APPEALS CENTRE EUROPE

Rapporto sulla trasparenza di Appeals Centre Europe

Ottobre 2025 to Settembre 2026

Cos'è Appeals Centre Europe?

Chi siamo

- Appeals Centre Europe è un organismo indipendente di risoluzione extragiudiziale delle controversie certificato ai sensi dell'articolo 21 del Digital Services Act (DSA) dell'UE. Ciò consente alle persone e alle organizzazioni nell'UE di contestare le decisioni delle piattaforme di social media sui contenuti che possono o meno violare i termini e le condizioni di una piattaforma.

- Attualmente ci occupiamo di **Facebook**, **Google Maps**, **Instagram**, **Pinterest**, **Threads, TikTok** e **YouTube**.

- Nel periodo oggetto di questo rapporto (ottobre 2025 – settembre 2026), abbiamo accettato controversie su:
  - **Account sospesi** negli ultimi sei mesi.
  - **Contenuti rimossi** negli ultimi sei mesi.
  - **Account o contenuti sottoposti a restrizioni negli ultimi sei mesi** (ad esempio, con l'aggiunta di una schermata di avviso a un post o la disattivazione della monetizzazione di un account).
  - **Pagine o gruppi rimossi** negli ultimi sei mesi.
  - **Contenuti potenzialmente contrari alle norme lasciati online.**

- **Il contenuto della controversia può essere redatto nella quasi totalità delle lingue parlate in UE**, ma la compilazione dei nostri moduli di presentazione delle controversie deve avvenire in olandese, inglese, francese, tedesco, italiano, polacco o spagnolo.

- **Alcune politiche non rientrano nell'ambito di applicazione di Appeals Centre o dell'articolo 21 del DSA,** il che significa che non possiamo accettare controversie in queste aree. Questi includono account violati, copyright e materiale pedopornografico.

- Continuiamo ad **ampliare i nostri servizi** e **aggiungeremo nuove politiche, piattaforme e lingue** nel tempo.

Per contestare una decisione di una piattaforma di social media, invia una controversia: www.appealscentre.eu/it

Cosa facciamo

Di seguito, spieghiamo cosa accade quando qualcuno ci invia una controversia:

1. **Invio della controversia:** un utente di social media nell'UE va sul sito www.appealscentre.eu/it. Dopo aver creato un account, compila un breve modulo indicando tutti i dettagli sul suo caso. L'invio di una controversia è gratuito.

2. **Verifica dell'ammissibilità:** Verifichiamo se la controversia può essere esaminata ai sensi dell'articolo 21 del DSA (un caso "ammissibile") e se rientra nel nostro ambito certificato e nelle nostre regole procedurali (un caso "idoneo"). Se il caso è inammissibile o non idoneo, o non abbiamo ricevuto informazioni sufficienti dall'utente, invieremo una comunicazione per informare dell'impossibilità di procedere.

3. **Richiesta del contenuto**: Contattiamo quindi la piattaforma di social media interessata per richiedere il contenuto e le ulteriori informazioni pertinenti alla controversia. Potrebbe essere il contenuto che hanno rimosso, quello potenzialmente dannoso che hanno lasciato, l'ultimo contenuto che ha causato la sospensione dell'account di qualcuno o altre informazioni pertinenti a una controversia. Da ottobre 2026, se l'utente ha scelto di consentire alla piattaforma di riesaminare la propria decisione iniziale, quest'ultima ha fino a 30 giorni di tempo per farlo dal momento in cui viene inizialmente contattata. Se la piattaforma non revoca la propria decisione iniziale, oppure se, nelle controversie relative a contenuti potenzialmente contrari alle norme lasciati online, non riceviamo il contenuto entro 30 giorni, possiamo utilizzare il collegamento ipertestuale fornito dall'utente per esaminare il contenuto in questione e adottare una decisione. Per tutte le tipologie di controversia idonee all'esame, se non riceviamo il contenuto entro i termini stabiliti nel nostro regolamento interno, possiamo prendere una decisione procedurale a favore dell'utente.

4. **Adozione di una decisione:** Il nostro team di esperti esamina il contenuto e valuta in modo indipendente se la decisione iniziale della piattaforma fosse conforme alle norme della piattaforma stessa e agli standard in materia di diritti fondamentali richiamati in tali norme. Possiamo non essere d'accordo con la piattaforma ("revochiamo" la loro decisione) o essere d'accordo ("confermiamo" la loro decisione). Comunichiamo la nostra decisione all'utente e alla piattaforma con un messaggio. Sebbene le nostre decisioni non siano vincolanti e spetti alle piattaforme decidere se implementarle, esse devono impegnarsi in buona fede. Sollecitiamo le piattaforme a comunicare sistematicamente all'utente e a noi se hanno attuato le nostre decisioni.

Per saperne di più sui tuoi diritti ai sensi del DSA nella nostra Guida all'assistenza per l'utente, fai clic **qui.**

Introduzione

Da ottobre 2025 a settembre 2026, il numero di persone e organizzazioni che hanno richiesto un esame indipendente è cresciuto notevolmente.[1] In questo periodo abbiamo ricevuto 43.000 controversie, portando il totale a oltre 65.000 controversie da quando abbiamo iniziato ad accettarle nel novembre 2024. Ciò dimostra la forte volontà delle persone in tutta l'UE di contestare le decisioni delle piattaforme di social media. Per far fronte a questo aumento, negli ultimi mesi il nostro team di Dublino incaricato dell'esame dei casi è più che raddoppiato.

Nei casi in cui abbiamo potuto esaminare i contenuti, abbiamo revocato le decisioni delle piattaforme in tre quarti dei casi (74%). Si tratta di un valore superiore del 15% rispetto al tasso di revoca del 59% riportato nel nostro ultimo Rapporto sulla trasparenza. I casi di studio illustrati in questo rapporto danno concretezza a questo dato: dai contenuti satirici rimossi dai sistemi automatizzati agli insulti omofobici sfuggiti ai controlli.

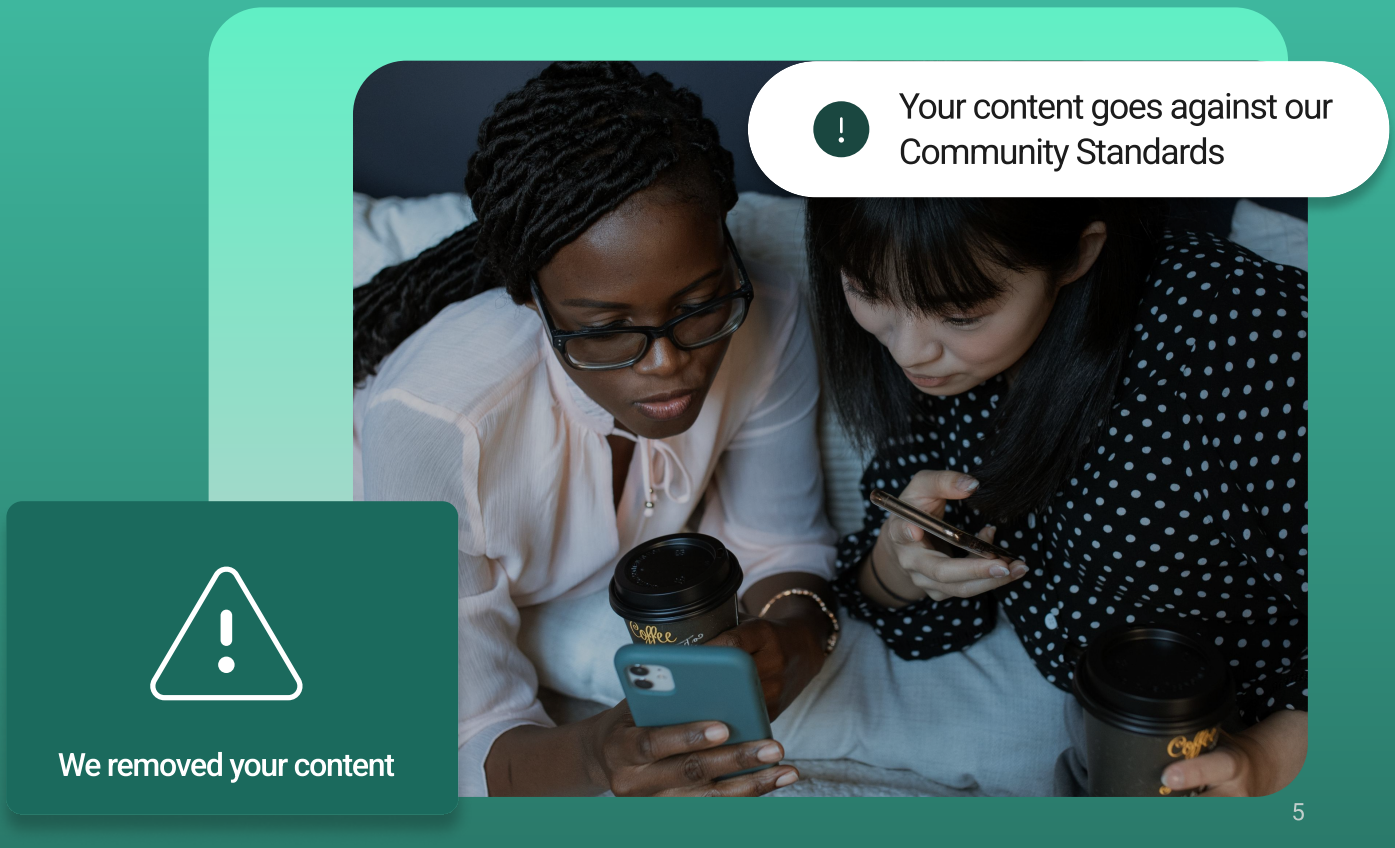
Per la prima volta abbiamo incluso nel nostro Rapporto sulla trasparenza un Rapporto speciale su frodi e truffe. Da aprile a settembre 2026, questo è stato l'ambito in cui abbiamo ricevuto il maggior numero di controversie idonee. Con l'intelligenza artificiale è più difficile che mai distinguere la realtà dalla finzione: gli esempi spaziano dalle "truffe sentimentali" basate su deepfake ai video sulle criptovalute che invitano a copiare un codice malevolo da ChatGPT. In materia di frodi e truffe, incitamento all'odio e altri ambiti, riteniamo che le nostre decisioni possano contribuire a creare una mappa delle aree in cui si concentrano i "rischi sistemici" sui social media e sulle quali le piattaforme devono intervenire.

Abbiamo inoltre adottato misure per migliorare l'esperienza degli utenti. Ciò include la produzione di una Guida all'assistenza per l'utente in sette lingue, la riduzione di due settimane dei tempi medi di gestione dei casi e la possibilità per gli utenti di consentire alle piattaforme di revocare la propria decisione iniziale al nostro primo contatto.

[1] Questo periodo (ottobre 2025 – settembre 2026) si sovrappone al periodo coperto dal nostro ultimo Rapporto sulla trasparenza (aprile 2025 – marzo 2026), poiché in questo rapporto volevamo fornire un anno intero di dati.

Tuttavia, nonostante alcuni progressi, a molte persone continua a essere negato l'esame indipendente a cui hanno diritto. Ad esempio, tra ottobre 2025 e settembre 2026 abbiamo richiesto a Google oltre 850 contenuti, ma ne abbiamo ricevuti soltanto due: si tratta dei contenuti necessari per esaminare una controversia relativa alle sue piattaforme quando non sono più pubblicamente accessibili. Sebbene Meta abbia registrato qualche miglioramento nella condivisione dei contenuti relativi alle sospensioni degli account, questo rimane un ambito in cui, su tutte le piattaforme, gli utenti spesso non riescono a ottenere risultati concreti.

Le piattaforme devono quindi intensificare il proprio impegno e fornire i contenuti per ogni singola controversia idonea all'esame ai sensi del DSA, nell'ambito del loro obbligo di partecipare in buona fede a questa procedura. Inoltre, sebbene le decisioni degli organismi di risoluzione extragiudiziale delle controversie non siano vincolanti, si dispone di scarse informazioni sulla frequenza con cui le piattaforme le attuano. Di conseguenza, anche quando il contenuto viene condiviso e l'utente ottiene una decisione a proprio favore, non è chiaro in quale misura le piattaforme compiano il passo successivo e diano attuazione a tali decisioni. È attualmente in corso un processo volto a definire le "migliori pratiche" relative all'articolo 21 del Digital Services Act (DSA). Tale iniziativa è guidata dai coordinatori nazionali per i servizi digitali, con la partecipazione della Commissione europea, nell'ambito del terzo gruppo di lavoro del Comitato per i servizi digitali (DSA Board). È fondamentale che le raccomandazioni che ne scaturiranno migliorino l'esperienza di chi si rivolge a organismi di risoluzione extragiudiziale delle controversie come Appeals Centre.



Sintesi

Da ottobre 2025 a settembre 2026, Appeals Centre Europe ha:

- Ricevuto **43.000 controversie** da persone e organizzazioni nell'UE che contestavano le decisioni delle piattaforme di social media
- In media, si tratta di una controversia **ogni 12 minuti**

Oltre 19.600 di queste controversie sono state inizialmente ritenute idonee all'esame e avviate alla valutazione

Alla fine di settembre 2026, avevamo adottato **oltre 16.800 decisioni** su queste controversie:

- In quasi **5.000 decisioni** in cui **siamo stati in grado di esaminare i contenuti, non siamo stati d'accordo con la decisione della piattaforma nel 74% dei casi**

In **12.000 decisioni,** abbiamo adottato decisioni procedurali perché non abbiamo potuto esaminare in modo indipendente i contenuti:

- In **oltre 10.000** di queste decisioni, non abbiamo ricevuto i contenuti dalla piattaforma e **abbiamo adottato una decisione procedurale a favore dell'utente**
- In quasi **2.000** di queste decisioni, dopo aver esaminato le informazioni fornite dalla piattaforma, abbiamo stabilito che l'utente non aveva il diritto a un rimedio ai sensi dell'articolo 21 del Digital Services Act e abbiamo adottato una decisione **procedurale a favore della piattaforma**

Sintesi

Nei casi in cui le piattaforme **abbiano lasciato online i contenuti** dopo che sono stati segnalati per violazione delle loro norme...

...non abbiamo concordato con le piattaforme nel: [2]

- **99%** dei casi relativi a **contenuti violenti ed espliciti**
- **92%** dei casi relativi a **organizzazioni pericolose**
- **91%** dei casi relativi a **violenza e istigazione**
- **86%** dei casi relativi a **Frodi e truffe**
- **82%** dei casi relativi a **Incitamento all'odio**

...e abbiamo concordato con le piattaforme nel:

- **64%** dei casi relativi a **standard pubblicitari**
- **54%** dei casi relativi a **Disinformazione**

Nei casi in cui le piattaforme **hanno rimosso o limitato i contenuti** per violazione delle loro norme...

...non abbiamo concordato con le piattaforme nel:

- **60%** dei casi relativi a **Frodi e truffe**
- **51%** dei casi relativi a **beni e servizi soggetti a restrizioni**

...e abbiamo concordato con le piattaforme nel:

- **65%** dei casi relativi a **Incitamento all'odio**
- **57%** dei casi relativi a **nudità degli adulti**

Nei casi in cui le piattaforme **hanno sospeso o limitato gli account** per violazione delle loro norme...

...abbiamo concordato con le piattaforme nel:

- **78%** dei casi relativi a **nudità degli adulti**
- **72%** dei casi relativi a **Bullismo e molestie**
- **65%** dei casi relativi a **Frodi e truffe**

[2] Includiamo in queste classifiche solo gli ambiti in cui (1) abbiamo adottato almeno 30 decisioni dopo aver esaminato i contenuti, (2) abbiamo revocato o confermato la decisione della piattaforma in almeno il 50% dei casi e (3) l'ambito figurava tra i primi cinque per decisioni ribaltate o confermate per quella tipologia di decisione.

Primi 5 Paesi per la presentazione di controversie idonee (numero assoluto):

1. Francia
2. Belgio
3. Spagna
4. Italia
5. Germania

Primi 5 Paesi per la presentazione di controversie ammissibili (pro capite):

1. Belgio
2. Malta
3. Cipro
4. Slovacchia
5. Francia

Le 5 principali aree di politiche contestate all'Appeals Centre:

1. Incitamento all'odio
2. Frodi e truffe
3. Sospensione o restrizione dell'account
4. Nudità di adulti e contenuti sessuali
5. Sfruttamento e abuso di minori

Da ottobre 2025 a settembre 2026 abbiamo:

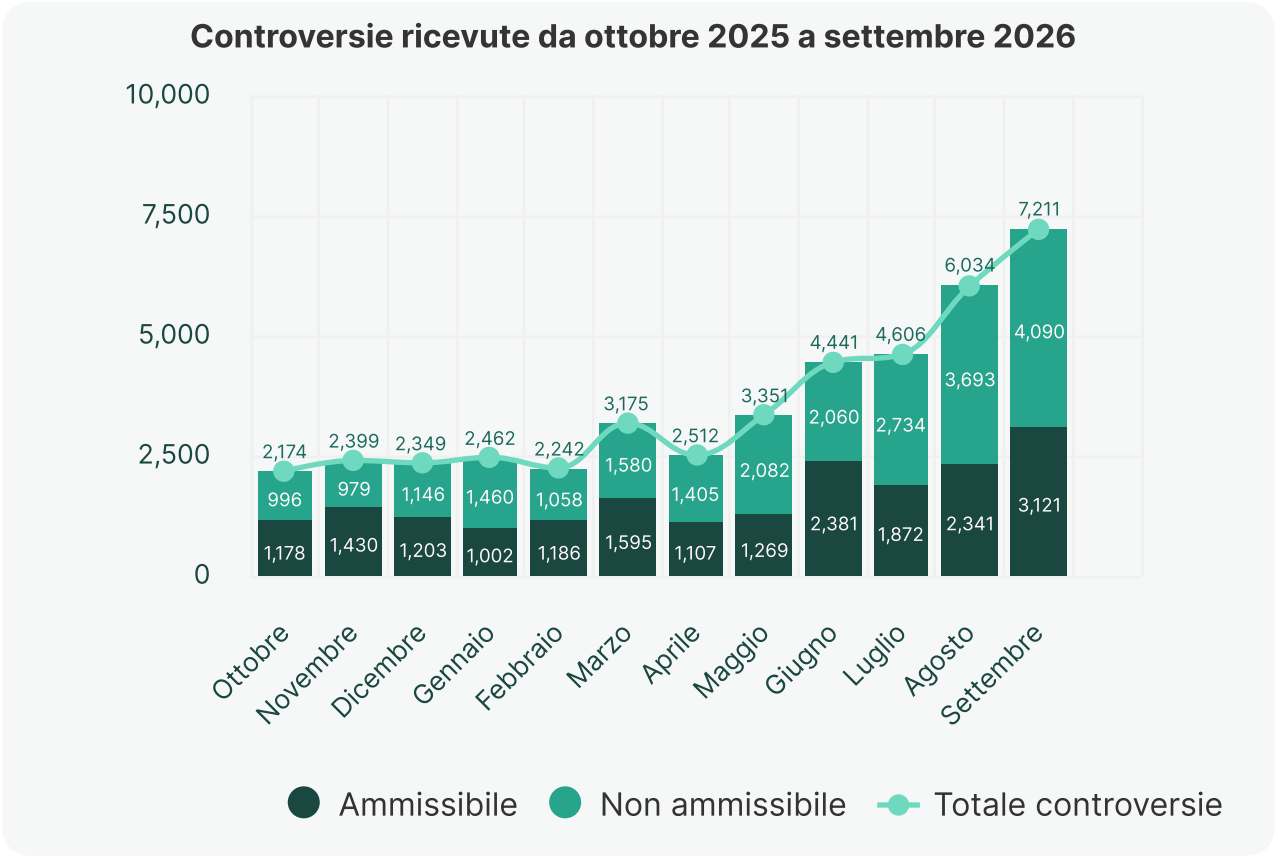
> Ricevuto **un numero di controversie triplo** a settembre 2026 rispetto a ottobre 2025

> Ampliato la nostra attività a nuovi ambiti, tra cui **Google Maps, lo spam basato sui contenuti, lo sfruttamento sessuale dei minori e le restrizioni sui contenuti**

> Ottenuto una menzione da parte del **Comitato europeo per i servizi digitali e della Commissione europea nel Rapporto sui rischi sistemici**, che illustra come le controversie possano contribuire a individuare e attenuare tali rischi

> Pubblicata una **Guida all'assistenza per l'utente** per aiutare le persone a comprendere i propri diritti ai sensi del Digital Services Act

Statistiche generali



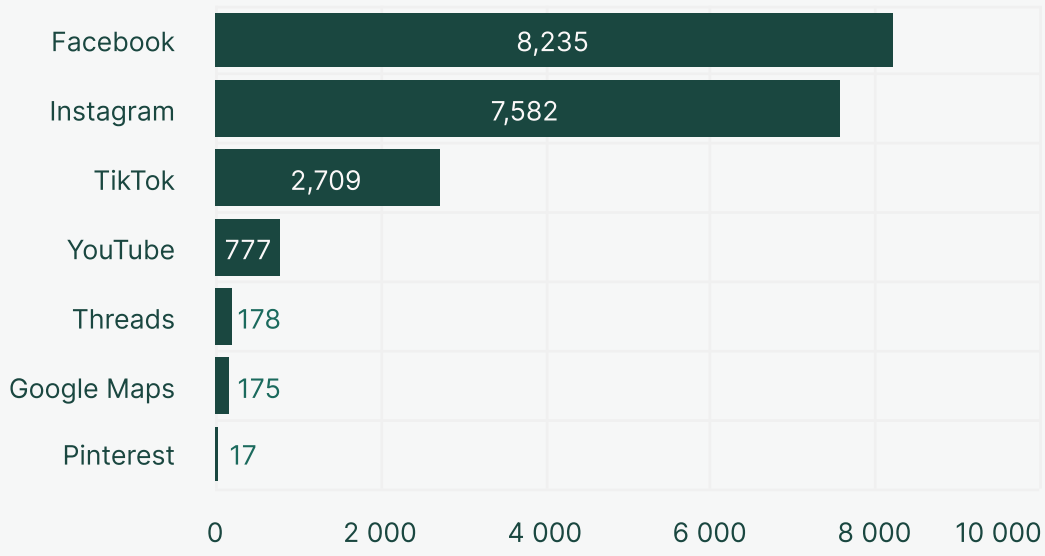
Da ottobre 2025 a settembre 2026, abbiamo ricevuto 42.956 controversie da persone e organizzazioni di tutta l'UE che volevano contestare una decisione presa da una piattaforma di social media.[3] Al momento della ricezione, abbiamo ritenuto idonee all'esame poco meno della metà di queste controversie (oltre 19.600).[4]

Da maggio a settembre 2026, il numero di controversie ricevute ogni mese è aumentato costantemente, passando da circa 3.300 a maggio a 7.200 a settembre. A questo risultato ha contribuito il nostro lavoro per informare gli utenti sulla risoluzione extragiudiziale delle controversie e sui loro nuovi diritti ai sensi del DSA.

[3] Alcuni valori nel grafico delle controversie ricevute differiscono dai precedenti Rapporti di trasparenza. Poiché il processo di esame dei casi comporta uno scambio di comunicazioni con le piattaforme, tali casi possono essere riclassificati nel tempo come ammissibili o non ammissibili. Le differenze tra i dati riportati sono di entità minore.

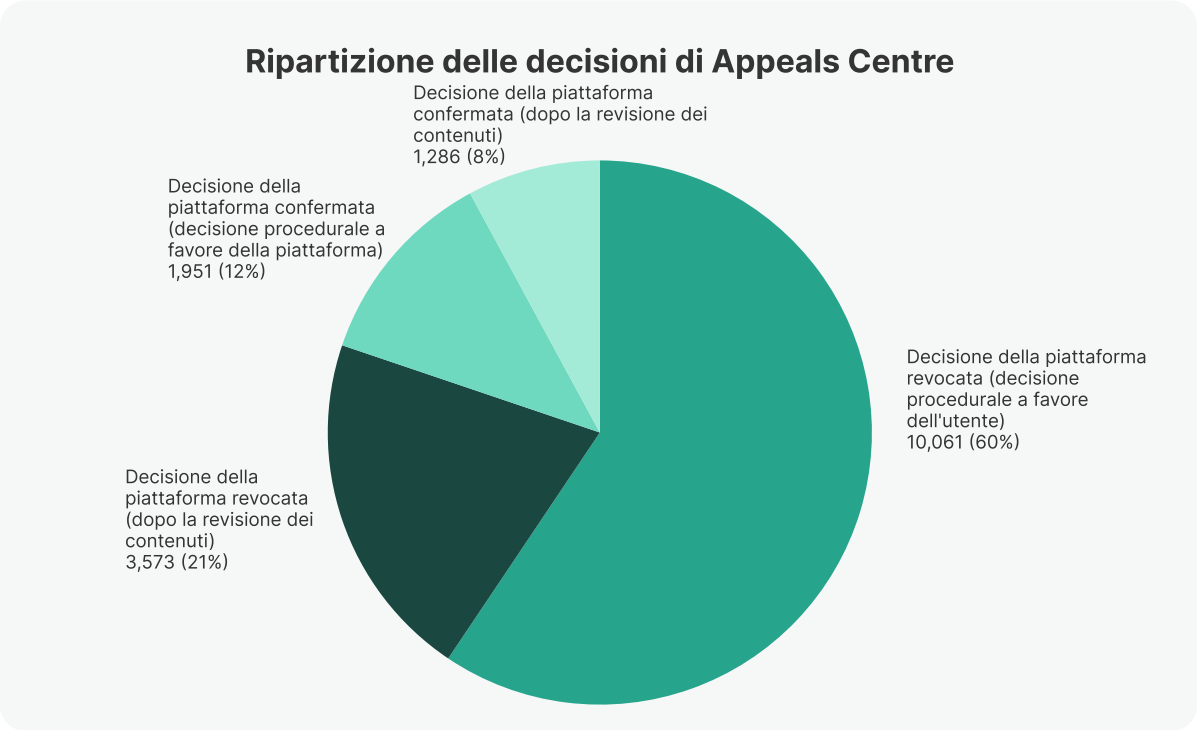
[4] I casi ammissibili sono quelli che rientrano nel nostro ambito di competenza e contengono informazioni sufficienti per essere esaminati.

Controversie ammissibili per piattaforma di social media



Delle 19.673 controversie ammissibili ricevute da ottobre 2025 a settembre 2026, la maggior parte riguardava Facebook (oltre 8.000) e Instagram (oltre 7.500). Oltre 2.700 controversie ammissibili riguardavano TikTok e più di 750 YouTube. Ad agosto 2026 abbiamo iniziato ad accettare controversie relative a Google Maps, ricevendo circa 50 controversie ammissibili ad agosto e oltre 125 a settembre. A causa del basso numero di controversie su Threads, Google Maps e Pinterest, questi dati non sono analizzati nel dettaglio in questo rapporto.

In quasi la metà (49%) delle controversie ammissibili, le persone o le organizzazioni chiedevano il ripristino del proprio account. Nel 14% delle controversie ammissibili, le persone o le organizzazioni chiedevano il ripristino dei propri contenuti, mentre in un ulteriore 36% chiedevano alla piattaforma di rimuovere contenuti che ritenevano contrari alle norme. Poiché solo l'1% delle controversie ammissibili proveniva da utenti che desideravano ripristinare una Pagina o un Gruppo, tali dati non sono ulteriormente analizzati in questo rapporto.



Da ottobre 2025 a settembre 2026, Appeals Centre ha adottato oltre 16.800 decisioni su controversie presentate da persone e organizzazioni di tutta l'UE.[5] In media, ci sono voluti 47 giorni per emettere queste decisioni. Si tratta di 18 giorni in meno rispetto ai 65 giorni che abbiamo impiegato da aprile 2025 a marzo 2026, come indicato nel nostro ultimo Rapporto sulla trasparenza.

Nelle quasi 5.000 decisioni per le quali abbiamo ricevuto ed esaminato i contenuti, abbiamo revocato la decisione della piattaforma in tre quarti dei casi (74%). Si tratta di un valore superiore del 15% rispetto al tasso di revoca del 59% riportato nel nostro ultimo Rapporto sulla trasparenza. La percentuale più elevata di decisioni revocate ha riguardato YouTube (revocate nel 93% dei casi), seguita da TikTok (77%), Instagram (75%) e Facebook (67%). Le elevate percentuali di decisioni revocate dimostrano che gli utenti dei social media non dovrebbero dare per scontato che la piattaforma abbia ragione e che vale la pena contestarne la decisione rivolgendosi ad Appeals Centre per un esame indipendente.

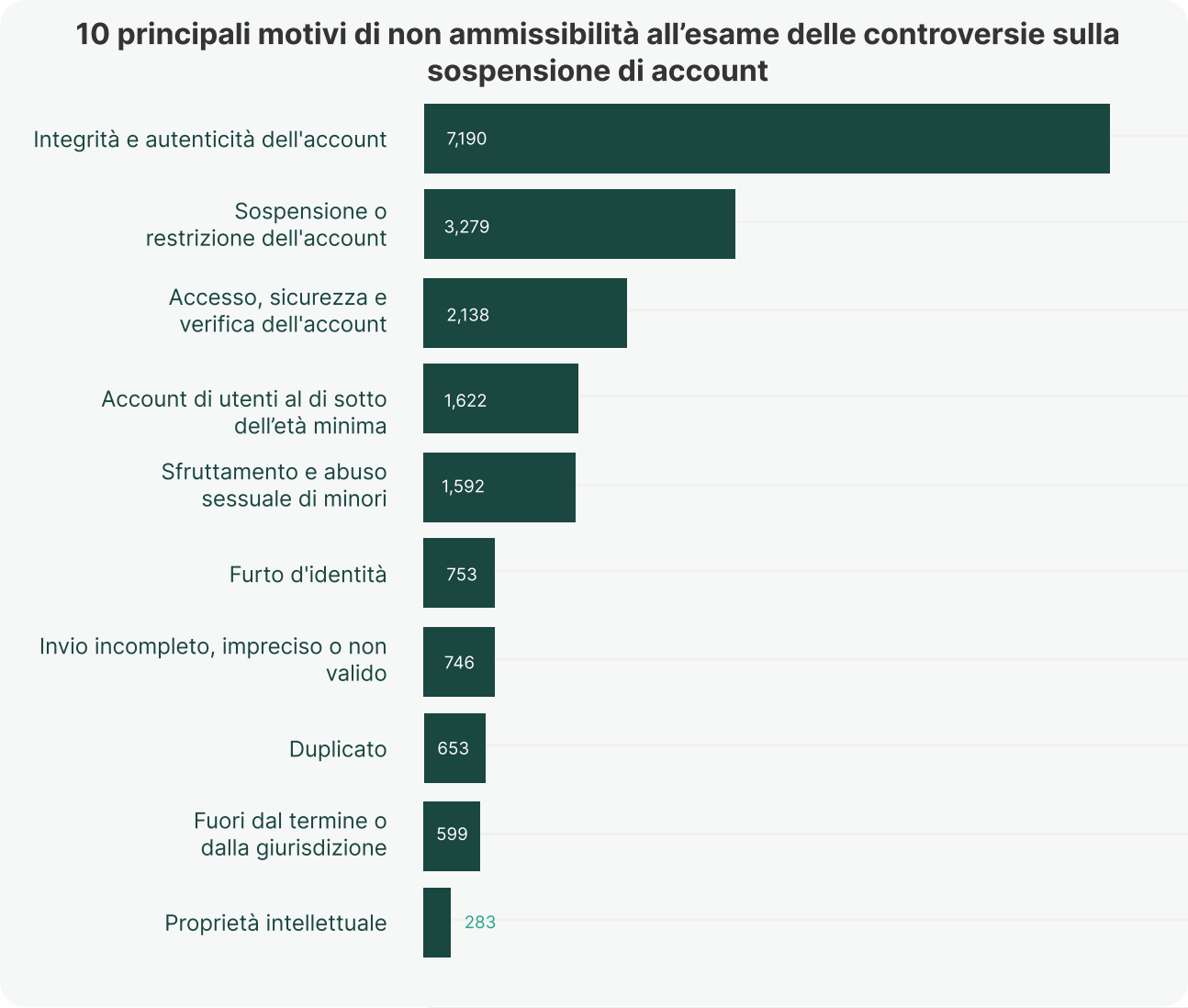
Nei restanti 12.000 casi, abbiamo preso decisioni procedurali. Oltre 10.000 di queste erano decisioni procedurali a favore dell'utente (in precedenza definite "decisioni predefinite"). Nella maggior parte dei casi, ciò significa che, pur essendo la controversia ammissibile, la piattaforma non ci ha fornito il contenuto e abbiamo adottato una decisione procedurale a favore dell'utente. Si trattava perlopiù di controversie relative alla sospensione di account: in questo ambito, nonostante alcuni progressi, nella maggior parte dei casi le piattaforme continuano a non fornirci i contenuti.

[5] A causa degli arrotondamenti, le percentuali nei grafici potrebbero non sommare esattamente al 100%.

Le restanti circa 2.000 decisioni erano decisioni procedurali a favore della piattaforma. Abbiamo iniziato ad adottare questo tipo di decisioni da febbraio 2026, nei casi in cui, sulla base della richiesta dell'utente, avevamo inizialmente ritenuto che questi avesse diritto a un esame ed eventualmente a un rimedio, ma avevamo poi stabilito, sulla base del materiale fornito dalla piattaforma, che il caso non rientrava nell'ambito di applicazione dell'articolo 21 del DSA.

Sebbene questo rapporto illustri diversi casi in cui le piattaforme hanno attuato le nostre decisioni, continuiamo a non ricevere dati sistematici sulla loro effettiva attuazione. A ottobre 2026, per le persone e le organizzazioni che presentano controversie abbiamo introdotto la possibilità di scegliere il "riesame da parte della piattaforma". Questa opzione offre alla piattaforma l'opportunità di modificare la propria decisione (ad esempio, ripristinando l'account di un utente o rimuovendo contenuti contrari alle norme) al nostro primo contatto sul caso e di rimediare all'errore senza che sia necessario un nostro esame completo.

La piattaforma ha sospeso il mio account



Il principale motivo per cui le controversie relative alla sospensione di account non rientravano nel nostro ambito di competenza era il loro legame con le norme su "Integrità e autenticità dell'account". La maggior parte di queste controversie non rientrava nella nostra competenza perché riguardava norme sull'integrità degli account basate sul comportamento[6], ad esempio in materia di sicurezza informatica e reti di threat actor (bot coordinati che creano account). Questo ambito comprende anche le sospensioni di account collegati: quando viene sospeso l'account Facebook di una persona, spesso viene sospeso anche il suo account Instagram.

Al secondo posto figura "Sospensione o restrizione dell'account", che può comprendere casi in cui il provvedimento riguarda esclusivamente il comportamento dell'utente. Al terzo posto figura "Accesso, sicurezza e verifica dell'account", che comprende le questioni relative alla violazione degli account. Al quarto, quinto e sesto posto figuravano rispettivamente "Account di utenti al di sotto dell'età minima", "Sfruttamento e abuso sessuale di minori" e "Sostituzione di persona". Pur valutando la possibilità di estendere in futuro la nostra attività ad alcuni di questi ambiti, attualmente non disponiamo dei mezzi tecnici necessari, come la verifica della carta d'identità, della patente di guida o del passaporto di un utente, per stabilire se siano state violate le norme delle piattaforme in tali ambiti.

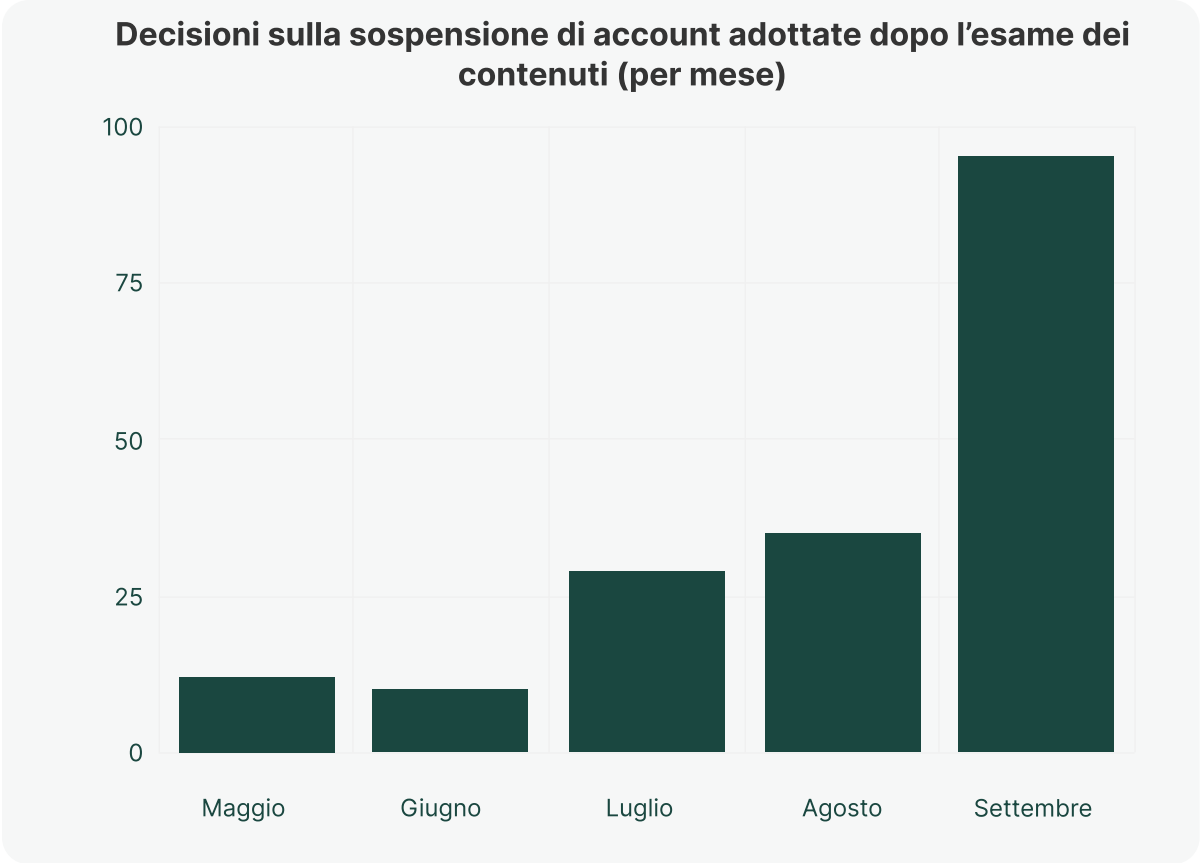
[6] Il termine "comportamentale" si riferisce al modo in cui un utente agisce su una piattaforma (ad esempio attività di bot, hacking dell'account). Questi ambiti non rientrano attualmente nella nostra competenza perché non abbiamo accesso alle informazioni aggiuntive necessarie per decidere su tali casi, ad esempio dati tecnici che permettano di stabilire se gli utenti creano più account o violano gli account altrui.

Controversie sulla sospensione di account ammissibili

Circa 9.600 richieste di esame delle sospensioni di account rientravano nella nostra competenza; l'85% di queste riguardava Facebook o Instagram. La presunta violazione più frequente alla base dell'esclusione di questi utenti riguardava le norme su sospensione o restrizione dell'account (2.619 casi), seguite da quelle su sfruttamento e abuso di minori (1.424), frodi e truffe (1.198), nudità di adulti e contenuti sessuali (1.034) e restrizioni sui contenuti, ad esempio la limitazione di un account per impedirne la monetizzazione (512).

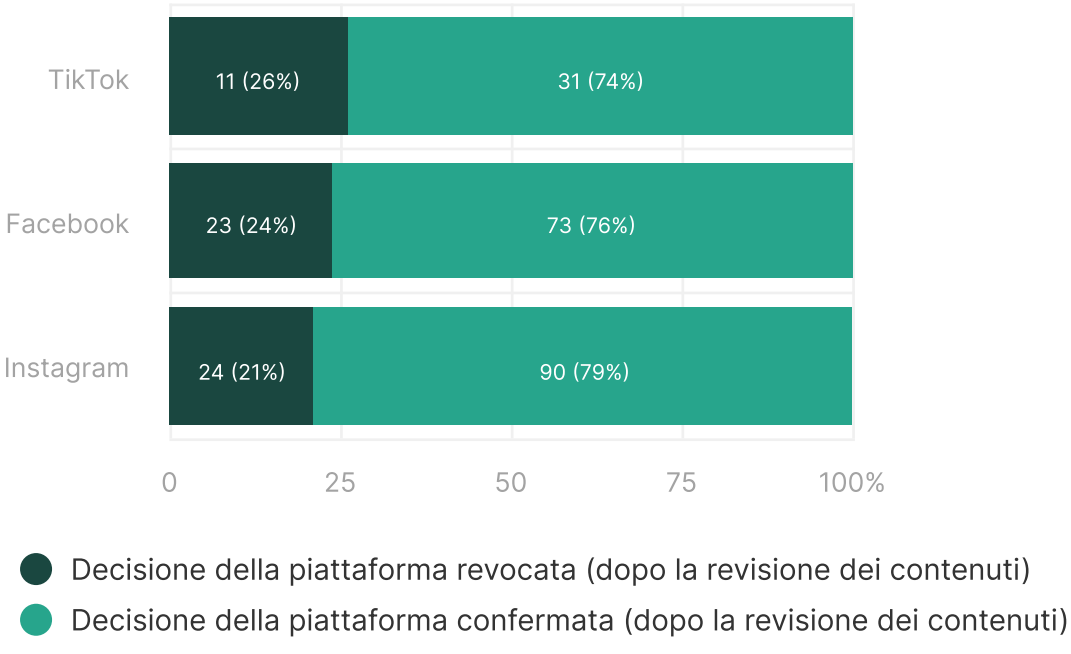
Da ottobre 2025 a settembre 2026, abbiamo preso 8.545 decisioni sulle controversie relative alla sospensione dell'account. In 6.442 casi non abbiamo ricevuto i contenuti dalla piattaforma e abbiamo preso una decisione procedurale a favore dell'utente. In altri 1.848 casi abbiamo adottato una decisione procedurale a favore della piattaforma dopo aver stabilito, in seguito alla sua risposta, che il caso non rientrava nell'ambito di applicazione dell'articolo 21 del DSA.

Abbiamo preso le restanti 255 decisioni dopo aver ricevuto i contenuti dalla piattaforma. Sebbene il numero rimanga contenuto, rappresenta un aumento dell'80% rispetto alle 142 decisioni relative agli account adottate dopo aver ricevuto i contenuti nel periodo da aprile 2025 a marzo 2026.



Negli ultimi mesi, il numero di decisioni sulla sospensione di account adottate dopo aver ricevuto i contenuti è passato da circa 10 al mese a maggio e giugno a circa 30-35 al mese a luglio e agosto, fino a quasi 100 a settembre. Ciò è stato determinato dal fatto che Meta ha fornito più contenuti relativi alle sospensioni degli account Facebook e Instagram. Sebbene questo sia un passo nella giusta direzione, Meta deve fornire il contenuto per ogni caso di sospensione dell'account presentato da persone in tutta l'UE.

Decisioni sulla sospensione di account adottate dopo l'esame dei contenuti (per piattaforma)



Abbiamo revocato le decisioni delle piattaforme di sospendere gli account in circa un quarto (23%) dei casi in cui abbiamo esaminato i contenuti. Il dato era simile per tutte le piattaforme, con una percentuale di decisioni revocate del 21% per Instagram, del 24% per Facebook e del 26% per TikTok.

Considerando tutte le piattaforme e gli ambiti in cui abbiamo adottato almeno 30 decisioni dopo l'esame dei contenuti, le percentuali più elevate di conferma delle decisioni di sospendere o limitare account hanno riguardato le violazioni delle norme su nudità di adulti (78%), beni e servizi regolamentati (72%) e frodi e truffe (65%).

Rimangono problemi relativi alla condivisione dei contenuti

Quando riceviamo una controversia relativa alla sospensione di un account idoneo, chiediamo alla piattaforma l'ultimo contenuto di quell'account che presumibilmente ha infranto le regole. Tuttavia, nonostante i progressi negli ultimi mesi, nella maggior parte dei casi le piattaforme non forniscono quanto richiesto. Spesso riceviamo messaggi da utenti frustrati che ritengono, comprensibilmente, che questo processo non sia stato all'altezza delle loro aspettative.

Una soluzione è attualmente in fase di elaborazione nell'ambito di un processo di raccomandazioni sulle migliori pratiche. Tuttavia, nel frattempo, le piattaforme hanno comunque un obbligo di fornire i contenuti in questione. Sollecitiamo le piattaforme a fornire contenuti per ogni caso ammissibile per consentire agli utenti di accedere al loro diritto a una valutazione indipendente ai sensi del DSA.



Caso di studio

Caso di studio: Un'attività commerciale italiana regolare esclusa da Instagram

Un utente Instagram in Italia ha presentato una controversia ad Appeals Centre dopo che il suo account era stato escluso dalla piattaforma per violazione delle norme di Meta sulla contraffazione e sui prodotti non autentici. L'utente ha dichiarato che il proprio account rappresentava un negozio dell'Italia meridionale dotato di partita IVA. Meta ha fornito il contenuto, ossia un post che pubblicizzava la vendita di borse firmate. Non emergevano elementi che indicassero la contraffazione dei prodotti e il sito web dell'azienda sembrava riferirsi a un negozio realmente esistente che vendeva articoli autentici. Abbiamo revocato la decisione di Meta, raccomandando di rimuovere l'avvertimento (strike) dall'account Instagram dell'utente. Dopo la nostra decisione, Meta ha dichiarato di aver riesaminato il contenuto e di ritenerlo ancora contrario alle proprie norme.

Caso di studio: Confermata la decisione di Meta di escludere un utente per odio antimusulmano

Un utente in Germania ha presentato una controversia dopo che Meta aveva sospeso il suo account Instagram per condotta d'odio. Meta ha fornito il video, in cui una donna affermava che, quando sentiva parlare di uno stupro, presumeva che l'autore fosse musulmano. La donna sputa poi verso la telecamera. Abbiamo stabilito che il video violava le norme di Meta sulla condotta d'odio, confermando la decisione di applicare un avvertimento ("strike") all'account Instagram dell'utente.

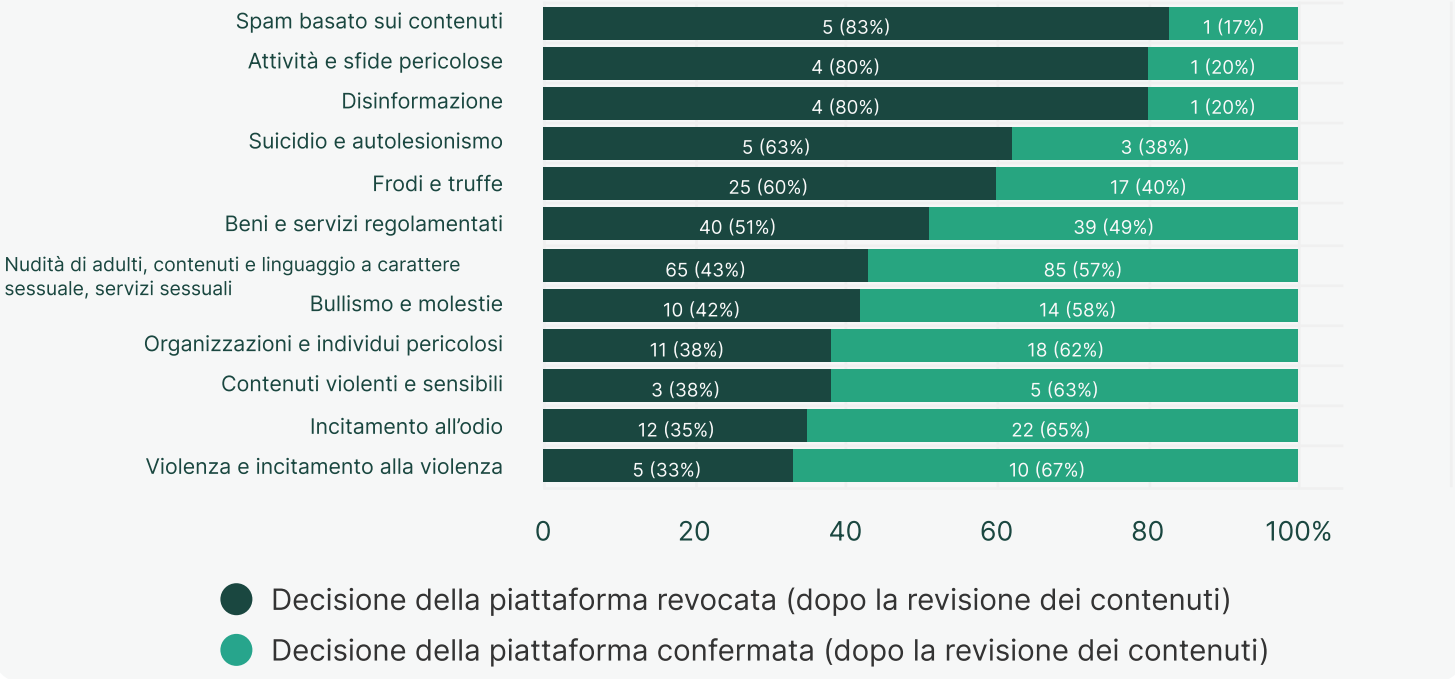
La piattaforma ha rimosso o limitato i miei contenuti

Dai servizi giornalistici alla satira, continuiamo a riscontrare centinaia di post rimossi o limitati ingiustamente.

Da ottobre 2025 a settembre 2026 abbiamo ricevuto circa 2.800 controversie ammissibili da persone i cui contenuti erano stati rimossi o limitati per presunta violazione delle norme delle piattaforme. I tre ambiti con il maggior numero di controversie ammissibili sono stati nudità di adulti e contenuti sessuali, restrizioni sui contenuti e beni e servizi regolamentati.

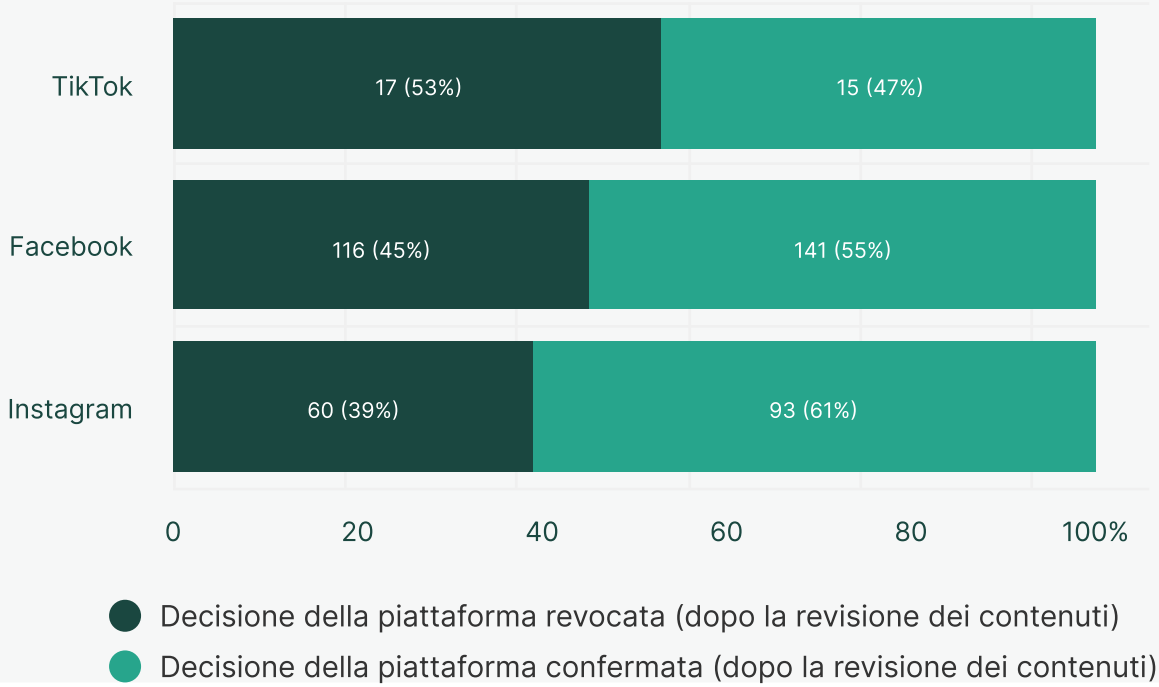
Durante questo periodo, abbiamo preso più di 2.200 decisioni sui contenuti che erano stati rimossi o limitati. In tre quarti di questi casi, la piattaforma non ci ha fornito il contenuto e abbiamo quindi adottato una decisione procedurale a favore dell'utente. In altri 78 casi abbiamo adottato una decisione procedurale a favore della piattaforma dopo aver stabilito, in seguito alla sua risposta, che l'utente non aveva diritto a un rimedio ai sensi dell'articolo 21 del DSA. Nei quasi 450 casi rimanenti, in cui la piattaforma ci ha fornito i contenuti, abbiamo revocato la sua decisione nel 44% dei casi.

Decisioni sui casi in cui la piattaforma ha rimosso o limitato i contenuti di un utente (per ambito delle norme)



Tra gli ambiti in cui abbiamo adottato almeno 30 decisioni dopo l'esame dei contenuti, la percentuale più elevata di decisioni ribaltate relative alla rimozione o alla limitazione di contenuti ha riguardato le norme su frodi e truffe (60%), seguite da quelle su beni e servizi regolamentati (51%). Le percentuali più elevate di conferma delle decisioni delle piattaforme hanno riguardato i contenuti rimossi o limitati per violazione delle norme su incitamento all'odio (65%) e nudità di adulti (57%).

Decisioni sui casi in cui la piattaforma ha rimosso o limitato i contenuti di un utente (Per piattaforma)



Nei casi in cui la piattaforma aveva limitato o rimosso contenuti e abbiamo potuto esaminarli, abbiamo revocato le decisioni di TikTok in poco più della metà dei casi (53% delle decisioni). Per Facebook la percentuale è stata del 45% e per Instagram del 39%

Caso di studio: Satira con il ketchup rimossa erroneamente come contenuto relativo all'autolesionismo

Un utente Facebook in Francia ha presentato una controversia ad Appeals Centre dopo che un'immagine da lui pubblicata era stata rimossa per presunta violazione delle norme di Meta su suicidio e autolesionismo. L'utente ha affermato che si trattava di un errore tecnico dei sistemi automatizzati di Meta. Meta ci ha fornito il contenuto: mostrava una bustina di ketchup scoppiata a terra, alla quale l'utente aveva aggiunto braccia stilizzate e una pistola in miniatura. La didascalia sopra il post recitava «Rip...XD», con un'emoticon che rappresentava un volto che ride. Abbiamo revocato la decisione di Meta di rimuovere il contenuto, osservando che l'azienda avrebbe potuto valutarne la limitazione agli utenti di almeno 18 anni. Dopo aver inviato la nostra decisione all'utente e alla piattaforma, Meta ha ripristinato l'immagine su Facebook.

Caso di studio: Confermata la rimozione da TikTok di un video con una canzone fascista

Un utente TikTok in Italia ha presentato una controversia dopo che il suo video era stato rimosso in quanto contenuto di incitamento all'odio. TikTok ci ha fornito il contenuto. Il video mostrava una donna che si truccava mentre in sottofondo suonava la canzone "Faccetta Nera". "Faccetta Nera" è un simbolo razzista dell'epoca fascista di Mussolini, tuttora usato per colpire le persone emarginate, in particolare le donne nere. Poiché il video violava le norme di TikTok sul sostegno o sulla diffusione di ideologie d'odio, compresi simboli e immagini associati a movimenti che promuovono l'odio, abbiamo confermato la decisione di rimuoverlo. Abbiamo inviato la nostra decisione all'utente e alla piattaforma.

La piattaforma ha lasciato contenuti potenzialmente dannosi

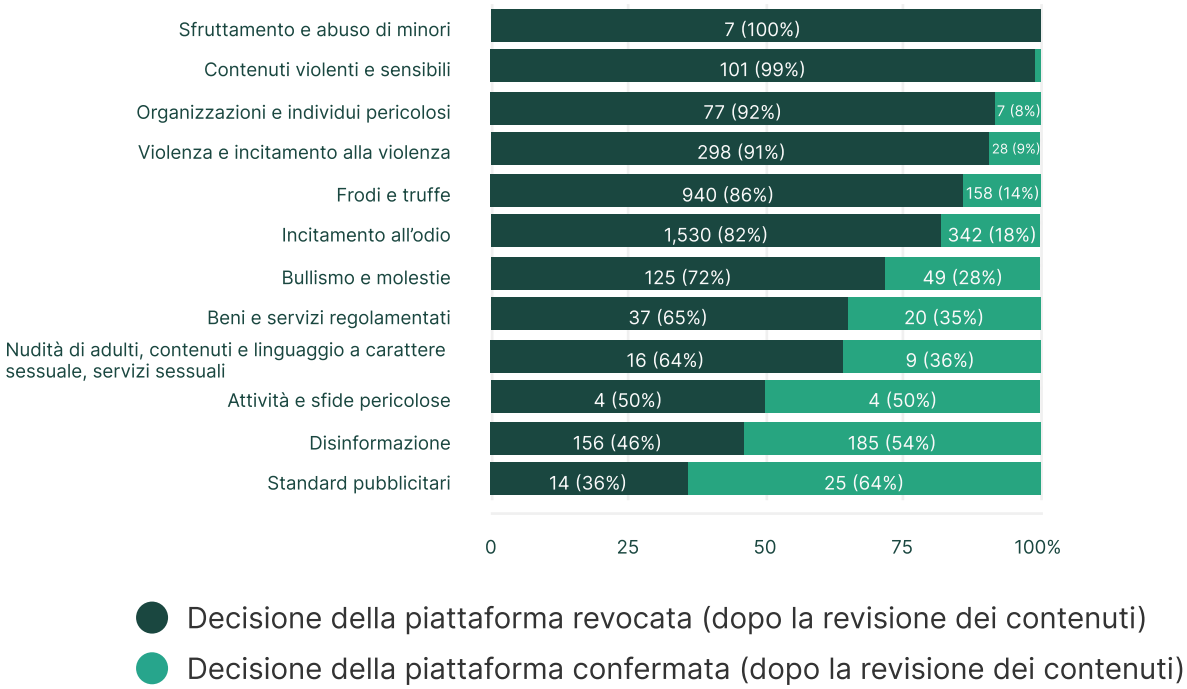
L'odio, le molestie e altri tipi di contenuti contrari alle norme hanno conseguenze concrete. Appeals Centre ha ricevuto diverse migliaia di controversie relative a tali contenuti, tra cui attacchi antisemiti, islamofobi, misogini, razzisti, xenofobi, contro i rom, omofobi e transfobici rivolti a persone e comunità.

Da ottobre 2025 a settembre 2026 abbiamo ricevuto oltre 7.000 controversie ammissibili relative a contenuti potenzialmente contrari alle norme lasciati online sulle piattaforme di social media. I tre ambiti con il maggior numero di controversie ammissibili sono stati incitamento all'odio, frodi e truffe, e violenza e incitamento alla violenza.

Entro la fine di settembre 2026 avevamo adottato oltre 5.900 decisioni su questi casi ammissibili.

In circa 1.750 di questi casi la piattaforma non ci ha fornito i contenuti, portandoci a prendere una decisione procedurale a favore dell'utente. Negli oltre 4.100 casi rimanenti, in cui abbiamo esaminato i contenuti in questione, abbiamo revocato la decisione della piattaforma nell'80% dei casi (in aumento del 17% rispetto al nostro ultimo Rapporto sulla trasparenza). Si tratta del più alto tasso di revoca di qualsiasi tipo di controversia.

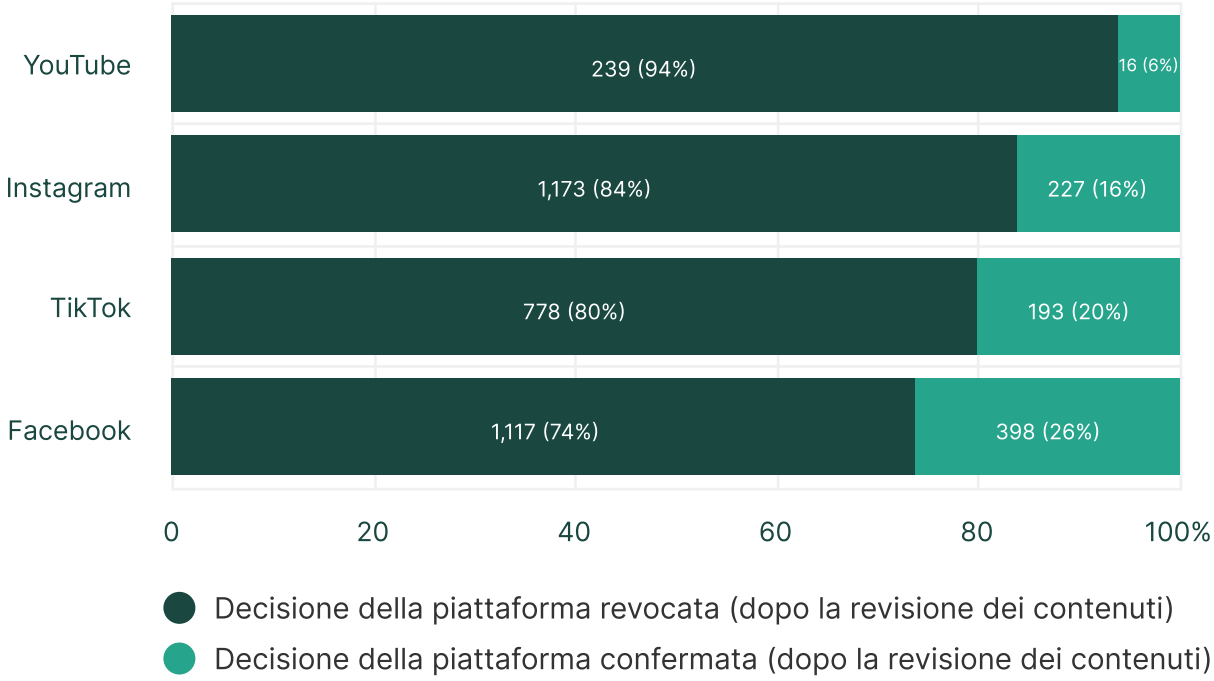
Decisioni in cui la piattaforma ha lasciato online i contenuti (per area della politica)



Tra gli ambiti in cui abbiamo adottato almeno 30 decisioni dopo l'esame dei contenuti, la percentuale più elevata di decisioni revocate relative a contenuti lasciati online nonostante le segnalazioni degli utenti ha riguardato le norme sui contenuti violenti ed espliciti (99%), seguite da quelle su organizzazioni e individui pericolosi (92%), violenza e incitamento alla violenza (91%), frodi e truffe (86%) e incitamento all'odio (82%). Le elevate percentuali di decisioni revocate in questi ambiti, molti dei quali hanno gravi ripercussioni, destano preoccupazione e sollevano interrogativi sull'efficacia con cui le piattaforme applicano le proprie norme. È inoltre preoccupante che, in molti casi in cui abbiamo revocato le decisioni delle piattaforme di lasciare online contenuti dannosi, compresi diversi casi illustrati in questo rapporto, tali contenuti siano ancora online.

Tra gli ambiti in cui abbiamo adottato almeno 30 decisioni dopo l'esame dei contenuti, le percentuali più elevate di conferma delle decisioni delle piattaforme di lasciare online contenuti segnalati dagli utenti per violazione delle norme hanno riguardato gli standard pubblicitari (64%) e la disinformazione (54%).

Decisioni in cui la piattaforma ha lasciato online i contenuti (per piattaforma)



Per tutte le piattaforme abbiamo revocato le decisioni di lasciare online contenuti potenzialmente dannosi in almeno tre quarti dei casi. Considerando tutti gli ambiti delle norme, la percentuale più elevata di queste decisioni revocate ha riguardato YouTube (94% dei casi in cui abbiamo esaminato i contenuti), seguita da Instagram (84%), TikTok (80%) e Facebook (74%).

Caso di studio: Un video su Facebook creato con l'IA per fare bullismo

Una persona in Belgio ha presentato una controversia ad Appeals Centre relativa a un video su Facebook generato dall'intelligenza artificiale, in cui il suo volto era sovrapposto a una scimmia che ballava. La persona ha dichiarato che qualcuno aveva usato la sua immagine del profilo per creare il video. Abbiamo deciso che il video violava le regole di Meta sul bullismo. Abbiamo quindi inviato la nostra decisione all'utente che ha segnalato il contenuto e alla piattaforma.

Caso di studio: Confermata la decisione di Meta di lasciare online un post su politici svedesi

Un utente in Svezia ha presentato una controversia relativa a un post lasciato online su Facebook. Il post ricondivideva un video di interviste a esponenti socialdemocratici svedesi, tra cui l'ex prima ministra Magdalena Andersson, con un testo in sovrimpressione secondo cui i socialdemocratici affermano che le persone devono trasferirsi per favorire l'integrazione, senza però specificare chi debba farlo. Una didascalia sopra il post ricondiviso definiva i socialdemocratici disgustosi ipocriti e traditori. Abbiamo esaminato il contenuto e stabilito che gli insulti nella didascalia non costituivano bullismo ai sensi delle norme di Meta, poiché erano rivolti a personaggi pubblici. Abbiamo confermato la decisione di Meta di lasciare online il post e comunicato la nostra decisione alla piattaforma e all'utente che aveva segnalato il contenuto.

Truffe 2.0 - Frodi e truffe sui social media

Le persone trascorrono sempre più tempo online e i truffatori fanno altrettanto. I truffatori sfruttano spesso la fiducia delle persone, spacciandosi per figure autorevoli per ingannare gli utenti. E poiché l'intelligenza artificiale consente di creare deepfake con un semplice clic, è sempre più difficile distinguere la realtà dalla finzione.

I social media offrono ai truffatori l'opportunità perfetta per diffondere rapidamente il loro messaggio a un gran numero di persone. Uno studio dell'Austrian E-Commerce Trust Mark, citato nel rapporto Sponsored by Scammers del BEUC, l'organizzazione europea dei consumatori ha rilevato che oltre la metà (54,7%) degli intervistati ha riferito di aver visto annunci fraudolenti o sospetti su piattaforme come Facebook, Instagram e TikTok.[1]

Che tipo di truffe abbiamo visto finora?

A settembre 2025, abbiamo iniziato ad accettare controversie da parte degli utenti su frodi e truffe sui social media. Da allora, frodi e truffe sono rapidamente diventate uno degli ambiti per cui riceviamo più controversie. Nei sei mesi da aprile a settembre 2026, abbiamo ricevuto più casi ammissibili relativi a frodi e truffe che a qualsiasi altra politica. Nei 12 mesi fino a settembre 2026, frodi e truffe sono state inoltre il secondo ambito per numero di controversie ammissibili, dopo l'incitamento all'odio.

> **«Da aprile a settembre 2026, abbiamo ricevuto più casi ammissibili relativi a frodi e truffe che a qualsiasi altra politica»**

Abbiamo ricevuto casi relativi a sistemi ingannevoli di criptovalute, offerte di prestiti e investimenti, sistemi per "arricchirsi in fretta" e truffe sentimentali. Spesso le truffe sui social media sono un'esca per attirare potenziali vittime, che vengono poi raggirate attraverso altri canali. Ad esempio, le vittime possono essere indotte a trasferire denaro, copiare un codice malevolo o proseguire la conversazione tramite messaggi diretti, dove potrebbero essere più facilmente influenzate. Di seguito illustriamo casi provenienti da tutta l'UE relativi alle nostre decisioni in materia di frodi e truffe.

[7] Austrian E-Commerce Trust Mark, 'Von betrügerischer Online-Werbung umgeben: Zumindest jede zweite Person in Österreich betroffen', www.guetezeichen.at/blog-detail/betruegerische-online-werbung-jeder-zweite-betroffen / (consultato il 19 ottobre 2026).

Caso di studio: Un deepfake di un esperto moldavo promette rendimenti del 2000%

International Media Support (IMS) ha presentato una controversia relativa a un video su Facebook che, secondo l'organizzazione, violava le norme di Meta su frodi e truffe. Il video mostrava un deepfake generato dall'intelligenza artificiale di Veaceslav Ioniță, un esperto di economia moldavo, che promuoveva un sistema per "arricchirsi in fretta" garantendo ai cittadini moldavi un rendimento del 2.000% sull'investimento. Il video invita le persone a visitare un sito web per ricevere una consulenza gratuita. Abbiamo stabilito che il contenuto violava le norme di Meta su frodi e truffe e revocato la decisione di lasciarlo online. Abbiamo inviato la nostra decisione a IMS e Meta.

Caso di studio: Pubblicità truffa francese su Facebook

L'organizzazione no-profit Vigilia Tech ha presentato una controversia ad Appeals Centre relativa a un annuncio su Facebook che promuoveva un sistema finanziario fraudolento. L'annuncio mostrava un video generato dall'intelligenza artificiale con la didascalia "Le banche hanno detto di no? Anche se sei disoccupato, noi diciamo di sì". Esaminando il contenuto, abbiamo osservato che nessun istituto finanziario che opera regolarmente garantirebbe mai la concessione di un prestito a persone prive di un reddito stabile. Gli operatori finanziari che esercitano regolarmente la propria attività in Francia sono inoltre tenuti per legge a riportare determinate informazioni, che non comparivano nell'annuncio. Abbiamo stabilito che il post violava le norme di Meta che vietano le "offerte di prestito che ne garantiscono l'approvazione senza alcun riferimento ai normali criteri di approvazione".

Quando abbiamo contattato per la prima volta Meta in merito agli annunci fraudolenti segnalati da Vigilia, compreso questo, Meta ha rimosso da Facebook l'account, inclusi tutti gli annunci segnalati.

Caso di studio: Una truffa sulle criptovalute su YouTube con codice sospetto di ChatGPT

Una persona in Portogallo ha presentato una controversia relativa a una possibile truffa sulle criptovalute su YouTube. Il video sosteneva che investendo 10 Ethereum (una criptovaluta) si potessero ottenere da 1,3 a 2,6 Ethereum al giorno. Il video invita le persone a copiare il codice sorgente da ChatGPT tramite il link nella descrizione. Ciò consentirà probabilmente al truffatore di rubare la criptovaluta dell'utente. Abbiamo stabilito che il video violava le norme di YouTube sulle truffe e comunicato la nostra decisione a YouTube e alla persona che lo aveva segnalato.

Caso di studio: Truffe sentimentali su TikTok con personaggi generati dall'intelligenza artificiale

L'organizzazione no-profit Vigilia Tech ha presentato una controversia relativa a un deepfake generato dall'IA su TikTok. Il video mostrava una donna che, parlando in rumeno, diceva di volere una relazione seria e duratura, non un'avventura. Esaminando l'account che aveva pubblicato il video, abbiamo constatato che questo faceva parte di un progetto più ampio che utilizzava personaggi generati dall'intelligenza artificiale per adescare le vittime e coinvolgerle in relazioni sentimentali. La presenza di un numero di conto bancario internazionale (IBAN) nella biografia dell'account era un forte indizio dell'intento di truffare le persone. Abbiamo stabilito che il video violava le norme di TikTok su frodi e truffe, che vietano "qualsiasi tentativo di truffare, ingannare o frodare le persone. Ciò comprende agevolare truffe finanziarie, spacciarsi per una celebrità per vendere qualcosa o comunicare con gli utenti, o commettere frodi di qualsiasi tipo".

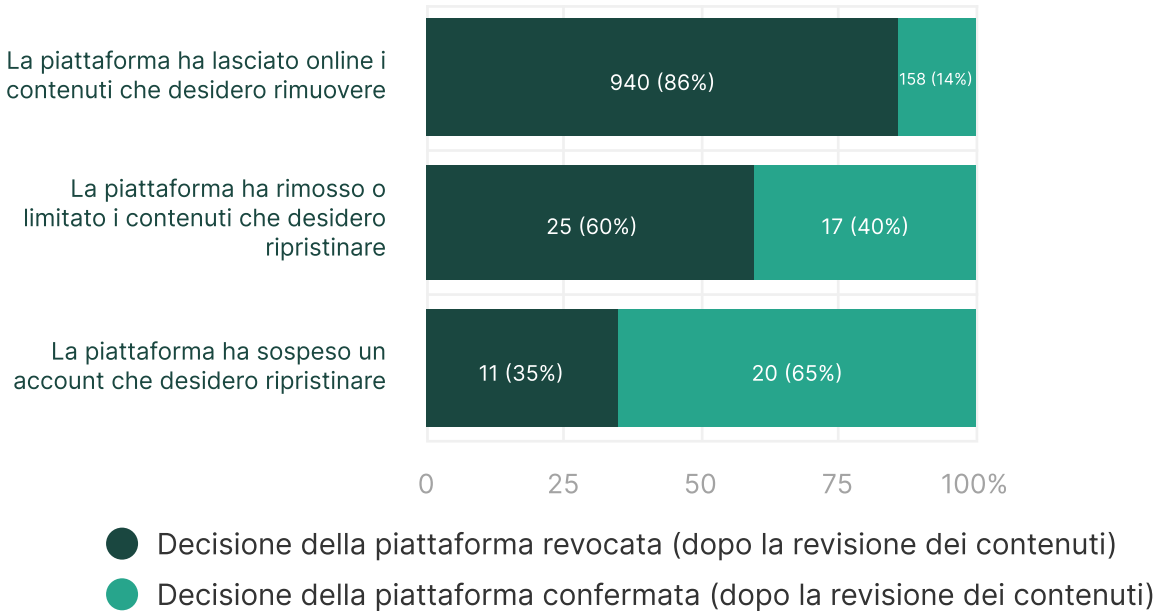
Quando abbiamo contattato per la prima volta TikTok in merito ai video di truffe sentimentali segnalati da Vigilia, compreso quello sopra descritto, TikTok ha rimosso dalla piattaforma l'account e tutti i suoi video.

Caso di studio: Confermata la decisione di Meta di rimuovere un post che garantiva il rilascio di un visto

Una persona nei Paesi Bassi ha presentato una controversia dopo che un suo post era stato rimosso da Facebook. Il post illustrava il caso di un cliente che aveva ottenuto un visto per un Paese dell'UE e garantiva che l'azienda fosse in grado di ottenere il rilascio del visto. Abbiamo confermato la decisione di Meta di rimuovere il post ai sensi delle sue norme su frodi e inganni, che vietano i contenuti che garantiscono il rilascio di un visto o di una green card. Abbiamo inviato la nostra decisione all'utente e alla piattaforma.

Che cosa emerge finora dalle nostre decisioni?

Decisioni sui casi di frodi e truffe in cui abbiamo esaminato i contenuti



Nel complesso, abbiamo revocato l'83% delle 1.175 decisioni delle piattaforme esaminate in materia di frodi e truffe. La percentuale più elevata di decisioni revocate ha riguardato i casi di possibili truffe lasciate online sui social media (86%), seguiti dalle decisioni di rimuovere o limitare contenuti ai sensi delle norme su frodi e truffe (60%). Nei casi di account sospesi per violazione delle norme delle piattaforme su frodi e truffe, la percentuale di decisioni revocate è stata invece la più bassa: circa un terzo dei casi (35%).

Quali sono i prossimi passi?

Pur accettando controversie in materia di frodi e truffe soltanto da un anno, abbiamo già adottato oltre 1.000 decisioni dopo aver esaminato i contenuti in questione. Anche la Global Anti-Scam Alliance (GASA), che ha scritto del nostro ultimo Rapporto sulla trasparenza, e il Merchant Risk Council (MRC) hanno contribuito a far conoscere l'importanza della risoluzione extragiudiziale delle controversie per il settore finanziario. Abbiamo inoltre collaborato con organismi di tutela dei consumatori in tutta l'UE per far sapere ai consumatori che possono presentarci casi di truffa e ottenere un esame condotto da operatori umani.

In futuro ci auguriamo di continuare ad ampliare la nostra raccolta di dati sulle decisioni in materia di frodi e truffe, per consentire a ricercatori, organizzazioni e alle piattaforme stesse di individuare tendenze e aree problematiche. Se ti interessa collaborare con Appeals Centre in questo ambito, scrivici all'indirizzo: communications@appealscentre.eu.

Invii da gruppi di utenti

Da ottobre 2025 a settembre 2026 abbiamo continuato a ricevere migliaia di controversie ammissibili da gruppi di utenti di tutta l'UE. Tra questi figuravano organismi per la libertà di stampa, organizzazioni contro l'incitamento all'odio, imprese e associazioni sportive.

Queste realtà esercitano i propri diritti ai sensi del DSA per rappresentare un interesse collettivo e garantire che le piattaforme applichino correttamente le loro norme.

Organizzazioni della società civile

Nel periodo oggetto di questo rapporto, abbiamo ricevuto controversie da varie organizzazioni impegnate nel contrasto all'incitamento all'odio.

Il secondo rapporto sui rischi sistemici illustra il legame con la risoluzione extragiudiziale delle controversie

A luglio, il Comitato europeo per i servizi digitali ha pubblicato il suo secondo rapporto sui rischi sistemici su piattaforme online di dimensioni molto grandi (VLOP) e motori di ricerca nell'ambito del DSA.

Come parte della consultazione in vista della pubblicazione del rapporto, abbiamo presentato una relazione che includeva casi di studio sull'associazione civica slovacca digiQ, sull'associazione polacca della società civile "NEVER AGAIN" e sull'organizzazione internazionale per lo sviluppo e l'alfabetizzazione MDI Global con sede in Belgio. Il rapporto menzionava Appeals Centre, citava direttamente il nostro contributo e includeva una sezione dedicata agli organismi di risoluzione extragiudiziale delle controversie. Soprattutto, riconosceva tali organismi come soggetti terzi i cui dati sulle decisioni possono contribuire a individuare i rischi sistemici più rilevanti e ricorrenti. È stato un importante passo avanti e ci auguriamo che nel 2027 il Comitato e la Commissione europea possano proseguire su questa strada.

Sensibilizzazione con INACH

Negli ultimi 12 mesi abbiamo continuato a promuovere la conoscenza della risoluzione extragiudiziale delle controversie insieme a INACH, una delle principali reti contro l'odio online, e ai suoi membri. Il rapporto sull'attuazione del DSA dell'INACH ha citato gli organismi di risoluzione delle controversie come esempio dei progressi compiuti nell'ambito del DSA, osservando che "le decisioni [di Appeals Centre] hanno iniziato a far emergere schemi ricorrenti nella moderazione dei contenuti sulle piattaforme, tra cui un'applicazione incoerente delle norme sull'incitamento all'odio [...]". Appeals Centre è inoltre intervenuto al Vertice annuale di INACH, tenutosi a Vilnius nel settembre 2026, per illustrare il valore della risoluzione extragiudiziale delle controversie, insieme ai rappresentanti di digiQ e di 'NEVER AGAIN' Association, entrambe aderenti a INACH.

Elevate percentuali di decisioni revocate a seguito delle contestazioni

Di seguito illustriamo tre casi in cui organizzazioni della società civile hanno contestato le decisioni delle piattaforme di social media di lasciare online contenuti dannosi e contrari alle norme. Sebbene i campioni di questi casi siano relativamente ridotti, è preoccupante che nella stragrande maggioranza delle nostre decisioni non abbiamo concordato con le piattaforme di social media.

Caso di studio: Commenti omofobici in ungherese

Háttér Society, un'organizzazione che rappresenta le persone LGBTQI in Ungheria, ha presentato una controversia ad Appeals Centre relativa a un commento minaccioso pubblicato sotto un video su Facebook dedicato al Budapest Pride. Il commento, scritto in ungherese, diceva: "Buttateli in acqua, cazzo". Poiché Meta non consente minacce di violenza che potrebbero causare morte o lesioni gravi, abbiamo ribaltato la sua decisione di lasciare online il commento. Abbiamo inviato la nostra decisione a Háttér Society e Meta.

Dei 34 casi presentati da Háttér Society in cui abbiamo esaminato i contenuti su Facebook, abbiamo revocato la decisione della piattaforma in 32 casi (94%). Dei 100 casi presentati dall'organizzazione in cui abbiamo esaminato i contenuti su YouTube, abbiamo revocato la decisione della piattaforma in 99 casi (99%). Abbiamo inoltre revocato la decisione della piattaforma in tutti e cinque i casi relativi a contenuti su Instagram e in un caso relativo a TikTok.

Caso di studio: Contenuti su Alba Dorata lasciati online su YouTube

L'organizzazione per i diritti umani Greek Helsinki Monitor ha presentato una controversia su un video pubblicato sulla pagina YouTube di Alba Dorata. La didascalia sotto il video recita "C'è solo una soluzione nazionale... Alba Dorata!" Nel 2020 i tribunali greci hanno stabilito che i membri dei vertici di Alba Dorata dirigevano un'organizzazione criminale. Alla luce di queste informazioni e del contenuto contestato, abbiamo stabilito che il video violava le norme di YouTube sulle organizzazioni estremiste violente o criminali. Abbiamo inviato la nostra decisione a Greek Helsinki Monitor e YouTube, raccomandando la rimozione del video.

È uno dei 39 casi presentati da Greek Helsinki Monitor sui contenuti di Alba Dorata su YouTube nei quali abbiamo potuto esaminare i contenuti. In tutti i 39 casi (100%), abbiamo revocato la decisione di YouTube di lasciare online i contenuti.

Caso di studio: Disinformazione sul clima in spagnolo su TikTok e YouTube

L'organizzazione no-profit spagnola Maldita.es ha presentato una controversia relativa a contenuti di disinformazione sul clima su TikTok. Il video mostrava un dibattito in spagnolo sulle scie chimiche, una teoria del complotto secondo cui le scie bianche lasciate dagli aerei ad alta quota sarebbero in realtà sostanze chimiche tossiche diffuse da governi o élite per fini oscuri. Maldita.es ha osservato che il video riproponeva acriticamente e senza un'adeguata confutazione affermazioni dannose, come quella del cantante e attore spagnolo Miguel Bosé secondo cui le alluvioni improvvise di Valencia legate alla DANA erano state causate da pratiche incontrollate di ingegneria climatica. Abbiamo stabilito che il video violava le norme di TikTok sulla disinformazione virale che comporta un rischio elevato di compromettere l'integrità dell'ecosistema informativo. Abbiamo raccomandato di limitare i contenuti, senza però rimuoverli dalla piattaforma. Abbiamo inviato la nostra decisione a Maldita e TikTok.

Delle 30 decisioni sui casi di disinformazione sul clima presentati da Maldita.es e adottate dopo aver esaminato i contenuti di TikTok, 27 (90%) hanno revocato la decisione della piattaforma. Delle 40 decisioni sui casi di disinformazione sul clima presentati da Maldita.es e adottate dopo aver esaminato i contenuti di YouTube, tutte (100%) hanno revocato la decisione della piattaforma. Nella maggior parte delle nostre decisioni, abbiamo raccomandato di limitare il contenuto piuttosto che rimuoverlo.

Organi Sportivi

Ogni giorno atleti, ufficiali di gara e tifosi sono bersaglio di odio online, in palese violazione delle linee guida delle varie piattaforme su incitamento all'odio, bullismo e molestie. Durante il periodo oggetto di questo Rapporto sulla trasparenza, abbiamo ricevuto centinaia di controversie da organizzazioni relative a contenuti offensivi in ambito sportivo.



Caso di studio: Tennisti minacciati e insultati su Instagram

La società di tecnologia sportiva Sportradar, in collaborazione con l'Association of Tennis Professionals (ATP), ha presentato 50 controversie relative a commenti offensivi su Instagram rivolti a tennisti del circuito maschile impegnati nell'ATP Tour. Quando abbiamo iniziato l'esame dei contenuti, 38 commenti erano già stati rimossi da Instagram. Tutti i 12 commenti rimanenti che abbiamo esaminato violavano le norme di Meta su bullismo e molestie. Un commento a un video di tennis criticava un tennista per aver perso il servizio e affermava che avrebbe dovuto ritirarsi dallo sport e morire. In altri due casi, un commento diceva: "Spero che la tua famiglia muoia", mentre un altro diceva: "Dovresti essere ucciso". Abbiamo inviato a Sportradar e a Meta le nostre decisioni, raccomandando a Meta di rimuovere i contenuti contrari alle norme.

Piccole imprese e imprenditori

I social media consentono alle piccole imprese di raggiungere nuovi clienti in tutto il mondo. Tuttavia, la rimozione del loro account può metterne a rischio la fonte di reddito. Da agosto, accettiamo controversie su Google Maps, consentendo a persone e aziende nell'UE di contestare recensioni false che scoraggiano i clienti. Tra agosto e settembre 2026 il numero di controversie relative a Google Maps è più che raddoppiato; per far conoscere questa possibilità, stiamo inoltre svolgendo attività di sensibilizzazione con le associazioni di piccole imprese in tutta l'UE



Caso di studio: Una recensione su Google Maps relativa a una gelateria nei Paesi Bassi

Abbiamo ricevuto una controversia con cui si chiedeva la rimozione di una recensione a una stella su Google Maps relativa a una gelateria nei Paesi Bassi. La recensione dice che la gelateria non è un luogo invitante e poi elogia un'altra gelateria nelle vicinanze. Poiché le osservazioni sulla gelateria recensita erano vaghe e metà della recensione elogiava un'altra attività, abbiamo stabilito che il contenuto violava le norme di Google su pubblicità e sollecitazioni commerciali. Abbiamo inviato la nostra decisione all'utente e alla piattaforma.

Collaborazione con le piattaforme

Manteniamo un confronto regolare con le piattaforme di social media di cui ci occupiamo. Di seguito le esaminiamo una per una: Google (Google Maps, YouTube), Meta (Facebook, Instagram, Threads), Pinterest e TikTok. Di seguito, valutiamo in che modo ciascuna piattaforma informa i propri utenti sugli organismi di risoluzione delle controversie[8] condivide con noi i contenuti e attua le nostre decisioni.

Google (Google Maps, YouTube)





- **Informazione degli utenti sugli organismi di risoluzione delle controversie:** Quando segnalano una recensione su Google Maps, gli utenti dell'UE ricevono un messaggio sugli organismi di risoluzione delle controversie, con un link al sito web della Commissione europea dedicato agli organismi. YouTube ha una pagina web sulle "Opzioni di risoluzione" ai sensi del DSA che include un link al sito web della Commissione europea. Tuttavia, non siamo a conoscenza di riferimenti agli organismi di risoluzione delle controversie nella procedura interna di ricorso di YouTube.

- **Condivisione dei contenuti:** Tra ottobre 2025 e settembre 2026 abbiamo richiesto a Google oltre 850 contenuti, ma ne abbiamo ricevuti soltanto due: si tratta dei contenuti necessari per esaminare una controversia relativa alle sue piattaforme quando non sono più pubblicamente accessibili. Google sostiene inoltre che i commenti esulino dall'ambito di applicazione del DSA. Tra le piattaforme di cui ci occupiamo, Google condivide il minor numero di contenuti e adotta un'interpretazione particolarmente restrittiva dell'ambito di applicazione del DSA. Così facendo, rischia di negare agli utenti il diritto a un esame indipendente ai sensi del DSA.

- **Attuazione delle decisioni:** Per la stragrande maggioranza delle nostre decisioni, non abbiamo ricevuto alcuna risposta che indicasse se Google le avesse attuate.

[8] Ci siamo adoperati per garantire che le informazioni sul modo in cui le piattaforme informano gli utenti sugli organismi di risoluzione delle controversie siano corrette alla data di ottobre 2026. Chiunque intenda farvi affidamento dovrebbe tuttavia verificarle direttamente con la piattaforma interessata.

Meta (Facebook, Instagram, Threads)



- **Informazione degli utenti sugli organismi di risoluzione delle controversie:** Sia Facebook che Instagram hanno pagine web dedicate agli organismi di risoluzione delle controversie. Gli utenti dell'UE vengono informati di questa possibilità anche quando il loro contenuto viene rimosso o il loro account viene sospeso per un motivo contestabile dinanzi a un organismo di risoluzione extragiudiziale delle controversie. Tuttavia, gli utenti non vengono informati degli organismi di risoluzione delle controversie quando segnalano per la prima volta contenuti potenzialmente dannosi.

- **Condivisione dei contenuti:** Meta ci ha comunicato che considererà le misure di moderazione dei contenuti basate sul comportamento come rientranti nell'ambito di applicazione dell'articolo 21 del DSA qualora il comportamento in questione sia sufficientemente connesso alle informazioni fornite dal destinatario del servizio. Insieme ai miglioramenti operativi, questo sembra aver contribuito a un certo aumento dei contenuti condivisi in relazione alle sospensioni degli account Facebook e Instagram. Tuttavia, nella maggior parte delle controversie di questo tipo continuiamo a non ricevere i contenuti.

- **Attuazione delle decisioni:** Nel periodo oggetto di questo rapporto Meta ha attuato un numero limitato delle nostre decisioni. Nella maggior parte dei casi, tuttavia, ci ha comunicato che non le avrebbe attuate oppure non ha risposto in merito alla loro attuazione.

Pinterest



- **Informazione degli utenti sugli organismi di risoluzione delle controversie:** Nel periodo oggetto di questo rapporto abbiamo ricevuto soltanto 17 controversie idonee all'esame relative a Pinterest. Sebbene Pinterest abbia meno utenti rispetto ad altre piattaforme che esaminiamo, abbiamo suggerito loro come potrebbero informare più chiaramente i propri utenti sugli organismi di risoluzione delle controversie. Finora, tuttavia, non ci risulta che abbia apportato tali miglioramenti.

- **Condivisione dei contenuti:** Nelle poche occasioni in cui richiediamo contenuti a Pinterest, la piattaforma solitamente ce li fornisce.

- **Attuazione delle decisioni:** Non abbiamo ricevuto risposte da Pinterest sull'attuazione delle nostre decisioni.

TikTok

- **Informazione degli utenti sugli organismi di risoluzione delle controversie:** Per il periodo oggetto di questo rapporto, non siamo a conoscenza di miglioramenti nel modo in cui TikTok informa i propri utenti sugli organismi di risoluzione delle controversie. Sebbene TikTok informi gli utenti sulla risoluzione delle controversie nell'ambito della propria procedura interna di ricorso, il riferimento non rimanda direttamente al sito della Commissione europea dedicato agli organismi di risoluzione delle controversie. Rimanda invece alla pagina di TikTok "Ricorsi e altre possibilità di tutela" che contiene un breve riferimento agli organismi di risoluzione delle controversie e un link al sito della Commissione europea in fondo alla pagina.

- **Condivisione dei contenuti:** Pur essendoci ancora margini di miglioramento, soprattutto per le sospensioni degli account, TikTok generalmente condivide i contenuti quando li richiediamo.

- **Attuazione delle decisioni:** In un numero limitato di casi, TikTok ci ha comunicato di aver attuato le nostre decisioni. Nella stragrande maggioranza dei casi, tuttavia, TikTok non ci ha risposto in merito all'effettiva implementazione delle nostre decisioni.

Le prossime iniziative

Nell'ultimo anno, abbiamo assistito a un grande aumento delle controversie, con circa 43.000 casi presentati da persone e organizzazioni nell'UE. Abbiamo esteso la nostra attività a nuove piattaforme, come Google Maps, e a nuove politiche, tra cui restrizioni sui contenuti, spam basato sui contenuti e sessualizzazione dei minori.

Per migliorare l'esperienza delle persone, abbiamo anche:

- Ridotto i tempi medi di gestione dei casi a circa un mese e mezzo (47 giorni), rispetto agli oltre due mesi (65 giorni) del nostro ultimo Rapporto sulla trasparenza.
- Introdotto il "riesame da parte della piattaforma", per consentire alle piattaforme di revocare la propria decisione iniziale al nostro primo contatto.
- Modificato il nostro portale di presentazione delle controversie per richiedere agli utenti informazioni aggiuntive che aiutino le piattaforme a individuare i contenuti.
- Realizzato una Guida all'assistenza per l'utente in sette lingue.
- Creato pagine dedicate alle singole piattaforme con istruzioni specifiche.
- Aggiornato le nostre FAQ con le domande più frequenti degli utenti.
- Aggiunto un questionario rivolto agli utenti dopo la decisione, per aiutarci a migliorare.

Tuttavia, nonostante alcuni progressi, la maggior parte delle migliaia di persone che contestano la sospensione dei propri account sui social media continua a non ottenere l'esame indipendente a cui ha diritto. Questo non è un problema che possiamo risolvere da soli. Le piattaforme devono intensificare il proprio impegno e fornire i contenuti per ogni singolo caso ammissibile ai sensi del DSA.

Durante il resto del 2026 e nel 2027, apporteremo diverse modifiche per migliorare i nostri servizi, tra cui:

- Offrire a persone e organizzazioni la possibilità di **caricare uno screenshot** quando presentano una controversia. Ci auguriamo che fornire alle piattaforme una prova della rimozione dell'account di un utente o della segnalazione di contenuti dannosi le aiuti a condividere i contenuti in un maggior numero di casi.
- Fornire agli utenti **motivazioni più dettagliate** delle decisioni, indicando anche la sottocategoria della politica pertinente (ad esempio, abbiamo stabilito che i tuoi contenuti violavano le norme di Meta sugli insulti disumanizzanti, previste dalla sua politica sulla condotta d'odio). Ci auguriamo che offrire alle persone maggiori informazioni le aiuti a comprendere meglio le nostre decisioni.
- Consentire a persone e organizzazioni d**i presentare controversie su account che violano le regole di una piattaforma**. In questo modo dovrebbe essere più semplice segnalare un singolo account alla piattaforma e poi presentarci una controversia, anziché segnalare più post dello stesso account e presentare una controversia per ciascuno.

Nel corso del 2026 e del 2027 si svolgerà un processo volto a formulare **raccomandazioni sulle buone pratiche.**

Nell'ambito della rete degli organismi di risoluzione extragiudiziale delle controversie (rete ODS), che riunisce tutti gli organismi ODS certificati nell'UE, ci adopereremo, per conto dei nostri utenti attuali e futuri, per ottenere alcuni miglioramenti fondamentali:

- **Garantire che le piattaforme informino i propri utenti in merito agli organismi di risoluzione delle controversie.** Nonostante l'obbligo esplicito di informare gli utenti in merito agli organismi di risoluzione delle controversie in modo chiaro, accessibile e intuitivo, le piattaforme non hanno compiuto progressi in questo ambito. Continueremo a sollecitare le piattaforme a inserire riferimenti agli organismi di risoluzione delle controversie nelle proprie procedure interne di ricorso, nelle motivazioni delle decisioni e in una pagina web dedicata.
- **Aumentare il numero di casi in cui riceviamo contenuti da esaminare.** Il numero di decisioni procedurali a favore degli utenti dovute al fatto che la piattaforma non ci fornisce i contenuti da esaminare è troppo elevato. Questo vale in particolare per le controversie relative alla sospensione di account.
- **Ottenere informazioni sull'effettiva attuazione delle nostre decisioni da parte delle piattaforme.** Sebbene le decisioni degli organismi di risoluzione delle controversie non siano vincolanti, le piattaforme sono tenute ad agire in buona fede. In questo senso, chiediamo alle piattaforme di aiutarci a sostenere gli utenti comunicandoci l'effettiva attuazione delle nostre decisioni. Possiamo quindi trasmettere queste informazioni agli utenti.

Ci auguriamo inoltre che le autorità nazionali di regolamentazione dell'UR facciano conoscere gli organismi di risoluzione delle controversie. In particolare, vorremmo che tutti i coordinatori dei servizi digitali (DSC) seguissero l'esempio di ACM (Paesi Bassi), AKOS (Slovenia), ANACOM (Portogallo), ANCOM (Romania), ARCOM (Francia), Autorité de la Concurrence (Lussemburgo), BIPT (Belgio), Bundesnetzagentur (Germania), Český telekomunikační úřad (Cechia), Coimisiún na Meán (Irlanda), CRC (Bulgaria), HAKOM (Croazia), Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (Lettonia) e Rada pre mediálne služby (Slovacchia). Tutte queste autorità dispongono di una pagina web dedicata agli organismi di risoluzione delle controversie, che spiega questo nuovo diritto e include un link alla pagina web della Commissione europea con l'elenco di tutti gli organismi certificati.[9]

[9] Diversi altri DSC hanno una pagina web dedicata con una chiara descrizione degli organismi di risoluzione delle controversie o hanno un link alla pagina web della Commissione europea, ma non entrambi. Ci siamo adoperati per garantire che questo paragrafo rifletta la situazione a ottobre 2026; chiunque intenda fare affidamento su queste informazioni dovrebbe tuttavia verificarle direttamente con il DSC interessato.

Mi è piaciuto questo rapporto! Cosa posso fare ora?

Che tu rappresenti un'organizzazione associativa, un'organizzazione della società civile o un'impresa, oppure sia semplicemente una persona a cui piace usare i social media, aiutaci a farci conoscere! Condividi questo rapporto, parlane sul tuo sito web, inserisci informazioni su di noi nella tua newsletter o parlane a qualcuno che conosci:

Contattate communications@appealscentre.eu per avere maggiori informazioni su di noi e su come inviare le controversie.

Create un account su www.appealscentre.eu/it e inviate la vostra controversia!