

Společnost Meta používá nekalé obchodní praktiky

30.11.2023 - Lucie Korbéliusová | DTest

Nekalé obchodní praktiky

Meta poskytuje spotřebitelům zavádějící a neúplné informace, které jim neumožňují informované rozhodnutí. 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 všichni vaši přátelé na Facebooku a Instagramu, nemůžete přejít k jinému poskytovateli obdobné služby, aniž byste o vazbu na své přátele přišli,“ uvádí Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest.

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,“ vysvětluje Eduarda Hekšová a pokračuje: „Vytrvalým nátlakem a vyvoláváním pocitu naléhavosti společnost Meta tlačí spotřebitele k rozhodnutí, které pravděpodobně nechťejí učinit.“

Ursula Pachlová, zástupkyně generálního ředitele Evropské spotřebitelské organizace (BEUC), k tomu doplnila: „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.

Máte-li dotazy k nedovoleným obchodním praktikám nebo k ochraně svých osobních údajů, můžete

se obrátit na bezplatnou spotřebitelskou poradnu dTestu, a to elektronicky na www.dtest.cz/spotrebitelska-poradna nebo telefonicky na číslo 299 149 009.

dTest, o.p.s. je největší českou spotřebitelskou organizací, která v ČR působí již od roku 1992. Je vydavatelem spotřebitelského časopisu dTest, na jehož stránkách jsou publikovány výsledky nezávislých a objektivních testů produktů, varování před nebezpečnými a zdravotně závadnými výrobky, informace o spotřebitelských právech a rady, jak tato práva účinně uplatňovat. dTest je součástí mezinárodní organizace International Consumer Research and Testing (ICRT) a evropské spotřebitelské organizace BEUC.

Poradenská linka časopisu dTest – 299 149 009 – je v provozu každý pracovní den od 9 do 17 hodin a spotřebitelé na ní mohou konzultovat s právními poradci časopisu dTest nejrůznější spotřebitelské problémy, a to za cenu běžného tarifu volání. Od spuštění v roce 2010 této možnosti využily již statisíce spotřebitelů a poradenská linka časopisu dTest se tak stala první a nejvyhledávanější cestou k řešení potíží, se kterými se zákazníci na trhu setkávají.

<https://www.dtest.cz/clanek-10599/dtest-spolecnost-meta-pouziva-nekale-obchodni-praktiky>