

Společnost Meta používá nekalé obchodní praktiky

30.11.2023 - | DTest

Meta poskytuje spotřebitelům zavádějící a neúplné informace, které jim neumožňují informované rozhodnutí.

Nekalé obchodní praktiky

Meta je uvádí v omyl tím, že ve svých aplikacích prezentuje volbu jako volbu mezi placenou a „bezplatnou“ možností, přičemž ovšem ani druhá možnost není „bezplatná“, protože spotřebitelé platí společnosti Meta svými osobními údaji. Kromě toho se mnoho spotřebitelů zřejmě domnívá, že volbou placeného předplatného získají službu šetrnou k jejich soukromí, která obsahuje méně sledování a méně profilování. Ve skutečnosti je pravděpodobné, že Meta a jiné osoby, s kterými Meta údaje uživatelů sdílí, budou i nadále shromažďovat a používat tyto osobní údaje, pouze jen pro jiné účely, než je reklama.

Vzhledem k dominantnímu postavení Facebooku a Instagramu v EU a vzhledem k „síťové“ povaze sociálních médií nemají spotřebitelé skutečnou možnost volby, protože reálně nemohou opustit aplikaci společnosti Meta. Pokud jsou přátelé konkrétního uživatele na Facebooku a Instagramu, pak tento uživatel fakticky nemůže přejít k jinému poskytovateli obdobné služby, aniž by přišel o vazbu na své přátele.

dTest se účastní několika CPC externích varování Evropské spotřebitelské organizace (BEUC) proti praktikám sociálních sítí TikTok a WhatsApp. Více informací je možné dohledat v odkazech níže.

Společnost Meta rovněž ztěžuje používání Facebooku a Instagramu, dokud si uživatelé nezvolí jednu, nebo druhou možnost, což představuje agresivní obchodní praktiku podle spotřebitelského práva. Agresivní obchodní praktiky vůči spotřebitelům jsou nekalými obchodními praktikami, a jako takové jsou zakázány. Vytrvalým nátlakem a vyvoláváním pocitu naléhavosti společnost Meta tlačí spotřebitele k rozhodnutí, které pravděpodobně nechtějí učinit.

Miliony evropských uživatelů Facebooku a Instagramu si zaslouží mnohem lepší volbu. Meta porušuje spotřebitelské právo EU tím, že používá nekalé, klamavé a agresivní praktiky, včetně částečného blokování služeb spotřebitelům, aby je tak donutila k rychlému rozhodnutí, přičemž poskytuje zavádějící a neúplné informace. Orgány na ochranu spotřebitelů v členských zemích EU musí nyní začít jednat a donutit tohoto technologického giganta, aby s těmito praktikami přestal.

Přístup společnosti Meta rovněž vyvolává obavy ohledně souladu s GDPR

Podle obecného nařízení o ochraně osobních údajů a nedávných rozsudků může společnost Meta shromažďovat osobní údaje pro účely reklamy pouze tehdy, pokud k tomu spotřebitelé poskytnou svůj svobodný a informovaný souhlas. Neférovost a neprůhlednost nových zásad ochrany osobních údajů společnosti Meta (např. zavádějící informace ohledně nabídky „zdarma“), jakož i skutečnosti, že spotřebitelům není poskytnuta žádná skutečná volba, že budou sledováni a profilováni za jakýchkoliv okolností, pravděpodobně představují porušení pravidel GDPR o souhlasu se zpracováním osobních údajů.

<https://www.dtest.cz/clanek-10600/spolecnost-meta-pouziva-nekale-obchodni-praktiky>