Concorrenza, la Commissione europea apre un’indagine su Facebook

venerdì 04 giugno 2021

La Commissione europea ha aperto una formale indagine antitrust nei confronti di Facebook per valutare se abbia violato le regole della concorrenza nell’uso dei dati pubblicitari raccolti dagli inserzionisti

La Commissione europea ha aperto un’indagine antitrust nei confronti di Facebook per valutare se abbia violato le regole della concorrenza, usando i dati pubblicitari raccolti dagli inserzionisti per competere con loro nei mercati dove anche Facebook è attivo, come gli annunci economici.

L’indagine valuterà anche se Facebook collega il suo servizio di annunci Facebook Marketplace al social network, violando in questo modo le regole europee della concorrenza.

La Commissione europea esaminerà se la posizione di Facebook nei social network e nella pubblicità online gli consente dunque di danneggiare la concorrenza.

Spiega la vicepresidente esecutiva Margrethe Vestager, responsabile della politica di concorrenza: «Facebook è utilizzato da quasi 3 miliardi di persone su base mensile e quasi 7 milioni di aziende fanno pubblicità su Facebook. Facebook raccoglie grandi quantità di dati sulle attività degli utenti del suo social network, consentendogli di rivolgersi a gruppi di clienti specifici. Analizzeremo in dettaglio se questi dati diano a Facebook un indebito vantaggio competitivo, in particolare nel settore degli annunci economici online, dove le persone acquistano e vendono beni ogni giorno e dove Facebook compete anche con le aziende da cui raccoglie dati. Nell’economia digitale di oggi, i dati non dovrebbero essere utilizzati in modi che distorcono la concorrenza».

Quando pubblicizzano i propri servizi su Facebook, le aziende, che competono direttamente anche con Facebook, possono fornirgli dati di valore commerciale. Facebook, questa l’ipotesi di indagine, potrebbe quindi utilizzare questi dati per competere con le società che li hanno forniti.

I provider di annunci economici online pubblicizzano i loro servizi sul social network di Facebook. Allo stesso tempo, competono con il servizio di annunci economici online Facebook Marketplace. Una delle ipotesi su cui la Commissione sta lavorando è che Facebook possa, ad esempio, ricevere informazioni precise sulle preferenze degli utenti dalle attività pubblicitarie dei suoi concorrenti e utilizzare questi dati per adattarvi Facebook Marketplace.

La Commissione esaminerà inoltre se il modo in cui Facebook Marketplace è integrato nel social network rappresenta una forma di collegamento che gli conferisce un vantaggio nel raggiungere i clienti, precludendo gli annunci economici online dei concorrenti.