C-0643-25-00000000RP-01-P-01_CONCL_329408-IT-1

CONCLUSIONI DELL'AVVOCATA GENERALE
LAILA MEDINA
presentate il 19 novembre 2026 (1)

Causa C-643/25

Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände - Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.
contro
Meta Platforms Ireland Limited

[domanda di pronuncia pregiudiziale proposta dal Bundesgerichtshof (Corte federale di giustizia, Germania)]

« Rinvio pregiudiziale – Tutela dei consumatori – Direttiva 2005/29/CE – Pratiche commerciali sleali – Pratiche commerciali tra imprese e consumatori – Articolo 5, paragrafo 5 – Allegato I, punto 20 – Pratiche commerciali considerate in ogni caso sleali – Descrizione di un prodotto come "gratuito" o "senza oneri" – Messa a disposizione di un social network – Registrazione subordinata alla fornitura di dati personali e al consenso al loro utilizzo per scopi commerciali – Nozione dei costi da "pagare" »

1. La presente domanda di pronuncia pregiudiziale verte sull'indicazione «Facebook ist und bleibt kostenlos» («Facebook è e rimane gratuito») (in prosieguo: l'«indicazione controversa»), che figurava sulla pagina di registrazione in lingua tedesca del social network online Facebook nel febbraio 2015.

2. La Corte deve stabilire se, al momento della registrazione come utente del social network e della comunicazione di dati personali a fini commerciali, il consumatore effettivamente «deve pagare» un sovrappiù ai sensi dell'allegato I, punto 20, della direttiva 2005/29/CE (2), vale a dire ulteriori costi oltre a quelli che sono inevitabili per rispondere alla pratica commerciale e ritirare o farsi recapitare l'articolo. In caso affermativo, descrivere tale servizio come gratuito costituirebbe in ogni caso una pratica commerciale sleale ai sensi di tale disposizione.

3. Tale domanda è stata presentata nell'ambito di una controversia tra il Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (Unione federale delle organizzazioni e delle associazioni dei consumatori, Germania) (in prosieguo: l'«Associazione federale») e Meta Platforms Ireland Limited (in prosieguo: «Meta»), che gestisce Facebook nell'Unione europea.

I. Quadro normativo

A. Diritto dell'Unione

1. ***Direttiva 2005/29***

4. I considerando 7, 11, 13, 14 e 17 della direttiva 2005/29 recitano:

«(7) La presente direttiva riguarda le pratiche commerciali il cui intento diretto è quello di influenzare le decisioni di natura commerciale dei consumatori relative a prodotti. (...)

(...)

(11) L'elevata convergenza conseguita mediante il ravvicinamento delle disposizioni nazionali attraverso la presente direttiva dà luogo a un elevato livello comune di tutela dei consumatori. La presente direttiva introduce un unico divieto generale di quelle pratiche commerciali sleali che falsano il comportamento economico dei consumatori. Essa stabilisce inoltre norme riguardanti le pratiche commerciali aggressive, che attualmente non sono disciplinate a livello comunitario.

(...)

(13) Per conseguire gli obiettivi comunitari mediante l'eliminazione degli ostacoli al mercato interno, è necessario sostituire le clausole generali e i principi giuridici divergenti attualmente in vigore negli Stati membri. Il divieto unico generale comune istituito dalla presente direttiva si applica pertanto alle pratiche commerciali sleali che falsano il comportamento economico dei consumatori. Per sostenere la fiducia da parte dei consumatori, il divieto generale dovrebbe applicarsi parimenti a pratiche commerciali sleali che si verificano all'esterno di un eventuale rapporto contrattuale tra un professionista e un consumatore o in seguito alla conclusione di un contratto e durante la sua esecuzione. Il divieto generale si articola attraverso norme riguardanti le due tipologie di pratiche commerciali più diffuse, vale a dire le pratiche commerciali ingannevoli e quelle aggressive.

(14) È auspicabile che nella definizione di pratiche commerciali ingannevoli rientrino quelle pratiche, tra cui la pubblicità ingannevole, che inducendo in errore il consumatore gli impediscono di scegliere in modo consapevole e, di conseguenza, efficiente. (...) Il fatto che la presente direttiva sia impostata sull'armonizzazione completa non osta a che gli Stati membri precisino nella legislazione nazionale le principali caratteristiche di particolari prodotti quali, per esempio, gli oggetti da collezione o i prodotti elettrotecnici, qualora l'omissione di tale precisazione avesse importanza decisiva al momento dell'invito all'acquisto. (...)

(...)

(17) È auspicabile che le pratiche commerciali che sono in ogni caso sleali siano individuate per garantire una maggiore certezza del diritto. L'allegato I riporta pertanto l'elenco completo di tali pratiche. Si tratta delle uniche pratiche commerciali che si possono considerare sleali senza una valutazione caso per caso in deroga alle disposizioni degli articoli da 5 a 9. L'elenco può essere modificato solo mediante revisione della presente direttiva».

5. L'articolo 2 della direttiva 2005/29, intitolato «Definizioni», prevede quanto segue:

«Ai fini della presente direttiva si intende per:

(...)

c) "prodotto": qualsiasi bene o servizio, compresi i beni immobili, i diritti e le obbligazioni;

d) "pratiche commerciali tra imprese e consumatori" (in seguito denominate "pratiche commerciali"): qualsiasi azione, omissione, condotta o dichiarazione, comunicazione commerciale ivi compresi la pubblicità e il marketing, posta in essere da un professionista, direttamente connessa alla promozione, vendita o fornitura di un prodotto ai consumatori;

(...)».

6. L'articolo 2, lettera c), della direttiva 2005/29 è stato successivamente sostituito dall'articolo 3, paragrafo 1, lettera a), della direttiva (UE) 2019/2161 (3) ed è ora formulato come segue:

«"prodotto": qualsiasi bene o servizio, compresi i beni immobili, i servizi digitali e il contenuto digitale, nonché i diritti e gli obblighi»;

7. L'articolo 5 della direttiva 2005/29, intitolato «Divieto delle pratiche commerciali sleali», è formulato nel modo seguente:

«1. Le pratiche commerciali sleali sono vietate.

(...)

5. L'allegato I riporta l'elenco di quelle pratiche commerciali che sono considerate in ogni caso sleali. Detto elenco si applica in tutti gli Stati membri e può essere modificato solo mediante revisione della presente direttiva».

8. L'allegato I di detta direttiva, rubricato «Pratiche commerciali considerate in ogni caso sleali», dispone al suo punto 20:

«Descrivere un prodotto come gratuito, senza oneri o simili se il consumatore deve pagare un sovrappiù rispetto all'inevitabile costo di rispondere alla pratica commerciale e ritirare o farsi recapitare l'articolo».

2. ***Direttiva (UE) 2019/770***

9. Il considerando 24 della direttiva (UE) 2019/770 (4) così recita:

«La fornitura di contenuti digitali o di servizi digitali spesso prevede che, quando non paga un prezzo, il consumatore fornisca dati personali all'operatore economico. Tali modelli commerciali sono utilizzati in diverse forme in una parte considerevole del mercato. Oltre a riconoscere appieno che la protezione dei dati personali è un diritto fondamentale e che tali dati non possono dunque essere considerati una merce, la presente direttiva dovrebbe garantire che i consumatori abbiano diritto a rimedi contrattuali, nell'ambito di tali modelli commerciali. (...) I dati personali potrebbero essere forniti all'operatore economico al momento della conclusione del contratto o successivamente, ad esempio nel momento in cui il consumatore acconsente a che l'operatore economico utilizzi gli eventuali dati personali caricati o creati dal consumatore utilizzando il contenuto digitale o il servizio digitale. (...) Ad esempio, la presente direttiva dovrebbe applicarsi nel caso in cui il nome e l'indirizzo email forniti da un consumatore al momento della creazione di un account sui social media siano utilizzati per scopi diversi dalla mera fornitura di contenuti digitali o servizi digitali o [dall'assolvimento degli obblighi di legge]. La presente direttiva dovrebbe altresì applicarsi nel caso in cui il consumatore acconsenta a che il materiale che caricherà e che contiene dati personali, come fotografie o post, sia trattato a fini commerciali dall'operatore economico. Gli Stati membri dovrebbero tuttavia mantenere la facoltà di decidere in merito al soddisfacimento dei requisiti in materia di formazione, esistenza e validità di un contratto a norma del diritto nazionale».

10. L'articolo 3 della direttiva 2019/770, intitolato «Ambito di applicazione», al paragrafo 1 prevede quanto segue:

«La presente direttiva si applica a qualsiasi contratto in cui l'operatore economico fornisce, o si impegna a fornire, contenuto digitale o un servizio digitale al consumatore e il consumatore corrisponde un prezzo o si impegna a corrispondere un prezzo.

La presente direttiva si applica altresì nel caso in cui l'operatore economico fornisce o si impegna a fornire contenuto digitale o un servizio digitale al consumatore e il consumatore

fornisce o si impegna a fornire dati personali all'operatore economico, fatto salvo il caso in cui i dati personali forniti dal consumatore siano trattati esclusivamente dall'operatore economico ai fini della fornitura del contenuto digitale o del servizio digitale a norma della presente direttiva o per consentire l'assolvimento degli obblighi di legge cui è soggetto l'operatore economico e quest'ultimo non tratti tali dati per scopi diversi da quelli previsti».

3. ***Direttiva 2011/83/UE***

11. L'articolo 3, paragrafo 1, della direttiva 2011/83/UE (5), intitolato «Ambito di applicazione», nella versione applicabile alla data dei fatti di cui al procedimento principale, disponeva quanto segue:

«La presente direttiva si applica, alle condizioni e nella misura stabilita nelle sue disposizioni, a qualsiasi contratto concluso tra un professionista e un consumatore. Si applica altresì ai contratti per la fornitura di acqua, gas, elettricità o teleriscaldamento, anche da parte di prestatori pubblici, nella misura in cui detti prodotti di base sono forniti su base contrattuale».

12. L'articolo 4, paragrafo 2, della direttiva 2019/2161 ha modificato tale disposizione sotto due profili. In primo luogo, il paragrafo 1 è stato sostituito dal seguente:

«1. La presente direttiva si applica, alle condizioni e nella misura stabilita nelle sue disposizioni, a qualsiasi contratto concluso tra un professionista e un consumatore di cui quest'ultimo paga o si impegna a pagare il prezzo. Si applica ai contratti per la fornitura di acqua, gas, elettricità o teleriscaldamento, anche da parte di prestatori pubblici, nella misura in cui detti prodotti di base sono forniti su base contrattuale».

13. In secondo luogo, è stato inserito il paragrafo 1 bis:

«La presente direttiva si applica anche se il professionista fornisce o si impegna a fornire un contenuto digitale mediante un supporto non materiale o un servizio digitale al consumatore e il consumatore fornisce o si impegna a fornire dati personali al professionista, tranne i casi in cui i dati personali forniti dal consumatore siano trattati dal professionista esclusivamente ai fini della fornitura del contenuto digitale su supporto non materiale o del servizio digitale a norma della presente direttiva o per consentire l'assolvimento degli obblighi di legge cui il professionista è soggetto, e questi non tratti tali dati per nessun altro scopo».

14. Il considerando 31 della direttiva 2019/2161 così recita:

«I contenuti digitali e i servizi digitali sono spesso forniti online nell'ambito di contratti che non prevedono, da parte del consumatore, il pagamento di un prezzo, bensì la comunicazione di dati personali al professionista. La direttiva 2011/83/UE si applica già ai contratti per la fornitura di contenuto digitale mediante un supporto non materiale (vale a dire la fornitura di contenuto digitale online), indipendentemente dal fatto che il consumatore paghi un prezzo o fornisca dati personali. Tuttavia, tale direttiva si applica solo ai contratti di servizi, compresi i contratti di servizi digitali, che prevedono che il consumatore paghi o si impegni a pagare un prezzo. Di conseguenza, tale direttiva non si applica ai contratti di servizi digitali nel cui ambito il consumatore fornisce al professionista dati personali e non paga alcun prezzo. Data la loro somiglianza e la loro interscambiabilità, i servizi digitali a pagamento e i servizi digitali forniti contro dati personali dovrebbero essere soggetti alle stesse norme ai sensi di tale direttiva».

4. ***Codice europeo delle comunicazioni elettroniche***

15. Il considerando 16 della direttiva (UE) 2018/1972 (6) (in prosieguo: il «codice europeo delle comunicazioni elettroniche») enuncia quanto segue:

«Per rientrare nella definizione di servizio di comunicazione elettronica, un servizio deve essere prestato normalmente dietro corresponsione di un pagamento. Nell'economia digitale i partecipanti al mercato sempre più spesso ritengono che le informazioni sugli utenti abbiano

un valore monetario. I servizi di comunicazione elettronica sono spesso forniti all'utente finale non solo in cambio di denaro, ma in misura sempre maggiore e in particolare in cambio della comunicazione di dati personali o di altri dati. Il concetto di remunerazione dovrebbe pertanto ricomprendere le situazioni in cui il fornitore di un servizio chiede all'utente finale dati personali ai sensi del [RGPD (7)] o altri dati, e questi glieli trasmette consapevolmente, per via diretta o indiretta. Esso dovrebbe ricomprendere inoltre le situazioni in cui l'utente finale autorizza l'accesso a informazioni senza trasmetterle attivamente, ad esempio i dati personali, incluso l'indirizzo IP, o altre informazioni generate automaticamente, ad esempio le informazioni raccolte e trasmesse da un cookie. Secondo la giurisprudenza della Corte di giustizia dell'Unione europea (Corte di giustizia) sull'articolo 57 TFUE (…), si è in presenza di remunerazione ai sensi del trattato anche se il fornitore del servizio è pagato da una terza parte e non dal destinatario del servizio. Il concetto di remunerazione dovrebbe pertanto ricomprendere anche le situazioni in cui l'utente finale è esposto a messaggi pubblicitari come condizione per l'accesso al servizio o le situazioni in cui il fornitore del servizio monetizza i dati personali raccolti in conformità del [RGPD]».

B. **Diritto tedesco**

16. Il Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (legge contro gli atti di concorrenza sleale; in prosieguo: l'«UWG») (8), nella versione applicabile alla controversia di cui al procedimento principale, prevede, all'articolo 3, paragrafo 1, che le pratiche commerciali sleali sono vietate dalla legge e, all'articolo 3, paragrafo 3, che le pratiche commerciali rivolte ai consumatori elencate nell'allegato di tale legge sono in ogni caso illecite.

17. Ai sensi della prima parte della frase del punto 21 dell'allegato relativo all'articolo 3, paragrafo 3, dell'UWG, nel testo vigente all'epoca dei fatti, costituisce una condotta commerciale illecita ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 3, dell'UWG l'offerta di un prodotto o di un servizio accompagnata da indicazioni quali «gratuito», «a titolo gratuito», «senza oneri» o simili, nel caso in cui a fronte di tali prestazioni occorra comunque sopportare dei costi.

18. Ai sensi della prima parte della frase del punto 20 dell'allegato relativo all'articolo 3, paragrafo 3, dell'UWG, nella sua versione attualmente in vigore, ora intitolata «Pubblicità ingannevole che lascia intendere che qualcosa è gratuito», l'offerta di un bene o di un servizio accompagnata da indicazioni come quali «gratuito», «a titolo gratuito», «senza oneri» o simili, come pratica commerciale destinata ai consumatori, è sempre illecita nel caso in cui a fronte di tali prestazioni occorra comunque sopportare dei costi per il bene o il servizio di cui trattasi.

II. **Controversia nel procedimento principale e questione pregiudiziale**

19. L'Associazione federale riunisce organizzazioni di consumatori. Essa sostiene che l'utilizzo di Facebook non sia gratuito, dal momento che gli utenti in cambio di tale utilizzo forniscono i loro dati personali. A suo avviso, quindi, l'indicazione controversa sarebbe ingannevole e costituirebbe una pratica commerciale sleale.

20. L'Associazione federale ha adito il Landgericht Berlin (Tribunale del Land, Berlino, Germania) con un'azione diretta a inibire l'utilizzo dell'indicazione controversa da parte di Meta sul proprio sito Internet nell'ambito dei suoi rapporti commerciali con consumatori residenti in Germania. Con decisione del 16 gennaio 2018, detto giudice ha respinto la domanda giudiziale. Esso ha ritenuto che la disposizione nazionale che recepisce il punto 20 dell'allegato I della direttiva 2005/29 si applichi solo in presenza di costi nascosti, intesi come un obbligo di pagamento diretto o indiretto o un onere finanziario a carico del consumatore. Il giudice ha altresì affermato che la comunicazione di dati personali e il consenso richiesto per il loro trattamento incidono sul consumatore solo nei suoi interessi immateriali, e più precisamente nel suo diritto di decidere liberamente della sorte delle informazioni che lo riguardano. Con decisione del 20 dicembre 2019, il Kammergericht (Tribunale superiore del Land di Berlino, Germania) ha respinto l'appello dell'Associazione federale avverso tale decisione.

21. L'Associazione federale ha proposto ricorso per cassazione (*Revision*) dinanzi al Bundesgerichtshof (Corte federale di giustizia, Germania), giudice del rinvio.

22. Secondo tale giudice, la formulazione dell'allegato I, punto 20, della direttiva 2005/29, e, di conseguenza, la disposizione nazionale che lo recepisce, possono essere oggetto di molteplici interpretazioni. Esso rileva che la nozione di costi da sostenere comprende, in ogni caso, gli oneri che diminuiscono il patrimonio del consumatore. Inoltre, la comunicazione di dati personali e il consenso al trattamento di tali dati a fini commerciali possono essere considerati come rientranti in tale nozione di costi, dal momento che tali dati costituiscono un bene prezioso per l'impresa che li gestisce. Il giudice del rinvio ritiene che il contesto e l'obiettivo in cui si inserisce tale disposizione nell'ambito del diritto dei consumatori dell'Unione possano corroborare una siffatta interpretazione. Tuttavia, detto giudice, le cui decisioni non sono impugnabili, ritiene che la risposta a tale questione non s'imponga con tale evidenza da non lasciare adito a ragionevoli dubbi (9).

23. In tali circostanze il Bundesgerichtshof (Corte federale di giustizia) ha deciso di sospendere il procedimento e di sottoporre alla Corte la seguente questione pregiudiziale:

> «Se la nozione di "sovrappiù" [costi ulteriori] di cui al punto 20 dell'allegato I della [direttiva 2005/29], letto in combinato disposto con l'articolo 5, paragrafo 5, di quest'ultima, ricomprenda anche la fornitura di dati personali e il consenso al loro utilizzo per scopi commerciali».

III. **Valutazione**

24. Il giudice del rinvio chiede, in sostanza, se la nozione di «sovrappiù» [costi ulteriori] di cui al punto 20 dell'allegato I della direttiva 2005/29, letto in combinato disposto con l'articolo 5, paragrafo 5, di quest'ultima, ricomprenda la fornitura di dati personali da parte dei consumatori e il consenso di questi ultimi all'utilizzo di tali dati per scopi commerciali.

25. Prima di esaminare la questione pregiudiziale, occorre *in primis* osservare, per quanto riguarda l'ambito di applicazione della direttiva 2005/29, che l'articolo 2, lettera c), della stessa prevede che il termine «prodotto» debba essere inteso in senso ampio come «qualsiasi bene o servizio». La gestione di un social network quale Facebook e la sua messa a disposizione degli utenti costituiscono un servizio ai sensi di tale disposizione. Ciò era valido all'epoca dei fatti all'origine del procedimento nazionale e rimane tale a seguito della modifica introdotta dalla direttiva 2019/2161, la quale prevede espressamente che la definizione del termine «prodotto» comprende anche i servizi digitali e il contenuto digitale (10). Qualificare tale servizio come gratuito sulla pagina con la quale gli utenti si registrano costituisce, peraltro, una pratica commerciale tra imprese e consumatori ai sensi dell'articolo 2, lettera d), di tale direttiva, poiché è una dichiarazione direttamente connessa alla promozione di un prodotto. Ne consegue che una prassi come quella di cui trattasi nel procedimento principale rientra nell'ambito di applicazione *ratione materiae* della direttiva 2005/29.

26. In secondo luogo, per quanto riguarda l'ambito di applicazione *ratione temporis*, dalla decisione di rinvio risulta che l'indicazione controversa è stata pubblicata sul sito Internet di Facebook nel febbraio 2015. Il giudice del rinvio spiega che l'azione inibitoria richiesta nel procedimento principale presuppone che la condotta fosse illegittima sia all'epoca dei fatti all'origine di tale procedimento sia alla data dell'udienza nell'ambito del procedimento per cassazione, tenutasi il 3 luglio 2025 (11). Né l'articolo 5 della direttiva 2005/29 né il punto 20 dell'allegato I di quest'ultima figuravano tra le disposizioni modificate dalla direttiva 2019/2161, ed entrambi sono rimasti invariati per tutto tale periodo (12). Ne consegue che l'analisi esposta di seguito si applica ai due momenti menzionati dal giudice del rinvio.

27. Nel merito, l'articolo 5, paragrafo 1, della direttiva 2005/29 vieta le pratiche commerciali sleali. L'articolo 5, paragrafo 5, stabilisce che l'Allegato I di detta direttiva riporta l'elenco di quelle pratiche commerciali che sono considerate in ogni caso sleali. A tal riguardo, il considerando 17 di tale direttiva precisa espressamente che le pratiche individuate nell'allegato I sono considerate sleali senza dover essere oggetto di una valutazione caso per caso ai sensi delle disposizioni degli articoli da 5 a 9 di detta direttiva (13). Ai sensi del punto 20 dell'allegato I di tale direttiva, detta categoria comprende «[d]escrivere un prodotto come gratuito, senza oneri o simili se il consumatore deve pagare un sovrappiù rispetto all'inevitabile costo di rispondere alla pratica commerciale e ritirare o farsi recapitare l'articolo».

28. Nella formulazione della questione pregiudiziale si fa menzione di un «sovrappiù» [costi ulteriori] che il consumatore deve «pagare», che riflette la versione in lingua tedesca del punto 20 dell'allegato I, secondo la quale il divieto si applica quando il consumatore deve sostenere costi aggiuntivi – «*weitere Kosten*» – diversi da quelli inevitabili. Tuttavia, in altre versioni linguistiche, tale punto non si riferisce a un costo, bensì a ciò che il consumatore «deve pagare», al di là dei costi inevitabili, esclusi dal suo ambito di applicazione (14). Pertanto, la nozione soggetta ad interpretazione riguarda ciò che il consumatore «deve pagare», ai sensi di tale punto, ed è in tal senso che il termine «sovrappiù» [costi ulteriori] utilizzato nella questione pregiudiziale sarà inteso.

29. A tal proposito, è d'uopo rammentare che, ai fini dell'interpretazione di una norma di diritto dell'Unione, occorre tener conto del tenore letterale di quest'ultima, del contesto in cui essa si inserisce e degli obiettivi perseguiti dalla normativa di cui fa parte (15).

A. **Interpretazione letterale**

30. Per quanto riguarda la formulazione del punto 20 dell'allegato I della direttiva 2005/29, occorre rilevare che le diverse versioni linguistiche non utilizzano la stessa terminologia per descrivere l'onere gravante sul consumatore. A tal fine, si possono distinguere tre gruppi di versioni.

31. Nel primo gruppo di versioni, i termini utilizzati si riferiscono al pagamento di una somma di denaro (16).

32. Nel secondo gruppo di versioni, i termini utilizzati si estendono all'assunzione di un onere di qualsiasi natura, ivi compreso un corrispettivo non monetario, ma avente comunque un valore economico (17). La versione tedesca, che è la lingua processuale e quella in cui è stata formulata l'affermazione in questione, appartiene a tale gruppo.

33. In un terzo gruppo di versioni, la formulazione dà adito a entrambe le interpretazioni: un verbo indicante il pagamento, che di norma suggerisce una somma di denaro, è abbinato a un'espressione indefinita che non specifica nulla in merito a ciò che viene pagato al di là dei costi esclusi né in merito alla forma che esso assume (18).

34. Ne consegue che la formulazione del punto 20 dell'allegato I della direttiva 2005/29 non è uniforme. Diverse versioni richiedono il pagamento di una somma di denaro, altre implicano un corrispettivo avente un valore economico, mentre altre ancora ammettono entrambe le interpretazioni. Pertanto, il solo tenore letterale non consente di determinare se tale disposizione comprenda un corrispettivo diverso dal denaro.

35. A tal riguardo, va osservato che la Corte si è già occupata, nell'ambito dell'interpretazione di un'altra parte del medesimo allegato, di una divergenza tra le versioni linguistiche per quanto riguarda la nozione di pagamento, pronunciandosi a favore di un'interpretazione estensiva. Nella sentenza Peek & Cloppenburg (19), la Corte ha interpretato la prima frase del punto 11 dell'allegato I della direttiva 2005/29 (20). Essa ha rilevato che alcune versioni linguistiche utilizzavano termini che suggerivano un pagamento nel senso del versamento di una somma di denaro (21), mentre altre erano redatte in modo più generico (22). Dopo aver esaminato la disposizione, tenendo conto del suo contesto e dei suoi obiettivi, la Corte non ne ha limitato l'ambito di applicazione al pagamento in denaro. Essa ha dichiarato che un operatore commerciale «sostiene i costi» di una promozione quando fornisce una contropartita avente valore patrimoniale, vuoi sotto forma di versamento di una somma di denaro vuoi in qualsiasi altra forma, qualora sussista un collegamento certo tra tale contropartita e la pubblicazione (23). Pertanto, il fatto che il punto 20 dell'allegato I utilizzi un verbo indicante un pagamento non limita, di per sé, tale disposizione a un pagamento in denaro.

36. Secondo una giurisprudenza costante della Corte, la formulazione di una disposizione del diritto dell'Unione in una determinata lingua non può essere utilizzata come unica base per l'interpretazione di tale disposizione, né può prevalere sulle altre versioni linguistiche. La necessità di un'applicazione uniforme e, pertanto, di un'interpretazione uniforme di un atto dell'Unione esclude che una delle versioni sia considerata isolatamente. Piuttosto, si deve tener conto non

soltanto della lettera della stessa, ma anche del suo contesto e degli scopi perseguiti dalla normativa di cui essa fa parte (24).

B. **Interpretazione contestuale**

37. Come già rilevato (25), nel caso di specie la legittimità della condotta doveva essere valutata sia nel febbraio 2015 sia al momento dell'udienza nell'ambito del procedimento per cassazione (*Revision*), svoltasi il 3 luglio 2025. Diversi atti di cui si farà menzione in seguito sono stati adottati tra queste due date. Le presenti conclusioni non li menzionano come modificativi del significato del punto 20 dell'allegato I della direttiva 2005/29, che è rimasto immutato. L'intento è piuttosto quello di illustrare come il legislatore dell'Unione sia giunto a qualificare la cessione di dati personali in cambio di un servizio digitale.

1. ***Coerenza interna dell'allegato I della direttiva 2005/29***

38. Come ho già rilevato (26), la Corte ha dichiarato, nella sentenza Peek & Cloppenburg, che un operatore commerciale sostiene i costi della promozione di un prodotto (pratica comunemente denominata «*advertorial* ovvero pubblicità redazionale» (27)), nell'accezione dell'allegato I, punto 11, prima frase, della direttiva 2005/29, quando fornisce una contropartita avente valore patrimoniale, vuoi sotto forma di versamento di una somma di denaro vuoi in qualsiasi altra forma, qualora sussista un collegamento certo tra tale contropartita e la pubblicazione (28). In detta causa, il vantaggio consisteva nel fatto che l'inserzionista metteva gratuitamente a disposizione della società editrice di media i diritti di utilizzo di immagini protette dal diritto d'autore (29). Pertanto, l'inserzionista non versava una somma di denaro ma, stando a quanto risulta dalla sentenza, concedeva il diritto di utilizzare immagini di cui continuava a disporre. Tuttavia, la Corte ha dichiarato che tale vantaggio poteva costituire un pagamento in quanto aveva un valore patrimoniale ed era diretto a promuovere le vendite dell'inserzionista (30).

39. Ne consegue che un pagamento ai fini dell'allegato I, punto 11, della direttiva 2005/29 non richiede che il soggetto che procura il vantaggio ne sia privato. Ciò che conta è che il vantaggio abbia un valore patrimoniale e sia collegato alla pratica commerciale di cui trattasi. La forma concreta del vantaggio è irrilevante dal punto di vista della tutela dei consumatori (31). A tal riguardo, la situazione di un consumatore che si registri su un social network è simile. Comunicando i propri dati personali, il consumatore non ne viene privato, proprio come l'operatore commerciale nella causa Peek & Cloppenburg non è stato privato delle immagini che ha reso disponibili. Piuttosto, il consumatore autorizza il professionista a utilizzare tali dati e tale utilizzo, unitamente al consenso che lo rende lecito, viene sfruttato dal professionista per finanziare il servizio.

40. Una siffatta interpretazione dell'allegato I, punto 20, della direttiva 2005/29, è conforme alla posizione espressa dalla Commissione nella sua comunicazione intitolata «Orientamenti sull'interpretazione e sull'applicazione della direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio relativa alle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori nel mercato interno» (32). Tale documento precisa che la direttiva comprende tutte le pratiche commerciali relative a prodotti qualificati come «gratuiti» e non prevede un pagamento in denaro come condizione preliminare per la sua applicazione. Esso indica che i prodotti presentati come «gratuiti» sono particolarmente comuni nel settore online; molti di questi servizi, tuttavia, raccolgono dati personali degli utenti quali l'identità e l'indirizzo di posta elettronica. Sottolinea altresì come sia sempre più riconosciuto il valore economico delle informazioni relative alle preferenze dei consumatori, ai dati personali e ad altri contenuti generati dagli utenti (33).

2. ***Valore economico dei dati personali***

41. Nella sentenza Meta Platforms e a. (34), la Corte ha statuito che il modello economico del social network online Facebook si fondava sul finanziamento tramite la pubblicità online, che veniva creata su misura per i singoli utenti in funzione del loro comportamento di consumo, dei loro interessi, del loro potere d'acquisto e della loro situazione personale (35). Il presupposto per questo tipo di pubblicità era la creazione automatizzata di profili dettagliati degli utenti. Nel valutare nella suddetta causa se un'autorità nazionale garante della concorrenza possa tenere conto della

conformità al RGPD, la Corte ha rilevato che l'accesso ai dati personali nonché il loro sfruttamento rivestono un'importanza fondamentale nell'ambito dell'economia digitale (36). Tale importanza è illustrata dal modello economico esaminato in detta causa (37), e l'accesso ai dati personali unitamente alla capacità di trattarli sono diventati parametri significativi della concorrenza tra imprese dell'economia digitale (38).

42. Ne consegue che i dati personali comunicati da un consumatore al momento della registrazione su tale social network, nonché il consenso che ne autorizza l'utilizzo a fini pubblicitari, hanno un valore patrimoniale per l'operatore commerciale e servono a finanziare il servizio fornito al consumatore. Il collegamento certo richiesto dalla giurisprudenza citata è analogamente presente (39) quando la registrazione su tale social network è subordinata alla fornitura dei suddetti dati e alla concessione del suddetto consenso, laddove la pubblicità resa possibile dai dati costituisce la fonte di finanziamento del servizio.

3. ***Altri strumenti normativi dell'Unione***

43. Nel caso di specie, ai fini dell'interpretazione contestuale sono pertinenti i seguenti tre strumenti: il codice europeo delle comunicazioni elettroniche; la direttiva 2019/770, che disciplina i contratti di fornitura di contenuto digitale o di servizi digitali, e la direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori, come modificata dalla direttiva 2019/2161.

44. Le suddette tre direttive possono essere prese a riferimento nonostante i loro oggetti differiscano da quelli della direttiva 2005/29. La direttiva 2019/2161 ha esteso la direttiva 2011/83 ai servizi digitali forniti in cambio di dati personali e ha altresì modificato la stessa direttiva 2005/29, in particolare estendendo la definizione di «prodotto» ai servizi digitali e al contenuto digitale (40). Pertanto, il legislatore dell'Unione ha adattato i due strumenti all'economia digitale mediante un unico atto legislativo. I suddetti strumenti si basano sull'articolo 114 TFUE o, nel caso della direttiva 2005/29, sull'articolo 95 del Trattato CE, che il primo ha sostituito (41), e contribuiscono così, ciascuno nel proprio ambito, al corretto funzionamento del mercato interno. Sarebbe incoerente qualificare la stessa realtà commerciale come implicante un corrispettivo ai fini dell'uno o dell'altro di tali strumenti e come gratuita ai sensi della direttiva 2005/29.

a) ***Codice europeo delle comunicazioni elettroniche***

45. Ai sensi del codice europeo delle comunicazioni elettroniche, per rientrare nella definizione di servizio di comunicazione elettronica un servizio deve essere prestato normalmente dietro corresponsione di un pagamento. Sebbene tale direttiva non sia in discussione nel caso di specie, il suo considerando 16 illustra come il legislatore dell'Unione intenda la nozione di remunerazione nell'economia digitale.

46. Il suddetto considerando enuncia che i partecipanti al mercato sempre più spesso ritengono che le informazioni relative agli utenti abbiano un valore monetario. Esso aggiunge che i servizi di comunicazione elettronica sono spesso forniti agli utenti finali in cambio di dati personali o di dati di altra natura, piuttosto che di denaro. Pertanto, la nozione di remunerazione dovrebbe ricomprendere le situazioni in cui il fornitore di un servizio chiede all'utente finale dati personali o altri dati, e questi glieli trasmette consapevolmente. La suddetta remunerazione ricomprende allo stesso modo le situazioni in cui l'utente finale autorizza l'accesso a informazioni senza trasmetterle attivamente, ad esempio un indirizzo IP o informazioni raccolte da un cookie. Un servizio può essere pagato anche da una terza parte piuttosto che dal destinatario del servizio (42). Ciò significa che tale concetto ricomprende le situazioni in cui all'utente finale vengono presentati messaggi pubblicitari per accedere al servizio, nonché le situazioni in cui il fornitore del servizio monetizza i dati personali che ha raccolto.

47. Da detto considerando traggo due considerazioni utili al caso di specie. In primo luogo, il legislatore dell'Unione ha riconosciuto che la comunicazione di dati personali può costituire un corrispettivo per un servizio rientrante in un settore connesso, quello dei servizi di comunicazione elettronica. In secondo luogo, ha riconosciuto che un servizio finanziato mediante pubblicità o mediante la monetizzazione dei dati raccolti dagli utenti deve essere considerato come fornito

dietro corrispettivo. Ne consegue che un servizio offerto a tali condizioni non può essere considerato come fornito a titolo gratuito.

b) ***Contratti con i consumatori per contenuti e servizi digitali***

48. La direttiva 2019/770 si applica sia ai contratti in forza dei quali il consumatore paga un prezzo sia, in forza del suo articolo 3, paragrafo 1, secondo comma, a quelli in base ai quali il consumatore fornisce invece dati personali, purché tali dati non siano trattati unicamente per fornire il servizio o per consentire al professionista di assolvere gli obblighi di legge (43). Tale eccezione dimostra che il legislatore faceva riferimento ad uno scambio. Un contratto rientra nell'ambito di applicazione della suddetta direttiva se il professionista tratta i dati per le proprie finalità, come nel caso in cui i dati di un consumatore siano raccolti al momento dalla registrazione su un social network e siano utilizzati per visualizzare pubblicità personalizzate.

49. Per quanto riguarda i servizi digitali, la direttiva 2011/83 è stata modificata dalla direttiva 2019/2161 per includere l'articolo 3, paragrafo 1 bis, che riguarda i contratti in cui il professionista fornisce un servizio digitale in cambio di dati personali provenienti dal consumatore (44). Data la somiglianza e l'interscambiabilità tra i servizi digitali a pagamento e i servizi digitali forniti contro dati personali, essi dovrebbero essere soggetti alle stesse norme (45). Di conseguenza, ai fini della tutela dei consumatori, il legislatore dell'Unione ha ritenuto che la fornitura di un servizio digitale in cambio di dati personali fosse equivalente alla prestazione di servizi digitali dietro pagamento.

50. Come ho osservato in precedenza (46), sarebbe incoerente trattare la stessa realtà commerciale come uno scambio ai sensi di uno strumento e come una prestazione gratuita ai sensi di un altro. Gli esempi riportati al considerando 24 della direttiva 2019/770 descrivono, in sostanza, la situazione di cui è investito il giudice del rinvio. Detta direttiva si applica nel caso in cui il nome e l'indirizzo email forniti da un consumatore al momento della creazione di un account sui social media siano utilizzati per scopi diversi dalla fornitura del servizio o dall'ottemperanza agli obblighi di legge. Essa si applica anche quando il consumatore acconsente al trattamento, a fini commerciali, di materiale che costituisce dati personali, quali fotografie o post da lui caricati.

51. Le due parti della questione pregiudiziale, vale a dire la comunicazione di dati personali e il consenso al loro utilizzo a fini commerciali, corrispondono a situazioni espressamente previste dal legislatore dell'Unione. Una lettura del punto 20 dell'allegato I della direttiva 2005/29 nel senso che un servizio ottenuto a queste stesse condizioni potrebbe essere descritto ai consumatori come gratuito sarebbe difficilmente conciliabile con l'equivalenza così stabilita.

52. Considerati nel loro insieme, tali strumenti riflettono un'evoluzione che il legislatore dell'Unione ha costantemente riconosciuto: nell'economia digitale, i servizi sono sempre più frequentemente forniti ai consumatori in cambio dei loro dati personali piuttosto che di denaro, e detti modelli commerciali sono utilizzati in diverse forme in una parte considerevole del mercato (47). È in tale contesto che occorre interpretare il punto 20 dell'allegato I della direttiva 2005/29.

C. **Interpretazione teleologica**

53. Un obiettivo perseguito dalla direttiva 2005/29/CE è, tra gli altri, il conseguimento un elevato livello di tutela dei consumatori contro le pratiche commerciali sleali. Tale obiettivo si basa sulla premessa secondo cui i consumatori si trovano generalmente in una posizione di inferiorità rispetto ai professionisti, in particolare per quanto concerne l'informazione e le competenze (48). Tale premessa si riflette nei considerando 7, 11, 13 e 14 della suddetta direttiva, che fanno riferimento a pratiche commerciali il cui intento diretto è quello di influenzare le decisioni di natura commerciale dei consumatori, che falsano i loro comportamenti economici o che impediscono loro di scegliere in maniera consapevole e, quindi, efficiente (49).

54. In tale contesto, il consumatore al quale è chiesto di pagare una somma di denaro è consapevole di ciò che fornisce come corrispettivo del servizio. Tuttavia, un consumatore che ottiene l'accesso a un servizio comunicando dati personali e acconsentendo al loro utilizzo a fini commerciali si trova in una situazione diversa. È improbabile che tale persona sia a conoscenza

del valore economico di ciò che essa dà o della portata della pubblicità cui può dar luogo la comunicazione di tali dati (50). Ne consegue che lo squilibrio di informazioni preso in considerazione dalla direttiva 2005/29 è particolarmente pronunciato quando il corrispettivo richiesto al consumatore non è espresso in cifre che consentano di valutarne il valore, come avviene nel caso dei dati personali (51).

55. L'interpretazione del punto 20 dell'allegato I della direttiva 2005/29 nel senso che esso riguarda unicamente il pagamento del denaro sarebbe difficilmente conciliabile con l'obiettivo di tale disposizione. La Corte ha già dichiarato che interpretare la nozione di «costi sostenuti» di cui al punto 11 dell'allegato I nel senso che esso richieda il versamento di una somma di denaro non sarebbe rispondente alla realtà della prassi giornalistica e pubblicitaria; essa priverebbe per lo più tale disposizione del suo effetto utile (52). Lo stesso vale per il punto 20 di tale allegato. I servizi qualificati come «gratuiti» sono particolarmente comuni nel settore online, dove sono spesso finanziati dalla raccolta e dall'utilizzo dei dati degli utenti piuttosto che dall'addebito di un prezzo (53). Pertanto, una siffatta interpretazione priverebbe il punto 20 di gran parte del suo effetto utile proprio nel settore in cui è più necessario (54).

56. Analogamente, le pratiche elencate nell'allegato I della direttiva 2005/29 sono da considerarsi sleali senza necessità di una valutazione del singolo caso sulla base delle disposizioni degli articoli da 5 a 9 della citata direttiva (55). Un'argomentazione fondata sulla percezione del consumatore medio comporterebbe l'applicazione di un criterio specifico degli articoli 6 e 7 della direttiva, che non sussiste nell'applicazione dell'allegato I. Per tutte queste ragioni, non può essere accolta la tesi secondo cui un servizio è gratuito ogniqualvolta il consumatore non sia tenuto a pagare una somma di denaro.

57. Da quanto sopra esposto discende che la nozione di ciò che il consumatore «deve pagare», ai sensi del punto 20 dell'allegato I della direttiva 2005/29, in combinato disposto con l'articolo 5, paragrafo 5, di tale direttiva, ricomprende la comunicazione di dati personali e il consenso al loro utilizzo a fini commerciali, a condizione che tali dati non siano trattati esclusivamente ai fini della fornitura del servizio di cui trattasi o per consentire l'assolvimento degli obblighi di legge cui il professionista è soggetto.

D. **Se l'interpretazione di cui sopra sia messa in discussione da altre considerazioni**

58. La conclusione di cui sopra non è messa in discussione dagli argomenti dedotti da Meta in merito al carattere esaustivo dell'allegato I della direttiva 2005/29, alla protezione già garantita dal RGPD e alle libertà d'impresa e di prestazione di servizi.

59. In primo luogo, Meta sostiene che l'allegato I della direttiva 2005/29 conterrebbe un elenco esaustivo delle pratiche che sono in ogni caso sleali e che l'articolo 5, paragrafo 5, di detta direttiva riserva il diritto di modificare l'elenco ai fini di una revisione della direttiva stessa, il che implica che tale elenco debba essere interpretato restrittivamente.

60. A tal riguardo, ciò che detto articolo 5, paragrafo 5, della direttiva 2005/29 riserva al legislatore è la composizione dell'elenco, vale a dire le pratiche che vi figurano, e non il significato dei termini in cui ciascuna pratica è descritta. Le sentenze richiamate da Meta a tal riguardo riguardavano norme nazionali che vietano pratiche che non figurano nell'allegato I della direttiva 2005/29 (56). Il caso di specie non riguarda una siffatta aggiunta, poiché la prassi stessa di cui trattasi è descritta al punto 20 dell'allegato I. La necessità di un'interpretazione restrittiva non deriva neppure dal fatto che le pratiche elencate in detto allegato I debbano essere considerate sleali senza che sia necessaria una valutazione caso per caso alla luce delle disposizioni degli articoli da 5 a 9 di tale direttiva. Lo scopo di tale elenco è quello di evitare difficili valutazioni individuali (57). Ne consegue che il punto 20 di detto allegato deve essere applicato indipendentemente dalla percezione del consumatore medio nel singolo caso, ma non che ai termini con cui è formulato tale punto si deve attribuire un significato restrittivo. Ciò è confermato dall'approccio della Corte. Nella sentenza Peek & Cloppenburg, dopo aver espressamente ricordato che l'allegato I contiene un elenco tassativo (58), la Corte ha interpretato la nozione di «costi sostenuti», di cui al punto 11 dell'allegato I della direttiva 2005/29, nel senso che essa comprende la contropartita avente valore patrimoniale sotto forma di versamento di una somma di

denaro o in qualsiasi altra forma, in quanto un'interpretazione più restrittiva priverebbe tale disposizione del suo effetto utile.

61. In secondo luogo, Meta sostiene che la tutela dei consumatori in relazione al trattamento dei loro dati personali sia già garantita dal RGPD, in particolare attraverso i requisiti di trasparenza di cui all'articolo 12 e seguenti dello stesso, per cui non sarebbe necessaria un'interpretazione estensiva del punto 20 dell'allegato I alla direttiva 2005/29.

62. A tal riguardo, il RGPD garantisce il trattamento lecito e trasparente dei dati personali, mentre la direttiva 2005/29 disciplina le pratiche commerciali direttamente connesse alla promozione, alla vendita o alla fornitura di un prodotto ai consumatori. Conformemente al RGDP, un professionista può comunicare in modo esaustivo le finalità per le quali i dati raccolti saranno trattati e descrivere ancora il servizio al quale tali dati danno accesso gratuito. La qualificazione di un servizio come «gratuito» non è di per sé un atto di trattamento di dati personali. Detto regolamento disciplina la liceità e la trasparenza di tale trattamento, vale a dire i dati che vengono trattati, per quali finalità e quali informazioni devono essere fornite all'interessato al riguardo. Esso non riguarda l'esattezza di un'indicazione relativa alle condizioni alle quali il servizio viene offerto. La valutazione di una siffatta indicazione rientra nella direttiva 2005/29. La Corte ha quindi statuito che il rispetto del RGDP e l'applicazione di altri strumenti normativi del diritto dell'Unione che perseguono obiettivi diversi sono cumulativi e non già alternativi (59).

63. L'articolo 3, paragrafo 4, della direttiva 2005/29 non conduce a una conclusione differente. In forza di tale disposizione, tale direttiva cede il passo soltanto ad altre norme dell'Unione che disciplinano aspetti specifici delle pratiche commerciali sleali in caso di contrasto (60). La Corte ha dichiarato che le norme che obbligano i professionisti a fornire determinate informazioni ai consumatori non disciplinano, di per sé, aspetti specifici delle pratiche commerciali sleali (61). Lo stesso vale per i requisiti di trasparenza di cui agli articoli 12 e seguenti del RGPD. In ogni caso, sussiste un contrasto ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 4, della direttiva 2005/29 solo quando altre norme impongono ai professionisti, senza alcun margine di manovra, obblighi incompatibili con quelli stabiliti dalla direttiva 2005/29 (62). Ciò non si verifica nel caso di specie, in quanto un professionista può conformarsi al RGPD astenendosi nel contempo dal qualificare un servizio come «gratuito» quando si richiede effettivamente un corrispettivo.

64. In terzo luogo, Meta sostiene che la direttiva 2005/29 dovrebbe essere interpretata in modo coerente con la libertà d'impresa, quale sancita dall'articolo 16 della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea (in prosieguo: la «Carta»), e con la libera prestazione di servizi, quale enunciata all'articolo 56 TFUE. Su tale base, essa sostiene che il punto 20 dell'allegato I della direttiva 2005/29 dovrebbe essere interpretato in modo più restrittivo.

65. Tale argomentazione si basa su una lettura erronea dai divieti di cui al punto 20 dell'allegato I. Se un operatore commerciale non richiede al consumatore nulla al di là dei costi inevitabili di cui a tale disposizione, può pubblicizzare il servizio come «gratuito» o «senza alcun costo». Analogamente, un operatore commerciale il cui servizio è finanziato mediante l'utilizzo di dati personali è libero di informare i consumatori delle condizioni alle quali tale servizio è offerto. Tuttavia, non può descrivere il servizio come «gratuito» se il consumatore «deve pagare un sovrappiù» per detto servizio ai sensi della citata disposizione.

66. Di conseguenza, l'interpretazione da me proposta non comporta alcuna restrizione alla libertà d'impresa o alla libera prestazione dei servizi. Tali libertà non conferiscono il diritto di fornire descrizioni inesatte dei servizi e non si pone la questione se le restrizioni alle stesse siano giustificate e proporzionate. In ogni caso, nessuna di tali libertà è assoluta (63). Il divieto di definire un servizio come «gratuito» quando in realtà è richiesto un corrispettivo costituirebbe, in ogni caso, una limitazione ammissibile, sebbene spetti al giudice nazionale valutarne la fondatezza. costituisce una norma di questo tipo. Tale divieto persegue l'obiettivo di tutela dei consumatori enunciato all'articolo 38 della Carta e richiede semplicemente che la descrizione di un servizio corrisponda alle condizioni alle quali esso viene offerto.

67. La giurisprudenza invocata da Meta a tal riguardo non avvalora una conclusione diversa. Le sentenze citate riguardavano divieti di comunicazioni commerciali che erano esatti nel merito e la

Corte ha esaminato se un divieto generale di siffatte comunicazioni fosse proporzionato all'obiettivo perseguito (64). Nessuna questione analoga si pone quando la descrizione di cui trattasi è, in ogni caso, inesatta.

68. Nessuno di tali argomenti mette quindi in discussione l'interpretazione esposta al paragrafo 57 *supra*.

IV. **Conclusione**

69. Alla luce delle suesposte considerazioni, propongo alla Corte di rispondere alla questione pregiudiziale sollevata dal Bundesgerichtshof (Corte federale di giustizia, Germania) nel modo seguente:

> Il punto 20 dell'allegato I della direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno e che modifica la direttiva 84/450/CEE del Consiglio e le direttive 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e il regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio, in combinato disposto con l'articolo 5, paragrafo 5, di detta direttiva,
>
> deve essere interpretato nel senso che la nozione di «sovrappiù» [costi ulteriori] di cui a tale punto 20, riferita a quanto il consumatore «deve pagare», ricomprende la comunicazione di dati personali da parte del consumatore e il consenso al loro utilizzo a fini commerciali, a condizione che tali dati non siano trattati esclusivamente ai fini della fornitura del servizio di cui trattasi o per consentire l'assolvimento degli obblighi di legge cui il professionista è soggetto.

---

1 Lingua originale: l'inglese.

---

2 Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno e che modifica la direttiva 84/450/CEE del Consiglio e le direttive 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e il regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio («direttiva sulle pratiche commerciali sleali») (GU 2005, L 149, pag. 22).

---

3 Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 novembre 2019 che modifica la direttiva 93/13/CEE del Consiglio e le direttive 98/6/CE, 2005/29 e 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio per una migliore applicazione e una modernizzazione delle norme dell'Unione relative alla protezione dei consumatori (GU 2019, L 328, pag. 7)

---

4 Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 maggio 2019, relativa a determinati aspetti dei contratti di fornitura di contenuto digitale e di servizi digitali (GU 2019, L 136, pag. 1).

---

5 Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011, sui diritti dei consumatori, recante modifica della direttiva 93/13/CEE del Consiglio e della direttiva 1999/44/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e che abroga la direttiva 85/577/CEE del Consiglio e la direttiva 97/7/CE del Parlamento europeo e del Consiglio (GU 2011, L 304, pag. 64).

---

6 Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 dicembre 2018, che istituisce il codice europeo delle comunicazioni elettroniche (GU 2018, L 321, pag. 36).

---

7 Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché

alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (regolamento generale sulla protezione dei dati) (GU 2016, L 119 pag. 1) (in prosieguo: il «RGPD»).

8 BGBl. 2010 I, pag. 254.

9 V. punto 11 della decisione di rinvio, che richiama la sentenza del 6 ottobre 2021, Consorzio Italian Management e Catania Multiservizi (C-561/19, EU:C:2021:799, punto 32 e segg.).

10 L'articolo 2, lettera c), della direttiva 2005/29 è stato sostituito dall'articolo 3, paragrafo 1, lettera a), della direttiva 2019/2161 ed è ora così formulato: «"prodotto": qualsiasi bene o servizio, compresi i beni immobili, i servizi digitali e il contenuto digitale, nonché i diritti e gli obblighi». Nella versione applicabile ai fatti del procedimento principale, tale articolo prevedeva quanto segue: «"prodotto": qualsiasi bene o servizio, compresi i beni immobili, i diritti e le obbligazioni».

11 V. punto 12 della decisione di rinvio.

12 Anche il punto 20 dell'allegato I e l'articolo 5 della direttiva 2005/29 non sono stati interessati dalle modifiche apportate dalla direttiva (UE) 2024/825 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 28 febbraio 2024, che modifica le direttive 2005/29 e 2011/83 per quanto riguarda la responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde mediante il miglioramento della tutela dalle pratiche sleali e dell'informazione (GU 2024, L 825). In ogni caso, il termine per il recepimento di detta direttiva era il 27 marzo 2026 e gli Stati membri sono tenuti ad applicare le misure a decorrere dal 27 settembre 2026; entrambe le date sono successive all'udienza sul ricorso per cassazione (*Revision*) del 3 luglio 2025.

13 V., in tal senso, sentenze del 23 aprile 2009, VTB-VAB e Galatea (C-261/07 e C-299/07, EU:C:2009:244, punto 56); del 13 settembre 2018, Wind Tre e Vodafone Italia (C-54/17 e C-55/17, EU:C:2018:710, punto 40 e giurisprudenza ivi citata); e del 14 novembre 2024, Compass Banca (C-646/22, EU:C:2024:957, punti 65 e 66).

14 V. *infra*, paragrafo 34.

15 Sentenza del 4 febbraio 2025, Keren (C-158/23, EU:C:2025:52, punto 50 e giurisprudenza ivi citata).

16 V., ad esempio, le versioni in lingua bulgara, croata, estone, finlandese, polacca, rumena, slovena e spagnola. La versione in lingua bulgara utilizza il verbo «плати» («pagare») e il sostantivo «цена» («price») al posto di «costi». La versione in lingua croata utilizza «iznos» («importo»), il che implica una somma di denaro o, quanto meno, un valore pecuniario. Nella versione in lingua estone, i descrittori sono «prii», «tasuta» e «ilma rahata», l'ultimo dei quali significa «senza denaro». Nella versione in lingua finlandese, «maksuton» significa letteralmente «senza pagamento». La versione in lingua polacca utilizza il termine «należność», definito come la somma dovuta o l'importo da pagare. La versione in lingua rumena è così formulata: «o sumă în plus față de costurile» («una somma che si aggiunge ai costi»). La versione in lingua slovena così recita: «če mora potrošnik plačati kakršen koli znesek» («se il consumatore deve pagare un importo»). La versione in lingua spagnola richiede al consumatore di «abonar dinero por cualquier concepto distinto (…)» [«pagare denaro per qualsiasi voce diversa da (…)»], il che costituisce uno dei riferimenti al denaro più espliciti presenti nelle versioni.

17 V., ad esempio, le versioni in lingua tedesca, italiana, lettone, lituana, portoghese e slovacca: la versione in lingua tedesca richiede che il consumatore debba sostenere ulteriori costi – *«weitere Kosten (…) zu tragen hat»* – e il verbo impiegato denota l'assunzione di un onere piuttosto che il pagamento di un prezzo; i termini della versione in lingua italiana *«pagare»* e *«costo»* suggeriscono un pagamento in denaro, sebbene non se ne possa escludere un uso in senso più generale, a indicare qualsiasi corrispettivo; la versione in lingua lettone include tra i suoi descrittori *«bez atlīdzības»*, vale a dire senza remunerazione, che denota l'assenza di corrispettivo piuttosto che l'assenza di un prezzo, e prevede che il consumatore debba pagare *«vēl kas vairāk par obligātajām izmaksām»* («qualcosa in più rispetto ai costi obbligatori»), espressione che non precisa in alcun modo cosa si intenda per «qualcosa»; la versione in lingua lituana prevede che il consumatore debba pagare qualcosa di diverso, senza precisare cosa; nella versione in lingua portoghese i descrittori sono *«grátis*, *gratuito*, *sem encargos»* ed *«equivalente»*; *«sem encargos* può designare un prodotto esente non solo da costi, ma anche da oneri diversi da quelli pecuniari, e nessuna espressione pecuniaria è utilizzata né nella descrizione del prodotto né nella designazione dell'onere a carico del consumatore; nella versione in lingua slovacca i costi inevitabili sono menzionati solo per essere esclusi, senza alcuna indicazione di cosa il consumatore paghi altrimenti.

18 V., ad esempio, le versioni in lingua neerlandese, inglese, greca, ungherese, maltese e svedese; la versione in lingua neerlandese recita «iets moet betalen dan di onvermijdelijke kosten» («deve pagare un sovrappiù rispetto ai costi inevitabili») e include nei suoi descrittori «voor niets», letteralmente «gratis», che denota l'assenza di qualsiasi contropartita piuttosto che l'assenza di un prezzo; si può aggiungere che l'espressione «betalen met je gegevens» («pagare con i propri dati») è comunemente utilizzata in neerlandese nel contesto di cui trattasi; la versione in lingua inglese prevede che il divieto si applichi «if the consumer has to pay anything other than the unavoidable cost» («se il consumatore deve pagare un sovrappiù rispetto all'inevitabile costo»); il termine «pay» indica solitamente una somma di denaro, ma può estendersi alla cessione di altri oggetti di valore, e il termine «anything» non aggiunge ulteriori precisazioni; la versione in lingua greca impiega un termine che indica il pagamento, il quale può essere inteso nel senso più stretto di somma di denaro o in un senso più ampio che include qualsiasi corrispettivo, compreso un pagamento in natura; la versione in lingua ungherese recita «az elkerülhetetlen költségén felül bármit is fizetnie kell» («deve pagare un sovrappiù oltre al costo inevitabile»); il confronto così effettuato con il costo inevitabile suggerisce che entrambi siano della stessa natura, sebbene non si richieda espressamente in alcun modo il pagamento di una somma di denaro; la versione in lingua maltese impiega un termine che denota un prezzo, il quale di norma si riferisce a un importo monetario, lasciando tuttavia indefinito cosa comprenda l'espressione «pagare un sovrappiù»; la versione in lingua svedese recita «betala annat än den oundvikliga kostnaden» («pagare un sovrappiù rispetto al costo inevitabile»); il pronome «annat» serve ad escludere il costo inevitabile senza precisare l'oggetto dell'ulteriore pagamento.

19 Sentenza del 2 settembre 2021 (C-371/20, EU:C:2021:674; in prosieguo: la «sentenza Peek & Cloppenburg»).

20 L'allegato I, punto 11, della direttiva 2005/29, che non è stato modificato, recita quanto segue: «Impiegare contenuti redazionali nei media per promuovere un prodotto, qualora i costi di tale promozione siano stati sostenuti dal professionista senza che ciò emerga chiaramente dai contenuti o da immagini o suoni chiaramente individuabili per il consumatore (*advertorial* ovvero pubblicità redazionale) (…)».

21 Come le versioni in lingua spagnola, tedesca, inglese, neerlandese e polacca. V. sentenza Peek & Cloppenburg, punto 36.

22 Come le versioni in lingua francese e italiana, *ibidem*.

23 *Ibidem*. Punti da 37 a 42 e 49.

24 V., in tal senso e tra le altre, sentenze del 17 novembre 1983, Merck (292/82, EU:C:1983:335, punto 12) e del 9 gennaio 2025, Österreichische Datenschutzbehörde (Richieste eccessive) (C-416/23, EU:C:2025:3, punto 24).

25 V. *supra*, paragrafo 26.

26 V. *supra*, paragrafo 35.

27 Il punto 11, prima frase, dell'allegato 1 della direttiva 2005/29, la definisce come «[i]mpiegare contenuti redazionali nei media per promuovere un prodotto, qualora i costi di tale promozione siano stati sostenuti dal professionista senza che ciò emerga chiaramente dai contenuti o da immagini o suoni chiaramente individuabili per il consumatore».

28 V., in tal senso, sentenza Peek & Cloppenburg, punto 49.

29 *Ibidem*, punti 20 e 46.

30 *Ibidem*, punto 46.

31 V., in tal senso, *ibidem*, punto 41.

32 GU 2021 C 526, pag. 1.

33 Sezione 3.4 «Uso dell'indicazione "gratuito"» - Punto 20, pag. 66.

34 Sentenza del 4 luglio 2023, Meta Platforms e a. (Condizioni generali d'uso di un social network), C-252/21, EU:C:2023:537; in prosieguo: la «sentenza Meta Platforms e a.».

35 *Ibidem*, punto 27.

36 *Ibidem*, punto 50.

37 *Ibidem*.

38 *Ibidem*, punto 51.

39 V. sentenza Peek & Cloppenburg, punto 49.

40 Articolo 3, paragrafo 1, lettera a), della direttiva 2019/2161, che sostituisce l'articolo 2, lettera c), della direttiva 2005/29.

41 V. il riferimento contenuto nella prima citazione di ciascuno di tali atti.

42 Il considerando 16 della direttiva 2018/1972 rinvia a tal riguardo alla giurisprudenza della Corte relativa all'articolo 57 TFUE. V., *ex multis*, sentenza dell'11 settembre 2014, Papasavvas, C-291/13, EU:C:2014:2209, punto 29, e giurisprudenza ivi citata.

43 Nella direttiva 2019/770, la nozione di prezzo si estende unicamente alla somma di denaro o alla rappresentazione di valore digitale che fungono da metodo di pagamento, quali i buoni elettronici o i coupon elettronici (articolo 2, paragrafo 7; v. considerando 23 della direttiva), e la comunicazione di dati personali non è menzionata in alcun punto quale strumento per corrispondere la remunerazione.

44 Inserito dall'articolo 4, paragrafo 2, lettera b), della direttiva 2019/2161. L'articolo 3, paragrafo 1 bis, riguarda anche contenuto digitale fornito su un supporto non materiale; è l'estensione ai servizi digitali ad essere rilevante nel caso di specie.

45 Considerando 31 della direttiva 2019/2161.

46 V. *supra*, paragrafo 44.

47 V. considerando 16 della direttiva 2018/1972, considerando 24 della direttiva 2019/770, e considerando 31 della direttiva 2019/2161. V. altresì sentenza Meta Platforms e a., punti 50 e 51.

48 Sentenza Peek & Cloppenburg, punto 39. V. altresì, sentenza del 18 ottobre 2012, Purely Creative e a. (C-428/11, EU:C:2012:651, punto 48), del 12 giugno 2019, Orange Polska (C-628/17, EU:C:2019:480, punto 36 e giurisprudenza ivi citata).

49 Con riguardo ai considerando 7, 11, 13 e 14 della direttiva 2005/29, v., in tal senso, sentenza del 14 novembre 2024, Compass Banca (C-646/22, EU:C:2024:957, punto 49).

50 V. punto 31 della decisione di rinvio.

51 Lo stesso vale per il vantaggio di cui trattasi nella sentenza Peek & Cloppenburg, in cui l'autorizzazione all'uso di immagini protette dal diritto d'autore aveva un valore patrimoniale ma non era accompagnato da alcuna cifra che ne consentisse la determinazione del valore. V. *supra*, paragrafo 38.

52 V., in tal senso, sentenza Peek & Cloppenburg, punto 42.

53 V. paragrafi 39 e 40 *supra*, nonché gli orientamenti della Commissione ivi citati.

54 V. *supra* paragrafo 54 e punto 31 della decisione di rinvio.

55 V. *supra*, paragrafo 27.

56 V. sentenze del 14 gennaio 2010, Plus Warenhandelsgesellschaft (C-304/08, EU:C:2010:12, punto 45), e del 14 novembre 2024, Compass Banca (C-646/22, EU:C:2024:957, punto 67).

57 Sentenza del 18 ottobre 2012, Purely Creative e a. (C-428/11, EU:C:2012:651, punto 46).

58 Sentenza Peek & Cloppenburg, punto 49. Laddove la Corte ha dato un'interpretazione restrittiva di una voce dell'Allegato I, ha fatto ciò in modo coerente con la finalità di tale allegato piuttosto che a favore dell'operatore: v. sentenza del 18 ottobre 2012, Purely Creative e a. (C-428/11, EU:C:2012:651, punto 41).

59 V., in tal senso, sentenza del 4 ottobre 2024, Lindenapotheke (C-21/23, EU:C:2024:846, punto 74 e segg.), e sentenza Meta Platforms e a., punto 47 e segg.

60 V., in tal senso, sentenza del 13 settembre 2018, Wind Tre e Vodafone Italia (C-54/17 e C-55/17, EU:C:2018:710, punto 58 e giurisprudenza ivi citata).

61 *Ibidem*, punti 65 e 66.

62 *Ibidem*, punti 60 e 61.

63 Per quanto riguarda il principio di libertà di impresa, v. articolo 52, paragrafo 1, della Carta, secondo cui «[e]ventuali limitazioni all'esercizio dei diritti e delle libertà riconosciuti dalla presente Carta devono essere previste dalla legge e rispettare il contenuto essenziale di detti diritti e libertà. Nel rispetto del principio di proporzionalità, possono essere apportate limitazioni solo laddove siano necessarie e rispondano effettivamente a finalità di interesse generale riconosciute dall'Unione o all'esigenza di proteggere i diritti e le libertà altrui». V. altresì sentenze del 6 settembre 2012, Deutsches Weintor (C-544/10, EU:C:2012:526, punto 54 e giurisprudenza ivi citata), e del 22 gennaio 2013, Sky Österreich (C-283/11, EU:C:2013:28, punti 45 e 46).

64 V. sentenze del 4 maggio 2017, Vanderborght (C-339/15, EU:C:2017:335, punto 76); del 14 novembre 2024, Compass Banca (C-646/22, EU:C:2024:957, punto 96), che riguardava una misura imposta da un'autorità nazionale nei confronti di una pratica non elencata nell'allegato I; e del 19 giugno 2025, Commissione/Polonia (Pubblicità a favore delle farmacie) (C-200/24, EU:C:2025:459, punti 73 e 100).