

Compania Facebook a fost sancționată în Ungaria pentru dezinformarea consumatorilor cu privire la caracterul gratuit al serviciilor sale



Pe 6 decembrie 2019 autoritatea de concurență din Ungaria a aplicat Facebook Ireland Ltd ("Facebook") o amendă de 3,6 milioane Euro pentru încălcarea legii concurenței, așa cum rezulta de pe [site-ul oficial](#) al autorității. Motivarea deciziei este aceea ca deși este adevărat ca utilizatorii nu trebuie să plătească pentru a folosi serviciile Facebook, prin activitatea lor și prin folosirea datelor lor de către Facebook, consumatorii aduc un câștig material societății, astfel ca, indirect, aceștia plătesc pentru serviciile folosite. Așadar, prezentarea serviciilor drept gratuite este aptă să inducă în eroare consumatorii prin lipsa unei transparențe totale a modului de operare.

Autoritatea din Ungaria a constatat totodată ca mesaje "gratis la conectare" și "gratis și mereu va fi" afișate pe pagina principală Facebook distrag atenția consumatorilor de la faptul că indirect aceștia plătesc pentru utilizarea serviciilor Facebook prin transmiterea datelor lor personale.

În individualizarea amenzii, s-a observat că deși faptele Facebook s-au derulat pe o perioadă îndelungată de timp (respectiv între 2010 și 23 octombrie 2019), în urma presiunilor exercitate de Comisia Europeană, Facebook și-a modificat la nivel global atât termenii și condițiile, precum și sloganul ce apareau pe pagina principală referitor la gratuitatea serviciilor.

În acest sens, potrivit termenilor și condițiilor actuale regasite pe site-ul acestora, Facebook menționează că "[N]u va taxam pentru utilizarea Facebook sau a celorlalte produse și servicii care fac obiectul acestor Condiții. În schimb, companiile și organizațiile ne plătesc pentru a va afișa reclame pentru produsele și serviciile lor."

O [decizie similară](#) a fost luată anul trecut și în Italia, amendă primită de Facebook atunci fiind de 10 milioane Euro, pentru încălcarea mai multor dispoziții din Codul Consumatorului din Italia. Autoritatea a constatat, într-un mod similar celei ungare, că prin faptele Facebook, utilizatorii au fost induși în eroare să acceseze platforma. Aceștia au fost informați în prima fază că serviciile sunt gratis, fără ca Facebook să informeze totodată asupra scopurilor sale comerciale, în sensul în care utilizarea datelor de către Facebook nu este realizată exclusiv pentru a conecta utilizatorii, ci și pentru a promova activități de publicitate unui public țintă – activitate ce aduce un câștig material companiei Facebook.

Ce înseamnă pentru piața din România aceste decizii? Preconizăm un dublu efect: i) unul pozitiv – creșterea măsurilor de prevenție din partea marilor platforme care utilizează sau administrează date ale consumatorilor – aceasta generează un efect benefic al transparentizării activităților platformelor și de simplificare a limbajului utilizat în clauzele de furnizare a serviciilor și ii) un efect de control din partea autorităților române pentru a verifica în ce mod platformele (precum Facebook) au practici apte să inducă în eroare consumatorii sau, la extrem,

daca prin modul în care utilizeaza datele acestea abuzeaza în vreun fel de poziția pe care o au pe piața.