



## Európai nyomásra fejleszt fogyasztói tájékoztatási gyakorlatán az amerikai WhatsApp

**Budapest, 2023. március 6. – Az európai uniós fogyasztóvédelmi hatóságokat, köztük a Gazdasági Versenyhivatalt (GVH) tömörítő Fogyasztóvédelmi Együttműködési Hálózat (CPC) elérte, hogy a WhatsApp a jövőben átláthatóbban tájékoztassa felhasználóit a szerződésmódosulásokról és tiszteletben tartsa döntéseiket.**

Több ponton fejleszt kereskedelmi gyakorlatán a WhatsApp, az Európai Bizottságot és a tagállami hatóságokat tömörítő Fogyasztóvédelmi Együttműködési Hálózatnak (Consumer Protection Cooperation Network; CPC) tett kötelezettségvállalásai alapján. A népszerű ingyenes üzenetküldő és VoIP szolgáltatás amerikai üzemeltetője a hatóságokkal és az Európai Bizottsággal folytatott, több fordulás párbeszédet követően döntött a vállalásokról.

A megegyezés alapján a Facebook-ot is birtokló Meta tulajdonában lévő cég a jövőben átláthatóbban tájékoztatja a felhasználókat arról, hogy milyen változtatásokat kíván végrehajtani szerződéseikben, ezek pedig hogyan érinthetik jogait és a szolgáltatás használatát. A frissített általános szerződési feltételek elutasításának és elfogadásának lehetőségét egyformán szembeűnően jeleníti majd meg, az ezekről szóló értesítések tekintetében pedig megjegyzi és tiszteletben tartja a felhasználók döntéseit – ahelyett, hogy ismételt és kikapcsolhatatlanul megjelenítené minden megnyitáskor.

A hatóságok az egyeztetések folyamán megerősítették elvárásukat, hogy a WhatsApp-nak egyértelműen tájékoztatnia kell a fogyasztókat kereskedelmi modelljéről – különösen arról, hogy a cég profitál-e a felhasználók személyes adataival kapcsolatos üzleti gyakorlatból. A megbeszélések követően az amerikai vállalat megerősítette, hogy nem osztja meg hirdetési célból a felhasználók személyes adatait sem harmadik felekkel, sem anyavállalata, a Meta más cégeivel – beleértve a vállalkozáscsoporthoz tartozó Facebookot is.

A Fogyasztóvédelmi Együttműködési Hálózat figyelemmel kíséri majd a kötelezettségvállalások végrehajtását, szükség esetén pedig kikényszeríti a jogi elvárások betartását – akár bírságok kiszabásának lehetőségével.

Az európai fogyasztóvédelmi hatóságok nemrég lefolytatott, [25 országra kiterjedő gyorsvizsgálata alapján](#) a kereskedők több mint harmada manipulálja a fogyasztókat észrevétlen, ún. „sötét mintázatú” módszerekkel az online térben, így például megnehezíti a felhasználók számára a leiratkozást a feliratkozáshoz képest. A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) – amely részt vett az európai gyorsvizsgálatban – itthon is felvette a harcot a vásárlói döntések rejtett torzítása ellen.