soglasje zahteva kot pogoj za pogodbeno izpolnitev s strani Mete, za uskladitev s členom 7(4):

"uporabnikom [platform Meta] po potrebi za ustrezno plačilo ponudi enakovredna alternativa, ki ni povezana s takimi dejanji obdelave podatkov." (poudarek dodan).

64. Sodišče EU ni pojasnilo, kdaj je zaračunavanje pristojbine namesto soglasja lahko "potrebno" v tem smislu, vendar:

- i. Če ima upravljavec (kot je Meta) prevladujoč položaj, je treba dokazati, da je zaračunavanje pristojbine jasno in nujno potrebno, da se prepreči zloraba tega prevladujočega položaja;
- ii. Če so na voljo manj obremenjujoče/intruzivne možnosti, mora Meta dokazati, da je zaračunavanje pristojbine dejansko "potrebno". V zvezi s tem je pomembno, da je kljub Meta implicitni trditvi³⁴, da je prilagajanje oglasov edini način zagotavljanja njene storitve, raziskava za Evropsko komisijo³⁵ pokazala, da obstajajo manj vsiljive alternative za Meta vztraja pri obdelavi vedenjskega oglaševanja ali plačilu pristojbine.

65. **Drugič**, Meta izkorišča svojo prevladujočo vlogo za ponujanje modela soglasja, ki ni dovolj podroben. Sodišče EU (v točki [151]) je navedlo:

"v smislu te uvodne izjave 43 ustrezno, da se lahko poda ločena privolitve za obdelavo zadnjenavedenih podatkov na eni strani in podatkov off Facebook na drugi strani."

66. V okviru modela plačljive naročnine Meta pritožniku ni ponudila možnosti, da bi na ta način dal ločeno soglasje.

67. **Tretjič**, preklic privolitve je škodljiv. Člen 7(3) določa, da morajo imeti posamezniki, na katere se nanašajo osebni podatki, možnost preklicati privolitve enako enostavno kot privolitve. Pritožnik lahko svoje "soglasje" umakne le tako, da se pomakne v center za

³⁴ <https://about.fb.com/news/2023/10/facebook-and-instagram-to-offer-subscription-for-no-ads-in-europe/>

³⁵ <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/8b950a43-a141-11ed-b508-01aa75ed71a1/>, poglavje 5.

račune in se odloči za plačilo zneska naročnine za uporabo storitve Meta Products³⁶. Neravnovesje med enostavnostjo privolitve in preklica kaže na to, da zahtevana privolitev ni bila dana prostovoljno.

68. **[Četrtrič,** privolitev je bila pridobljena na nepotreben moteč način. V uvodni izjavi 32 GDPR je navedeno, da kadar se privolitev pridobi z elektronskimi sredstvi, potem "*zahteva za privolitev ne sme po nepotrebem ovirati uporabe storitve, za katero se zagotavlja*". Kot je pojasnjeno v oddelku Metina obdelava pritožnikovih osebnih podatkov in domnevno zbiranje pritožnikove privolitve. Metino profiliranje pritožnika in dva njena namena, ki temeljita na tem profiliranju.. je Meta uvedla plačilni zid, ki je pritožniku onemogočil dostop do njegovega računa. Pritožnik je lahko pridobil dostop le s "soglasjem" ali z izbiro plačljive naročnine; to je po nepotrebem oviralo pritožnikovo uporabo storitve.]
69. Prevladujoči položaj Mete na njenem trgu je skupaj ustvaril jasno neravnovesje moči med Meto in pritožnikom. To neravnovesje moči je, podobno kot je napovedalo Sodišče EU v zadevi C252-21, privedlo do položaja, v katerem pritožnik ni imel realne izbire, ali naj privoli v Metino "prilagajanje oglasov". Po besedah Sodišča EU in na podlagi uvodne izjave 43 Splošne uredbe o varstvu podatkov prevlada družbe Meta usodno ogroža "*svobodno izbiro uporabnika [katerega privolitev se zahteva]*", kar jasno kaže, da pritožnikova privolitev ni bila dana svobodno.
70. V skladu s členom 7³⁷ mora biti Meta sposobna dokazati, da je pritožnik privolil v obdelavo njegovih] osebnih podatkov za "prilagajanje oglasov", kar je obdelava za vedenjsko oglaševanje. To je v skladu z načelom odgovornosti iz člena 5(2). Povzetek poglavij Nezakonita obdelava pritožnikovih osebnih podatkov.Obdelava za vedenjsko oglaševanje, ki temelji na domnevni privolitvi, nima veljavne pravne podlage. Domnevna in Domnevna privolitev ni bila dana prostovoljno, Meta ne more dokazati, da je bilo soglasje, ki ga je zahtevala od pritožnika:
- i. specifična, nedvoumna, informirana, ker pritožnik ne more razumeti celotne obdelave Mete ali vpliva privolitve na to obdelavo; niti
 - ii. zaradi Metinega prevladujočega položaja in neravnovesja moči, ki ga ta ustvarja.
71. Obdelava, ki jo je Meta opravila na podlagi domnevnega soglasja pritožnika, je zato nezakonita.

³⁶ Priloga 2, slika 4

³⁷ Poudarjeno v točki C252-21, [152].

II. Nekatere obdelave za vedenjsko oglaševanje se nedopustno sklicujejo na člen 6(1)(b) GDPR

72. V skladu z Metinim obvestilom o zasebnosti se "prilagajanje storitev" izvaja na podlagi člena 6(1)(b), tj. da je potrebno za izvajanje pogodbe med Meto in pritožnikom.
73. Vendar, kot je pojasnjeno v odstavkih **Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti. do Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.** zgoraj, lahko "prilagajanje storitev" - zlasti v kombinaciji z možnostjo podjetij in ustvarjalcev, da sponzorirajo objave - privede do tega, da pritožnik prejme vsebino, ki je prilagojeno oglaševanje v vseh pogledih, razen v imenu. To pomeni: "prilagajanje storitev", kljub temu da je kategorizirana ločeno od "prilaganja oglasov", vključuje vsaj nekaj obdelave za vedenjsko oglaševanje v zvezi s pritožnikom na podlagi člena 6(1)(b). V skladu z zavezujočima odločbama EDPB 3/2022 in 4/2022 ter nujnim zavezujočim sklepom 01/2023 je to nezakonito.

III. Ni mogoče dokazati, da ima obdelava prilaganja storitev veljavno pravno podlago ali da je v skladu z načelom minimizacije podatkov

74. Pritožnik ne more preveriti, kakšno profiliranje bi se nadaljevalo, če bi se odločil za plačljivo naročnino. Povedano drugače, pritožnik ne more preveriti, kakšno profiliranje Meta izvaja v okviru kategorije (in za namen) "prilaganja storitev" na podlagi člena 6(1)(b) (pogodba). Razlog za to je, da:
- i. Meta svoje obdelave ne pojasnjuje ustrezno: uporablja nejasne in nedefinirane izraze (odstavki **Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti. do Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.**) in zdi se, da informacije, ki jih posreduje, ne dajejo popolne slike o njenem profiliranju (odstavka **Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti. do Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.**); in
 - ii. *Edino* orodje, ki ga Meta zagotavlja, "*teme oglasov*", ni na voljo plačljivim uporabnikom, kar pomeni, da uporabnik ne more preveriti, katere teme oglasov (če sploh) Meta še naprej ustvarja in kako jih uporablja za "prilagajanje storitev".
75. Dejansko je mogoče, da Meta uporablja vse teme oglasov ter druge metrike in sklepe, dodeljene pritožniku, *tako za namene "prilaganja storitev(-e)" kot za "prilaganje oglasov"*.
76. To se še poslabša, ker Meta navaja popolnoma enake kategorije osebnih podatkov v delih svojega pravilnika o zasebnosti, ki se nanašajo na "prilagajanje oglasov" oziroma "prilagajanje storitev". Če pustimo ob strani teme oglasov, pritožnik ne ve in ne more vedeti, v kakšnem obsegu Meta obdeluje njegove osebne podatke, kot so GPS, naslov

IP in informacije o napravi, za "prilagajanje storitev" v nasprotju s "prilagajanjem oglasov". Morda bi lahko mislili, da bi Meta pritožnika manj obsežno profilirala, če bi izvajala *le* "prilagajanje storitve(-e)" in ne za *oba* namena obdelave. Vendar pritožnik tega ne more preveriti.

77. Ker se Metina obdelava za "prilagajanje storitev" opira na člen 6(1)(b), mora biti *potrebna* za izvajanje njene pogodbe s pritožnikom. V skladu s tem mora Meta omejiti svojo obdelavo na to, kar je potrebno za ta namen, v skladu z načelom zmanjšanja obsega podatkov iz člena 5(1)(c).
78. Ta povezana vprašanja so podrobno obravnavana v zavezujočih sklepih 3/2022 in 4/2022 ter nujnem zavezujočem sklepu 1/2023 EDPB. V zavezujoči odločbi 3/2022 je EDPB (ponovno) navedel (v točki [112]):

"it is important to determine the exact rationale of the contract, i.e. its substance and fundamental objective, as it is against this that it will be tested whether the data processing is necessary for its performance". As the EDPB has previously stated, regard should be given to the particular aim, purpose, or objective of the service and, for applicability of Article 6(1)(b) GDPR, it is required that the processing is objectively necessary for a purpose and integral to the delivery of that contractual service to the data subject." (na voljo je samo v angleškem jeziku, prevod je: "*pomembno je določiti natančen razlog pogodbe, tj. njeno vsebino in temeljni cilj, saj se bo na podlagi tega preverjalo, ali je obdelava podatkov potrebna za njeno izvajanje*". Kot je EDPB že navedel, je treba upoštevati poseben cilj, namen ali cilj storitve, za uporabo člena 6(1)(b) GDPR pa se zahteva, da je obdelava objektivno potrebna za določen namen in je sestavni del zagotavljanja te pogodbene storitve posamezniku, na katerega se nanašajo osebni podatki."

79. To pomeni, da je vprašanje, katera obdelava je "*potrebna*" za izvajanje pogodbe, odvisno od dejstev in objektivno. Ker pritožnik ni obveščen o obsegu in naravi profiliranja, ki ga Meta izvaja za "prilagajanjem storitev", ne more odgovoriti na to objektivno in za posamezna dejstva specifično vprašanje.
80. Dejansko obstaja razlog za domnevo, da Metina obdelava v celoti *ni* potrebna za izvajanje njene pogodbe, saj je EDPB v preteklosti (*med drugim* v zavezujočih odločbah 3/2022 in 4/2022) ugotovil, da Meta napačno razume, v kolikšni meri je njeno profiliranje resnično potrebno za izvajanje njene pogodbe z uporabniki.
81. V teh okoliščinah Meta pritožniku ne more dokazati, da je njena obdelava "prilagajanja storitve(-e)" potrebna za izvajanje pogodbe, kot se od nje zahteva v skladu s členom

5(2). Brez tega dokaza Meta nima pravne podlage za vsaj del te obdelave, ki je zato nezakonita. Iz istih razlogov ta obdelava ni v skladu z načelom zmanjšanja obsega podatkov.

IV. Pri obdelavi 'oglaševanja po meri' ni mogoče dokazati, da je v skladu z načelom najmanjšega obsega podatkov

82. Metina zakonita podlaga za "prilagajanje oglasov" je soglasje iz člena 6(1)(a). Ta podlaga nima "elementa nujnosti". Vendar pa načelo zmanjšanja obsega podatkov iz člena 5(1)(c) zahteva, da so osebni podatki "omejeni na to, kar je **potrebno za namene, za katere se obdelujejo**" (poudarek dodan).
83. Zato je koncept nujnosti še vedno pomemben za Metino "prilagajanje oglasov": Meta mora osebne podatke pritožnika obdelovati le v obsegu, ki je potreben za "prilagajanje" (natančneje, ciljno usmerjanje) oglasov pritožniku v okviru poslovanja družbe Meta. To potrjujejo tudi Smernice 05/2020 EDPB o privolitvi, v katerih je navedeno:

"[O]btaining consent also does not negate or in any way diminish the controller's obligations to observe the principles of processing enshrined in the GDPR, especially Article 5 of the GDPR with regard to fairness, necessity and proportionality, as well as data quality. Even if the processing of personal data is based on consent of the data subject, this would not legitimise collection of data, which is not necessary in relation to a specified purpose of processing and be fundamentally unfair." (na voljo samo v angleškem jeziku, prevod je "[O]bstoj privolitve prav tako ne izničuje ali kakor koli zmanjšuje obveznosti upravljavca, da spoštuje načela obdelave iz GDPR, zlasti člena 5 GDPR glede poštenosti, nujnosti in sorazmernosti ter kakovosti podatkov. Tudi če obdelava osebnih podatkov temelji na privolitvi posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki, to ne bi upravičevalo zbiranja podatkov, ki ni potrebno v zvezi z določenim namenom obdelave in je v osnovi nepošteno."

84. Tako kot pri obdelavi Metinega "prilagajanja storitev" je treba objektivno in glede na dejstva uravnotežiti, ali Meta obdeluje samo tiste podatke, ki so resnično potrebni za ciljno usmerjanje oglasov (če je to sprejeto kot zakoniti namen). Takšno tehtanje je *načeloma* težko izvesti, ker:
- i. Narava namena "prilagajanja oglasov" je nejasna. Meta ga zelo različno opisuje, ko govori z oglaševalci/podjetji in posamezniki, na katere se nanašajo osebni podatki, ključni izrazi pa niso opredeljeni (odstavki **Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.** do **Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.**).

- ii. Razsežnost in obseg Metine obdelave nista jasna. Meta ponuja le malo orodij za preverjanje obsega obdelave in obstajajo dokazi, da njena obdelava znatno presega obseg, ki ga ta orodja predstavljajo (odstavki **Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti. do Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.**).
85. Pritožnik v praksi ne more opraviti te presoje, saj ne more vedeti, kakšen je celoten obseg Metinega "oglaševanja po meri" v zvezi z njim.
86. Pritožnik ve, da:
- i. se "prilagajanje oglasov" izvaja v velikem obsegu: Meta v svojem obsežnem obvestilu o zasebnosti navaja 18 kategorij osebnih podatkov, obseg obdelave pa sta ugotovila tudi Sodišče EU in EDPB v odločbah, navedenih v odstavku **Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.**; in
 - ii. Meta ne pojasni obsega in narave svoje obdelave (odstavki **Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti. do Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.**).
87. To ustvarja vsaj resničen dvom o tem, ali je Metina obdelava "prilagajanja oglasov" omejena na tisto, kar je potrebno za ta namen, ali nasprotno, ali Meta zbira čim več podatkov o pritožniku, kar ni sorazmerno s tem, kar bi se lahko štelo za objektivno "potrebno" za Metine poslovne namene³⁸.

V. Kršitev načelo preglednosti in omejitve namena

a) Preglednost

88. V skladu s členom 5(1)(a) mora biti Metina obdelava pregledna. To vključuje (v skladu s členoma 13 in 14) zagotavljanje informacij pritožniku o:
- i. namenih in pravnih podlagah za obdelavo podatkov s strani družbe Meta ter
 - ii. obstoj avtomatiziranega sprejemanja odločitev, vključno z oblikovanjem profilov, iz člena 22(1) in (4), in vsaj v teh primerih smiselne informacije o vključeni logiki ter pomenu in predvidenih posledicah take obdelave za posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki.
89. Kot je podrobno navedeno v tej pritožbi (odstavki **Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti. do Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.**, S spremembo pravne podlage, na katero se sklicuje "prilagajanje oglasov" v odziv na zgoraj navedene

³⁸ V zvezi s tem so alternativne možnosti za prilagojeno oglaševanje, navedene v odstavku Sodišče EU ni pojasnilo, kdaj je zaračunavanje pristojbine namesto soglasja lahko "potrebno" v tem smislu, vendar: so pomembne.

odločitve, daje Meta pritožniku vtis, da sta "prilagajanje oglasov" in obdelava za vedenjsko oglaševanje eno in isto. Čeprav je pravilno, da "prilagajanje oglasov" pomeni obdelavo za vedenjsko oglaševanje, pa se zdi, da tudi nekatere obdelave v okviru "prilaganja storitev" ustrezajo tej opredelitvi do

90. in Ni natančno jasno, na katero obdelavo in za katere namene se je nanašalo soglasje, ki ga je zahteval pritožnik: na Če povzamemo, na podlagi izjav in dokazov družbe Meta, s katerimi je bil pritožnik seznanjen, (i) narava in obseg prilagajanje in profiliranja družbe Meta na splošno nista jasna, (ii) v nasprotju z izjavami družbe Meta se neznana količina profiliranja, povezanega z oglaševanjem, nadaljuje ne glede na soglasje, ki ga je zahtevala, in (iii) pritožnik ne more preveriti, katero profiliranje (če sploh) je "izklopljeno/vklopljeno" na podlagi zahtevanega soglasja. Ni natančno jasno, na katero obdelavo in za katere namene se nanaša zahtevana privolitve: ni mogoče reči, da je "specifična" ali "nedvoumna". Iz istih razlogov ni mogoče reči, da je "informirana": pritožnik ni v celoti razumel (in ni mogel razumeti) posledic zavrnitve ali podaje soglasja, zlasti v zvezi z osrednjim vprašanjem, katera obdelava za vedenjsko oglaševanje se bo na podlagi pritožnikove izbire prenehala ali nadaljevala.), so te zadeve precej nejasne. Na osnovni ravni so ključni vidiki informacij o preglednosti družbe Meta odvisni od njene (nerazkrite) opredelitve "oglasov", zlasti v okoliščinah, ko so sodišča in nadzorni organi v Uniji izdali odločbe, osredotočene na obdelavo za vedenjsko oglaševanje. To vprašanje še zaostrejuje dokazi, da tisti, ki so se odločili za plačljivo naročnino, da *ne bi* prejeli oglasov, očitno še naprej prejemajo vsebino, ki je prilagojeno oglaševanje v vseh pogledih, razen v imenu.
91. Poleg tega informacije, ki jih je zagotovila Meta, ne pojasnjujejo, v kolikšni meri se profiliranje uporablja za "prilagajanje oglasov" ali "prilagajanje storitev". To pomanjkanje jasnosti je postalo še posebej pereče zdaj, ko se Meta domnevno zanaša na privolitve za "prilagajanje oglasov". Meta naj bi pritožniku dala možnost, da "izklopi" "prilagajanje oglasov", ne da bi pritožnik vedel, na katero *obdelavo* (če sploh) bo vplivala njegova izbira.
92. V teh okoliščinah ni mogoče trditi, da sta Metina "prilagajanje oglasov" in "prilagajanje storitev" pregledni, kot zahteva GDPR.

b) Omejitev namena

93. Člen 5(1)(b) zahteva, da so osebni podatki:

"zbrane za določene, izrecne in zakonite namene ter se ne smejo nadalje obdelovati na način, ki ni združljiv s temi nameni [...]"

94. Glede na to, da Meta ni dovolj pregledna glede obdelave (kot je navedeno v prejšnjem razdelku), ni mogoče reči, da so njeni nameni "izrecni". Nasprotno, so nejasni in opredeljeni na način, ki je smiseln le za podjetje Meta.
95. Poleg tega je v Metinem obvestilu o zasebnosti naveden širok nabor nejasnih in potencialno prekrivajočih se namenov. Pojasnjuje, da vsi ti nameni črpajo iz istega (obsežnega) nabora osebnih podatkov in zapletenih postopkov profiliranja. Glede na to, da pritožnik ne more vedeti, kakšna obdelava poteka v celoti, kaj šele v zvezi z vsakim namenom posebej, ni mogoče trditi, da Meta zbira pritožnikove podatke za "določene" namene. Nasprotno, Meta si prisvaja pravico do zbiranja vseh pritožnikovih spletnih osebnih podatkov (skoraj brez praktičnih omejitev) za vse svoje namene.
96. To še poslabša izbira, ki je pritožniku domnevno ponujena za "izklop" profiliranja za en namen ("prilagajanje oglasov"), ne da bi pritožniku omogočila kakršno koli preverjanje, ali je profiliranje, ki bi se nadaljevalo, če bi se pritožnik odločil za to, resnično potrebno za preostali namen ("prilagajanje storitev").
97. Tako kot pri drugih načelih varstva podatkov nosi Meta breme dokazovanja skladnosti s členom 5(1)(b) v skladu z načelom odgovornosti iz člena 5(2). Tega ne more storiti: tako obsežna obdelava, tako nejasno opisana in za toliko prekrivajočih se namenov, ne more biti v skladu s tem načelom.

VI. Obdelava ni poštena

98. V skladu s členom 5(1)(a) mora biti Metina obdelava poštena . V zavezujoči odločbi 03/2022 je EDPB (v točki [219]) navedel, da je poštenost "*ločena, vendar neločljivo povezana*" s preglednostjo in zakonitostjo, ter:

"[I]n data protection law, the concept of fairness stems from the EU Charter of Fundamental Rights. The EDPB has already provided some elements as to the meaning and effect of the principle of fairness in the context of processing personal data. For example, the EDPB has previously opined in its Guidelines on Data Protection by Design and by Default that "Fairness is an overarching principle which requires that personal data should not be processed in a way that is unjustifiably detrimental, unlawfully discriminatory, unexpected or misleading to the data subject. Among the key fairness elements that controllers should consider in this regard, the EDPB has mentioned autonomy of the data subjects, data subjects' expectation, power balance, avoidance of deception, ethical and truthful processing." Na voljo je le v angleškem jeziku, prevod je: *"[V] pravu o varstvu podatkov pojem poštenosti izhaja iz Listine EU o temeljnih pravicah. EDPB je že navedel nekatere elemente glede*

pomena in učinka načela poštenosti v okviru obdelave osebnih podatkov. EDPB je na primer v Smernicah o vgrajenem in privzetem varstvu podatkov že izrazil mnenje, da je "poštenost splošno načelo, ki zahteva, da se osebni podatki ne obdelujejo na način, ki bi bil za posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki, neupravičeno škodljiv, nezakonito diskriminatoren, nepričakovan ali zavajajoč. Med ključnimi elementi poštenosti, ki jih morajo upravljavci upoštevati v zvezi s tem, je EDPB navedel avtonomijo posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki, pričakovanja posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki, ravnovesje moči, izogibanje prevaram ter etično in resnicoljubno obdelavo"

99. EDPB je v tej odločbi ugotovil, da so ta vprašanja "še posebej pomembna" za Metino obdelavo za vedenjsko oglaševanje.
100. Pridobitev pritožnikove privolitve in posledična obdelava njegovih osebnih podatkov od novembra 2023 je bila v nasprotju z načelom poštenosti (in zato nezakonita), ker:
- i. Pomanjkanje preglednosti in menjavanje pravnih podlag v družbi Meta onemogočata uveljavljanje pravic posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki;
 - ii. Metina obdelava presega tisto, kar bi njeni uporabniki - vključno s pritožnikom - razumno pričakovali;
 - iii. za Metino pridobivanje pritožnikove privolitve so bili značilni temni vzorci, v ozadju pa je bilo nesprejemljivo neravnovesje moči med upravljavcem in posameznikom, na katerega se nanašajo osebni podatki; in
 - iv. V teh okoliščinah ni mogoče reči, da je Metina obdelava "etična in resnična".

a) Pomanjkanje preglednosti in menjava pravnih podlag

101. Kot je podrobno opisano zgoraj, Metina obdelava ni dovolj pregledna. To samo po sebi ogroža poštenost obdelave, saj: *"lack of transparency can make it almost impossible in practice for the data subjects to exercise an informed choice over the use of their data."*³⁹ Na voljo je samo v angleškem jeziku, prevod je: *"pomanjkanje preglednosti lahko v praksi posameznikom, na katere se nanašajo osebni podatki, skoraj onemogoči, da bi se na podlagi informacij odločali o uporabi svojih podatkov."*

³⁹ Zavezujoča odločba 03/2022 točka [223]

102. Posebno pomembna je pritožnikova nezmožnost, da bi v celoti poznal posledice izbire, ki mu je bila ponujena v zvezi s "prilagajanjem oglasov". Obstajajo podobnosti s prejšnjimi ugotovitvami EDPB o Metini obdelavi⁴⁰ :

"The EDPB notes that in this particular case the breach of Meta IE's transparency obligations is of such gravity that it clearly impacts the reasonable expectations of the Facebook users by confusing them on whether clicking the "Accept" button results in giving their consent to the processing of their personal data [...]"

the processing by Meta IE cannot be regarded as ethical and truthful because it is confusing with regard to the type of data processed, the legal basis and the purpose of the processing, which ultimately restricts the Facebook users' possibility to exercise their data subjects' rights."

(slovenski prevod je: "EDPB ugotavlja, da je v tem primeru kršitev obveznosti družbe Meta IE glede preglednosti tako resna, da očitno vpliva na razumna pričakovanja uporabnikov Facebooka, saj jih zavaja glede tega, ali klik na gumb "Sprejmi" pomeni, da dajejo soglasje za obdelavo svojih osebni podatkov [...]."

obdelave, ki jo izvaja Meta IE, ni mogoče šteti za etično in resnicoljubno, saj je nejasna glede vrste obdelanih podatkov, pravne podlage in namena obdelave, kar uporabnikom Facebooka omejuje možnost uveljavljanja pravic posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki.")

103. Trenutno pomanjkanje preglednosti družbe Meta je še večje zaradi dejstva, da je družba Meta v enem letu dvakrat spremenila pravno podlago, na katero se opira pri "prilagajanju oglasov". V točki [104] zavezujoče odločbe 03/2022 je EDPB navedel:

"there is no hierarchy between these legal bases, However, this does not mean that a controller, as Meta IE in the present case, has absolute discretion to choose the legal basis that suits better its commercial interests. The controller may only rely on one of the legal basis established under Article 6 GDPR if it is appropriate for the processing at stake. A specific legal basis will be appropriate insofar as the processing can meet its requirements set by the GDPR and fulfil the objective of the GDPR to protect the rights and freedoms of natural persons and in particular their right to the protection of personal data."

⁴⁰ Prav tam, [226] in [229].

(slovenski prevod je: "med temi pravnimi podlagami ni hierarhije, vendar to ne pomeni, da ima upravljavec, kot Meta IE v tem primeru, popolno diskrecijsko pravico, da izbere pravno podlago, ki bolj ustreza njegovim poslovnim interesom. Upravljavec se lahko na eno od pravnih podlag iz člena 6 GDPR sklicuje le, če je ta primerna za zadevno obdelavo. Določena pravna podlaga bo ustrezna, če bo obdelava lahko izpolnjevala svoje zahteve, določene z GDPR, in izpolnjevala cilj GDPR za varstvo pravic in svoboščin posameznikov ter zlasti njihove pravice do varstva osebnih podatkov.")

103. Hitra menjava pravnih podlag ni v skladu s pričakovanji posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki, in jim otežuje, da bi vedeli, kako uveljavljati svoje pravice, ki so vezane na pravno podlago, na katero se sklicujejo. Pritožnik je na spletni strani⁴¹ seznanjen s tem, da je Meta uporabnike, ki so prej (ko se je Meta opirala na svoje zakonite interese) ugovarjali obdelavi vedenjskega oglaševanja - izbira brez finančnih posledic - obvestila, da bodo morali zdaj sprejeti "*novo odločitev*": *odločitev*, ki je povezana z znatnimi finančnimi stroški. V tem smislu je mogoče razumeti, da Meta z zamenjavo pravnih podlag ogroža uveljavljanje pomembnih pravic posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki, ki jih spodbuja, da se jim odpovejo v zameno za izogibanje mesečnim pristojbinam.
104. Posamezniki, na katere se nanašajo osebni podatki, ki uporabljajo Metine platforme, so iz položaja, v katerem je morala Meta uravnotežiti svoje interese z interesi posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki, prešli v položaj, v katerem se nadaljuje ista obdelava, vendar brez kakršnega koli uravnoveženja interesov in brez dejanske izbire posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki, glede obdelave (odstavki Struktura Metinega modela plačljive naročnine in način njene predstavitve kažeta, da soglasje, ki ga je zahteval pritožnik, ni bilo dano prostovoljno. Zadeva 252-21 (iz točke [143]) obravnava, ali je privolitev v obdelavo za vedenjsko oglaševanje, ki ga izvaja Meta, lahko "prostovoljno dana" v smislu GDPR. Ob upoštevanju te analize prevladujoči položaj družbe Meta in način, na katerega je od pritožnika zahtevala soglasje, spodkopavata veljavnost tega soglasja: do **Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.**). Obdelava za vedenjsko oglaševanje, ki jo izvaja Meta, ni prestala preskusa uravnoveženja za sklicevanje na zakonite interese:

*"the interests and fundamental rights of data subjects override the legitimate interests put forward by Meta IE for the processing of personal data collected on Meta's products for the purposes of behavioural advertising."*⁴²

⁴¹ Priloga 3

⁴² Nujna zavezujoča odločba EDPB 01/2023, [147]

(slovenski prevod je: "interesi in temeljne pravice posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki, prevladajo nad zakonitimi interesi, ki jih je Meta IE navedla za obdelavo osebnih podatkov, zbranih na Metinih izdelkih, za namene vedenjskega oglaševanja.")

105. Trdi se, da ne more biti pravilno (dejansko ne more biti "pošteno" v smislu GDPR), da se takšna obdelava, ki je tako očitno spodletela pri tehtanju iz člena 6(1)(f), lahko naredi zakonita, če se posameznikom, na katere se nanašajo osebni podatki, naloži s postopkom privolitve, ki ne izpolnjuje standardov GDPR.
106. Skupaj gledano Metino trenutno pomanjkanje preglednosti in spreminjanje pravne podlage skozi čas ne olajšujeta uveljavljanja pravic posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki (kot to zahteva člen 12(2)), temveč ovirata uveljavljanje teh pravic, zaradi česar je Metina obdelava nepoštena.

b) Obdelava ni v skladu z razumnimi pričakovanji uporabnikov

108. Iz podobnih razlogov Metina obdelava ni v okviru razumnih pričakovanj posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki (vključno s pritožnikom). Poleg splošnega pomanjkanja jasnosti glede Metine obdelave Meta s svojim naročniškim modelom predlaga, da lahko uporabniki "izklopijo" elemente njenega profiliranja: razumen uporabnik bi pričakoval, da je profiliranje za "prilagajanje storitev" manj obsežno kot za to in "prilagajanje oglasov". Vendar pa ni jasno, ali ima izbira plačljive naročnine **kakršen koli** učinek na zmanjšanje obsega profila uporabnika, ki ga Meta oblikuje. Dejansko obstajajo dokazi (glej odstavka **Prvič**, Metina obdelava na splošno ni jasna. Kot je pojasnjeno v odstavkih **Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti. do Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.**, so ključni izrazi v Metinem modelu "plačaj ali privoli", kot sta "prilagajanje" in "oglas", neopredeljeni in nejasni, zaradi česar pritožnik ne more razumeti, v kaj mora privoliti. Poleg tega (odstavki **Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti. do Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.**) se zdi, da informacije, ki jih Meta zagotovi o svoji obdelavi, niso v celoti pojasnjene. Brez razumevanja Metine obdelave na splošno pritožnik ne more razumeti, kako naj privoli ali kako drugače izbere posamezne dele obdelave. Če povzamemo, na podlagi izjav in dokazov družbe Meta, s katerimi je bil pritožnik seznanjen, (i) narava in obseg prilagajanje in profiliranja družbe Meta na splošno nista jasna, (ii) v nasprotju z izjavami družbe Meta se neznana količina profiliranja, povezanega z oglaševanjem, nadaljuje ne glede na soglasje, ki ga je zahtevala, in (iii) pritožnik ne more preveriti, katero profiliranje (če sploh) je "izklopljeno/vklopljeno" na podlagi zahtevanega soglasja. Ni natančno

jasno, na katero obdelavo in za katere namene se nanaša zahtevana privolitve: ni mogoče reči, da je "specifična" ali "nedvoumna". Iz istih razlogov ni mogoče reči, da je "informirana": pritožnik ni v celoti razumel (in ni mogel razumeti) posledic zavrnitve ali podaje soglasja, zlasti v zvezi z osrednjim vprašanjem, katera obdelava za vedenjsko oglaševanje se bo na podlagi pritožnikove izbire prenehala ali nadaljevala.), ki so v neposrednem nasprotju z izjavami Mete o učinku izbire. Metina obdelava v okviru kategorije "prilagajanje storitev" zato presega tisto, kar bi razumni uporabnik pričakoval, in ni poštena.

109. Obdelava Meta na splošno zaradi svojega obsega tudi ni v skladu s pričakovanji uporabnikov (kot sta ugotovila EDPB in SEU). Informacije, ki jih je zagotovila Meta, zagotovo ne omogočajo, da bi bila njena obdelava v skladu s pričakovanji uporabnikov, saj so te informacije nepopolne in nejasne.

c) Zbiranje domnevnih, vendar neveljavnih soglasij in neravnovesje moči

110. Kot je opisano v razdelku Metina obdelava pritožnikovih osebnih podatkov in domnevno zbiranje pritožnikove privolitve, je družba Meta pritožniku predstavila prisilni postopek zbiranja soglasja, v nasprotnem primeru pa bi moral plačati vnaprej določene finančne stroške. Pritožnikovo soglasje je bilo pridobljeno v razmerah, za katere je bilo značilno znatno neravnovesje moči, pri čemer je treba opozoriti na prejšnjo izjavo EDPB o poštenosti Metine obdelave, ki je kritizirala "neuravnoteženost odnosa med Meta IE in uporabniki Facebooka" in opozorila:

"The combination of factors, such as the asymmetry of the information created by Meta IE with regard to Facebook service users, combined with the "take it or leave it" situation that they are faced with due to the lack of alternative services in the market and the lack of options allowing them to adjust or opt out from a particular processing under the contract with Meta IE, systematically disadvantages Facebook service users, limits their control over the processing of their personal data and undermines the exercise of their rights under Chapter III of the GDPR." (emphasis added).

(slovenski prevod: "Kombinacija dejavnikov, kot je asimetrija informacij, ki jih je Meta IE ustvarila v zvezi z uporabniki storitev Facebook, v kombinaciji s položajem "vzemi ali pusti", s katerim se soočajo zaradi pomanjkanja alternativnih storitev na trgu, in pomanjkanjem možnosti, ki bi jim omogočale prilagoditev ali odjavo od določene obdelave v skladu s pogodbo z Meta IE, sistematično postavlja uporabnike storitev Facebook v slabši položaj, omejuje njihov nadzor nad obdelavo njihovih osebnih podatkov in ogroža uveljavljanje njihovih pravic iz poglavja III GDPR." (poudarek dodan).)

111. Izbiro so spremljale dvoumne informacije (na primer ohlapna opredelitev "oglasov" in nejasnost glede vpliva izbire na obseg osnovnega profiliranja družbe Meta). To ustreza opredelitvi temnega vzorca, ki ga je EDPB opisal v svojih smernicah ⁴³. "***left in the dark***: an interface is designed in a way to hide information or data protection control tools or to leave users unsure of how their data is processed and what kind of control they might have over it regarding the exercise of their rights." (slovenski prevod: "***puščen v temi***: vmesnik je zasnovan tako, da skriva informacije ali orodja za nadzor varstva podatkov ali da uporabniki niso prepričani, kako se njihovi podatki obdelujejo in kakšen nadzor bi lahko imeli nad njimi v zvezi z uveljavljanjem svojih pravic.")
112. Neravnovesje moči in temačni vzorci, ki so bili vključeni v poskus pridobitve pritožnikovega soglasja, so bili skupaj v nasprotju z načelom pravičnosti.
- d) Za obdelavo ni mogoče reči, da je "poštena in točna"
113. Ob upoštevanju Metinega:
- i. pomanjkanja odprtosti glede obsega in narave obdelave (odstavki **Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.** do **Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.**);
 - ii. Predstavitev nejasne in verjetno zavajajoče izbire za uporabnike v zvezi z vprašanjem, ki ima pomemben vpliv nanje in ki je bilo deležno obsežne regulativne pozornosti (odstavki Ni natančno jasno, na katero obdelavo in za katere namene se je nanašalo soglasje, ki ga je zahteval pritožnik: do Če povzamemo, na podlagi izjav in dokazov družbe Meta, s katerimi je bil pritožnik seznanjen, (i) narava in obseg prilagajanje in profiliranja družbe Meta na splošno nista jasna, (ii) v nasprotju z izjavami družbe Meta se neznana količina profiliranja, povezanega z oglaševanjem, nadaljuje ne glede na soglasje, ki ga je zahtevala, in (iii) pritožnik ne more preveriti, katero profiliranje (če sploh) je "izklopljeno/vklopljeno" na podlagi zahtevanega soglasja. Ni natančno jasno, na katero obdelavo in za katere namene se nanaša zahtevana privolitev: ni mogoče reči, da je "specifična" ali "nedvoumna". Iz istih razlogov ni mogoče reči, da je "informirana": pritožnik ni v celoti razumel (in ni mogel razumeti) posledic zavrnitve ali podaje soglasja, zlasti v zvezi z osrednjim vprašanjem, katera obdelava za vedenjsko oglaševanje se bo na podlagi pritožnikove izbire prenehala ali nadaljevala.);
 - iii. uporaba prevladujočega položaja za pridobivanje soglasja za obdelavo od uporabnikov, za katerega ni mogoče trditi, da je bilo dano prostovoljno (odstavki

⁴³ https://edpb.europa.eu/system/files/2022-03/edpb_03-2022_guidelines_on_dark_patterns_in_social_media_platform_interfaces_en.pdf

Struktura Metinega modela plačljive naročnine in način njene predstavitve kažeta, da soglasje, ki ga je zahteval pritožnik, ni bilo dano prostovoljno. Zadeva 252-21 (iz točke [143]) obravnava, ali je privolitve v obdelavo za vedenjsko oglaševanje, ki ga izvaja Meta, lahko "prostovoljno dana" v smislu GDPR. Ob upoštevanju te analize prevladujoči položaj družbe Meta in način, na katerega je od pritožnika zahtevala soglasje, spodkopavata veljavnost tega soglasja: do **Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.**);

- iv. nadaljevanje obdelave vedenjskega oglaševanja na podlagi člena 6(1)(b), čeprav je EDPB to razveljavil (odstavki V skladu z Metinim obvestilom o zasebnosti se "prilagajanje storitev" izvaja na podlagi člena 6(1)(b), tj. da je potrebno za izvajanje pogodbe med Meto in pritožnikom. do Vendar, kot je pojasnjeno v odstavkih **Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.** do **Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.** zgoraj, lahko "prilagajanje storitev" - zlasti v kombinaciji z možnostjo podjetij in ustvarjalcev, da sponzorirajo objave - privede do tega, da pritožnik prejme vsebino, ki je prilagojeno oglaševanje v vseh pogledih, razen v imenu. To pomeni: "prilagajanje storitev", kljub temu da je kategorizirana ločeno od "prilagajanja oglasov", vključuje vsaj nekaj obdelave za vedenjsko oglaševanje v zvezi s pritožnikom na podlagi člena 6(1)(b). V skladu z zavezujočima odločbama EDPB 3/2022 in 4/2022 ter nujnim zavezujočim sklepom 01/2023 je to nezakonito.); in
- v. menjava pravnih podlag na način, ki onemogoča uveljavljanje in uživanje pravic in varstva posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki (odstavki Hitra menjava pravnih podlag ni v skladu s pričakovani posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki, in jim otežuje, da bi vedeli, kako uveljavljati svoje pravice, ki so vezane na pravno podlago, na katero se sklicujejo. Pritožnik je na spletni strani seznanjen s tem, da je Meta uporabnike, ki so prej (ko se je Meta opirala na svoje zakonite interese) ugovarjali obdelavi vedenjskega oglaševanja - izbira brez finančnih posledic - obvestila, da bodo morali zdaj sprejeti "*novo odločitev*": *odločitev*, ki je povezana z znatnimi finančnimi stroški. V tem smislu je mogoče razumeti, da Meta z zamenjavo pravnih podlag ogroža uveljavljanje pomembnih pravic posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki, ki jih spodbuja, da se jim odpovejo v zameno za izogibanje mesečnim pristojbinam. do Trdi se, da ne more biti pravilno (dejansko ne more biti "pošteno" v smislu GDPR), da se takšna obdelava, ki je tako očitno spodletela pri tehtanju iz člena 6(1)(f), lahko naredi zakonita, če se posameznikom, na katere se nanašajo osebni podatki, naloži s postopkom privolitve, ki ne izpolnjuje standardov GDPR.),

Za njeno obdelavo ni mogoče reči, da je "poštena in točna", zato mora biti nepoštena.

E. Zahteva Informacijskemu pooblaščenцу

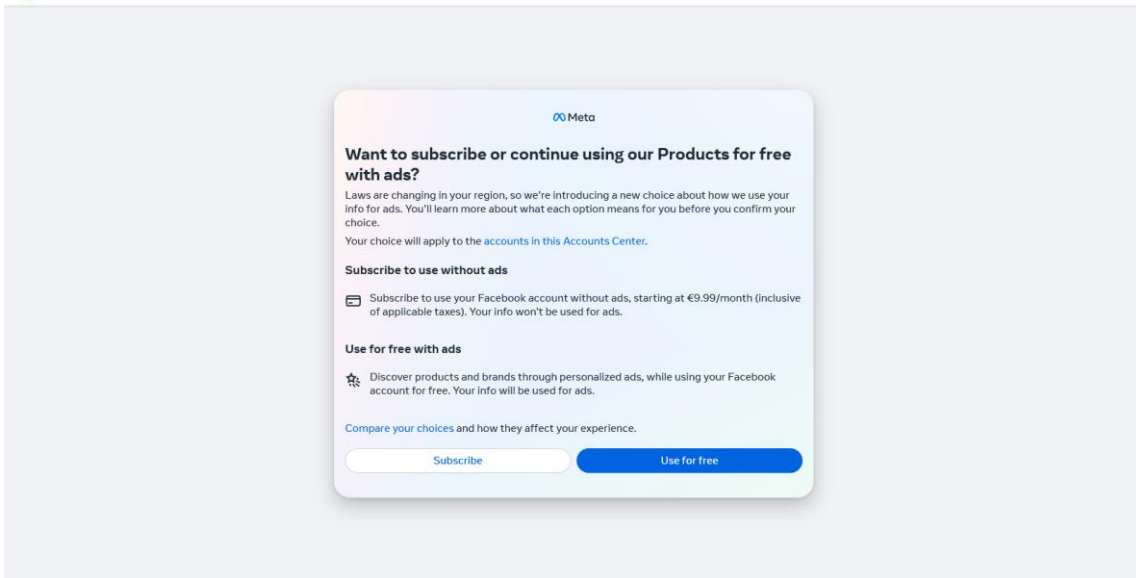
114. GDPR varuje temeljne pravice in svoboščine fizičnih oseb (člen 1(2)). Kršitve GDPR, opisane v tej pritožbi, so zato pomembne, zato pritožnik zahteva, da Informacijski pooblaščenec v celoti razišče pomisleke iz te pritožbe in pri tem uporabi vsa pooblastila, ki jih ima v skladu s členom 58 GDPR, ter po potrebi in v obsegu, v katerem bi lahko šlo za čezmejno obdelavo podatkov, o tej pritožbi obvesti Evropski odbor za varstvo podatkov.
115. Zlasti zahtevamo, da Informacijski pooblaščenec v zvezi z osebniimi podatki pritožnika in širše, če Informacijski pooblaščenec meni, da je to primerno, razišče in ugotovi, ali:
- i. Ali je Meta, ki se sklicuje na člen 6(1)(a) (privolitev), ki ga zbira prek modela plačljive naročnine za "prilagajanje oglasov", lahko zakonita, in če je, ali njen trenutni postopek zbira veljavno privolitev;
 - ii. Meta se nezakonito sklicuje na člen 6(1)(b) (pogodba) za "prilagajanje storitev, ki je oglaševanje, razen v imenu, in zato pomeni obdelavo vedenjskega oglaševanja;
 - iii. Metino "prilagajanje storitev", ki ni obdelava za vedenjsko oglaševanje, je potrebno za izvajanje njene pogodbe s pritožnikom (in drugimi uporabniki);
 - iv. Metina obdelava "prilagajanja oglasov" je v celoti potrebna za ta namen v skladu z načelom zmanjšanja količine podatkov.
 - v. Meta z obdelavo krši načela preglednosti, omejitve namena in poštenosti.
116. Pritožnik vljudno prosi, da Informacijski pooblaščenec:
- i. opredeli veljavno pravno podlago za obdelavo vedenjskega oglaševanja in (a) v primeru privolitve od Mete zahteva, da izvede postopek zbiranja privolitve, ki je skladen z GDPR, ali (b) v primeru neobstoja veljavne pravne podlage od Mete zahteva, da preneha z nezakonito obdelavo pritožnikovih osebnih podatkov (in, če Informacijski pooblaščenec meni, da je to primerno, podatkov drugih posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki).
 - ii. zahteva, da Meta svojo obdelavo podatkov uskladi z GDPR, zlasti z načelom zakonitosti, načelom poštene obdelave, načelom omejitve namena in načelom najmanjšega obsega podatkov.
 - iii. zahteva, da Meta izbriše vse nezakonito zbrane osebne podatke.

117. Ob upoštevanju obsega Metine obdelave in časa, za katerega se zdi, da je bila v nasprotju z GDPR (v skladu z odločbami, navedenimi v odstavku **Napaka! Vira sklicevanja ni bilo mogoče najti.**) pritožnik zahteva, da se zgoraj navedeni ukrepi v skladu s členom 66(1) sprejmejo takoj.
118. Nazadnje pritožnik spoštljivo predlaga, da Informacijski pooblaščenec družbi Meta naloži učinkovito, sorazmerno in odvračilno globo za kršitve GDPR, pri čemer naj upošteva:
- i. Število prizadetih uporabnikov, ki niso pritožnik (to so vsi, ki imajo račun na platformi Meta, in tudi tisti, ki niso uporabniki storitev Meta; več sto milijonov posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki, v Uniji);
 - ii. da je Meta z obdelavo vedenjskega oglaševanja večkrat kršila uredbo GDPR;
 - iii. da je imela družba Meta veliko koristi od kršitev GDPR; in
 - iv. da so bila kršena temeljna načela GDPR in pravice posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki .

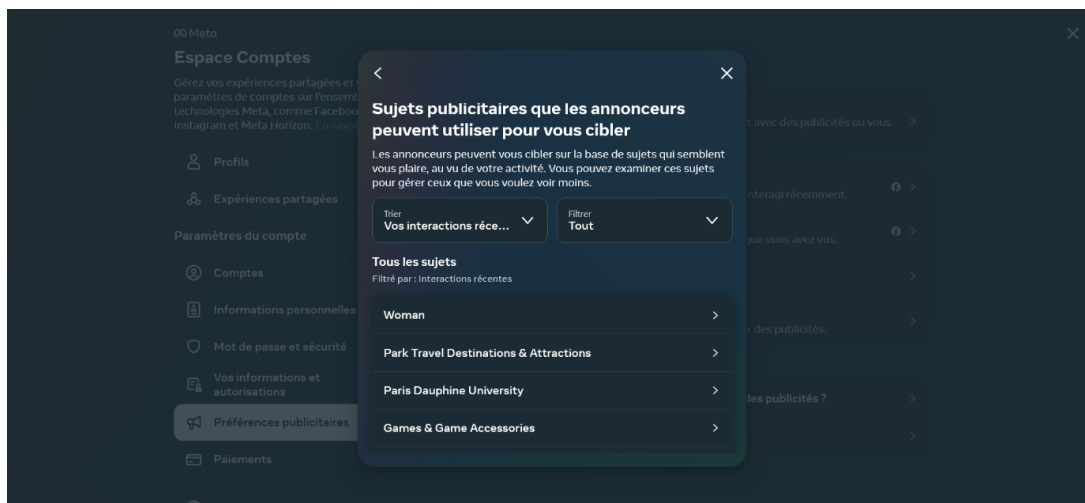
Priloga 1: Metin Pravilnik o zasebnosti (dostopen februarja 2024)

Priloga 2: Posnetki zaslona postopka zbiranja naročnin/soglasij

Slika 1: predstavitev modela plačljive naročnine

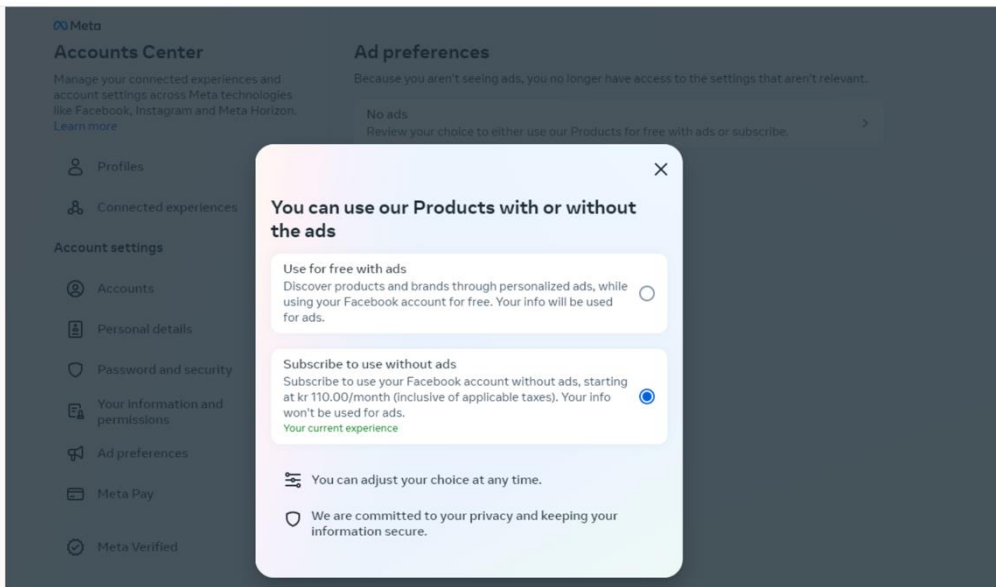


Sliki 2 in 3: primer item oglasov in informacijskih metrik, ki jih zagotavlja Meta

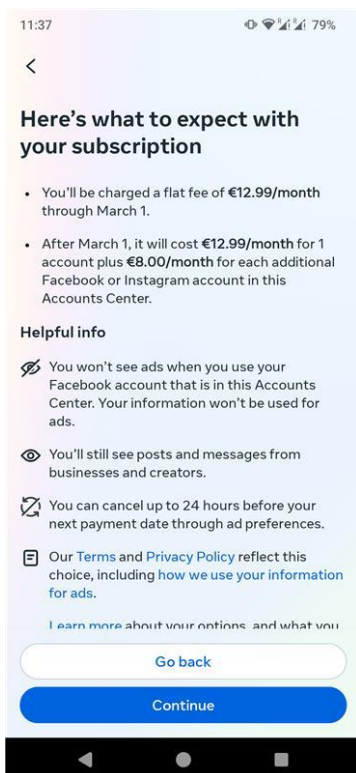




Slika 4: umik privolitve



Slika 5: predstavljene informacije v zvezi s "prilagajanjem storitev«



Slike 6 to 11: predstavitev oglasa in nedosledni oglasi Teme/razlage

