



Ue contro Meta per monopolio AI su whatsapp, nuovo capitolo di una lunga contesa

Descrizione

(Adnkronos) â?? Qualcuno continua a parlare di guerra alle big tech americane. E la politica aggressiva di Donald Trump contro lâ??Europa non aiuta a costruire una narrazione diversa, perch  qualsiasi provvedimento pu  essere letto come una ritorsione o, quantomeno, come un  arma potenziale di dissuasione.   arrivato oggi un nuovo affondo della Commissione Ue contro Meta, quindi Facebook, Instagram e, nello specifico, Whatsapp. Secondo Bruxelles ha violato le leggi antitrust europee, impedendo gli assistenti di Intelligenza Artificiale di terzi di accedere e interagire con gli utenti. La condotta di Meta, secondo la comunicazione di addebiti inviata al colosso statunitense, potrebbe impedire ai concorrenti di entrare o espandersi nel mercato degli assistenti di AI. Meta respinge lâ??accusa al mittente e continua un rimpallo di accuse e responsabilit  che viene da lontano.

La Commissione imporr  misure provvisorie, per evitare danni â??gravi e irreparabili  al mercato, subordinatamente alla risposta di Meta. I prodotti di punta di Meta, ricorda la Commissione, sono i suoi social network, come Facebook e Instagram, e le applicazioni di comunicazione, come WhatsApp e Messenger. La societ  gestisce inoltre servizi di pubblicit  online e prodotti di realt  virtuale e aumentata. Meta fornisce un assistente di AI generico, Meta Ai. Il 15 ottobre scorso, la multinazionale ha aggiornato le condizioni di WhatsApp Business Solution, escludendo di fatto gli assistenti di AI generici di terzi dall  applicazione. Di conseguenza, dal 15 gennaio scorso, lâ??unico assistente di intelligenza artificiale disponibile su WhatsApp   lo strumento di Meta, Meta Ai, mentre i concorrenti sono stati esclusi. E questa politica sembra violare le norme antitrust dell Ue, a prima vista.

La Commissione, che ha avviato lâ??indagine nello scorso dicembre, ritiene, in via preliminare, che sia probabile che Meta occupi una posizione dominante nel mercato dello Spazio Economico Europeo (See) delle applicazioni di comunicazione per i consumatori, in particolare tramite WhatsApp.   anche probabile che Meta â??abus   di questa posizione dominante negando lâ??accesso a WhatsApp ad assistenti di intelligenza artificiale di terze parti. WhatsApp, osserva la Commissione, rappresenta un â??importante punto di ingresso  per consentire agli assistenti di intelligenza artificiale generici di raggiungere i consumatori.

Pertanto, secondo l'esecutivo Ue, è urgente adottare misure, a causa del rischio di danni gravi e irreparabili alla concorrenza. La condotta di Meta, continua, rischia di creare barriere all'ingresso e all'espansione, e di marginalizzare irreparabilmente i concorrenti più piccoli sul mercato degli assistenti di intelligenza artificiale generici. Meta ha ora la possibilità di rispondere alle preoccupazioni della Commissione. La comunicazione degli addebiti riguarda tutto lo Spazio Economico Europeo tranne l'Italia, dove l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato è intervenuta il mese scorso.

Netta la risposta di Meta. La comunicazione degli addebiti inviata dalla Commissione Europea si basa su presupposti errati, sostiene una portavoce della multinazionale Usa. «I fatti dimostrano che afferma che non vi è alcuna ragione affinché l'Ue intervenga sull'interfaccia di programmazione delle applicazioni di WhatsApp Business. Esistono numerose opzioni di Ai e gli utenti possono accedervi tramite app store, sistemi operativi, dispositivi, siti web e partnership di settore. La logica della Commissione presuppone erroneamente che le Api di WhatsApp Business rappresentino un canale di distribuzione fondamentale per questi chatbot», conclude.

Come dicevamo, il botta e risposta di oggi non è che una nuova puntata all'interno di relazioni complicate da tempo tra la Commissione Ue e Meta. A metà settembre scorso è stata la Corte di Giustizia dell'Ue a intervenire, dando per ragione a Meta (e a TikTok) rispetto alla causa sollevata dall'esecutivo comunitario per presunte violazioni delle normative europee. Secondo la Corte, la Commissione ha applicato in maniera errata le regole del Digital Service Act (DSA) nella misura in cui non ha specificato nel regolamento la metodologia usata per stabilire l'ammontare del contributo di supervisione richiesto ai due operatori del web. In sostanza, non ha conteggiato correttamente l'imposta da far pagare. Di cosa stiamo parlando? Secondo quanto previsto dal regolamento europeo, il costo della supervisione e dei controlli della Commissione sulle big tech non deve essere pagato dai contribuenti ma dagli stessi colossi informatici. Nel 2024, l'Unione Europea ha incassato 58 milioni di euro dalle big tech mondiali in crediti di supervisione. Meta e TikTok hanno però fatto congiuntamente causa alla Commissione, contestandole il metodo di conteggio della tassa.

Il punto critico è come la Commissione Europea ha valutato il numero di utenti attivi mensili per ciascun servizio: elemento decisivo per considerare chi deve e chi non deve versare il contributo. L'esecutivo comunitario ha utilizzato servizi terzi per verificare questo criterio ma questa modalità non è stata inserita nel regolamento. Per le due società, la modalità operativa utilizzata non può essere decisa arbitrariamente dalla Commissione, e la Corte di giustizia ha confermato questa interpretazione, dando 12 mesi di tempo alla Commissione per rivedere le sue modalità operative. In ogni caso, afferma la sentenza, gli effetti della legge saranno provvisoriamente mantenuti. In sostanza, i soldi già versati da TikTok e Meta non saranno restituiti.

Ma anche l'interpretazione di quanto stabilito dalla Corte Ue divide Bruxelles e Menlo Park. Meta ha sostenuto che questa sentenza costringerà la Commissione Europea a rivalutare la metodologia ingiusta utilizzata per calcolare queste tariffe DSA. La Corte conferma che la nostra metodologia è solida: nessun errore di calcolo, nessuna sospensione di alcun pagamento, nessun problema con il principio del compenso con l'importo, ha affermato Thomas Regnier, un portavoce della Commissione.

Andando ancora un po' indietro nel tempo, l'8 aprile 2025 l'annuncio della Commissione di aver rilevato violazioni del Digital Markets Act da parte di Meta, questa volta in compagnia di Apple. La violazione compiuta da Meta, con una multa da 200 milioni di euro, riguarda la gestione dei dati personali degli utenti da parte dell'azienda. In particolare, il DMA impone alle aziende destinatarie di chiedere il consenso degli utenti per poter combinare i loro dati personali tra i vari servizi che utilizzano. Meta ha utilizzato un modello basato sul pay or consent (paga o acconsenti). Ciò significa che agli utenti Meta viene proposta una scelta alternativa: o sottoscrivono un abbonamento mensile per utilizzare i servizi delle piattaforme senza pubblicità o acconsentono al trattamento combinato dei loro dati per ottenere pubblicità personalizzate.

La Commissione europea contesta che offrire un modello del genere non equivale a garantire una vera possibilità di scelta ai consumatori. Questi, infatti, si trovano obbligati ad acconsentire al trattamento dei dati a meno di non voler scegliere un'alternativa a pagamento. Il consenso ottenuto in questo modo, insomma, non sarebbe sincero ma ottenuto obbligando il consumatore ad accettare il trattamento. La Commissione ha quindi chiesto a Meta di offrire una terza opzione: un servizio gratuito supportato da pubblicità con un livello di personalizzazione inferiore (Less Personalized Ads o LPA).

A luglio 2025, puntuale, è arrivato il ricorso di Meta: ha definito questa decisione scorretta e illegittima, sostenendo che ignori una precedente sentenza della Corte di Giustizia dell'Unione Europea del luglio 2023, la quale, secondo l'interpretazione di Meta, supporterebbe proprio la validità del modello Pay or Consent. L'azienda lamenta di essere l'unica in Europa a cui viene impedito di utilizzare questo modello di business. Nel suo ricorso, Meta attacca duramente l'alternativa imposta dalla Commissione. Sostiene che il modello LPA sia insostenibile e che ignori le realtà commerciali, portando a risultati peggiori per tutte le parti coinvolte. Su questo fronte, la Ue ha incassato alla fine un passo indietro di Meta. Da gennaio 2026, deve offrire agli utenti europei un'opzione alternativa: un servizio con pubblicità meno personalizzata che non richiede il pagamento di un abbonamento, riducendo l'uso invasivo dei dati comportamentali.

Una domanda di fondo: chi ha ragione?

Semplificando, da una parte ci sono le leggi europee (GDPR, DMA, DSA) che mirano a impedire che colossi come Meta usino la loro posizione dominante per eliminare la concorrenza o monetizzare eccessivamente i dati personali senza un consenso realmente libero. Dall'altra parte, c'è il punto di vista del business, convinto che le restrizioni europee frenano l'innovazione tecnologica. In mezzo restano i cittadini europei e i loro diritti che vanno tenuti insieme: concorrenza, privacy ma anche accesso ai servizi che possono funzionare solo grazie all'innovazione tecnologica. (Di Fabio Insenga)

»

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Febbraio 9, 2026

Autore

redazione

default watermark