

A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) az alábbi kérdésével kapcsolatban:

*A múlt heti Facebook-bírsággal kapcsolatban szeretnék feltenni néhány kérdést.*

*A hivatal által félrevezetőnek ítélt gyakorlatot miben tartja a hivatal egyedinek? A mindennapi tapasztalat azt mutatja, hogy bevett szokás az adatgyűjtésre építő online szolgáltatások körében a szolgáltatás ingyenesként tételezése. Voltak-e, folyamatban vannak-e, illetve várhatók-e a jövőben további vizsgálatok és esetleges bírságok a hasonló gyakorlatot folytató cégekkel szemben?*

*Az online hirdetési piac Facebook melletti másik nagy szereplője, a felhasználói adatokat szintén gyűjtő és hirdetéscélzásra felhasználó Google például szintén fogalmaz meg ingyenességre vonatkozó állítást a Gmaillel (a keresési találatok között, illetve a szolgáltatás oldalának lapcímében) és a Chrome-mal (a böngésző súgójában) kapcsolatban is. Mennyiben más ez az eset, illetve ha nem az, várható-e a céggel szemben hasonló vizsgálat?*

*Tervezi-e a hivatal ágazati vizsgálat lefolytatását olyan ágazatok kapcsán, amelyek szereplői jellemzően felhasználói adatokat gyűjtenek és használnak fel a fizetésmentes szolgáltatásaik ellentételezéseként, például az online hirdetési piac esetében?*

*Szerepet játszott-e a hivatal Facebook ellen indított vizsgálatában, hogy a magyar kormány részéről az elmúlt években több alkalommal is éles kritika fogalmazódott meg a cég működési gyakorlataival szemben?*

a következő választ adja:

A GVH nem állította, hogy a jogsértőnek talált gyakorlat egyedi.

A Facebook gyakorlata annyiban tért el a többi hasonló, Ön által említett piaci gyakorlattól, hogy az ingyenességre utaló állítás nyitóoldalának fő szlogenje volt, miközben jelentősége van annak, hogy a fogyasztó még az általános szerződési feltételek és adatvédelmi tájékoztatások előtt találkozott az üzenettel.

A Facebook ügy határozata több korábbi, bár nem a Facebook-éval azonos tevékenységre vonatkozó ingyenesség-állítást jogsértőnek kimondó ügyre<sup>1</sup> hivatkozik, melyek részben így előzménynek tekinthetők.

A fő probléma az ilyen jellegű ügyekben az, hogy a felhasználók az ingyenességre vonatkozó állítás miatt nem fordítanak kellő figyelmet arra, hogy a személyes adataik felhasználására, továbbadására harmadik felek felé sor kerül, s ez valójában egyfajta ellenszolgáltatást jelent. A Gazdasági Versenyhivatal azonban nem adatvédelmi szempontból értékeli a tényeket – ez a Nemzeti Adatvédelmi és Információszabadság Hatóság kompetenciája – hanem abból a

---

<sup>1</sup> Pl. VJ/133/2005 - Magyar Telekom Rt. "Favorit" és a "Favorit Plusz" díjcsomagok; VJ/71/2013 - Biofarma nyereményjáték; VJ/93/2011 - Telenor Praktikum Ász Expressz csomag

megközelítésből, hogy a felhasználó tájékoztatása mennyiben volt félrevezető. Hiányos tájékoztatás esetében ugyanis a fogyasztó nincs abban a helyzetben, hogy üzletileg megalapozott döntést hozzon.

A megfelelő tájékoztatás fontosságára a határozat egyebek mellett a 20. és 21. pontjában is utal, s ebből kiderül, hogy nem csak a GVH, hanem az Európai Bizottság és más fogyasztóvédelmi hatóságok is hasonlóan fontos kérdésként kezelik a személyes adatok felhasználására vonatkozó tájékoztatás jelentőségét.<sup>2</sup>

A GVH korábban a Google chat-kliens ügyben (VJ/88/2016<sup>3</sup>) vizsgált hasonló gyakorlatot. Ebben a (kötelezettségvállalással zárult) határozatban a hatóság már megfogalmazott olyan előre mutató, a Facebook ügyben is alkalmazott megközelítési szempontokat, melyekre a FB-ügy határozata is hivatkozik:

- fogyasztói (és nem pusztán adatvédelmi szempontú, hanem piaci jelentőségű) érdek, hogy a fogyasztó a saját személyes és esetlegesen egyéb – gazdasági, üzleti relevanciájú – adataival önmaga rendelkezzen és képes legyen kontrollálni és átlátni azt, hogy egy szolgáltató milyen adatait és miként kezeli;
- a fogyasztók részéről elvárás az adataikkal való önrendelkezés, illetve aggályosnak tartják az adataik felhasználását, kezelését;
- ügyleti döntés lehet egy funkció vagy alkalmazás telepítése/letöltése, bekapcsolása és használata, amely döntésre hatással lehet az, ha a fogyasztó megkapja azt az információt, hogy ezen lépések miatt hogyan alakul az adatainak sorsa;

---

<sup>2</sup> 20. Az Európai Bizottság 2019. április 9-én kiadott sajtóközleménye szerint az Európai Bizottság és a fogyasztóvédelmi hatóságok nyomására a Facebook egyértelműbben tájékoztatja felhasználóit adataik felhasználásáról. Az új feltételek egyértelműen kifejtik, hogy a vállalat hogyan használja fel a felhasználók adatait profilalkotási tevékenységek és a vállalat finanszírozását szolgáló célzott hirdetések kidolgozásához. Az új feltételek részletezik, hogy a fogyasztói adatok felhasználása alapján a Facebook milyen szolgáltatásokat értékesít harmadik felek számára, hogy a fogyasztók hogyan szüntethetik meg a felhasználói fiókjukat, és hogy a fiókok milyen okokból tilthatók le. A fejlesztések azoknak az egyeztetéseknek az eredményei, amelyek célja az volt, hogy a Facebook teljeskörűen, átfogó módon és közérthetően tájékoztassa felhasználóit az üzleti modelljéről.

21. Egyes közösségi médiaplatformokon 2018-ban végzett vizsgálatot követően ugyanis az Európai Bizottság és a nemzeti fogyasztóvédelmi hatóságok arra kérték a Facebook-ot, hogy egyértelműen tájékoztassa a fogyasztókat a közösségi oldal finanszírozásáról és a fogyasztói adatok felhasználásából származó bevételekről. Arra is felkérték a platformot, hogy a többi felhasználási feltételét is hozza összhangba az uniós fogyasztóvédelmi joggal. Ennek eredményeként a Facebook új szövegrésszel egészíti ki a felhasználási feltételeit, amelyben leírja, hogy a szolgáltatást igénybevevőknek nem számít fel díjat, cserébe a felhasználók beleegyeznek adataik megosztásába és a kereskedelmi hirdetésekbe. A Facebook vállalása értelmében a feltételeiből egyértelműen kiderül majd, hogy üzleti modellje arra épül, hogy célzott reklámszolgáltatásokat értékesít a kereskedőknek a felhasználók profiljából származó adatok felhasználásával.

- a szolgáltatás természete (a használat ellenértéke) alapvető és jelentős információ a szolgáltatás kapcsán, ennek hiányában nem tudja a fogyasztó, hogy milyen jellegű terméket vett igénybe, így maga az ellenérték mibenléte, azaz az adatok gyűjtése és kezelése nem pusztán adatvédelmi kérdés, hanem gazdasági tekintetben, az üzleti döntés szempontjából is jelentős információ. Az adatkezeléssel kapcsolatos gazdasági súlyú mechanizmusok jelentős, üzleti döntést befolyásoló voltát támasztják alá a fogyasztókban felmerülő aggályok, kérdések is.

A GVH nem tudja előre jelezni, hogy milyen vállalkozásokkal szemben tervez ügyindítást, ágazati vizsgálat indítását pedig nem tervezi a témában.

A GVH jelenleg is folytat olyan versenyfelügyeleti eljárást, amelyekben – többek között – az ingyenesség ígérését is vizsgálja. Ezekről itt olvashat bővebben:

<https://www.gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlomenyek/2018-as-sajtokozlomenyek/versenyfelugyeleti-eljaras-indult-az-online-tarske>

<https://www.gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlomenyek/2018-as-sajtokozlomenyek/a-gvh-vizsgalja-a-z-academic-singles-tarskereso-web>

Nem tudjuk, hogy konkrétan a magyar kormány mely kritikájára utal a kérdés. A GVH eljárása a Facebook-kal szemben 2016. október 16-án indult, abban semmilyen szerepet nem játszott a kormány álláspontja. A FB működési gyakorlatával szemben egyébként [több kormány](#), az EB és más szakemberek is megfogalmaztak kifogásokat. A közleményünkben Margrethe Vestagert, az Európai Bizottság digitális korszakért felelős ügyvezető alelnökét (korábban Versenyügyi Biztos) idéztük: „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 természettől fogva ingyenesek, segített elaltatni a gyanúkat, úgyhogy belementünk egy Fausti alkuba – és hogy megspóroljunk pár fillért ma, elfogadtunk egy bizonytalan és korlátlan kockázatot a jövőre nézve.”

A GVH 2018-ban [Digitális fogyasztóvédelmi stratégiát](#) dolgozott ki, hogy hatékonyabban reagálhasson a piacok új kihívásaira. A stratégiában további információkat is találhat a versenyhatóság terveiről a globális szereplőkkel kapcsolatban, illetve a versenyfelügyeleti fogyasztóvédelmet alakító prioritások meghatározásáról.

Példákat találhat továbbá az ingyenesség ígérétének megítéléséről, [az Európai Bizottság iránymutatásában a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatról szóló irányelv alkalmazásához](#).<sup>4</sup>

Budapest, 2019. december 11.

Gazdasági Versenyhivatal

---

<sup>4</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016SC0163&from=EN>