



noyb - Centro Europeo per i Diritti Digitali  
Goldschlagstraße 172/4/3/2  
1140 Vienna  
Austria

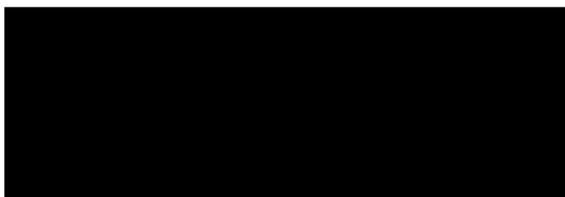
Garante per la protezione dei dati personali  
Piazza Venezia 11  
00187, Roma, Italia

Per e-mail: protocollo@gdpd.it

Vienna, 09.07.2024

Numero di caso *noyb*: **C-084**

Reclamante:



rappresentato ai sensi dell'  
articolo 80, paragrafo 1, GDPR da:

*noyb* – European Center for Digital Rights  
Goldschlagstraße 172/4/3/2  
1140 Vienna  
Austria

Nei confronti di:

**Xandr Inc.**  
28 West 23<sup>rd</sup> Street, FI 4  
New York, NY 10010  
Stati Uniti d'America

Riguardante:

Articolo 5, paragrafo 1, lettere c) e d), GDPR  
Articolo 12, paragrafo 2, GDPR  
Articoli 15 e 17 del GDPR

## RECLAMO

## 1. CONFERIMENTO DEL MANDATO AI SENSI DELL'ARTICOLO 80 GDPR

1. *noyb* – European Center for Digital Rights è un'organizzazione senza scopo di lucro attiva nel settore della protezione dei diritti e delle libertà degli interessati con riguardo alla protezione dei dati personali con sede legale in Goldschlagstraße 172/4/2, 1140 Vienna, Austria, numero di registro ZVR: 1354838270 (di seguito: "*noyb*") (**Allegato 1**).
2. *noyb* rappresenta il reclamante ai sensi dell'articolo 80, paragrafo 1, del GDPR (**Allegato 2**).

## 2. FATTI RELATIVI AL CASO

### 2.1. Il trattamento di dati personali da parte di Xandr Inc.

3. Xandr Inc. ("Xandr" o "il Convenuto") gestisce una piattaforma di aste in tempo reale per la pubblicità digitale ("Real Time Bidding" o "RTB") che mette in contatto numerose imprese attive in tale settore. I sistemi RTB consentono agli inserzionisti di acquistare in tempo reale e in modo completamente automatizzato spazi pubblicitari ("ad inventory") da editori di contenuti online. Non appena un utente visita un sito web che utilizza questa tecnologia (per esempio, un quotidiano online) ha luogo tra gli inserzionisti un'asta algoritmica con lo scopo di determinare quale impresa mostrerà all'utente la propria pubblicità.
4. In particolare, Xandr possiede la propria piattaforma di gestione della domanda da parte degli inserzionisti ("Demand Side Platform" o "DSP").<sup>1</sup> Una DSP riunisce centinaia di inserzionisti e facilita la vendita all'asta di spazi pubblicitari. Poiché gli interessi e le caratteristiche di un utente svolgono un ruolo cruciale nel determinare il desiderio degli inserzionisti di fare offerte ed acquistare slot per i loro annunci, le DSP raccolgono e condividono un'enorme quantità di dati personali. Tra gli altri dati, le DSP elaborano "segmenti di mercato" estremamente dettagliati e granulari che mirano alla profilazione degli utenti e facilitano l'asta in tempo reale.
5. In breve, questo trattamento consiste nell'associare i segmenti a una stringa di codice (memorizzata ad esempio in un cookie) che identifica in modo univoco l'utente che sta visitando una pagina web o utilizzando un'app o un servizio. I dati vengono poi trasmessi a centinaia di aziende che potrebbero essere interessate a pubblicizzare i loro prodotti all'utente. Anche se alla fine verrà mostrata a tale utente una sola pubblicità, *tutti gli inserzionisti* ricevono i segmenti di mercato a lui riferiti, insieme a innumerevoli altre informazioni sull'utente (ad esempio, indirizzo IP, tipo di browser e di dispositivo, lingua del dispositivo, ecc.)
6. Ad esempio, gli inserzionisti X, Y, Z decidono di mostrare annunci a persone interessate alle automobili. Xandr collega l'utente x a segmenti di mercato come "auto", "motori", "veicoli" ecc. Anche se solo l'inserzionista X vincerà l'asta e mostrerà un contenuto pubblicitario all'utente x, i dati collegati a quell'utente vengono inviati sia a X, che Y, che a Z, affinché questi partecipino all'asta. Naturalmente, la personalizzazione degli annunci è molto più complessa e di solito coinvolge più segmenti contemporaneamente.

---

<sup>1</sup> Per la documentazione tecnica, si veda: <https://learn.microsoft.com/en-us/xandr/monetize/about-monetize>. Xandr, precedentemente nota come Appnexus, è stata acquisita da Microsoft dal gigante delle telecomunicazioni statunitense AT&T nel 2021.

7. Nel giugno 2023, testate di giornalismo investigativo sia negli Stati Uniti che in Europa hanno svelato decine di migliaia di segmenti raccolti da Xandr per finalità di pubblicità personalizzata.<sup>2</sup> Questi profili, originariamente pubblicati dalla stessa Xandr per promuovere i propri prodotti presso gli inserzionisti,<sup>3</sup> hanno rivelato un impressionante livello di granularità e un potere predittivo sufficiente a trarre considerazioni dettagliate sulla vita personale dei consumatori.
8. Solo per citare alcuni esempi delle centinaia di profili sensibili riguardanti gli interessati in Europa, Xandr offre:
  - dati relativi alla salute: 'french\_disability', 'diabetes\_german', 'italy dieting and weight loss', 'pregnant';
  - dati che rivelano la vita sessuale o l'orientamento sessuale: 'spain > interest > lgbt', 'Sexy Center'; 'paedophilie';
  - dati che rivelano opinioni politiche o filosofiche: 'mentality-nieuwe-conservatieven', 'germany environmentalism', 'gender\_equality';
  - dati che rivelano le credenze religiose: 'greek orthodox', 'jewishfrench', 'ramadan';
  - dati sullo stato finanziario: : 'italy credit level – poor', 'struggling families', 'fragile seniors retirees over 65'.
9. In genere, i segmenti non sono creati direttamente da Xandr, ma vengono acquistati da società terze - i "data partner" di Xandr (data broker) - che monitorano le attività online degli utenti per finalità di pubblicità mirata.
10. Uno di questi data broker è Emetriq GmbH ("Emetriq"). Il rapporto contrattuale tra Xandr ed Emetriq è evidente dai documenti pubblicati da Xandr stessa, dove Emetriq è classificata sia come "data provider's partner" sia come "ad server partner".<sup>4</sup> Emetriq stessa conferma inoltre di essere partner di Xandr dal 2021.<sup>5</sup>

## 2.2 Richieste di accesso e cancellazione da parte del reclamante

11. In data 19.02.2024, l'interessato ha presentato una richiesta di accesso a Emetriq, chiedendo specificamente i segmenti a lui riferiti e i destinatari con cui i suoi dati fossero stati condivisi. L'interessato ha allegato il valore di alcuni cookies installati da Emetriq sul suo dispositivo durante la visita al sito web [www.paradisi.de](http://www.paradisi.de). (**Allegato 3**, si veda **Allegato 3-bis** per una traduzione dal tedesco di tutta la corrispondenza fra l'interessato ed Emetriq). La visita è avvenuta lo stesso giorno della richiesta di accesso.

---

<sup>2</sup> Si veda The Markup (<https://themarkup.org/privacy/2023/06/08/from-heavy-purchasers-of-pregnancy-tests-to-the-depression-prone-we-found-650000-ways-advertisers-label-you>) e Netzpolitik (<https://netzpolitik.org/2023/microsofts-datenmarktplatz-xandr-das-sind-650-000-kategorien-in-die-uns-die-online-werbeindustrie-einsortiert/>).

<sup>3</sup> Dopo le rivelazioni riportate dai media, Xandr ha rimosso questo elenco dal suo sito web. Tuttavia, il database può ancora essere consultato sul sito web di The Markup: <https://themarkup.org/privacy/2023/06/08/from-heavy-purchasers-of-pregnancy-tests-to-the-depression-prone-we-found-650000-ways-advertisers-label-you>.

<sup>4</sup> Si veda la sezione "Policy e Regulations" sul sito web di Xandr e in particolare la pagina "Third Party Providers": <https://learn.microsoft.com/en-us/xandr/policies-regulations/third-party-providers>.

<sup>5</sup> [https://www.emetriq.com/wp-content/uploads/2021/09/2021\\_09\\_07\\_Xandr\\_emetriq\\_PM.pdf](https://www.emetriq.com/wp-content/uploads/2021/09/2021_09_07_Xandr_emetriq_PM.pdf)

12. In data 27.02.2024, l'interessato ha inoltre presentato a Xandr richieste di accesso e cancellazione (**Allegati 4 e 4-bis**, rispettivamente per richiesta di accesso e cancellazione). L'interessato ha allegato il valore di un cookie installato da Xandr sul suo dispositivo quando l'utente ha visitato un sito web che incorpora la tecnologia di tracciamento di Xandr, il nome del sito web e la data della visita. La visita è avvenuta lo stesso giorno della richiesta di accesso. Tale allegato intendeva consentire a Xandr l'autenticazione dell'interessato e dunque la risposta alle sue richieste di accesso e cancellazione.
13. Da un punto di vista tecnico, 'uuid2' è un cookie di tracciamento che identifica in modo univoco un utente per finalità di pubblicità mirata, come dichiarato dalla stessa Xandr: *"This cookie contains a unique randomly-generated value that enables the Platform to distinguish browsers and devices. It is matched against information – such as advertising interest segments and histories of ads shown in the browser or device – provided by clients or other third parties and stored on the Platform."*<sup>6</sup> In italiano: *"Questo cookie contiene un valore univoco generato in modo casuale che consente alla Piattaforma di distinguere browser e dispositivi. Viene abbinato ad informazioni - come i segmenti di interesse pubblicitario e la cronologia degli annunci mostrati nel browser o nel dispositivo - fornite dai clienti o da altri terzi e memorizzate sulla Piattaforma."* Questo cookie è impostato dal dominio .adnxs.com, che appartiene a Xandr.
14. In data 11.03.2024, Xandr ha risposto di non essere in grado di identificare l'interessato e di non poter quindi fornire l'accesso né cancellare i dati che lo riguardano: *"Please note that our advertising platform only contains consumers' pseudonymous personal data and not personally identifiable information (such as name or plain text email address). Therefore, we could not match your identifying information to any consumer personal data in our possession, nor could we locate any personal data associated with you in our other records"*. In Italiano: *"La preghiamo di notare che la nostra piattaforma pubblicitaria contiene solo dati personali pseudonimi dei consumatori e non informazioni personali identificabili (come il nome o l'indirizzo e-mail in chiaro). Pertanto, non abbiamo potuto associare le sue informazioni identificative a nessun dato personale dei consumatori in nostro possesso, né abbiamo potuto individuare alcun dato personale a lei associato nei nostri altri registri"*. (**Allegato 4**)
15. Il 18.03.2024, Xandr ha fornito un'ulteriore risposta, parzialmente contrastante, sotto forma di un'e-mail di una sola frase: *"Abbiamo rivalutato la sua richiesta. Sebbene non siamo in grado di confermare se conserviamo dati personali che la riguardano, se l'identificatore da lei fornito esiste nel nostro database, lo cancelleremo."* (**Allegato 4**)
16. Nel frattempo, il 28.03.2024, l'interessato ha ricevuto una risposta alla sua richiesta di accesso presso Emetriq (**Allegato 3**). Il data broker ha fornito una copia di oltre 200 segmenti di mercato collegati all'interessato ("usersegmentnames" o "Elenco 1" - **Allegato 5**) e un elenco di circa 70 "eventi di profilazione" sulla base dei quali sono stati creati i segmenti ("userevents" o "Elenco 2" - **Allegato 5**).

---

<sup>6</sup> Tale informazione era reperibile nella "Digital Platform Cookie Policy" di Xandr (<https://about.ads.microsoft.com/en-us/solutions/xandr/digital-platform-cookie-policy>), attualmente rimossa dal convenuto. Questa scelta è a dir poco bizzarra, dal momento che Xandr utilizza ancora il suddetto cookie per gli stessi scopi.

17. Secondo le informazioni fornite da Emetriq nell'Elenco 2, i siti web in cui è avvenuto il tracciamento sono: [www.imodium.at](http://www.imodium.at), [www.paradisi.de](http://www.paradisi.de), [www.9monate.de](http://www.9monate.de), [www.leben-und-erziehen.de](http://www.leben-und-erziehen.de), [www.babelli.de](http://www.babelli.de), [www.donaukurier.de](http://www.donaukurier.de), [www.bgländ24.de](http://www.bgländ24.de), [www.baby-vornamen.de](http://www.baby-vornamen.de). Dallo stesso documento si evince che l'intera attività di navigazione si è svolta in un solo giorno (19.02.2024) - e più precisamente per meno di due ore.
18. Degli 8 siti web, almeno 7 incorporano cookie di Xandr, come chiaramente indicato nel secondo o terzo livello del banner dei cookie. Solo [www.imodium.at](http://www.imodium.at) ha recentemente modificato la propria politica sui cookie e non usa più cookie né di Emetriq né di Xandr, sebbene dall'elenco 2 risulti evidente che almeno i cookie di Emetriq erano presenti sul sito web al momento degli eventi.
19. Per quanto riguarda i destinatari di questi dati, Emetriq dichiara che i segmenti (e il loro collegamento con un determinato ID cookie) sono condivisi con le DSP sulla base del consenso dell'utente. Tale consenso viene raccolto quando l'utente visita siti web che si affidano a DSP per mostrare annunci pubblicitari (**Allegato 3**).
20. Con due successive comunicazioni del 02.04 e del 23.04.2024, l'interessato ha chiesto a Emetriq di rivelare l'identità di specifici destinatari, con particolare riguardo alle singole DSP, tra cui quella di Xandr (**Allegato 3**). Con questi messaggi l'interessato cercava una conferma formale di un fatto che sembrava evidente. Sul suo sito web, Emetriq dichiara esplicitamente che i suoi segmenti sono reperibili su diverse DSP, tra cui quella di Xandr.<sup>7</sup>

The screenshot shows the Emetriq website interface. At the top, there is a navigation bar with the Emetriq logo and a 'trusted success' badge. Below this, a table displays segment information:

Segment Name	Standard Segments	Size	Price	Action
emetriq income: 1.500 - 2.500 €	Standard Segments	7.000.000	1,50 €	KOPIEREN

Below the table, there is a descriptive paragraph in German: "Beinhaltet Nutzer mit einem entsprechenden Haushaltsnettoeinkommen. Die Grundlage zur Hochrechnung bilden HardFact Daten der emetriq Dataprovider (GfK, adality, Payback und Telekom). Diese werden mit dem Bewegungsverhalten der Vermarkterdaten gematched und bilden die Grundlage für die Modelle. Mittels Lookalike Modellierung erfolgt die Hochrechnung."

Underneath, it states "Verfügbar auf diesen DSPs:" followed by a row of logos for various DSPs: Active Agent, adform, Display & Video 360, MediaMath, theTradeDesk, and xandr.

Dal sito web di Emetriq, dove il data broker dichiara che i propri segmenti sono disponibili su svariate DSP (dal tedesco: "Verfügbar auf diesen DSPs"), tra cui quella di Xandr (in basso a destra). Si noti per inciso come il segmento in questione "emetriq income: 1.500 - 2.500€" sia uno di quello riferi anche al reclamante.

<sup>7</sup> È sufficiente visitare la pagina "Segmentfinder" e cliccare su uno qualsiasi dei segmenti per vedere il logo di Xandr sotto la frase "Disponibile su questi DSP" (in tedesco: "Verfügbar auf diesen DSPs"): <https://www.emetriq.com/segmentfinder/>

21. Il 24.04.2024, Emetriq ha confermato che Xandr, insieme ad altre 6 DSP, è tra i destinatari dei segmenti dell'interessato, *a condizione che quest'ultimo abbia acconsentito al trattamento sui siti web visitati (Allegato 3)*. L'interessato, visitando i suddetti siti, ha accettato tutti i cookie e i tracker, compresi quelli di Xandr. Pertanto, è chiaro che Emetriq ha condiviso i segmenti con Xandr.

### 3. AUTORITÀ COMPETENTE

22. Secondo l'informativa sulla privacy del convenuto, *"Xandr is a global company headquartered in the United States with data centers located in the United States, Europe and Asia"*.<sup>8</sup> In Italiano: *"Xandr è una società globale con sede negli Stati Uniti e centri dati situati negli Stati Uniti, in Europa e in Asia"*. In particolare, le decisioni relative alle finalità e ai mezzi del trattamento sono indubbiamente prese negli Stati Uniti.

23. Ciò è confermato dall'informativa sulla privacy del convenuto, che menziona unicamente l'ufficio di New York di Xandr. Tuttavia, Xandr ammette di trattare i dati degli interessati nello SEE e che il GDPR è a questi applicabile. Nella sottosezione "Questions or complaints", sezione "Information for residents of European countries", Xandr afferma che *"you have the right to lodge a complaint with the data privacy authority where you reside."* In Italiano: *"lei ha il diritto di presentare un reclamo all'autorità per la protezione dei dati del Paese dove risiede"*.<sup>9</sup>

24. Il reclamante è italiano e risiede e lavora in Italia. Pertanto, il Garante è l'autorità competente ai sensi dell'Articolo 55, paragrafo 1 GDPR e del Considerando 122, secondo periodo GDPR.

25. Il fatto che Xandr faccia parte del gruppo Microsoft Advertising non ha alcun ruolo nel determinare la competenza del Garante a trattare questo reclamo.

26. In effetti, Xandr è stata acquistata da Microsoft nel 2021, ma ha mantenuto la propria autonomia strutturale. Xandr ha una propria "Platform privacy policy" (Allegato 6).<sup>10</sup> Xandr dispone anche di specifiche pagine web dedicate all'esercizio dei diritti dell'interessato<sup>11</sup> (che il reclamante ha utilizzato) e alla documentazione tecnica per gli sviluppatori.<sup>12</sup>

27. Xandr è anche menzionato come entità separata almeno due volte nell'Informativa generale sulla privacy di Microsoft, e più specificamente nella Sezione "Advertising". Microsoft spiega inoltre che Xandr è coinvolto nelle sue attività di pubblicità mirata:<sup>13</sup>

- *"We may share data we collect with internal and external partners, such as Xandr, Yahoo, or Facebook (see below), so that the ads you see in our products and their products are more relevant and valuable to you."* In Italiano: *"Possiamo condividere i dati che raccogliamo con*

---

<sup>8</sup> Si veda l'informativa sulla privacy di Xandr, sezione "Where do we operate": <https://about.ads.microsoft.com/en-us/solutions/xandr/platform-privacy-policy>.

<sup>9</sup> Si veda l'informativa sulla privacy di Xandr, sezione "Information for residents of European countries": <https://about.ads.microsoft.com/en-us/solutions/xandr/platform-privacy-policy>.

<sup>10</sup> <https://about.ads.microsoft.com/en-us/solutions/xandr/platform-privacy-policy>

<sup>11</sup> <https://monetize.xandr.com/privacy-center/>

<sup>12</sup> <https://learn.microsoft.com/en-us/xandr/>

<sup>13</sup> <https://privacy.microsoft.com/en-gb/privacystatement>

*partner interni ed esterni, come Xandr, Yahoo o Facebook (vedi sotto), in modo che gli annunci che vedete nei nostri prodotti e nei loro prodotti siano più pertinenti e di valore per voi."*

- *"Additionally, Microsoft partners with [Xandr](#), a Microsoft company, and third-party ad companies to help provide some of our advertising services [...]"* In Italiano: *"Inoltre, Microsoft collabora con [Xandr](#), una società di Microsoft, e con società pubblicitarie terze per contribuire a fornire alcuni dei nostri servizi pubblicitari [...]"*

28. Microsoft advertising e Xandr Inc. sono quindi al più contitolari del trattamento. L'articolo 26, paragrafo 3, del GDPR consente agli interessati di presentare un reclamo contro entrambi i contitolari del trattamento, indipendentemente dai loro accordi interni.

## 4. MOTIVI DEL RECLAMO

### 4.1. Violazioni

29. Il convenuto ha violato le seguenti disposizioni del GDPR:

- (a) i principi di **minimizzazione dei dati** e di **esattezza** (articolo 5, paragrafo 1, lettere c) e d) GDPR). La grande quantità di informazioni contrastanti trattate da Xandr non solo non è necessaria per conseguire una pubblicità mirata, ma addirittura vanifica la finalità di una reale personalizzazione degli annunci;
- (b) **i diritti di accesso** (articolo 15, paragrafi 1 e 3, GDPR) e di **cancellazione** (articolo 17 GDPR) del reclamante e il **dovere di facilitare l'esercizio** di tali diritti (articolo 12, paragrafo 2, GDPR). Xandr ha un tasso globale di risposta alle richieste di accesso e cancellazione dello 0% e ostacola attivamente l'esercizio dei diritti alla protezione dei dati.

### 4.2. Violazione dei principi generali di esattezza e minimizzazione dei dati.

#### 4.2.1. Esattezza

30. L'articolo 5, paragrafo 1, lettera d), del GDPR stabilisce che i dati devono essere esatti rispetto alla finalità per cui sono trattati.

I dati di profilazione sono intrinsecamente contraddittori e vanificano le finalità della pubblicità personalizzata.

31. Una rapida occhiata all'elenco 1 ("*usersegmentnames*" nell'**allegato 5**) mostra che i segmenti di mercato che riguardano il reclamante non sono altro che inferenze sui suoi interessi e abitudini, da utilizzare per il la pubblicità personalizzata. Questo è in definitiva il fulcro del modello di business di Xandr. Pertanto, nel caso in questione, la finalità del trattamento è la pubblicità, da realizzare mediante pubblicità comportamentale mirata ("*behavioural advertising*").

32. Quando la finalità del trattamento è quella di fornire agli utenti annunci personalizzati, la condivisione di un'enorme quantità di informazioni contrastanti viola il principio di esattezza, poiché gli utenti che hanno acconsentito alla profilazione non riceveranno contenuti "personalizzati". Si può supporre che un utente che acconsenta *realmente* a una forma così invasiva

di tracciamento e profilazione sia motivato dal desiderio di ricevere annunci personalizzati. Purtroppo, l'Elenco 1 mostra una realtà diversa. I segmenti trasmessi dal convenuto non consentono agli inserzionisti di partecipare all'asta degli spazi pubblicitari in modo accurato. In altre parole, il trattamento di dati è massiccio ma non porta nessun beneficio all'utente.

33. Più in dettaglio, decine di segmenti sono in palese contraddizione tra loro e, lungi dal facilitare la personalizzazione, creano solo confusione sugli interessi e le caratteristiche del reclamante. Riproduciamo qui alcuni esempi, ma invitiamo caldamente l'autorità competente a esaminare direttamente l'Elenco 1 per rendersi conto di quanto caotiche e contraddittorie siano le informazioni.

- Il genere del denunciante è considerato *sia donna che uomo* (il denunciante è di fatto [redacted])

```
11987 : emq gender: Frau HR @AdA
11988 : emq gender: Mann HR @AdA
```

- La sua età stimata va dai 16 agli oltre 60 anni [redacted]

```
13187 : age_16-19_ida2_high_reach_one_classifier_intersection @classifier
13188 : age_20-29_ida2_high_reach_one_classifier_intersection @classifier
13189 : age_30-39_ida2_high_reach_one_classifier_intersection @classifier
13190 : age_40-49_ida2_high_reach_one_classifier_intersection @classifier
13191 : age_50-59_ida2_high_reach_one_classifier_intersection @classifier
13192 : age_60plus_ida2_high_reach_one_classifier_intersection @classifier
```

- Il suo reddito stimato oscilla tra i 500 e i 4000 euro al mese [redacted]

```
21779 : emetriq income: 500 - 1.500 €_ctv
21776 : emetriq income: 1.500 - 2.500 €_ctv
21777 : emetriq income: 2.500 - 4.000 €_ctv
```

- Il suo status lavorativo copre quasi tutte le opzioni possibili [redacted]

```
11838 : emetriq status: pupil
11836 : emetriq status: student
11847 : emetriq job: job seeker
11850 : emetriq job: employed
11851 : emetriq job: self-employed
```

- Le dimensioni stimate della sua azienda vanno da 1 a 5.000 persone [redacted]

```
12191 : emq empl: 1-10 @iqd
12195 : emq empl: 1000+ @iqd
23209 : emetriq job: company size: 1001-5000 @XING
```

- Il suo consumo stimato di TV varia notevolmente. Il reclamante è classificato allo stesso tempo come "lightviewer" [spettatore occasionale], "mediumuser" [utente medio] e "heavy tv watcher" [spettatore frequente]:

```
17210 : emetriq custom: tv lightviewer <90 min. 50 mio. @GfK extended
17212 : emetriq custom: tv lightviewer <42 min. 30 mio. @GfK extended
22817 : emetriq custom: CCS2022_TV-MEDIUMUSER_E1869
22465 : emetriq entertainment: heavy tv watcher @magentatv extended_ctv
```

34. È difficile capire come si possa fare pubblicità mirata in maniera accurata sulla base di queste categorie. Il reclamante può essere un uomo o una donna, in qualsiasi fascia di età fra un adolescente e un pensionato, al di sotto della soglia di povertà o con un considerevole livello di benessere economico, uno studente (scolastico o universitario), una persona in cerca di lavoro o un lavoratore (sia dipendente che autonomo). Xandr non sembra avere un'idea chiara delle dimensioni dell'azienda del reclamante o del consumo televisivo di quest'ultimo. Tuttavia, questi dati vengono venduti agli inserzionisti, in modo che questi possano fare offerte mirate per i loro prodotti.
35. Il fatto che il convenuto non abbia creato direttamente questi segmenti non è una giustificazione, poiché Xandr tratta comunque i profili e li trasmette a centinaia di aziende senza alcun controllo sulla loro esattezza. I dati personali vengono semplicemente diffusi nell'ecosistema della pubblicità digitale. In ogni caso, alla luce del principio di responsabilizzazione (Articolo 5(2) GDPR), spetta al convenuto dimostrare il contrario.

Xandr trae profitto da informazioni grossolanamente inesatte e si comporta in maniera sleale nei rapporti "business to business".

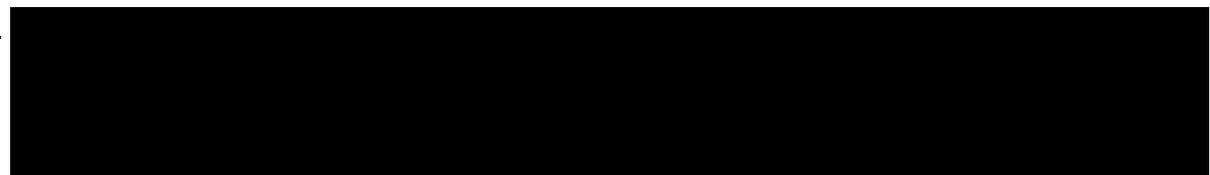
36. Ovviamente Xands trae profitto da questa pretesa di avere informazioni sugli utenti che in realtà non sono accurate.
37. Normalmente, gli inserzionisti che fanno offerte tramite DSP come Xandr impostano determinati criteri per raggiungere determinate fette di mercato. Ad esempio, possono decidere di fare offerte solo su utenti il cui reddito sia "superiore a X/mese". Se un utente viene contrassegnato come "superiore a X" e "inferiore a X" allo stesso tempo, Xandr può offrire un inventario più ampio e avrà quindi più possibilità di trovare inserzionisti disposti a fare offerte d'asta (e a pagare). Purtroppo, questo è l'opposto di ciò che gli inserzionisti si aspettano, ovvero che i profili e i segmenti di mercato li aiutino a partecipare all'asta con un vantaggio informativo.

38.



39. Anche se Xandr riceve i profili da terzi, sembra improbabile che il convenuto non sia a conoscenza di questo problema di esattezza quando li trasmette ad altri soggetti. Come dimostra l'Elenco 1, le inaccurately sono molteplici e macroscopiche e non possono essere facilmente ignorate.

40.



#### 4.2.2. Minimizzazione dei dati

41. L'articolo 5, paragrafo 1, lettera c) del GDPR stabilisce che i dati devono essere "adeguati, pertinenti e limitati a quanto necessario rispetto alle finalità per le quali sono trattati".

I dati non sono limitati a quanto necessario: la quantità di dati trattati è massiccia e sproporzionata

42. I dati trattati da Xandr non sono "*limitati a quanto necessario*". Dopo meno di due ore di navigazione su appena 7 o 8 siti web, il convenuto ha ricevuto circa 200 segmenti di mercato dalla sola Emetriq, che è solamente uno dei numerosi fornitori di dati di Xandr.

43. In realtà, l'uso dei segmenti da parte di Xandr è probabilmente molto più ampio. Xandr stessa fornisce un elenco di 50 "data provider" ufficiali (**Allegato 7**).<sup>14</sup> Molte di queste entità sono attive contemporaneamente su uno stesso sito web per la profilazione dell'utente. Su *ciascuno* dei 7 siti web visitati dal reclamante che incorporano la tecnologia del convenuto, per esempio, i cookie banner menzionano 7-11 di questi "data provider".<sup>15</sup> Ipotizzando un trattamento di scala paragonabile a quello effettuato da Emetriq, un calcolo molto prudente suggerisce come il numero di segmenti ricevuti da Xandr superi facilmente i 1.400. E questo - va sottolineato ancora una volta - nell'arco di una giornata.

44. Certo, si tratta solo di una stima approssimativa. Tuttavia, non è stato possibile per il reclamante ottenere dati precisi a causa del rifiuto di Xandr di soddisfare la richiesta di accesso, come ulteriormente discusso nel presente reclamo.

45. Questi numeri, già di per sé impressionanti, vanno poi considerati nel contesto del sistema RTB gestito da Xandr. La DSP di Xandr condivide i segmenti (e molti altri dati personali) con innumerevoli entità per consentire agli inserzionisti di fare offerte d'asta automatizzate. Sul suo sito web, Xandr rende noti i nomi di centinaia di "Ad-server partner" "*which may receive Platform Data and other Information [...] as a result of their partnership with Xandr or due to their partnership with Xandr customers using Xandr's technology*". In italiano: "*che possono ricevere dati della piattaforma e altre informazioni [...] come risultato della loro partnership con Xandr o a causa della loro partnership con i clienti di Xandr che utilizzano la tecnologia di Xandr*" (**Allegato 7**).<sup>16</sup>

46. Questo elemento meramente quantitativo dovrebbe infine essere valutato alla luce del tipo di dati effettivamente trattati. Nelle sue conclusioni nella causa C-446/21 di fronte alla CGUE, l'Avvocato Generale Rantos ha stabilito che la "necessità" ai fini della pubblicità mirata, per soddisfare il principio della minimizzazione dei dati, deve essere valutata distinguendo tra dati "statici" e "comportamentali". In particolare, il trattamento dei dati comportamentali - *come il monitoraggio delle abitudini di navigazione degli Utenti* - deve essere considerato più

---

<sup>14</sup> Pdf scaricato da <https://learn.microsoft.com/en-us/xandr/policies-regulations/third-party-providers>. Secondo i dati ottenuti direttamente da Xandr (e ora disponibili solo su un database giornalistico: si veda la nota 3), questo elenco non è nemmeno esaustivo, poiché anche altri data broker fornirebbero segmenti per finalità di pubblicità mirata.

<sup>15</sup> Adsquare GmbH, Amnet GmbH, DoubleVerify Inc.; Emetriq GmbH; GumGum Inc; Integral Ad Science, Meetrics GmbH; Nano Interactive Group Ltd.; Playground xyz EMEA LTD; Seedtag Advertising S.L.; Semasio GmbH.

<sup>16</sup> Pdf scaricato da <https://learn.microsoft.com/en-us/xandr/policies-regulations/third-party-providers>.

intrusivo. L'Avvocato Generale si spinge oltre e sostiene addirittura che, all'interno della categoria dei "dati comportamentali", la raccolta di dati relativi a un comportamento "passivo" - *come la semplice visita di un sito internet* - sia la forma di trattamento più intrusiva in assoluto.<sup>17</sup>

47. Xandr effettua quindi un trattamento altamente invasivo con un'enorme quantità di dati. Il trattamento non sembra in alcun modo limitato in relazione alla finalità. È quindi incontestabile che il trattamento dei dati non è "necessario".

I dati non sono adeguati né pertinenti per le finalità della pubblicità mirata, ma anzi la vanificano.

48. Anche se la quantità significativa di dati comportamentali fosse considerata "necessaria" alla luce del principio della minimizzazione dei dati, l'analisi dei segmenti collegati al ricorrente mostra che i dati non sono affatto "adeguati" né "pertinenti" per la finalità della pubblicità mirata.

49. Infatti, se la funzione della pubblicità mirata è quella di personalizzare l'"esperienza pubblicitaria" dell'utente e di consentire agli inserzionisti di acquistare spazio pubblicitario più adatto alle proprie campagne, il trattamento in questione sembra vanificare tale finalità. Come già discusso, decine di segmenti sono in palese contraddizione tra loro e, lungi dal facilitare la personalizzazione, creano solo confusione sugli interessi e le caratteristiche del reclamante.

50. Troppe informazioni contrastanti sono *per definizione* non pertinenti e inadeguate a conseguire la finalità di personalizzazione degli annunci. Non sembra realistico che il convenuto, dopo aver ricevuto i profili dai suoi fornitori di dati, operi una sorta di filtraggio o di monitoraggio alla luce dei criteri di necessità, di adeguatezza e di pertinenza. Questo perché l'asta avviene in tempo reale e in una frazione di secondo i dati vengono trasmessi ai partner di Xandr. In ogni caso, spetta al titolare del trattamento dimostrare il contrario ai sensi dell'Articolo 5(2) del GDPR.

### **4.3. Violazione dei diritti all'accesso e alla cancellazione**

#### *4.3.1. Natura sistemica delle violazioni*

51. In via preliminare, è importante notare che le violazioni discusse in questa sezione sono particolarmente preoccupanti in quanto non riguardano esclusivamente il reclamante. Xandr tratta i dati di milioni di utenti in Europa, compresi profili dettagliate che consentono di trarre precise deduzioni sulle abitudini di vita e sugli interessi dei cittadini. Tuttavia, sorprendentemente, i dati pubblicati dal convenuto sul proprio sito web mostrano che nel 2022 il tasso di risposta alle richieste di accesso e cancellazione in tutto il mondo è stato dello 0%.<sup>18</sup> Diversi altri interessati sostenuti da *noyb* hanno cercato senza successo di esercitare i loro diritti ai sensi degli Articoli 15 e 17 anche nel 2023 e nel 2024. Non vi è alcun elemento che suggerisca che il convenuto stia ora seguendo un approccio diverso.

---

<sup>17</sup> Conclusioni AG, causa C-446/21 del 25 aprile 2024, *Schrems contro Meta Platforms Ireland Limited*, par. 25.

<sup>18</sup> Si veda il sito web di Xandr, sezione "Metriche di richiesta dei consumatori", consultato il 03.05.2024: <https://mone-tize.xandr.com/privacy-center/metric-calculations>.

## Consumer Request Metrics

The following metrics calculate the number of consumer data requests received from consumers, globally the past calendar year, via our Privacy Center. This information will be updated on an annual basis. The metrics below are for January 1, 2022 - December 31, 2022:

\*Access and deletion requests are denied when we are unable to verify the identity and jurisdiction of the requestor. Due to the pseudonymous nature of the data Xandr collects on its Platform, we are unable to verify the identity of the consumers who made access and deletion requests when such requests are not tied to any other identifiers, and therefore we denied such requests. Xandr recognizes the opt-out requests from its clients on our platform when a client forwards a consumer opt-out request to Xandr.

	Number Received	Number Complied with, in whole or in part	Number Denied	Average number of days to respond
Access Requests*	1294	0	1294	2 Bus. Days
Deletion Requests*	660	0	660	2 Bus. Days
Opt-out of Sale Requests	Do not sell requests are recognized from Xandr's clients and calculated by the client. California consumers interacting directly with Xandr's website can also opt-out of sale or sharing their personal data			

52. È quindi evidente che il convenuto, nonostante il trattamento di una quantità enorme di dati estremamente granulari, non faccia abbastanza per facilitare l'esercizio dei diritti dell'interessato, ma sembri piuttosto ostacolare attivamente tale esercizio.

### 4.3.2. Diritto di accesso e dovere di agevolare l'esercizio dei diritti dell'interessato

53. Ai sensi dell'articolo 12, paragrafo 2, del GDPR, il titolare del trattamento deve agevolare l'esercizio dei diritti dell'interessato ricompresi negli articoli da 15 a 22 del GDPR.

54. Il reclamante ha cercato di esercitare il suo diritto di accesso ai sensi dell'articolo 15, paragrafi 1 e 3, del GDPR. Finora il convenuto non ha risposto alla richiesta di accesso del ricorrente.

55. Nel rifiutare di dare seguito alla richiesta di accesso del reclamante ai sensi dell'articolo 15 del GDPR, Xandr sostiene di non essere in grado di identificare l'interessato, invocando implicitamente la seconda frase dell'articolo 12, paragrafo 2, del GDPR.

56. Tuttavia, questo non è vero. Il ricorrente ha fornito al convenuto il valore di un cookie di Xandr ("uuid2") che lo identifica in modo univoco, l'URL del sito web in cui è stato installato il cookie e la data della visita. Queste informazioni consentono a Xandr di individuare un utente specifico e di verificare che non si tratti di una terza persona che sta fingendo di essere qualcun altro. Infatti, un interessato non sarebbe nella posizione di fornire queste tre informazioni altamente specifiche se non fosse la persona a cui appartengono i dati.

57. Anche se i dati forniti dal reclamante non fossero sufficienti per le finalità di autenticazione, la combinazione dell'articolo 12, paragrafo 6, del GDPR e dell'obbligo di agevolazione imporrebbe a Xandr l'obbligo di comunicare all'interessato quali informazioni aggiuntive fossero necessarie a questi fini.

58. La violazione è particolarmente grave in quanto l'elenco 1 divulgato da Emetriq mostra come le informazioni raccolte sul reclamante siano ampie e molto specifiche. Va sottolineato ancora una volta che Emetriq è solo uno dei numerosi data broker che collaborano con Xandr. Molto

probabilmente, i 200 profili allegati a questo reclamo sono solo una frazione dei dati del reclamante trattati dal convenuto. Il reclamante ha il diritto di ottenere l'accesso a queste informazioni, comprese le loro fonti e i destinatari.

#### 4.3.3. Cancellazione

59. Anche la richiesta di cancellazione del denunciante non ha ricevuto risposta né è stata soddisfatta. Xandr si limita ad affermare, in relazione al cookie uuid2 fornito: *"if your identifier is present in our database, we will erase it."* In Italiano: *"se il suo identificativo è presente nel nostro database, lo cancelleremo"*. Questa dichiarazione sembra contraddire la precedente affermazione secondo cui il convenuto non sarebbe in grado di autenticare il denunciante. Se ciò fosse vero (e non lo è), Xandr *non dovrebbe cancellare questo dato*, non potendo confermare che la richiesta di cancellazione provenga effettivamente dalla persona a cui si riferisce l'identificativo.
60. Inoltre, la dichiarazione, formulata come una mera possibilità futura - da parte di un soggetto che allo stesso tempo dichiara *"non siamo in grado di confermare se conserviamo dati personali che vi riguardano"* - non può essere considerata una conferma che la cancellazione è avvenuta ai sensi dell'Articolo 12, paragrafo 3 GDPR.
61. Soprattutto, la richiesta di cancellazione non riguardava (solo) l'identificativo - che veniva fornito solo per finalità di autenticazione - ma *qualsiasi* dato, compresi segmenti di mercato o profili.

#### 4.3.4. I dati non sono pseudonimi e il GDPR è pienamente applicabile.

62. Anche l'argomentazione secondo cui Xandr non potrebbe identificare il reclamante in quanto tratta solo dati pseudonimi non è corretta. L'articolo 4, paragrafo 5, del GDPR afferma che si parla di pseudonimizzazione quando i dati *"non possano più essere attribuiti a un interessato specifico senza l'utilizzo di informazioni aggiuntive, a condizione che tali informazioni aggiuntive siano conservate separatamente"*.
63. È opportuno ricordare quanto Xandr dichiara nella sua privacy policy in merito al cookie uuid2: *"Questo cookie contiene un valore unico generato in modo casuale che consente alla Piattaforma di distinguere browser e dispositivi. Viene abbinato ad informazioni - come segmenti di interessi pubblicitari e cronologie di annunci mostrati nel browser o nel dispositivo - fornite dai clienti o da altri terzi e memorizzate sulla Piattaforma"*. Il fatto che i profili e i segmenti trattati da Xandr siano collegati a un valore "generato in modo casuale" significa solo che tale valore è una stringa di numeri e lettere, anziché un nome o un indirizzo e-mail. Tuttavia, tale codice è univoco, ossia identifica un solo interessato e il suo browser, e viene "abbinato" a segmenti memorizzati nello stesso database (o al più in database strettamente collegato).
64. Di sicuro, Xandr non dispone di *"misure tecniche e organizzative intese a garantire che tali dati personali non siano attribuiti a una persona fisica identificata o identificabile"* (di nuovo, articolo 4, paragrafo 5, del GDPR): al contrario, l'attribuzione di profili e altre informazioni a un singolo utente attraverso il suo uuid2 è il fulcro del modello di business di Xandr. È quindi ridicola l'affermazione secondo cui il convenuto tratterebbe dati pseudonimi. Questa afferma-

zione probabilmente significa solo che Xandr non utilizza nomi e cognomi per individuare univocamente gli utenti. Tuttavia, Xandr individua univocamente (e regolarmente) gli utenti per le finalità di pubblicità mirata e ciò è incompatibile con la definizione di dati pseudonimi ai sensi del GDPR.

65. Inoltre, anche se i dati fossero realmente pseudonimi (e questo porterebbe a chiedersi come Xandr possa effettivamente operare la sua attività), il GDPR, compresa la parte relativa ai diritti all'accesso e alla cancellazione, sarebbe comunque applicabile. In particolare, il convenuto non tenta nemmeno di sostenere che i dati trattati siano anonimi – l'unico caso che il Considerando 26 del GDPR menziona come eccezionale all'applicabilità del Regolamento.
66. Alla luce di quanto sopra, il convenuto non ha alcun motivo valido per rifiutare al reclamante l'accesso e la cancellazione dei suoi dati personali.

## 5. ISTANZE

### 5.1. Richiesta di indagare

67. Va sottolineato che, data la scarsa trasparenza e cooperazione da parte del convenuto, l'uso dei poteri investigativi da parte dell'autorità è l'unica strada percorribile dal reclamante al fine di comprendere il trattamento ed esercitare i suoi diritti.
68. Il reclamante chiede al Garante di utilizzare i suoi poteri ai sensi dell'Articolo 58, paragrafo 1 del GDPR per indagare sulla questione, in particolare (ma non solo):
- a) sul tipo, la quantità, le fonti, i destinatari e il periodo di conservazione dei dati personali del reclamante trattati dal convenuto;
  - b) sulla base giuridica del trattamento;
  - c) se il convenuto sia un contitolare del trattamento insieme ad altri e in questo caso se siano rispettati i requisiti dell'articolo 26, paragrafo 1, del GDPR;
  - d) sulla procedura di autenticazione utilizzata dal convenuto per rispondere alle richieste di diritti dell'interessato.

### 5.2. Richiesta di adozione di misure correttive

69. Il reclamante chiede che l'autorità di controllo ordini al convenuto **di dare seguito alle richieste di accesso e cancellazione del ricorrente** (articolo 58, paragrafo 2, lettere c) e g), del GDPR), in relazione a *tutti i* profili e segmenti trattati da Xandr, alle loro fonti e ai loro destinatari.
70. Il reclamante invita l'autorità di controllo ad ordinare al convenuto, in relazione a tutti gli interessati, di rendere i trattamenti conformi ai principi di minimizzazione e esattezza dei dati e al dovere di agevolare l'esercizio dei diritti dell'interessato (articolo 58, paragrafo 2, lettera d), del GDPR). In particolare, il Garante dovrebbe ordinare a Xandr di:

- (a) **limitare il trattamento dei dati personali a ciò che è "adeguato", "pertinente" e "necessario"** per la pubblicità personalizzata. Ciò può essere ottenuto, ad esempio, raccogliendo meno dati dai "data provider" (o da un numero minore di data provider), filtrando i dati al momento della raccolta prima di trasmetterli agli inserzionisti, o una combinazione di entrambi. Quando non è possibile scegliere tra più segmenti logicamente incompatibili (ad esempio, "pupil", "job seeker", "employed"), il convenuto dovrebbe astenersi dall'utilizzare tale categoria (ad esempio, "stato occupazionale") nel contesto della sua DSP, invece di trarre vantaggio dalla confusione;
- (b) **cancellare o rettificare tutti i "profili" o "segmenti di mercato" imprecisi** utilizzati per la pubblicità mirata. Anche se le inferenze di Xandr sugli utenti si basano probabilmente su metodi statistici, il convenuto non è esentato dal rispetto del principio di esattezza. Anche i modelli statistici possono essere buoni modelli o cattivi modelli. Il fatto che Xandr possa non essere in grado di offrire inferenze accurate, lungi dal limitare la sua responsabilità ai sensi del GDPR, mostra solo la scarsa qualità dei suoi prodotti. Fintanto che i dati non possono essere accurati, devono essere cancellati;
- (c) **fornire agli utenti uno strumento efficace per esercitare i loro diritti all'accesso e alla cancellazione, chiarendo quali informazioni sono necessarie per l'autenticazione** (ad esempio il cookie uuid2, il cui valore è facilmente reperibile da qualsiasi utente che ispezioni il proprio browser mentre si trova su un sito web che incorpora la tecnologia di Xandr).

### 5.3. Invito ad imporre una sanzione amministrativa pecuniaria

71. Il reclamante raccomanda inoltre l'imposizione di una sanzione amministrativa pecuniaria efficace, proporzionata e dissuasiva ai sensi degli articoli 58, paragrafo 2, lettera i), e 83 del GDPR. Secondo il reclamante, la necessità di imporre una sanzione di questo tipo è dimostrata da:
- a) la natura generale e continuativa delle violazioni, nonché la quantità di interessati coinvolti e la portata del trattamento, che in ultima analisi costituisce l'intero modello di business del convenuto (articolo 83, paragrafo 2, lettera a), GDPR);
  - b) il carattere intenzionale delle violazioni, come dimostra il tasso di risposta dello 0% alle richieste di accesso e cancellazione (Articolo 83, paragrafo 2, lettera b) GDPR);
  - c) la totale mancanza di misure tecniche e organizzative, almeno per quanto riguarda il dovere di agevolare gli interessati, e probabilmente anche per quanto riguarda il rispetto dei principi fondamentali del GDPR (articolo 83, paragrafo 2, lettera d), del GDPR);
  - d) la natura sensibile dei dati comportamentali trattati (articolo 83, paragrafo 2, lettera g), del GDPR);
  - e) i rilevanti benefici finanziari derivanti dal trattamento, potenzialmente ottenuti in modo fraudolento a scapito dei clienti commerciali del convenuto (Articolo 83(2)(k) GDPR).

## 6. CONTATTO

72. Le comunicazioni tra la *noyb* e l'Autorità nel corso della presente procedura possono avvenire via e-mail all'indirizzo [REDACTED] con riferimento al **caso C084** o per telefono al numero [REDACTED]