

## 1,2 milliárd Ft bírságot szabott ki a Gazdasági Versenyhivatal a Facebook-ra

**A GVH megállapította, hogy a Facebook Ireland Ltd. jogsértést követett el, amikor ingyenesként hirdette szolgáltatását nyitóoldalán és Súgóközpontjában: a fogyasztóknak ugyan valóban nem kellett díjat fizetniük a szolgáltatás igénybevételéért, de felhasználói aktivitásukkal és adataikkal üzleti hasznot hajtottak a vállalkozásnak és így fizettek a szolgáltatásért. A GVH történetének legnagyobb, fogyasztóvédelmi ügyben kiszabott bírságát, 1,2 milliárd forintot szabott ki a vállalkozásra.**

A Facebook (ún. zéró áras) üzleti modelljének lényege, hogy az oldalon megosztott tartalmakkal magához vonzza a fogyasztókat, akiknek érdeklődéséről, viselkedéséről, vásárlási szokásairól részletes adatokat gyűjt. Ezen adatok birtokában célzott reklámozási lehetőséget értékesít üzleti ügyfelei részére, a reklámokat pedig a posztok között elhelyezve juttatja el a fogyasztókhoz.

A hivatal álláspontja szerint a regisztrációs oldalon megjelenített „*Ingyenes és bárki csatlakozhat*”, „*Ingyenes és az is marad*” üzenetek elterelik a fogyasztó figyelmét az általa vállalt ellentételezésről – azaz adatainak átadásáról, terjedelméről és ezek következményeiről. A megtévesztőnek talált állítások a nyitóoldalán 2010 januárjától 2019. augusztus 12-ig, a Súgóközpontban 2019. október 23-ig voltak láthatók.

A GVH úgy ítélte meg, hogy az ingyenesség üzenete zavart kelthet a fogyasztókban mind a használattal járó felelősség, mind a szerződéses kötelezettségek tekintetében, hiszen kockázatmentességet, kötelezettség nélküliséget sugall, miközben több szintű – ráadásul a kezelt és a felhasznált adatok összetettsége miatt nem is egészen átlátható – felhasználói elköteleződés áll mögötte. Számos fogyasztó nincs tisztában az általa átadott adatok kiterjedésével vagy értékével, és jellemzően az online platformok általános szerződési feltételeit sem olvassa. A Versenyhatóság meggyőződése, hogy rövidebb és hosszabb távon is káros az ügyleti döntésekre, és így egyes gazdasági reálfolyamatokra nézve is, ha a fogyasztók azt hiszik, hogy egy szolgáltatást ellentételezés nélkül, kockázatmentesen használhatnak.

A hatóság a bírság meghatározásakor a Facebook Ireland Ltd. magyarországi hirdetési bevételének csak egy részéből indult ki, és figyelemmel volt arra is, hogy a vállalkozás a versenyfelügyeleti eljárás során globálisan módosította a vizsgált nyitóoldali, ingyenességre vonatkozó szlogenjeit, továbbá a Súgóközpont kifogásolt tartalmát.

A GVH megjegyzi, hogy az Egyesült Államokban és Európában egyaránt születtek hasonló döntések a Facebook magatartásával összefüggésben. 2019 áprilisában az Európai Bizottság és tagállami fogyasztóvédelmi hatóságok nyomására a Facebook frissítette felhasználási feltételeit és szolgáltatásait. Az új feltételekből egyértelműen kiderül, hogy a vállalat miként használja fel a közösségi oldalra bejelentkezők adatait profilalkotási tevékenységek és a vállalat finanszírozását szolgáló célzott hirdetések megjelenítéséhez.

„Rengeteg értékes ingyenes online szolgáltatás elérhető, de nem létezik ingyen ebéd. Ezekért a szolgáltatásokért is fizetünk – ha készpénzben nem is, az adatainkkal. Az elvárás, hogy a dolgok az interneten természetből fogva ingyenesek, segít elaltatni a gyanúnkat, úgyhogy belementünk egy Fausti alkuba – és hogy megspóroljunk pár fillért ma, elfogadtunk egy bizonytalan és korlátlan kockázatot a jövőre nézve.” – mondta

Margrethe Vestager, az Európai Bizottság digitális korszakért felelős ügyvezető alelnöke épp tegnap, az „[Internets of the World](#)” konferencián Koppenhágában.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **VJ/85/2016.**

Budapest, 2019. december 6.

Gazdasági Versenyhivatal

**Információ a sajtó részére:**

[sajto@gvh.hu](mailto:sajto@gvh.hu)

<http://www.gvh.hu>

tel: (+36-30) 180-2060

**További információk:**

GVH Ügyfélszolgálat

tel: (+36-1) 472-8851

e-mail: [ugyfelszolgalat@gvh.hu](mailto:ugyfelszolgalat@gvh.hu)

<http://www.gvh.hu>