

1026 Budapest, Riadó u. 1-3.
Levél cím: 1534 Budapest, Pf. 958
KRID: 213396918
Telefon: (06-1) 472-8865
Ügyszám: VJ/6/2020.
Iktatószám: VJ/6-142/2020.

Betekinthető változat!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a Siegler Bird & Bird Ügyvédi Iroda (1027 Budapest, Kapás u. 6-12., KRID: 18113901) és a Dr. Arányi Dániel Ügyvédi Iroda által képviselt **Viber Media S.á.r.l.** (2, rue du Fossé, L - 1536 Luxembourg, Luxemburg) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indult VJ/6/2020. számú versenyfelügyeleti eljárásban meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

Az eljáró versenytanács – jogsértés vagy annak hiánya megállapítása nélkül – kötelezi a Viber Media S.á.r.l.-t (a továbbiakban: Viber Media, vagy eljárás alá vont) az általa tett, jelen határozat melléklete szerinti kötelezettségvállalás teljesítésére.

A határozat ellen a kézhezvételtől számított 30 napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan az erre rendszeresített űrlap^[1] használatával, mely a Gazdasági Versenyhivatal honlapján érhető el. A Gazdasági Versenyhivatal a keresetet az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A törvényszék eljárásában a jogi képviselet kötelező.

I N D O K O L Á S

I.

A versenyfelügyeleti eljárás tárgya és egyes eljárási lépések

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) panasszal összefüggő eljárást követően¹ 2020. február 21-én VJ/6/2020. számon versenyfelügyeleti eljárás indított, mivel észlelte, hogy a Viber Media 2014. márciusától kezdődően a Viber alkalmazás ingyenességére vonatkozó állításokat tett közzé, mint például „*Ingyenes és biztonságos hívások és üzenetek.*” Az ügyindító végzés szerint a fogyasztók valószínűsíthetően ellenszolgáltatást teljesítenek, mivel a Viber alkalmazás elérése, illetve használata érdekében a fogyasztóknak az eljárás alá vont rendelkezésére kell bocsátaniuk bizonyos adataikat. Ezzel a magatartással az eljárás alá vont valószínűsíthetően a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. § (1) bekezdés c) pontjában foglalt tényállás megvalósításával megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat. E magatartás vonatkozásában a

^[1] http://www.gvh.hu/data/cms1041089/GVH_gvh_k01_19_01.jar

¹ P/927/2019. számú panaszos eljárás

GVH az eljárást később kiterjesztette² a 2013 májusától kezdődően alkalmazott kereskedelmi gyakorlat vizsgálatára.

2. A GVH az ügyindító végzésben rögzítette továbbá, hogy az eljárás alá vont 2014 márciusától kezdődően a Viber alkalmazás biztonságára vonatkozó állításokat tett közzé, azonban valószínűsíthető, hogy a biztonságot biztosító végpontok közötti titkosítás nem minden alkalmazáson belüli beszélgetés vonatkozásában érvényesül. Ezzel a magatartással a Viber Media az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.
3. Az ügyindító végzés szerint a GVH észlelte továbbá azt is, hogy az eljárás alá vont 2014 márciusától kezdődően a Viber alkalmazás igénybevételeinek feltételeire vonatkozó tájékoztatásokat nem tette magyar nyelven is hozzáférhetővé a Magyarországon közzétett, magyar nyelvű kereskedelmi kommunikációval megcélzott fogyasztók számára, mely magatartással az Fttv. 3. § (2) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat. E magatartás vonatkozásában a GVH az eljárást kiterjesztette a 2013 májusától kezdődően alkalmazott kereskedelmi gyakorlat vizsgálatára is.
4. A versenyfelügyeleti eljárás megindítását követően a GVH az eljárást kiterjesztette továbbá annak vizsgálatára, hogy a Viber Media 2013 májusától kezdődően időszerűtlen és félreérthető módon tájékoztatta-e a fogyasztókat az őket érintő adatkezelési gyakorlatáról, illetve az adatkezelés felhasználók általi kontrollálásának lehetőségéről és módjáról. E magatartással a Viber Media feltehetőleg megvalósította az Fttv. 7. § (1) bekezdésében foglalt tényállást, mellyel megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.

Az eljárás felfüggesztése

5. A jelen versenyfelügyeleti eljáráshoz részben hasonló tényállást vizsgáló VJ/85/2016. számú versenyfelügyeleti eljárásban a GVH eljáró versenytanácsa 2019. december 6-án a VJ/85-189/2016. számú határozatában (a továbbiakban: Határozat) megállapította, hogy a Facebook Ireland Ltd. (a továbbiakban: Facebook) a www.facebook.com weboldalon a szolgáltatása ingyenességére utaló, magyarországi felhasználókkal szemben 2010 januárjától a nyitóoldalon 2019. augusztus 12-ig, a Sűgőközpontban 2019. október 23-ig alkalmazott megtévesztő állítás révén megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdése szerinti tilalmat az Fttv. 6. § (1) bekezdésének c) pontjában foglaltak megvalósításával. A Facebook a Határozat ellen keresetet nyújtott be 2020. január 20-án. A Fővárosi Törvényszék 2020. december 10-én meghozott 105.K.701.043/2020/14. számú ítéletben megsemmisítette a Határozatot. A GVH a Fővárosi Törvényszék által hozott ítélet felülvizsgálata iránt felülvizsgálati kérelmet terjesztett elő. A felülvizsgálati eljárás a Kfv.II.37.243/2021. számon volt folyamatban a Kúria előtt.
6. Az eljáró versenytanács a 2021. július 20-án a tárgyi versenyfelügyeleti eljárást a Kúria előtt Kfv.II.37.243/2021 számon folyamatban lévő felülvizsgálati eljárás befejezéséig felfüggesztette³ figyelemmel arra, hogy az eljáró versenytanács megállapítása szerint a jelen ügyben a szolgáltatás ingyenességére vonatkozó állítások Fttv. szerinti értékelése a felülvizsgálati kérelem elbírálásától függ.

² VJ/6-42/2020. számú végzés

³ VJ/6-67/2020. számú végzés.

7. A Kúria Kfv.II.37.243/2021/11. számú ítéletében a Fővárosi Törvényszék 105.K.701.043/2020/14. számú ítéletét hatályában fenntartotta. Erre tekintettel az eljáró versenytanács az eljárás felfüggesztését 2021. november 15-én megszüntette.⁴
8. A GVH 2021. december 10-én a Kfv.II.37.243/2021/11. számú ítélettel szemben jogegységi panaszt nyújtott be a Kúria Jogegységi Panasz Tanácsához a bíróságok szervezetéről és igazgatásáról szóló 2011. évi CLXI. törvény alapján. Erre tekintettel az eljáró versenytanácsa jelen eljárást ismét felfüggesztette⁵ a jogegységi panasz eljárás, illetve amennyiben a Kúria Jogegységi Panasz Tanácsa a panasszal támadott határozatot hatályon kívül helyezi és a Kúriát új eljárásra és új határozat hozatalára utasítja ezen új felülvizsgálati eljárás befejezéséig.
9. A Kúria Jpe.II.60.037/2021/5. sz. végzésével, amely a GVH-hoz 2022. február 22-én érkezett, a GVH jogegységi panaszát visszautasította, amelyre tekintettel az eljáró versenytanács az eljárás második felfüggesztését 2022. március 2-án megszüntette.⁶

A versenytanácsai szak eljárási cselekményei

10. Figyelemmel arra, hogy az eljáró versenytanács végül kötelezettségvállalást fogadott el, a továbbiakban csak olyan résztelességgel és terjedelemben ismerteti a feltárt tényállást, illetve az eljárás alá vont, valamint saját álláspontját, amennyiben az a jelen döntéshez szükséges, egyebekben csak hivatkozva a releváns iratokat.
11. A vizsgáló 2021. május 13-án terjesztette jelentését⁷ a Versenytanács elé. Az eljáró versenytanács a vizsgálati jelentést a Viber Media részére megküldte észrevételezés céljából.⁸ A Viber Media a vizsgálati jelentés előterjesztését követően⁹, majd a vizsgálati jelentésre tett észrevételeivel egyidejűleg¹⁰ kötelezettségvállalási javaslatot is benyújtott. A végleges kötelezettségvállalás kialakulásának folyamatát és az ezzel kapcsolatos eljárási cselekményeket a határozat VI.1. fejezete ismerteti.

II.

Az eljárás alá vont vállalkozás

II. A Viber Media

12. A Viber alkalmazást, mint szolgáltatást a 2012. március 30-án alapított Viber Media Ltd. nyújtotta 2014-ig, amikor a Rakuten Inc. (a továbbiakban: Rakuten) felvásárolta a vállalkozást. A Viber az eljárás alá vont által fejlesztett egyetlen alkalmazás, a vállalkozás más területen nem aktív.¹¹
13. A Rakuten egy Japánban székhellyel rendelkező, és a tokiói tőzsdén jegyzett társaság, mely az e-kereskedelem, a fintech, a digitális tartalmak és kommunikáció területén kínál számos

⁴ VJ/6-69/2020. számú végzés.

⁵ VJ/6-73/2020. számú végzés.

⁶ VJ/6-74/2020. számú végzés.

⁷ VJ/6-59/2020, az eljárás alá vont üzleti titkát tartalmazó verzió.

⁸ VJ/6-62/2020 sz. irat

⁹ VJ/6-61/2020 sz. irat

¹⁰ VJ/6-63/2020 sz. irat

¹¹ VJ/6-5/2020. számú adatszolgáltatás 2. kérdésre adott válasz.

szolgáltatást. A Rakuten leányvállalatai révén világszerte több mint 30 országban és régióban van jelen¹².

14. Az eljárás alá vonttal szemben a GVH korábban nem folytatott versenyfelügyeleti eljárást, így jogsértést sem állapított meg, nyilatkozata szerint korábban sem volt, illetve jelenleg sincs folyamatban ellene a jelen versenyfelügyeleti eljárás tárgyát érintő más - akár nemzetközi, akár hazai közigazgatási, bírósági vagy egyéb - eljárás.¹³

III.

Az érintett szolgáltatás és piac

III.1. Az érintett szolgáltatás

III.1.1. A Viber alkalmazás jellege

15. A versenyfelügyeleti eljárás szempontjából érintett szolgáltatás a Viber alkalmazás egy kommunikációs, OTT (over-the-top) szolgáltatásnak minősül, amely szolgáltatás internethasználattal érhető el. A hálózat üzemeltetője és a tartalomszolgáltató között műszaki, üzleti kapcsolat nincs, a szolgáltatás tartalmára az internetszolgáltatónak nincs ráhatása, azt csupán továbbítja.
16. Fogyasztói szempontból a platform fő jellemzői közé tartozik, hogy a felhasználók üzeneteket küldhetnek, különböző matricákat tölthetnek le és küldhetnek egymásnak, VoIP (Voice-over-IP) telefonbeszélgetéseket, videóhívásokat folytathatnak, hangüzeneteket küldhetnek, csoportbeszélgetéseket folytathatnak, ún. Közösségekhez (Community) csatlakozhatnak és márkákat követhetnek. A szolgáltatás használata során a felhasználók azonnal válthatnak az egyik kommunikációs formáról a másikra, anélkül, hogy az üzeneteket vagy hívásokat közvetlenül külön díj terhelné. A kommunikációs eszközökön túlmenően az üzenetküldő alkalmazásoknak egyéb extra jellemzőik is vannak, pl. a felhasználó látja, ha a beszélgetésben részt vevő másik fél látta az üzenetet vagy éppen válaszol az üzenetre.¹⁴
17. A Viber Media vállalkozások számára is nyújt szolgáltatásokat. Egyrészt, a vállalati ügyfelek speciális matrica csomagokat készíthetnek, melyeket a Viber felhasználói az online matrica áruházból tölthetnek le. Másrészt, a Viber lehetővé teszi vállalkozások és más szervezetek (mint például profi sport csapatok, népszerű művészek) számára, hogy Közösségeket hozzanak létre, ahol a vállalkozás/üzletfél a legújabb híreket megoszthatja és kommunikálhat a követőivel. A Viber Media ezen felül lehetővé teszi hirdetések megjelenítését az alkalmazáson belül.¹⁵
18. A Viber díjmentesen letölthető és telepíthető okostelefonra és tabletre egyaránt. Az alkalmazás asztali gépre is telepíthető, azonban az alkalmazás asztali gépen történő aktiválásához szükség van a felhasználó okostelefonján egy aktív Viber alkalmazásra.¹⁶ [Üzleti titok] Az előbbi különbségtől eltekintve a felhasználóknak nyújtott szolgáltatás a Viber asztali és okostelefonos verziójában azonos.¹⁷

¹² VJ/6-5/2020. számú adatszolgáltatás 2. kérdésre adott válasz

¹³ VJ/6-30/2020. számú adatszolgáltatás 1. kérdésre adott válasz

¹⁴ VJ/6-5/2020. számú adatszolgáltatás 2-3. kérdésre adott válasz

¹⁵ VJ/6-5/2020. számú adatszolgáltatás 3. kérdésre adott válasz

¹⁶ VJ/6-10/2020. számú irat 1. kérdésre adott válasz és VJ/6-5/2020. számú adatszolgáltatás 3. kérdésre adott válasz

¹⁷ VJ/6-5/2020. számú adatszolgáltatás 14. kérdésre adott válasz

19. A Viber Media bevételi forrásainak egy része a felhasználóktól, másik része a vállalkozásoktól származik. A felhasználóktól származó bevételek a Viber Out szolgáltatás (amely révén a felhasználók bármilyen vezetékes vagy mobil telefonszámot hívhatnak, használatához előfizetés vagy ún. Viber credit vásárlása szükséges) és a matricák értékesítéséből, míg vállalkozások esetén hirdetések (a hirdetőkkal való kapcsolatok részletesebb bemutatását a következő fejezet tartalmazza), Business Messages, szponzorációk és Viber In értékesítésből származnak. A Játékok kapcsán az eljárás alá vont ellentmondásosan nyilatkozott, ugyanis egyes adatszolgáltatásokban¹⁸ a játékok kapcsán generált bevételt felhasználóktól származó bevételnek tekintette, utóbb azonban leszögezte,¹⁹ hogy a játékokból származó bevétel nem a felhasználóktól, hanem [Üzleti titok] származik.
20. A Viber alkalmazás magyar nyelven 2013 májusától érhető el. A Viber alkalmazásban 2016 óta jelennek meg hirdetések.²⁰ A Viber Media Adatvédelmi szabályzatának 2016 szeptemberétől hatályos változata tartalmazza a hirdetések megjelenésével összefüggő adatkezelési rendelkezéseket.²¹
21. A Viber Media nyilatkozatában hangsúlyozta, hogy üzleti modellje nem a hirdetéseken alapul, bevétele számos, különböző forrásból származik. Hozzátette, hogy a Viber alkalmazásban 2016 óta szerepelnek hirdetések, azonban ez azóta sem vált fő bevételi forrásává.²² A Viber Media nyilatkozatával ellentétben megállapítható, hogy míg 2016-ban a Viber bevételeinek nagy része ([Üzleti titok]%) a felhasználóktól származott, 2020-ra megfordult az arány és a vállalkozásoktól származó bevételek voltak a meghatározóak ([Üzleti titok]%), a hirdetési bevételek (vállalkozások hirdetési és szponzoráció) aránya pedig jelentősen növekedett (az összes bevétel [Üzleti titok]%-a volt 2016-ban, [Üzleti titok]%-a 2020-ban).²³

III.1.2. A Viber Media hirdetőkkal való kapcsolata

22. A Viber Media alapvetően két típusú hirdetővel működik együtt: a közvetlen partnerekkel és a programozott hirdetői partnerekkel.²⁴
23. A közvetlen partnerek jellemzően márkatulajdonosok, hirdetők vagy reklámügynökségek. A közvetlen partnerekkel való együttműködés nagy vonalakban a következőképpen működik:²⁵
24. Első lépésként vagy a közvetlen partnerek vagy a Viber Media értékesítési csapata veszi fel a kapcsolatot. Miután a Viber Media és a hirdető megkötik a megállapodást (közvetlenül vagy ügynökség révén), a hirdető elküldi a Viber Media számára a hirdetési anyagait és a Viber Media beállítja a kampányt. Miután sikeresen befejezték a tesztelést, a Viber Media elindítja a kampányt. A kampány időszakát, a fizetési feltételeket, a költségeket és minden kereskedelmi, technikai, pénzügyi, jogi és egyéb feltételt az egyes szerződések tartalmazzák, amelyek jellemzően a kampány végével meg is szűnnek.

¹⁸ Lásd: VJ/6-22/2020. számú irat 11. lábjegyzet, VJ/6-30/2020. számú irat 13. lábjegyzet

¹⁹ VJ/6-52/2020. számú adatszolgáltatás 1. kérdésre adott válasz

²⁰ VJ/6-10/2020.

²¹ <https://www.viber.com/app/uploads/Privacy-Policy-September-2016.pdf>

²² VJ/6-44/2020. számú adatszolgáltatás 41. bekezdés

²³ Lásd: VJ/6-22/2020. számú irat 2. kérdésre adott válasz és VJ/6-65/2020.

²⁴ VJ/6-10/2020.

²⁵ VJ/6-10/2020.

25. A kampányt jellemzően a hirdetővel szerződött reklámügynökség tervezi meg, amelynek során a Viber Media gyakran csak egyetlen médium a sok közül, egy párhuzamosan több platformon és több másik médiumon is folytatott szélesebb reklámkampányban. A kreatívokat általában a partner biztosítja, a Viber Media által megadott formátumban. Minden kampány részére bizonyos kampánycélokat tűznek ki, pl. bizonyos számú megjelenés, vagy bizonyos számú kattintás a hirdetésre.
26. [Üzleti titok]
27. A kampány alatt, rövidebbel azelőtt, hogy egy adott felhasználó Viber alkalmazása hirdetés jelenítene meg, az alkalmazás kapcsolatba lép a hirdetéskiszolgáló szerverrel. A szerver a másodperc törtrésze alatt ellenőrzi, hogy van-e folyamatban élő kampány, amelynek felhasználói szegmense tartalmazza a kérdéses felhasználót. Ha igen, a szerver leküldi a megfelelő hirdetést a felhasználó készülékén futó alkalmazásba, ami pedig megjeleníti azt.
28. [Üzleti titok]²⁶
29. [Üzleti titok]²⁷
30. [Üzleti titok]²⁸
31. A programozott hirdetői partnerek egy komplex, sokszereplős digitális hirdetési technológiai értékláncot alkotnak, amely a digitális hirdetések közléteit (mint például a Viber és más alkalmazások, weboldalak) és a hirdetőket, illetve ügynökségeiket köti össze. A Viber Media e körben hivatkozott az IAB (Interactive Advertising Bureau) Hungary által készített tájékoztató anyagra.²⁹
32. A közvetlen partnerektől eltérően a programozott hirdetői partnerek esetében a Viber Media-nak nincs közvetlen ráhatása arra, hogy melyik hirdető jelenít meg hirdetést egy adott pillanatban a felhasználó képernyőjén. Ehelyett, mielőtt a Viber alkalmazás megjelenítene egy hirdetést, a hirdetéskiszolgáló szervernek küld egy kérést, és ez a szerver határozza meg, hogy milyen hirdetés jelenik meg, az alábbi folyamat eredményeként.³⁰
33. Amennyiben a felhasználó adatvédelmi beállításai ezt lehetővé teszik, a Viber Media a hirdetéskiszolgáló felé küldött kéréssel együtt továbbítja (i) mobil alkalmazás esetében a felhasználó mobil eszközének hirdetési azonosítóját, (ii) asztali alkalmazás esetében pedig a felhasználó megfelelő programozott hirdetői partnerhez tartozó cookie azonosítóját (feltéve, hogy a felhasználó tárol a releváns programozott hirdetői partnertől származót).
34. A Viber Media nem hoz létre vagy ad tovább bármilyen felhasználói szegmenst a programozott hirdetői partnereknek, továbbá nem ad át semmilyen olyan személyes információt a programozott hirdetői partner részére, amely profilalkotásra lenne felhasználható.
35. Mindazonáltal a programozott hirdetői ökoszisztémában egyes szereplők foglalkoznak profilalkotással olyan adatok alapján, amelyeket az internetről cookie-k segítségével, vagy olyan alkalmazások által közölt hirdetési azonosítók segítségével gyűjtöttek, amelyek lehetővé teszik a profilalkotást:

²⁶ VJ/6-25/2020., VJ/6-30/2020.

²⁷ VJ/6-25/2020., VJ/6-30/2020., VJ/6-54/2020.

²⁸ VJ/6-30/2020.

²⁹ VJ/6-10/2020., <https://iabhu.files.wordpress.com/2017/02/programmatic-kisokos-v06.pdf>. Az Interactive Advertising Bureau egy iparági szervezet, amely az online hirdetési ágazat számára szabványokat dolgoz ki, kutatásokat végez és támogatást nyújt.

³⁰ VJ/6-10/2020.

- Amikor a Viber Media megosztja a mobil hirdetési vagy cookie azonosítót egy programozott hirdetői partnerrel, és a partner megtalálja ezt az azonosítót a saját adatbázisában, akkor gyakran egy profilt is tud kapcsolni hozzá.
 - Amikor viszont a Viber Media nem osztja meg a mobil hirdetési vagy cookie azonosítót a programozott hirdetői partnerrel, akkor a partner ez alapján nem tud profilt kapcsolni az adott hirdetés megjelenéshez, és ilyen módon nem tud személyre szabott hirdetéseket megjeleníteni.
36. A hirdetési szerverek elindítanak egy automatikus valós idejű aukciót, amelynek során a különböző hirdetők valós idejű ajánlatot tehetnek azért, hogy megjelentethessék hirdetésüket az alkalmazásban. Amennyiben a felhasználó mobil eszköze vagy számítógépe alapján rendelkezésre állnak a megfelelő cookie-k vagy hirdetési azonosítók, akkor ezek is felhasználhatók az online aukció során. Például, az aukció során a programozott hirdetői platform rendszere jelezni tudja, hogy az adott hirdetés milyen profillal rendelkező, milyen jellegű célközönségbe tartozó felhasználó eszközén kerül majd megjelenítésre. Ilyen esetben, ha egy hirdető kifejezetten egy adott célközönség számára akarja megjeleníteni a hirdetéseit, akkor látja, hogy a Vibertől érkező kérés olyan felhasználótól jön-e, akinek a profilja beleesik ebbe a célközönségbe, és részt tud venni az aukción.
37. Az aukció lezárultával a hirdetési szerver felveszi a kapcsolatot a legjobb ajánlatot benyújtó ügynökség szerverével, letölti a hirdetést, leküldi a felhasználó készülékére, végül pedig a Viber alkalmazás megjeleníti azt a felhasználó képernyőjén.
38. A fent ismertetett folyamat egy másodperc törtrésze alatt lezajlik, kezdve onnan, hogy a Viber hirdetési kérést küld, egészen addig, amíg maga a hirdetés megjelenik.³¹
39. A közvetlen és a programozott hirdetői partnerek között a legtöbb esetben az dönti el, hogy melyik partner hirdetése jelenik meg, hogy ki kínálta a legmagasabb árat az online aukció során. Amennyiben a programozott hirdetői hirdetések megjelenéséért többet ajánlottak, akkor azok a hirdetések jelennek meg, nem pedig a közvetlen módon értékesített hirdetések. Ez alól kivétel, ha egy közvetlen kampány garanciális alapon kerül értékesítésre, azaz a Viber Media bizonyos meghatározott forgalmat vállal. Ilyenkor a Viber Media a közvetlenül értékesített kampányt a programozott hirdetői kampány elé helyezi, annak érdekében, hogy teljesíteni tudja vállalását.³²
40. A programozott hirdetői partnerek által futtatott kampányokban a Viber Media általában jelentéktelen szerepet kap, mivel csak egy a sok médium közül, amelyet hirdetések közzétételére használnak. Ezért ebben az esetben a hirdetési partnerek, és nem a Viber Media méri a hirdetésekkel kapcsolatos interakciókat (azaz kattintásokat).³³

III.2. Az érintett piac: internetes kommunikációs szolgáltatások piaca

III.2.1. Kínálati oldal

41. Az OTT üzenetküldő-szolgáltatások versenynyomást támaszthatnak a hagyományos telefonszolgáltatók sms- és hangszolgáltatásainak.³⁴A fogyasztók szempontjából az alkalmazás lényegi jellemzője, hogy a felhasználó választhat a különböző kommunikációs formák (üzenet, videó hívás, stb.) közül. A Viber Media nyilatkozata szerint számos versenytárs vállalkozás nyújt ilyen szolgáltatást. Többek között ilyen üzenetküldő

³¹ VJ/6-10/2020.

³² VJ/6-10/2020.

³³ VJ/6-30/2020.

³⁴ VJ/6-57/2020. számú irat 3. sz. melléklet 9. oldal

alkalmazásnak tekinthető például a Facebook Messenger, WhatsApp, iMessage, Skype, Snapchat, WeChat, stb.³⁵

42. A piac kínálati oldalára jellemző, hogy a piaci szereplők szolgáltatásaikat folyamatosan fejlesztik annak érdekében, hogy minél nagyobb felhasználói bázissal rendelkezzenek. A kommunikáció biztonsága, illetve bizonyos titkosítási módszerek a fogyasztók számára fontos, ennél fogva egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek rá a piaci szereplők. A Viber mellett például a Signal Private Messenger, Facebook Messenger, Skype, Gliph, Wickr és Telegram is végpontok közötti titkosítást alkalmaznak.³⁶

III.2.2. Keresleti oldal

43. Az NMHH *Távközlési szolgáltatások használata a lakossági felhasználók körében* című piackutatása szerint 2018-ban a megkérdezettek 95%-a rendelkezett mobiltelefonnal, ebből 67%-uk okostelefonnal. A 14 éves és idősebb lakosság 62%-a használ okostelefonon internetet.³⁷
44. Az NMHH *Az elektronikus hírközlési piac fogyasztóinak vizsgálata* című, 2019-es felmérése szerint a Facebook Messenger után a Viber a legtöbbet használt csevegőprogram a magyar fogyasztók körében, melyet a megkérdezettek 46%-a használt.³⁸ Az NMHH felmérése szerint a multi-kommunikatív csoportba³⁹ tartozó felhasználók 73%-a használt Vibert. A Neo Interactive reklámügynökség *Viber használói országos reprezentatív kutatás és körkép c. 2017-es kutatása* a Vibert használók számát az NMHH-nál jelentősen nagyobbra becsülte, szerintük a magyar mobil tulajdonosok 76%-a használ Vibert.⁴⁰
45. Az NMHH felmérése szerint, míg a Skype és a Hangouts szolgáltatásokat inkább az idősebb korosztály, a Vibert jellemzően középkorúak használják.⁴¹ A Neo Interactive reklámügynökség ezzel egybeesően megállapította, hogy a Vibert jellemzően (44%) a 35 és 54 év közötti felnőttek használják.⁴²
46. A Neo Interactive reklámügynökség kutatása szerint a Viberezők 37%-a naponta használja az alkalmazást. A magyar fogyasztók 77%-a privát csevegésre és szöveges üzenetküldésre, 41% telefonálásra használja. Felhasználóként átlagosan 4-5 nyilvános fiókot követnek a felhasználók, átlagosan kb. 30 millió üzenetet küldenek összesen, és kb. 3,8 millió percet beszélgetnek összesen. Naponta jellemzően több mint negyed millió fogyasztó küld matricát.⁴³ Az NMHH felmérése szerint a Vibert leggyakrabban írásos üzenetváltásra használják, kisebb arányban hangos beszélgetésre, és még alacsonyabb arányban videotelefonálásra.⁴⁴
47. A kommunikációs szolgáltatók telefonszolgáltatókra gyakorolt versenynyomását támasztja alá az, hogy az NMHH 2018. évi piackutatása szerint 2018-ban a „Small screen” használók körében a megkérdezettek csupán 15%-a küldött ugyanannyi sms-t, amióta

³⁵ VJ/6-5/2020. számú adatszolgáltatás 3. kérdésre adott válasz

³⁶ VJ/6-5/2020. számú adatszolgáltatás 3. kérdésre adott válasz

³⁷ VJ/6-57/2020. számú irat 2. sz. melléklet 5. és 11. oldal

³⁸ VJ/6-57/2020. számú irat 3. melléklet 11. oldal

³⁹ Azon fogyasztók, akik több csevegő programot is használnak egyszerre. A fogyasztók között alapszintű netező, alig közepes nethasználó, közösségioldal-kerülő, sokoldalú rutinos felhasználó, multi-kommunikatív és neten lógó fiatal kategóriák mentén osztotta meg a felhasználókat, a felhasználók interneten jellemzően eltöltött ideje és szokásai alapján.

⁴⁰ VJ/6-57/2020. számú irat 4. melléklet 24. oldal

⁴¹ VJ/6-57/2020. számú irat 3. melléklet 11. oldal

⁴² VJ/6-57/2020. számú irat 4. melléklet 8. oldal

⁴³ VJ/6-57/2020. számú irat 4. melléklet 10. és 24. oldal

⁴⁴ VJ/6-57/2020. számú irat 3. melléklet 11. oldal

- csevegőprogramot használ, és a megkérdezettek 83%-a kevesebb sms-t küld. A megkérdezettek 32%-a telefonál ugyanannyit, a 67% kevesebbet telefonál a csevegőprogram használata miatt. A „Large screen” használók 69%-a tartja a csevegőprogramokat a vezetékes, illetve mobiltelefon szolgáltatón keresztül történő telefonhívás és üzenetküldés helyettesítő megoldásának.⁴⁵
48. A Viber alkalmazást 2014 márciusa és 2020 februárja között átlagosan hozzávetőleg [Üzleti titok] töltötték le havonta, a letöltések száma [Üzleti titok]. Míg a Vibert 2014 áprilisában kevesebb, mint [Üzleti titok] aktív felhasználó használta havi szinten, 2019 decemberére ez a szám meghaladta a [Üzleti titok].⁴⁶
49. A Viber alkalmazást használó fogyasztók több mint 89%-a 2018 óta magyar nyelven használja a Vibert mobil eszközön, és több mint 82%-a magyar nyelven használja nem mobil eszközön.⁴⁷
50. Az Eurostat adatai szerint 2016-ban a megkérdezett magyarok 57,6%-a nem beszélt semmilyen idegen nyelven. A megkérdezettek csupán alig több mint egynegyede beszélt legalább egy idegen nyelvet, azonban 46,2%-uk csak alap szinten beszélt idegen nyelvet. Az Európai Bizottság Oktatásügyi, Ifjúsáspolitikai, Sportügyi és Kulturális Főigazgatóságának megrendeléséből készült 2018-as felmérés szerint a megkérdezett magyarok 29%-a csak az anyanyelvén, 43%-a egy további idegen nyelven tud írni és olvasni.⁴⁸
51. Az Európai Bizottság 2019. márciusában kiadott, az Általános Adatvédelmi Rendelettel összefüggő felmérése (a továbbiakban: Eurobarometer) szerint a magyar fogyasztók 44%-a úgy érzi, hogy részleges irányítással rendelkezik az online megadott adatok felett (pl. adatok javítása, módosítása, törlése). A magyar fogyasztók 55%-a aggódik amiatt, hogy az online megadott adatai felett nem rendelkezik teljes mértékben. A magyar fogyasztók 58%-a még sosem próbálta módosítani személyes profiljának adatvédelmi beállításait az alapértelmezett beállításoktól eltérően. Ez leginkább arra vezethető vissza, hogy megbíznak az oldalakban, hogy megfelelőek az adatvédelmi beállítások (32%), nem aggódnak személyes adataik megosztása miatt (26%) és nem tudják, hogyan kell ezt megtenni (19%).⁴⁹
52. A Viber Media adatszolgáltatása szerint 2018. január és 2020 márciusa között jelentős szórást mutatott, de az időszak nagy részében alacsony ([Üzleti titok]) volt azon fogyasztók aránya, akik rákattintottak a Feltételek és irányelvekre.⁵⁰
53. Az Eurobarometer adatai szerint a magyarországi megkérdezettek jellemzően azért nem olvassák el az adatvédelmi nyilatkozatokat, mert azokat túl hosszúnak találják (56%), nem elég egyértelműek vagy nehezen érthetőek számukra (26%), és elegendőnek találják, hogy van adatvédelmi nyilatkozata a honlapnak (21%).⁵¹

⁴⁵ VJ/6-57/2020. számú irat 2. melléklet 8-9. oldal

⁴⁶ VJ/6-5/2020. számú adatszolgáltatás 3. melléklet 1-2. munkalap

⁴⁷ VJ/6-18/2020. számú irat 3. kérdésre adott válasz

⁴⁸ VJ/6-57/2020. számú irat 6. melléklet

⁴⁹ VJ/6-57/2020. számú irat 5. melléklet 3-4. oldal

⁵⁰ VJ/6-5/2020. számú irat 18. kérdésre adott válasz és 3. melléklet

⁵¹ VJ/6-57/2020. számú irat 5. melléklet 3-4. oldal

IV.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

54. Az alábbiakban az eljáró versenytanács a Vibern Media-nak a vizsgált magatartások – a szolgáltatás ingyenességére vonatkozó üzenetek, annak biztonságosságára vonatkozó tájékoztatás, az igénybevételi feltételek magyar nyelvű elérhetősége és az adatkezeléssel összefüggő tájékoztatási gyakorlat – szempontjából releváns kereskedelmi kommunikációját kívánja ismertetni. A Viber Media a szolgáltatásának jellemzőiről kommunikált sajtóközleményekkel, blogbejegyzésekkel, az alkalmazás-áruházakban, és magában a Viber alkalmazáson belül a nyitó és a használat közben elérhető tájékoztatások, valamint alkalmazáson belüli üzenetek formájában.

IV.1. A Viber szolgáltatás ingyenességére vonatkozó üzenetek

55. Az ingyenességre vonatkozó üzenetek megjelentek az alkalmazás-áruházakban megjelenő kommunikációban, a Viber Media által alkalmazott nyitó üzenetekben és egyes blogbejegyzésekben.
56. A Viber okostelefonra történő letöltését megelőzően az alkalmazás-áruházakban elérhető a fogyasztók számára az alkalmazással kapcsolatban tájékoztatás, mely a vizsgált időszak alatt többször, kisebb változtatásokon esett át.⁵²
57. 2013. májustól legalább 2020. márciusáig a Google Play Store-ban szereplő leírás domináns elemeként szerepelt az alkalmazás ingyenességére való utalás, például: „*ingyenesen hívást indíthat, szöveges üzenetet, fotókat és videoüzeneteket küldhet*”, „*telefonálj ingyen*”, „*ingyenes telefon- és videohívásokat indíthatsz*”, „*A Viber teljesen ingyenes*”.
58. Az AppStore alkalmazás-áruházban 2013. novemberétől legalább 2019. szeptember 30-ig a leírás domináns eleme a Google Play Store-ban szereplő leíráshoz hasonlóan az ingyenességre való utalás volt, például: „*Telefonálj ingyen*”, „*A Viber teljesen ingyenes*”, „*Ingyenes üzenetek, Ingyenes hívások, Ingyenes szöveges üzenet*”, „*Ingyenes hang- és videohívások*”. „*Telepítsd a Vibert ingyenesen most, és lépj kapcsolatba másokkal!*”
59. 2019. szeptember 30-tól kezdődően az AppStore-ban szereplő leírás legvégén elérhető volt az adatkezelési tájékoztatóra mutató link. Ilyen link a Google Play áruházban szereplő leírások egyiknél sem volt elérhető.
60. A Viber Media előadta, hogy az alkalmazás magyar nyelvű elérhetősége óta (2013)⁵³ alkalmaz üdvözlő üzenetként ingyenességre vonatkozó állítást, mely azonban 2015-ben, 2017-ben – és csak Android esetén 2020 decemberében – módosult. A nyitóüzenet lényege az egész időszak alatt változatlanul a többi Viber-felhasználó felé történő ingyenes üzenetváltás és telefonálás volt.

⁵² Az alkalmazás-áruházakban szereplő, különböző időállapotokban elérhető leírásokat lásd a VJ/6-44/2020. számú irat 12-13. mellékletében, illetve a leírások egyes, releváns részeit lásd a vizsgálati jelentés 50. pontjában.

⁵³ 2013-2015. között csak mobil verzió volt elérhető az üdvözlő szöveg. A különböző időpontokban látható üdvözlő üzeneteket lásd a vizsgálati jelentés 40. bekezdésében, illetve a VJ/6-56/2020. számú irat 1. mellékleténél, és VJ/6-5/2020. számú irat 4. mellékleténél

61. A Viber Media a weboldala nyitóoldalán 2015 márciusától⁵⁴ kezdődően több tájékoztatást alkalmazott.⁵⁵ A kommunikáció központi üzenete kezdetben (2015. márciustól 2017. szeptemberig) az ingyenes hívás, szöveges üzenet, illetve képmegosztás volt.⁵⁶ 2017. szeptembertől ez az üzenet az ingyenesség állítása mellett a biztonságosság állításával egészült ki.⁵⁷ 2018 áprilisától kezdődően a biztonságosság keretében a Viber Media hangsúlyozta a személyes adatok védelmét.⁵⁸ A Viber Media 2015. márciustól 2018. szeptemberig az asztali verzió letöltése során is (www.viber.com/products/windows/) ingyenes üzenetküldésre és hívásokra vonatkozó állításokat alkalmazott.⁵⁹
62. A blogbejegyzések közül a Viber Media a 2019. november 28-i blogbejegyzésének⁶⁰ címében az adatvédelmi szabályzat változására hívja fel a figyelmet és a Hirdetések személyre szabása címszó alatt rögzíti a Viber Media, hogy a hirdetések fontosak ahhoz, hogy a szolgáltatás ingyenes maradjon a fogyasztó számára.

IV.2. A Viber szolgáltatás biztonságosságára vonatkozó tájékoztatások

63. A szolgáltatás biztonságára vonatkozóan sajtóközleményekben, blogbejegyzésekben, az alkalmazás-áruházakban elérhető tájékoztatásban, a szolgáltatás nyitóoldalán és egyes aloldalain jelentek meg üzenetek.
64. A Viber Media számos sajtóközleményt jelentetett meg, melyekben jellemzően minden Viberen folytatott kommunikációra vonatkozóan, végpontok közötti titkosítást állított 2016 áprilisától kezdődően.⁶¹ A Viber Media nyilatkozata szerint [Üzleti titok]. A sajtóközleményeit egyes médiumoknak, például PC World, Origo, Index, HVG hírportál, stb. juttatta el e-mailen keresztül,⁶² számos médium azonban egyébként is gyakran tesz közzé cikkeket a Viber Media által bevezetett újdonságokról, egyes médiumok saját Viber matricákkal is rendelkeznek.⁶³
65. A Viber Media 2016. április 19-i sajtóközleménye szerint:
„Számos újdonsággal, köztük teljes end-to-end titkosítással, rejtett csevegéssel és távoli törlési funkcióval érkezik a Viber üzenetküldő alkalmazás új, 6.0-ás verziója (...) A minden korábbinál erősebb biztonsági elemek minden hang- és videóhívás, üzenetírás, videó- vagy fotóküldés, illetve személyes és csoportos üzenetváltás során is elérhetők lesznek. (...) automatikus titkosítást jelent majd minden, a Viberen keresztül folytatott kommunikációban”

⁵⁴ Habár a VJ/6-5/2020. számú irat 4. mellékletében 2015. januárként jelölt egyes honlapmentéseket, az eljárás alá vont a VJ/6-10/2020. számú irat 2. kérdésre adott válaszában jelezte, hogy a magyar nyelvű weboldal 2015. március 6-án indult.

⁵⁵ Az egyes időpontokban olvasható kommunikációt lásd a vizsgálati jelentés 41. bekezdésében, illetve a VJ/6-5/2020. számú irat 4. mellékleténél

⁵⁶ „(...) Ingyenes hívások, szöveges üzenetek és képek megosztása bárkivel, bárhol! (...)”

⁵⁷ „(...) Hívások indítása, üzenetek küldése és számos más funkció – ingyen és biztonságosan. (...)”

⁵⁸ „Ingyenes és biztonságos hívások és üzenetek bárkinek bárhova (...) Küldetésünknek tekintjük a személyes adatainak védelmét, hogy ne kelljen kétszer meggondolnia, mit oszthat meg a Viber használatakor.”

⁵⁹ „A Viber for Windows alkalmazással ingyenes üzeneteket küldhet a Viber felhasználóinak és ingyenes hívásokat kezdeményezhet velük bármilyen eszközön és hálózatba, minden országba!”

⁶⁰ VJ/6-44/2020. számú irat 6. melléklet

⁶¹ A Viber által alkalmazott egyes sajtóközlemények a VJ/6-5/2020. számú irat 5. mellékletében, illetve a sajtóközlemények egyes, releváns részei a vizsgálati jelentés 48. pontjában olvashatók

⁶² VJ/6-5/2020. számú irat 13. kérdésre adott válasz és VJ/6-25/2020. számú irat 4. kérdésre adott válasz

⁶³ E körben lásd például a 24.hu Viberrel kapcsolatos cikkét: <https://24.hu/tag/viber/>.

66. A 2016. áprilisi sajtóközleményben állított, minden Viberen folytatott kommunikációra kiterjedő végpontok közötti titkosítás üzenetét a 2017. márciusi és júniusi sajtóközlemény is megerősítette:
„Az üzenetküldő alkalmazás még tavaly tavasszal mutatta be a végpontok közötti (end-to-end) titkosítást, ami minden Viber üzenet és hívás alapértelmezett beállítása.”
„A Viberen keresztül zajló összes kommunikáció védett rendszerben, titkosítva zajlik, vagyis senki – még maga a Viber sem – férhet hozzá a hívások során, illetve az üzenetekben továbbított tartalomhoz. Mindez azt is jelenti, hogy más üzenetküldő alkalmazásoktól eltérően a Viber nem veszi célba felhasználóit az általuk folytatott beszélgetések, megosztott információk vagy márkák alapján.”
67. A 2018 áprilisában megjelenő sajtókommunikáció szerint a Viber Media egyedülként *„100%-os védelmet”* nyújt felhasználóinak adatvédelmi intézkedéseivel. A 2018. decemberi sajtókommunikáció a végpontok közötti titkosítás alapértelmezett jellegét emelte ki. A 2019. februári sajtókommunikáció a végpontok közötti titkosítás mellett az adatok teljeskörű védelmét hangsúlyozta:
„Ahogy a felhasználók azt a Vibertől már megszokhatták, egyéni vagy csoportos beszélgetéseiket és hívásaikat a platform végponttól végpontig tartó titkosítással védi. (...) Az új Viber 10 segít abban, hogy könnyedén és természetesen ismerhessünk meg új embereket, miközben adataink teljeskörű védelmet élveznek.”
68. Az angol nyelvű blogbejegyzések kapcsán a Viber Media előadta, hogy rendszeresen frissíti a honlapján elérhető blogját adatvédelmi vonatkozású cikkekkel.⁶⁴ A Viber Media 2016. áprilisa és 2021. januárja között megjelent, összesen 6 darab blogbejegyzést csatolt, melyből 4 a végpontok közötti titkosítást hangsúlyozta, 2 pedig egyes szabályzatainak módosulásával állt kapcsolatban.⁶⁵ A Viber Media blogbejegyzéseit rendszerint megosztja közösségi média felületein, különösen a Facebookon és Twitteren.⁶⁶
69. A Viber Media 2016. április 19-én megjelent blogbejegyzésének⁶⁷ központi eleme a végpontok közötti titkosítás. A blogbejegyzés szerint a felhasználók biztonságosan kommunikálhatnak minden eszközzel a végpontok közötti titkosítás folytán, legyen az egyéni vagy csoportos üzenet, valamint hívás asztali, mobil vagy tablet eszközön.⁶⁸ A blogbejegyzés a rejtett beszélgetések funkcióra is felhívja a figyelmet.
70. A 2018. január 28-i blogbejegyzésében⁶⁹ a Viber Media leszögezi, hogy a globális népesség 50%-a rendelkezik internet hozzáféréssel, így az adatvédelem és biztonság iránti igény is megnőtt az üzenetküldés és közösségi médiában történő kommunikálás körében. A blogbejegyzés egyik fejezetcímében felhívja a felhasználó figyelmét arra, hogy a végpontok

⁶⁴ VJ/6-38/2020. számú irat 2. kérdésre adott válasz.

⁶⁵ A Viber által csatolt blogbejegyzések teljes szövege a VJ/6-44/2020. számú irat 5-10. mellékleténél érhetőek el, a blogbejegyzések egyes részei a vizsgálati jelentés 6. mellékletében is olvashatóak.

⁶⁶ VJ/6-44/2020. számú irat 1. kérdésre adott válasz

⁶⁷ VJ/6-44/2020. számú irat 7. melléklet

⁶⁸ A Viber által becsatolt blogbejegyzés 1. oldalának alját és 2. oldalának tetejét látszólag eltakarja a pdf fejlécében szereplő szöveg, azonban a blogbejegyzés szövegének kimásolása esetén elolvasható a felirat által kitakart bejegyzésrészlet is, amely a következő: *„End-to-end encryption. Today we're excited to announce that our users will be able to securely communicate across all of their devices through end-to-end encryption. We have been working on this for a long time and are proud that our users can confidently use Viber without fear of their messages being intercepted – whether it is in a one-to-one or group message, on a call, on desktop, mobile or tablet.”*

⁶⁹ VJ/6-44/2020. számú irat 8. melléklet

közötti titkosítás alapértelmezett funkció. A fejezetcím alatt rögzíti, hogy ezt a funkciót nem kell külön bekapcsolni, hanem alapértelmezetten, minden esetben („by default, all of the time”) működik a végpontok közötti titkosítás. „Biztonság, amelyben megbízhatasz” cím alatt rögzíti a Viber Media, hogy nincs hozzáférése az üzenetekhez és a hívásokhoz, így a Viber nem célozhatja a felhasználót olyan hirdetésekkel, mely a beszélgetés tartalmához kapcsolódik. A Viber Media hangsúlyozta továbbá, hogy nem oszthatja meg és nem adhatja el az információkat harmadik feleknek, a Rakutennek sem.⁷⁰ A blogbejegyzés további részei a végpontok közötti titkosítás működéséről, a titkos és rejtett beszélgetésekről, a megbízható partnerekről és az online státusz elrejtéséről tartalmaz információkat.

71. A Viber Media 2018. május 13-i blogbejegyzésében⁷¹ az adatvédelem iránti elhivatottságát hangsúlyozta. A blogbejegyzésében leszögezi, hogy számos alkalommal hangsúlyozta már a Viber Media azon elkötelezettségét, hogy 100%-os adatvédelmet nyújtson felhasználóinak. Kiemelte a végpontok közötti titkosítást, amely alapértelmezetten minden beszélgetésnél és hívásnál fennáll („end-to-end encryption, set by default on all chats and calls”). Hangsúlyozta, hogy nincs hozzáférése a privát beszélgetésekhez, és nem használja fel ezek tartalmát a profit generálása érdekében. A blogbejegyzés későbbi részeiben a GDPR⁷²-ral kapcsolatban tartalmaz figyelemfelhívást, felhívja a figyelmet, hogy a 13-16 év közötti kiskorúak adatvédelme érdekében életkor megerősítést fog kérni, és rögzíti a menüpont elérhetőségét, ahol a személyes adatokkal kapcsolatos eszközöket a fogyasztó áttekintheti. A blogbejegyzés végén „Milyen különleges jogokat garantál neked csak a Viber?” cím alatt többek között megismétli, hogy a Viber nem használja fel a magánbeszélgetések tartalmát a profit érdekében és ezekhez nincs hozzáférése a végpontok közötti titkosításnak köszönhetően, mely minden beszélgetésen és híváson alapértelmezett.
72. Egy nappal később, a Viber Media 2018. május 14-i blogbejegyzésében⁷³ a feltételek és irányelvekre vonatkozó szabályozás változására hívja fel a fogyasztó figyelmét, egyúttal hangsúlyozza elköteleződését az adatvédelem és az adatok biztonsága mellett. A blogbejegyzés tartalmaz linket, amely az egyes szabályzatok elérhetőségéhez mutat. Felhívja továbbá a figyelmet a közösségekre, illetve arra, hogy a fogyasztó többet tudhat meg a közösségekkel kapcsolatos adatvédelméről a Felhasználási feltételekben valamint a Viber Bottal, a Közösséggel és a VAP-pal kapcsolatos szabályok és feltételek nevű dokumentumokban. A felhasználói választások („User choices”) cím alatt a Viber Media utal arra, hogy a GDPR kapcsán megváltozott az Adatvédelmi szabályzat, nem konkretizálja azonban, hogy a szabályzat mely részei módosultak. Adatfeldolgozás címszó alatt a Viber Media rögzítette, hogy az adatvédelmi elköteleződése részeként biztosítja, hogy az információ, amiket megoszt a felhasználói élmény növelésére szolgáló eszközök kapcsán az adatvédelem magas szintjéhez járul hozzá, melynek részleteit az adatvédelmi szabályzat tartalmazza. A blogbejegyzés a süti és nyomkövető szabályzat változására is felhívja a figyelmet, azonban nem tartalmaz információt arról, hogy konkrétan mely részei változtak.

⁷⁰ A blogbejegyzés 1. oldal alján és 2. oldalán a fej- és lábléc által kitakart szöveg a következőt tartalmazza: „Since Viber doesn't have access to your messages and calls, Viber can't target you later or bombard you with ads related to your conversation. What's more, we simply can't share or sell your information to any third-party including our parent company, Rakuten.”

⁷¹ VJ/6-44/2020. számú irat 9. melléklet

⁷² Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2016/679 rendelete (2016. április 27.) a természetes személyeknek a személyes adatok kezelése tekintetében történő védelméről és az ilyen adatok szabad áramlásáról, valamint a 95/46/EK rendelet hatályon kívül helyezéséről (általános adatvédelmi rendelet, GDPR)

⁷³ VJ/6-44/2020. számú irat 5. melléklet

73. A Viber Media a 2021. január 27-i blogbejegyzésében⁷⁴ leszögezi, hogy önmagát a biztonság tekintetében piacvezetőnek tekinti,⁷⁵ melynek körében első helyen a végpontok közötti titkosítást hangsúlyozza. A blogbejegyzés szerint a végpontok közötti titkosítás azt jelenti, hogy alapértelmezetten a két személy közötti („1-on-1”), a csoportos („group chats”) és a magán hívások („private Viber calls”) csak a felhasználó által olvashatók vagy hallhatók. Az üzenetek tartalmához a beszélgetőpartneren kívül senki, még a Viber munkatársa vagy gépek sem férhetnek hozzá. Más alkalmazásoktól eltérően a végpontok közötti titkosítás funkciót nem kell bekapcsolni, az automatikus, és ez soha nem változik.⁷⁶ A blogbejegyzés utal arra, hogy a felhasználónak lehetősége van döntéseket hozni az adatai védelmével kapcsolatban, egyúttal rögzíti a releváns menüpont (adatvédelem menüpont) elérési útvonalát. A blogbejegyzés további részében különböző funkciókról számolnak be, mint például a felhasználó kiválaszthatja, hogy ki adhatja őt hozzá csoportos beszélgetéshez stb.
74. Az alkalmazás-áruházakban elérhető tájékoztatásban 2016 májusától legalább 2020 márciusáig az ingyenesség mellett megjelent a végpontok közötti titkosításra utalás (a Google Play Store-ban szereplő leírásokban): „Üzenetek, hang- és videohívások végpontok közötti titkosítása”, „Végpontok közötti titkosítás minden üzenetnél, hang- és videohívásnál”, „Viber Messenger automatikusan titkosítja a szöveges üzeneteket, a video- és hanghívásokat, a fényképeket, a videókat és a csoportos csevegéseket”.
75. 2019. szeptember 30-tól kezdődően a végpontok közötti titkosításra utalás is megjelent az AppStore leírásában: „A végponttól-végpontig tartó titkosításnak köszönhetően a Viberen küldött információk mindig közted és partnered között maradnak. Az általad küldött üzenetek titkosított kódként jutnak el készülékedről, és azokat egy titkosítási kulcs segítségével csak a fogadó fél készülékén lehet szöveggé alakítani. A titkosítási kulcsok kizárólag a felhasználók készülékein találhatóak meg, ezért senki nem tudja elolvasni az üzeneteket – még a Viber sem.”
76. A Viber nyitó oldalán 2017. szeptembertől az üzenet az ingyenesség állítása mellett a biztonságosság állításával egészült ki.⁷⁷ 2018 áprilisától kezdődően a biztonságosság keretében a Viber Media hangsúlyozta a személyes adatok védelmét.⁷⁸ A 2020 decemberétől Androidon megjelenő nyitóüzenet annyiból eltért a többi üdvözlő üzenettől, hogy az ingyenesség mellett a végpontok közötti titkosításra utalt, és nem pedig arra, hogy az ingyenes üzenetváltás és telefonálás a Viber-felhasználók esetén áll fenn.⁷⁹
77. A Viber egyes aloldalain is jelentek meg üzenetek a szolgáltatás biztonságosságával kapcsolatosan.
78. A <https://www.viber.com/hu/features/> weboldalon 2018. december 14-től⁸⁰ kezdődően szereplő kommunikáció⁸¹ a Viber biztonságosságát, és e körben nyomatékosan a végpontok közötti titkosítást hangsúlyozta, többek között az alábbi fordulatokkal:
 „Folyamatos védelem alatt

⁷⁴ VJ/6-44/2020. számú irat 10. melléklet

⁷⁵ „Here we’ve gathered all the ways Viber protects your privacy, what makes it a security market leader”

⁷⁶ Az 1. oldal alján és 2. oldal tetején fejléc, illetve lábléc által kitakart eredeti szöveg a következő: „Unlike on other apps, you don’t have to actively enable end-to-end encryption on Viber, it is automatic, which will never change.”

⁷⁷ „(...) Hívások indítása, üzenetek küldése és számos más funkció – ingyen és biztonságosan. (...)”

⁷⁸ „Ingyenes és biztonságos hívások és üzenetek bárkinek bárhova (...) Küldetésünknek tekintjük a személyes adatainak védelmét, hogy ne kelljen kétszer meggondolnia, mit oszthat meg a Viber használatakor.”

⁷⁹ VJ/6-25/2020. számú irat 1. kérdésre adott válasz, VJ/6-54/2020. számú irat 2. kérdésre adott válasz

⁸⁰ VJ/6-25/2020. számú irat 2. kérdésre adott válasz

⁸¹ Bővebben lásd VJ/6-5/2020. számú irat 4. mellékletét

Az üzenetek az Ön készülékéről a címzett készülékére történő internetes továbbítás során végig titkosítva vannak.

Végpontok közötti titkosítás

A titkosítási kulcsok kizárólag a felhasználók készülékein találhatóak meg. Ezért senki nem tudja elolvasni az üzeneteket – még a Viber sem.”

79. Már a Viber asztali számítógépre történő letöltésének oldalán látható egy link, amely „Biztonság” elnevezésű oldalra vezet.⁸² A <https://www.viber.com/hu/security/> oldalon alkalmazott kommunikációjában 2018. május 27-től⁸³ kezdődően a Viber Media a biztonságot, ennek keretében kifejezetten a mindenre kiterjedő végpontok közötti titkosítást hangsúlyozta:⁸⁴

„(...) A Viberen standard a végpontok közötti titkosítás – nem egy speciális funkció vagy opció, amit be kell kapcsolni az alkalmazás beállításainál. Alapértelmezés szerint csak Ön és beszélgetőpartnerei láthatják az üzeneteket és hallhatják a hívást – még a Vibernek sincs erre lehetősége. Az Ön által küldött üzenetek speciális kód formájában jutnak el az Ön készülékéről a partnerére, amit csak ott lehet normál szöveggé alakítani.

Biztonság, amiben megbízhat

Ha a csevegéseket végpontok közötti titkosítás védi, senki sem férhet hozzá azokhoz. Ami talán még fontosabb, a Viber sem férhet hozzájuk (...) Nem csak a kommunikációt védi alapesetben végpontok közötti titkosítás, de a továbbítás után az Ön által megosztott tartalmak sem lesznek tárolva a Viber kiszolgálóin. (...) A titkosítási kulcsok kizárólag a felhasználók készülékein találhatóak meg. Ezért senki nem tudja elolvasni az üzeneteket – még a Viber sem”

IV.3. A Viber alkalmazás igénybevételi feltételeinek magyar nyelvű elérhetősége

80. A Viber alkalmazás okostelefonon használható verziója 2013. május 7. óta, asztali verziója 2015. február 2. óta érhető el magyar nyelven.⁸⁵ A Viber alkalmazás letöltését követően az applikáció megnyitáskor a felhasználónak „Folytatás” vagy „Indítás most” gombra kattintással el kell fogadnia a Feltételeket és irányelveket, amely egy linkre kattintással elérhető.⁸⁶
81. A Viber Media elismerte,⁸⁷ hogy a Feltételek és irányelveknek – vagyis a Viber által alkalmazott egyes szabályzatoknak – nem volt elérhető a fogyasztók számára a teljes magyar fordítása egészen 2020. július 6-ig.⁸⁸ Habár a Feltételek és irányelvek egy része bizonyos időállapotokban tartalmazott magyar nyelvű tájékoztatást, azonban egy rövid összefoglalót követő, a szabályzat linkjére történő kattintást követően a szabályzat jellemzően angol nyelven volt elérhető.⁸⁹ A Viber Media leszögezte, hogy a szabályzatok frissítései angol nyelven készültek el, és ezekből először az angol nyelvű verzió került publikálásra.⁹⁰

⁸² Lásd: VJ/6-56/2020. számú irat 1. melléklet 18. oldal

⁸³ VJ/6-25/2020. számú irat 2. kérdésre adott válasz

⁸⁴ Lásd: vizsgálati jelentés 45. pont, illetve a VJ/6-5/2020. számú irat 4. melléklet

⁸⁵ VJ/6-5/2020. számú irat 7. kérdésre adott válasz

⁸⁶ Lásd például VJ/6-56/2020. számú irat 2. melléklet

⁸⁷ VJ/6-10/2020. számú irat 12. kérdésre adott válasz

⁸⁸ VJ/6-12/2020. számú irat

⁸⁹ Lásd például VJ/6-56/2020. számú irat 2. melléklet

⁹⁰ VJ/6-10/2020. számú irat 12. kérdésre adott válasz

82. A Viber Media nyilatkozata szerint adott – pl. a kelet-európai – régióban való folyamatos növekedésével párhuzamosan igyekszik az alkalmazást a helyi sajátosságoknak megfelelően alakítani, vagyis az alkalmazást az adott ország nyelvére lefordítani. Ezen erőfeszítések keretében a Feltételek és irányelvek bizonyos szakaszai is lefordításra kerültek. A Viber Feltételek és irányelveknek Magyarországhoz hasonlóan nincs teljes, helyi nyelvű fordítása pl. Bulgáriában, Svédországban vagy Romániában sem.⁹¹
83. A Viber alkalmazás asztali verziója 19, míg a mobil verziója 40 különböző nyelven érhető el. Az applikáció új nyelven történő közzététele előtt a Viber Media mérlegeli különösen [Üzleti titok].⁹²
84. A Viber Media a szabályzatainak teljes körű, magyar nyelvű fordítását – az általa becsatolt honlapmentések által igazoltan – 2020. július 6-i hatállyal tette közzé. A Viber Media egyúttal hivatkozott arra, hogy álláspontja szerint az üzenetküldő szolgáltatók számára nem írnak elő a magyar jogszabályok olyan kötelezettséget, mely szerint az általános szerződési feltételeit magyar nyelven is elérhetővé kell tennie a honlapján a fogyasztók számára. Nyilatkozata szerint a Viber Media korábban számos információt tett magyar nyelven elérhetővé a honlapján, amely átfogó képet nyújtott szolgáltatása lényegi jellemzőiről, és a tájékoztatásai mellett közvetlen linkeket helyezett el honlapján, amelyek az angol nyelvű Használati feltételekhez vezettek.⁹³
85. A Viber Media nyilatkozata szerint (2022 novemberére) elkészítette a *Beállítások -> Adatvédelem -> Személyes adatok -> Reklámok beállításának kezelése* menüpont alatt elérhető tájékoztatásoknak is a magyar nyelvű változatát, mind az Android, mind az iOS operációs rendszeren használt magyar nyelvű beállítással rendelkező Viber alkalmazásban,⁹⁴ azonban az applikációban egyes pontokon bizonyos részletes tájékoztatások továbbra is csak angol nyelven érhetőek el (pl. a *Célok és partnerek kezelése* cím alatt a *Célok* cím alatti alpontok mint a *Store and/or access information on a device*, *Select basic ads*, *Select personalised content* stb. és azok magyarzatai), a *Különleges célok*, a *Funkciók*, a *Különleges funkciók* címek alatti alpontok, valamint a *Megbízható partnerek és az adatok felhasználása* cím alatti hosszú listázás). Emellett az applikációban a *Személyes adatok* oldalon az engedélyezési opcióknál a *További információk* linkkel elérhető részletesebb tájékoztatások csak angol nyelven érhetőek el jelenleg is.

IV.4. A Viber Media adatkezeléssel összefüggő tájékoztatási gyakorlata

IV.4.1. A Viber Media által kezelt adatok

86. A Viber Media által kezelt adatok főbb tartalmi kategóriái a következők:⁹⁵
- Regisztrációval és a felhasználói fiókkal kapcsolatos információk: A Viber Media által nyújtott szolgáltatás igénybevételéhez⁹⁶ a regisztráció során a felhasználónak két adatot kell megadnia: (i) annak megerősítését, hogy a felhasználó elmúlt-e 16 éves, és (ii) a telefonszámát. A telefonszámot a Viber Media a felhasználó azonosítására használja, hogy a szolgáltatás funkcióit a felhasználók számára elérhetővé tegye, míg a korcsoportot arra használja, hogy megakadályozza a 16 év

⁹¹ VJ/6-10/2020. számú irat 12. kérdésre adott válasz, VJ/6-18/2020. számú irat 4. kérdésre adott válasz

⁹² VJ/6-10/2020. számú irat 10-11. kérdésre adott válasz

⁹³ VJ/6-12/2020. számú irat

⁹⁴ VJ/6-102/2020. számú irat.

⁹⁵ VJ/6-18/2020.

⁹⁶ VJ/6-18/2020. és VJ/6-81/2020. számú iratok

alatti személyek számára nem megfelelő tartalmak megjelenítését, és biztosítsa a 16 év alattiakra alkalmazott különös adatvédelmet. A felhasználók ezen felül úgy is dönthetnek, hogy megadják a nevüket, a pontos születési dátumukat, e-mail címüket, és fotót is feltölthetnek, ezek azonban nem szükségesek a szolgáltatás használatához. Ezen adatok bekérésének célja a felhasználói élmény növelése. Ehhez tartozik, hogy a Viber rendszerüzenetet is küldhet a felhasználóinak (a hozzájárulásukat követően). A Viber Media limitált adatokat ([Üzleti titok]) használ fel hirdetési célokra, amennyiben ahhoz a felhasználó hozzájárul. Amennyiben a felhasználó prémium szolgáltatást szeretne vásárolni, a Viber Media elkéri a számlázási információkat a fizetés kezeléséhez. Továbbá a Viber telepítésekor a Viber Media hozzáférést kér a felhasználó mobilkészülékének névjegyeihez. Ezen információ alapján a Viber felhasználók rákereshetnek egymásra, és ellenőrizhetik, hogy valamely kontaktjuk elérhető-e Viberen keresztül is.

- Tevékenységre vonatkozó információk: A Viber Szolgáltatások használata során a Viber gyűjti a felhasználó kapcsolatának állapotát, hogy a felhasználó megkapta és megtekintette-e a neki küldött üzeneteket, hogy éppen egy másik hívást folytat, valamint a felhasználó által küldött és fogadott hívásokkal és üzenetekkel kapcsolatos információkat, többek között a hívás időtartamát, a hívó vagy az üzenetküldő személyét, a hívás vagy üzenetküldés időpontját. A Viber Media arra használja ezeket az információkat, hogy a szolgáltatás funkcióit elérhetővé tegye a felhasználók számára, valamint, hogy javítsa a minőséget és a felhasználói élményt. A hívások és üzenetek tartalmát a Viber Media nem gyűjti és így nem is tárolja, és ezeket nem is gyűjtheti vagy tárolhatja sem a Viber, sem egyéb személy. Amikor a felhasználó nyilvános fiókokkal, botokkal és Közösségekkel kommunikál, a Viber Media információkat gyűjthet arról, hogy milyen üzeneteket kedvelt, milyen kommenteket posztolt, milyen weboldalakat nézett meg a kommentekben található linkekről és általában milyen linkekre kattintott a Viberről. Ha üzenetekben küld linkeket, hozzájárulást követően a Viber adatokat gyűjthet a felhasználó által megtekintett linkekkel kapcsolatban. Ezen túlmenően, a szolgáltatások relevanciájának fejlesztése érdekében, a Viber Media adatokat gyűjt a felhasználó által meglátogatott fiókokról és megtekintett tartalomról. Az ebben az alpontban felsorolt adatok gyűjtése arra szolgál, hogy a Viber Media növelje a felhasználók felhasználói élményét. Ezeket az adatokat a Viber Media nem használja targetált hirdetések céljából.
- A Viber Media információt gyűjt az alkalmazáson keresztül igénybe vett értéknövelt szolgáltatásokról. Ebbe beletartozik, hogy a felhasználó éppen online-e, a személyes preferenciái (például a szolgáltatás és a Viber összekapcsolása), valamint, hogy hogyan (például milyen gyakran és mennyi ideig) használja a szolgáltatást. A Viber Media ezeket az információkat az applikáción belüli felhasználói élmény növelésére használja ([Üzleti titok]), ideértve például, hogy az alkalmazás más Viber felhasználókat is értesíthet róla, hogy használ egy bizonyos szolgáltatást vagy alkalmazást (hogy nekik is ajánlja, próbálják ki az adott szolgáltatást).
- Az eszközre és a tartózkodási helyre vonatkozó információk: A Viber Media további információkat gyűjt, amikor a felhasználó egy adott eszköz segítségével fér hozzá az alkalmazáshoz (pl. a mobilkészülék egyedi azonosítója; a munkamenet IP-címe; a készülék operációs rendszerével, böngészőjével, a böngésző vagy az operációs

rendszer nyelvvel kapcsolatos információk; a felhasználó vezeték nélküli hálózata és mobilszolgáltatója; Viber hívásnapló). Ezeket az adatokat a Viber Media termékfejlesztői csapata használja arra, hogy elemezze a felhasználó viselkedését eszköz, platform és régió szerint, amely abban segít, hogy a társaság tovább fejlessze a terméket. ([Üzleti titok]). A Viber Media a WPS helyadatait is gyűjtheti a felhasználó hozzájárulása alapján, ezzel együtt a felhasználó helymeghatározási beállításai módosításával kiválaszthatja, hogy engedélyezi-e a helymeghatározást.

IV.4.2. Adatkezelési lehetőségek

87. A Viber szolgáltatás igénybevételéhez nem nélkülözhetetlen személyes adatok kezeléséről a felhasználók az alkalmazásban az „Adatvédelem / Személyes adatok” menüpontban jelenleg több kategóriában rendelkezhetnek, amelyek a Viber Media nyilatkozata⁹⁷ szerint az alábbi adatokra és adatkezelési célokra vonatkoznak:

- *A Statisztikai adatok gyűjtése* címén történő rendelkezés (ha azt a felhasználó engedélyezi) a felhasználó tevékenységére vonatkozó adatoknak kizárólag a Viber Media általi felhasználását teszi lehetővé (harmadik felek számára ez nem biztosított), a termék és az alkalmazás teljesítményének javítása céljából. Az adott pontnál az alkalmazásban olvasható magyar nyelvű tájékoztatás a következő: „Adatokat gyűjtünk a tevékenységről, hogy javítsuk a terméket és a teljesítményt. Ezek az adatok más célra nem lesznek felhasználva. További információk”
- *A Tartalom személyre szabásának engedélyezése* címén történő rendelkezés a következő adatokra vonatkozik: mely szolgáltatásokat használja a felhasználó és hogyan, a korcsoport, a kikövetkeztetett nem, a profilkép, felhasználónév. Ezeket az adatokat is kizárólag a Viber Media használja tapasztalat növelés céljából. Az adott pontnál az alkalmazásban olvasható magyar nyelvű tájékoztatás a következő: „Az élmény javítása érdekében az alkalmazásban a tartalmak az érdeklődési körei alapján fognak megjelenni. További információk”
- *Az Érdeklődésen alapuló hirdetések engedélyezése* címén történő rendelkezés a következő adatokra vonatkozik: egyedi azonosító (IDFA), korcsoport, kikövetkeztetett nem, ország, város, GPS-helyzet (csak ha a „Helyalapú szolgáltatások engedélyezése” be van kapcsolva). Ezen adatokat a Viber a hirdetési analitika, a Viber Media saját marketing- és reklámkampányainak javítása céljából használja és harmadik felek hirdetéseinek személyre szabására (a Viber Media hirdetőkkel való kapcsolatát részletesebben a határozat III.1.2. pontja mutatja be). Az adott pontnál az alkalmazásban olvasható magyar nyelvű tájékoztatás a következő volt: „A hirdetések az érdeklődési körei alapján lesznek személyre szabva. Ha leiratkozik is ugyanannyi hirdetést fog látni, de azok esetleg kevésbé lesznek érdekesek az Ön számára. További információk” Ahogy lentebb bemutatásra kerül 2024. januárjától ez a rendelkezési lehetőség megszűnt, illetve csak a „Reklámok beállításai” menüpont maradt meg, két alapértelmezés szerint kikapcsolt kapcsológombbal.
- *A Pontos helyzet alapú szolgáltatások engedélyezése* címén történő rendelkezés a következő a GPS pontos helymeghatározására vonatkozik, amit a Viber Media saját, pontos helyalapú kommunikációjának és marketingajánlatainak biztosítása céljából használ (csak ha a „hirdetések beállítás” be van kapcsolva), emellett ez helyi

⁹⁷ VJ/6-81/2020. sz. irat

szolgáltatásokat kínáló harmadik felek célzott hirdetéseikhez is felhasználásra kerül (csak ha a “hirdetések beállítás” be van kapcsolva). Az adott pontnál az alkalmazásban olvasható magyar nyelvű tájékoztatás a következő: „*Mi és megbízható partnereink a pontos helyzetmeghatározást fogjuk használni a helyzetalapú szolgáltatások biztosításához. További információk*”

88. Az adott menüpontokban mindegyik opciónál a *További információk* egy link, mely az adott opcióhoz tartozó részletesebb – amely azonban az applikációban csak angol nyelven elérhető – leíráshoz vezet.⁹⁸
89. A fenti rendelkezési opciók, az „Adatvédelem / Személyes adatok” menüpontban az alábbi időponttól kezdődően érhetők el az alkalmazásban:⁹⁹

Menüpont	Elérhetőség kezdete	
	Android 9	iOS 8
Statisztikai adatok gyűjtése Tartalom személyre szabásának engedélyezése Érdeklődésen alapuló hirdetések engedélyezése (2024. januárig) Pontos helyzetalapú szolgáltatás engedélyezése	2018. október 7.	2018. május 8.
Adatok kérése Törölje az adatait	2018. október 8.	
Reklámok beállításainak kezelése	2020. december	

90. A Viber Media 2018 májusa óta alkalmazza alapbeállításként a „*Statisztikai adatok gyűjtése*”, „*Tartalom személyre szabásának engedélyezése*” és „*Érdeklődésen alapuló hirdetések engedélyezése*” opciókat,¹⁰⁰ azaz a Viber alkalmazás letöltése után azok automatikusan bekapcsolásra kerülnek, az adatkezelés automatikusan megvalósul. Az alapértelmezett beállítás a GDPR-nak való megfelelés részeként került bevezetésre. A Viber Media megjegyezte, hogy a 16 év alatti felhasználók számára a menü elemei alapértelmezés szerint ki vannak kapcsolva, és azok nem változtathatók meg.¹⁰¹ Az alábbi táblázat foglalja össze, hogy melyek voltak az alapértelmezett beállítások jelenleg és a bevezetésük óta, a Viber Media nyilatkozata¹⁰² szerint az egyéni beállítást speciális szolgáltatások (pl. matricák) igénybevétele nem írhatja felül.

Beállítási opciók	16 éven aluli alapértelmezett beállítás	16. évet betöltött alapértelmezett beállítás	Hozzájárulási arány 2022
„ <i>Statisztikai adatok gyűjtése</i> ”	kikapcsolva	bekapcsolva	[Üzleti titok]
„ <i>Tartalom személyre szabásának engedélyezése</i> ”	kikapcsolva	bekapcsolva	[Üzleti titok]

⁹⁸ VJ/6-56/2020. számú irat 2. melléklet

⁹⁹ VJ/6-22/2020., VJ/6-38/2020.

¹⁰⁰ VJ/6-22/2020., VJ/6-38/2020.

¹⁰¹ VJ/6-38/2020.

¹⁰² VJ/6-94/2020.

„Érdeklődésen alapuló hirdetések engedélyezése”	kikapcsolva	2024. január előtt: bekapcsolva (ezt követően megszűnt ez a kapcsoló, lásd lentebb)	[Üzleti titok]
„Pontos helyzet alapú szolgáltatások engedélyezése”	kikapcsolva	kikapcsolva	[Üzleti titok]
„Reklámok beállításai”	kikapcsolva	kikapcsolva (2024. januárjában ennek a tartalma is változott, lásd lentebb)	[Üzleti titok]

91. Azon magyar felhasználók¹⁰³ becsült százaléka, akik a „*Statisztikai adatok gyűjtése*”, „*Tartalom személyre szabásának engedélyezése*”, vagy „*Érdeklődésen alapuló hirdetések engedélyezése*” opciók közül legalább az egyiket kikapcsolta körülbelül [Üzleti titok] közé tehető, de a három lehetőség közül a [Üzleti titok] funkciót kapcsolták ki a legtöbben.¹⁰⁴
92. A Viber Media nyilatkozata szerint a menüpontok megjelenését megelőzően az Adatvédelmi Szabályzatában tájékoztatta a felhasználóit a statisztikai adatok gyűjtéséről, a tartalom személyre szabásáról és az érdeklődésen alapuló hirdetések megjelenítéséről. A felhasználók a Viber applikációban történő regisztrációjuk során átirányításra kerültek e szabályzatra. Az applikáció felhasználók általi első megnyitásakor az üdvözlő képernyő tartalmazott egy „Adatvédelmi Szabályzat” gombot, amely egyenesen az Adatvédelmi Szabályzathoz navigált. Az „Adatvédelmi Szabályzat” gombra kattintva a felhasználóknak lehetőségük volt elolvasni a feltételeket az applikáció használatának megkezdése előtt. Az üdvözlő képernyő tartalmazott egy „Tovább” gombot is, amelyre rá kellett kattintani, mielőtt a felhasználó megkezdte az applikáció használatát, amely szintén megerősítette, hogy a felhasználók elfogadták az üdvözlő képernyőn szereplő szabályzat feltételeit.¹⁰⁵
93. A felhasználóknak már 2018 májusa előtt is lehetőségük volt kikapcsolni a statisztikai adatok gyűjtését a „*Beállítások* → *Általános* → *Statisztikai adatok gyűjtése*” menüpont alatt. Ez a lehetőség 2014 előtt is elérhető volt, de a Viber Media a „*Statisztikai adatok gyűjtése*” menüpont elérhetőségének pontos időpontját nem tudta megadni, mivel a 2014 előtti időszakról a Viber Media-nak már nincsenek pontos nyilvántartásai. 2018 májusában tehát a statisztikai adatok gyűjtésével összefüggésben csak a menüpont elérési útja és elnevezése változott meg, a funkció maga azonban a Viber Media nyilatkozata szerint már ezt megelőzően is elérhető volt.¹⁰⁶
94. Az érdeklődésen alapuló hirdetések vonatkozásában ez azt jelentette, hogy [Üzleti titok].¹⁰⁷
95. A felhasználó bármikor kikapcsolhatja a tartalom és a hirdetések személyre szabását, és ebben az esetben a Viber Media nem használ célzáshoz kapcsolódó technológiákat a Viber

¹⁰³ Azon felhasználók, akik olyan eszközt használnak, amihez (+36) hívószámú telefonszám kapcsolódik, és ahol az eszköz nyelve a magyar.

¹⁰⁴ VJ/6-22/2020.

¹⁰⁵ VJ/6-38/2020.

¹⁰⁶ VJ/6-38/2020, VJ/6-52/2020.

¹⁰⁷ VJ/6-52/2020.

alkalmazáson belül az érintett felhasználó vonatkozásában, de a Viber minden funkciója rendelkezésre áll a felhasználók számára abban az esetben is, ha a fogyasztó letiltja a felhasználó a célzott hirdetéseket.¹⁰⁸ A szolgáltatás akkor is használható marad, ha a felhasználó az alkalmazásban törli a személyes adat előzményeit (ld. lentebb a „Törölje az adatait” menüpont leírását).

96. A hirdetések személyre szabása és tartalom személyre szabása beállítások 2018. májusban történő első bevezetése után a Viber Media két üzenetet (a Vibertől származó, az alkalmazáson belüli un. push üzenet) küldött valamennyi felhasználója részére, hogy értesítse őket az új intézkedésekről. Az első üzenet tartalma a következő volt:

„Frissítettük a Felhasználási feltételeinket és adatvédelmi irányelveinket. <https://vb.me/vtc> A Viber további használatával elfogadod, hogy elolvastad és megértetted az új feltételeinket és irányelveinket. A legjobb felhasználói élmény érdekében mindig győződj meg róla, hogy a legújabb Viber verziót használod.”

97. A második üzenet arról tájékoztatta a felhasználókat, hogy a Viber Media új funkciókat vezetett be, amelyek az adataik egyszerűbb áttekinthetőségét és kezelhetőségét teszik lehetővé: „A Beállítások>Adatvédelem fülön új eszközöket találsz, amelyek által egyszerűbb lesz kezelni adataidat.”

98. A Viber Media előadta, hogy a fentiekén túl a Beállítások menüben a Viber applikáció jobb alsó sarkában (a négy fő menüelem egyikeként) van elhelyezve, amely - meglátása szerint - a mobiltelefon felhasználók számára a legkényelmesebben hozzáférhető hely a képernyőn. A Beállítások menü megnyitását követően az Adatvédelem fül felülről a második elem.¹⁰⁹

99. Az „Adatok kérése” magyar nyelvű menüpont a Viber-adatok exportálását, letöltését teszi lehetővé a felhasználók számára, az „Törölje adatait” magyar nyelvű menüpont pedig a törlést a következő tájékoztatással: „Személyes adataival teljes mértékben Ön rendelkezik, és azokat bármikor törölheti a Viber szervereiről. A hívási és csevegési előzményei nem lesznek törölve, és tovább folytathatja az alkalmazás használatát. Az adatok törlése után egy megerősítő üzenet lesz elküldve az eszközre. Felhívjuk figyelmét, hogy a törölt adatokat nem lehet helyreállítani. További információk az adatok törléséről”. A További információk az adatok törléséről egy link, amely az angol nyelvű szabályzat releváns részéhez vezet.

100. A „Beállítások / Adatvédelem / Személyes adatok / A reklámok beállításának kezelése” menüpont 2020. decembere óta¹¹⁰ érhető el, 2024. januárjáig a következő két magyar nyelvű opciót tartalmazta, amelyek egy jelölő pipával voltak engedélyezhetőek:¹¹¹

– **„Reklámok személyre szabásának engedélyezése hivatkozások alapján**

Engedélyezze a Viber számára azoknak a csatornáknak, közösségeknek, botoknak és hivatkozásoknak a használatát, amikre rákattint, ahhoz, hogy személyre szabja az Önnek megjelenő reklámokat. A hivatkozásokra vonatkozó adatok gyűjtése nem befolyásolja a csevegések titkosítását, és az Ön tartalma biztonságos. Tudjon meg többet” A Tudjon meg többet egy link az angol nyelvű részletekhez.

– **Reklámok személyre szabásának engedélyezése harmadik fél adatai alapján**

¹⁰⁸ VJ/6-30/2020., VJ/6-5/2020. számú irat 15. kérdésre adott válasz

¹⁰⁹ VJ/6-38/2020.

¹¹⁰ VJ/6-38/2020. számú irat 1. bekezdés

¹¹¹ VJ/6-44/2020. számú irat 11. melléklet

Engedélyezze a Viber számára a Viberen kívüli harmadik felektől kapott személyes adatok használatát ahhoz, hogy személyre szabja az Önnek megjelenő reklámokat.”

101. A fentiek alatt, ugyanúgy a „Beállítások / Adatvédelem / Személyes adatok / A reklámok beállításának kezelése” részen található volt egy magyar nyelvű tájékoztató szöveg „Célok és partnerek kezelése” címmel: „Kezelje azokat a célokat és funkciókat, amik érdekében az egyedi rekláamazonosítója és korlátozott jellemzői megoszthatók a megbízható partnerekkel, hogy személyre szabott reklámokat lásson. Ez az információ összhangban van az IAB globális szolgáltatói lista 149 verziójával.” Ezt követően angol nyelven célokról (így pl. Store and/or access information on a device, Select basic ads, Select personalised content stb., összesen 10 opció), funkciókról (Use precise geolocation data, Actively scan device characteristics for identification, összesen 2 opció) ad tájékoztatást, összesen kb. 17 görgetés.¹¹² Ezt követően további kb. 500 görgetéssel¹¹³ érhető el a menüpont alja, mely során a Viber egyes „megbízható partnerei” számára kér hozzájárulást az adatok különböző felhasználása – jellemzően például „az eszközön tárolt információk tárolása és/vagy elérése,” és „személyre szabott hirdetési profil létrehozása” – céljából. A megbízható partnereknél a „beleegyezési célok,” „jogos érdekekhez fűződő célok,” „rugalmas célok” és „funkciók” rövid összefoglalóját követően partnereként található egy link, amely a partner adatvédelmi szabályzatához vezet.
102. A felhasználó egyszerre engedélyezhette az összes „A reklámok beállításának kezelése” pont alatt található lehetőséget regisztrációt követően, egy az applikációban részben magyar, részben angol nyelvű tájékoztatás alapján, de később lehetősége volt egyedi beállításokra is és egyes engedélyek megvonására, azonban az összes lehetőség összevont elutasítására, vagy a nagyszámú megbízható partnerrel kapcsolatos adatkezelési rendelkezések összevont beállítására nem volt lehetőség.
103. A különböző rendelkezési lehetőségek tartalmáról és viszonyáról a Viber Media a következőket nyilatkozta¹¹⁴:
- Az „Érdeklődésen alapuló hirdetések engedélyezése” ha a felhasználó kikapcsolta ezt a funkciót, akkor nem kapott személyre szabott hirdetéseket sem a Viber-től, sem más harmadik fél hirdetőtől (ez a Viber Media nyilatkozata szerint felülírta a „Reklámok beállításai”-t, azaz ott hiába engedélyezte a harmadik feles adatfelhasználást, ha itt letiltotta, az nem érvényesült).
 - A „Reklámok beállításai” gomb arra szolgált (2024. január előtt), hogy a felhasználók szabályozhassák, hogy a harmadik fél programozott hirdetői (programmatic advertisers) felhasználhatják-e személyes adataikat, és ha igen, hogyan (2024. január után a Viber adatain alapuló célzást is itt lehet engedélyezni, lásd lentebb)
 - Ha az „Érdeklődésen alapuló hirdetések engedélyezése” gomb be volt kapcsolva, de a „Reklámok beállításainak kezelése” képernyőn az összes gomb ki volt kapcsolva, akkor a felhasználó személyre szabott hirdetéseket kaphatott, de csak a Viber Media közvetlen hirdetési kampányain keresztül, ezek esetében a Viber Media a birtokában lévő korlátozott mennyiségű személyes adatot arra használja, hogy létrehozzon egy listát azon felhasználókról, akiket egyes hirdetőök

¹¹² VJ/6-44/2020. számú irat 11. melléklet 1-18. oldala

¹¹³ VJ/6-44/2020. számú irat 11. melléklet 18-504. oldala, a partnerek hosszú felsorolása később is megmaradt.

¹¹⁴ VJ/6-94/2020.

megbízásából bizonyos hirdetésekkel megcélozhat, de ez a művelet azonban nem jelenti a személyes adatok harmadik felekkel való megosztását.

104. A Viber Media előadta, hogy harmadik feleknek nincsen közvetlen kapcsolatuk a felhasználókkal, a felhasználók hozzájárulását a Viber alkalmazáson keresztül szerzik be, tehát a Viber Media kizárólag a felhasználók hozzájárulásának beszerzéséhez szükséges platformot biztosítja, és e harmadik felek önálló adatkezelők. Ez a Viber Media álláspontja szerint összhangban van az IAB európai központjának a különböző európai adatvédelmi hatóságokkal széles körben egyeztetett és általuk elfogadott megközelítésével.
105. A Viber Media 2024 januárjától¹¹⁵ változtatott a fenti személyes adatokról való rendelkezési opciókon. Ettől az időponttól kezdődően a „Személyes adatok” oldalon csak három engedélyezési opció és kapcsológomb működik, a „Statisztikai adatok gyűjtése”, a „Tartalom személyre szabásának engedélyezése” és a „Pontos helyzet alapú szolgáltatás engedélyezése”, azaz az „Érdeklődésen alapuló hirdetések engedélyezése” kapcsológomb megszűnt, de „A reklámok beállításának kezelése” címmel egy továbblépési lehetőség van a „Személyes adatok” oldalon, amelyre rákattintva megnyíló oldalon két, alapbeállítás szerint kikapcsolt kapcsológomb érhető el, amely lehetővé teszi a felhasználók számára, hogy kezeljék a hirdetési preferenciáikat, ezek:
- „Reklámok személyre szabásának engedélyezése az Ön Viber adatai alapján” amelyhez feltüntetett magyarázat: „A reklámok személyre szabottak lesznek az Ön jellemzői és a Viberen belüli közösségek, csatornák, botok, vállalkozások és hivatkozások alapján kikövetkeztetett érdeklődési köre alapján”
 - „Reklámok személyre szabásának engedélyezése harmadik fél adatai alapján”: amelyhez feltüntetett magyarázat: „Engedélyezze a harmadik felektől kapott, a Viberen kívüli tevékenységére vonatkozó adatai felhasználását a Vibernek az Ön hirdetési személyre szabásához”.
106. Ezen rendelkezési opciók alatt a „Célok és partnerek kezelése” címszó olvasható az alábbi bevezetéssel: „Kezelje a célokat és funkciókat, amelyek érdekében az Ön egyedi hirdetési azonosítója és korlátozott jellemzői megoszthatók az IAB Europe listáján szereplő megbízható partnerekkel az Ön által látott hirdetések személyre szabása érdekében. Ez az információ kompatibilis az IAB globális beszállítói lista 3.47 verziójával.” Majd a „CÉLOK” cím alatt angolul folytatódik azok felsorolása („Store and/or access information on a device Cookies, device ...” kb. 17 görgetésig, mindegyik kapcsológombja alapbeállítás szerint ki van kapcsolva), majd következik a „Megbízható partnerek és az adatok felhasználása” cím után a fentebb is már hivatkozott, rendkívül hosszú (több száz görgetésig tartó) lista a partnerekről, ezek kapcsológombja is alapbeállítás szerint ki van kapcsolva.

IV.4.3. A Viber Media adatkezelési szabályzatai

107. Az alábbiakban az eljáró versenytanács a vizsgált magatartás szempontjából leginkább relevánsnak tekinthető szabályzatok tartalmát mutatja be.
108. A Viber alkalmazás letöltése az alkalmazás-áruházban kezdődik. A letöltés előtt a fogyasztó megtekintheti az applikáció leírását. 2019. szeptember 30-át megelőzően az alkalmazás-áruházakban szereplő leírások egyáltalán nem utaltak a Viber Media adatkezelési tájékoztatójára vagy egyéb szabályzatára. 2019. szeptember 30-ától kezdődően csak az AppStore-ban – vagyis csak Apple felhasználók számára – módosult úgy az

¹¹⁵ VJ/6-137/2020. sz. irat.

applikáció leírása, hogy annak zárása (másképp A/4-es oldal utolsó sora) egy linket tartalmazzon a Viber Media adatkezelési tájékoztatójához. Az Androidos felhasználók számára az alkalmazás-áruházban a letöltést megelőzően nem szerepelt link sem az adatvédelmi szabályzathoz, sem egyéb szabályzathoz a vizsgált időszakban.¹¹⁶

109. A Viber alkalmazás telepítése és megnyitását követően az applikáció (indulása óta)¹¹⁷ figyelmezteti a felhasználót, hogy a „Tovább” gombra koppintással a felhasználó elfogadja a Feltételeket és Irányelveket. Ennek az oldalnak az alján megtalálható az Adatvédelmi Szabályzathoz vezető link. A linkre kattintva az Adatvédelmi Szabályzat fejezeteinek címe jelenik meg tartalomjegyzékként.¹¹⁸
110. Az adatvédelmi szabályzat szerint a Viber Media információkat gyűjt a regisztrációval és a felhasználói fiókkal kapcsolatos információkról, a közösségi oldalakkal kapcsolatos információkról, a tevékenységre vonatkozó információkról, a más forrásból származó információkról valamint az eszközre és a tartózkodási helyre vonatkozó információkról.
111. A regisztrációval és a felhasználói fiókkal kapcsolatos információk esetén az adatvédelmi szabályzat többek között az alábbi szövegrészt tartalmazza: *„Előfordulhat, hogy (a telefonszáma felfedése nélkül) a Viber lehetséges ismerősként javasolja Önt a potenciális ismerősei számára, kivéve, ha letiltja ezt a lehetőséget.”* Az itt szereplő feltételes megfogalmazással szemben ugyanezen szabályzat Adatok felhasználása és megőrzése részben leszögezi, hogy a regisztrációval és fiókkal kapcsolatos adatokat a Viber Media felhasználja arra, hogy jelezze, hogy a felhasználó ismerősei közül kik vannak regisztrálva és a Viber ezeket az ismerősöket értesíti, ha belépnek a szolgáltatásba, továbbá leszögezi, hogy *„Amikor Ön csatlakozik a Viberhez, a regisztrációjáról értesítjük a Viberen már regisztrált, és a címjegyzékében szereplő kapcsolatait.”*
112. Az adatvédelmi szabályzat a regisztrációval kapcsolatos információk körében leszögezi továbbá, hogy *„előfordulhat, hogy a születésnapján értesíti az ismerőseit, kivéve, ha ezt a lehetőséget letiltja.”* A szabályzatban szereplő feltételes megfogalmazás ellenére a Viber Media Support oldala szerint a Viber születésnap esetén a fogyasztó kifejezett letiltása hiányában mindig értesíti a felhasználó ismerőseit a születésnapjáról.¹¹⁹ Az adatvédelmi szabályzat továbbá rögzíti, hogy *„A Viber szerverein összegyűjti és eltárolja az Ön összes ismerőse telefonszámát és nevét (függetlenül attól, hogy Viber-felhasználókról van-e szó – de kizárólag a nevüket és a telefonszámukat), elsősorban abból a célból, hogy össze tudja kötni Önt az ismerőseivel.”*
113. Habár a regisztrációval kapcsolatos adatoknál az adatvédelmi szabályzat leszögezi, hogy a felhasználó önként adhatja meg egyes személyes adatait (név, e-mail, születési dátum), vagyis a fogyasztónak lehetősége van úgy dönteni, hogy ezeket az adatait nem osztja meg a Viberrel, a közösségi oldalakkal kapcsolatos információknál az adatvédelmi szabályzat rögzíti, hogy *„Amikor egy közösségi oldalon, pl. Facebookon, Twitteren vagy a VK-n keresztül lép be Viber fiókjába, elfogadja, hogy a Viber folyamatosan hozzáfér az ezeken az oldalakon tárolt személyes adataihoz (pl. a nyilvános profilja, ismerősei listája,*

¹¹⁶ Az alkalmazás-áruházakban szereplő leírásokat lásd: VJ/6-44/2020. számú irat 12-13. melléklet

¹¹⁷ A Viber Media nyilatkozata szerint az alkalmazás mobil eszközön és asztali verzióon történő működésének kezdete óta – vagyis mobil eszközönél 2013. május 7., asztali verzióánál 2015. március 6. – a „Tovább” gombra koppintással a felhasználó mindig köteles volt elfogadni a Feltételeket és Irányelveket. VJ/6-18/2020. számú irat 5. kérdésre adott válasz

¹¹⁸ A 2019 novemberétől hatályos Adatvédelmi szabályzat a VJ/6-12/2020. számú irat 1. melléklet 1-18. oldal

¹¹⁹ VJ/6-56/2020. számú irat 2. melléklet 1. oldal: *„Your contacts will also receive a notification on your birthday to help you celebrate. Don't worry, we won't tell them your age. If you don't want this notification to be sent, you can change your privacy settings.”*

az Ön által követett vagy Önt követő fiókok, e-mail címe, születésnapja, korábbi munkahelyei, iskolái, érdeklődési körei, lakóhelye és az Ön általa megtekintett videók).” A Viber Media az alkalmazás letöltését, a „Tovább” gombra kattintást, telefonszám megadását és esetlegesen a névjegyek szinkronizálását követően kéri a teljes nevet, születési dátumot, e-mail címet. Ezen a felületen a Viber Media nem jelzi a fogyasztó számára, hogy az adatok megadása önkéntes. A felület tartalmaz egy weblinket, amely a Viber Media Support oldalára vezet, melyen angol nyelven, kérdés-válasz formájában jelzi, hogy ezeknek az adatoknak a megadása nem kötelező.¹²⁰

114. Az adatvédelmi szabályzat a tevékenységre vonatkozó információk kapcsán rögzíti, hogy „Az alkalmazás más Viber felhasználókat is értesíthet róla, hogy használ egy bizonyos szolgáltatást vagy alkalmazást (hogy nekik is ajánlja, próbálják ki az adott szolgáltatást)”, a szabályzatból azonban nem derül ki, hogy milyen esetekben küld ténylegesen értesítést, és konkrétan milyen szolgáltatások, alkalmazások használata esetén merül fel az értesítésküldés.
115. Az adatvédelmi szabályzat az adatok felhasználása körében rögzíti többek között, hogy „A regisztrációjával és fiókjával kapcsolatos adatokat az alábbi célokra használjuk: (...) különféle tartalmak (például játékok) biztosítása révén személyre szabott a felhasználói élményt, beleértve a Viber szolgáltatásainak és más, az Önt valószínűsíthetően leginkább érdeklő külső szolgáltatások célzott reklámozását; a személyre szabásba beletartozhat az is, hogy a rendszer automatizált döntéseket hoz azzal kapcsolatban, hogy Ön milyen tartalmakat és mikor fog megtekinteni.” Az adatok felhasználása rész rögzíti továbbá, hogy „Az általunk vagy a Viberen külső fél által nyújtott értéknövelt szolgáltatások részeként az adatait felhasználhatjuk a szolgáltatások folyamatos optimalizálására és személyre szabására, és hogy személyre szabott és valószínűsíthetően Önt érdeklő új ajánlatokat küldjünk az Ön számára.”
116. Az adatvédelmi szabályzat lehetőséget biztosít a Viber Media számára, hogy az adatokat személyre szabott reklámozás céljára felhasználja, az utóbbi pontja az adatok körét nem szűkíti.
117. Az adatvédelmi szabályzat Adatszolgáltatás cím alatt az alábbi szöveg szerepel: „Az Ön adatait biztonságosan tároljuk, de személyes adatait megosztjuk az általunk megbízhatónak ítélt alábbi külső felekkel (...) a szolgáltatásunkon megjelenő korlátozott mennyiségű hirdetés elérhetővé tétele érdekében előfordulhat, hogy jogos érdekeink alapján a külső hirdető partnereinkkel és hirdetési szolgáltatóinkkal megosztunk egy az Ön személyéhez nem köthető egyedi hirdetési azonosítót és néhány Önre vonatkozó technikai adatot (nyelvi preferencia, ország-, település- és készülékadatok).” Ezzel egybehangzóan a Viber Media által használt hirdetések, sütik és nyomkövető technológiák című dokumentum¹²¹ 2. pontja alábbi szöveget tartalmazza: „A szolgáltatásunkon megjelenő korlátozott mennyiségű hirdetés elérhetővé tétele érdekében előfordulhat, hogy a külső hirdető partnereinkkel és hirdetési szolgáltatóinkkal (pl. a Google-lel) megosztunk egy az Ön személyéhez nem köthető egyedi hirdetési azonosítót és néhány Önre vonatkozó technikai adatot (nyelvi preferenciát, ország-, település- és készülékadatok). Ebbe a körbe tartoznak a hirdetéseink elhelyezését kezelő partnerek, valamint maguk a hirdetőök és a hirdetési igényeik kezelését végző ügynökségek, vagy más külső személyek.”

¹²⁰ A Viber Support oldaláról készült képernyőmentéseket lásd: VJ/6-56/2020. számú irat 2. melléklet

¹²¹ VJ/6-12/2020. számú irat 1. melléklet 54-66. oldal

118. Ezt követően az adatvédelmi szabályzat Adatszolgáltatás címe rögzíti, hogy: *„Ebbe a körbe tartoznak a hirdetéseink elhelyezését kezelő partnerek, valamint maguk a hirdető és a hirdetési igényeik kezelését végző ügynökségek vagy más külső személyek.”* A szabályzat tehát külső személy részére lehetővé teszi a fogyasztó egyedi hirdetési azonosítójának, nyelvi preferenciájának, ország-, település- és készülékadatainak megosztását.
119. A Viber Media által használt hirdetések, sütik és nyomkövető technológiák című dokumentum 1. pontja az alábbi szövegrészt tartalmazza: *„Célzott technológiák: A nyomkövető technológiák segítségével az Ön érdeklődési körének megfelelő tartalmakat – többek között reklámokat – tudunk továbbítani saját Szolgáltatásainkon és a külső cégek oldalain keresztül az alkalmazásunk használata és a hirdetéseinkre vagy tartalmainkra adott reakciói alapján. Az említett nyomkövető technológiák segítségével az Ön internetes tevékenységével kapcsolatos adatokat oszthatunk meg külső felekkel saját és az érintett külső felek marketing tevékenységének optimalizálása céljából; ezeknek a technológiáknak a használata során minden esetben egyedi azonosítókat alkalmazunk. Amikor letölti a Viber asztali alkalmazást, előfordulhat, hogy tájékoztatjuk azokat a hirdető partnereinket, akik már elhelyeztek sütit az Ön készülékén, hogy most már ezt a szolgáltatást is használja.”* A Viber Media ezzel összefüggésben leszögezte, hogy Magyarországon nem szabja személyre a hirdetéseket, és nem követi nyomon a felhasználók hirdetésekkal kapcsolatos interakcióit. A Viber Media előadta továbbá, hogy az idézett részben szereplő „hirdetéseinkre adott reakciói” Magyarország vonatkozásában kizárólag a Viber Media saját szolgáltatásainak reklámozására vonatkozik, vagyis amikor a Viber Media, mint hirdető saját szolgáltatását harmadik fél felületén teszi közzé. A Viber Media előadta továbbá, hogy észlelte, hogy a hivatkozott pont fordítási pontosítást igényelt, ezért az „internetes tevékenységgel kapcsolatos adatokat” fordulatot „tevékenységgel kapcsolatos adatokra” cserélte ki, egyúttal utalt arra, hogy ez olyan adatokra vonatkozik, mint például mikor volt a felhasználó utoljára aktív.
120. A Viber alkalmazásban használt összes harmadik fél követési technológiának meghatározott és korlátozott célja van, amelyek két kategóriába sorolhatók.¹²²
- Az első kategória a technológiai elemző szoftverek, amelyeket maga a Viber Media használ a Viber alkalmazás operatív funkcióinak támogatására - mint például a Mixpanel, Braze, vagy Firebase Crashlytics. Ezek nem feltétlenül szolgáltatás-specifikusak, hanem a Viber alkalmazás különféle szoftverfunkcióira vonatkoznak.
 - A második kategória az ad tech szolgáltatók. A Viber alkalmazáson belül a felhasználóhoz való hozzáférésük arra korlátozódik, hogy nyomon tudják követni a felhasználónak egy adott programozott hirdetői hirdetéssel való interakcióját a Viber Media mobil- vagy asztali alkalmazásában, például a Google vagy az Appnexus méri a hirdetési kampányaik során a hirdetéseikre leadott kattintásokat. Amikor a felhasználó rákattint a Viber alkalmazáson belül egy programozott hirdetői partner által elhelyezett hirdetésre, a programozott hirdetői partner egy rövid információt (web tag-et) kap, amely jelzi az ilyen kattintást. A Viber Media maga nem „gyűjti” ezeket az adatokat, hanem mindössze továbbítja a web tag-et a hirdetési partnernek, hogy segítsen neki azonosítani az adott hirdetést.
121. A hirdetések, sütik és nyomkövető technológiák című dokumentum 2. pontja az alábbi szöveget tartalmazza: *„Előfordulhat, hogy a hirdetési azonosítójával kapcsolatos, a célzott hirdetések elkészítése során felhasználható adatokat a jogszabályoknak megfelelően*

¹²² VJ/6-30/2020.

megbízható külső felektől szerezzük be. Ez annyit jelent, hogy a készüléke hirdetési azonosítóját a hirdetési céllal létrehozott összesített célcsoportjaink részeként összeköthetjük bizonyos jellemzőkkel és érdeklődési körökkel. A Szolgáltatásainkon hirdetéseket vagy a saját hirdetéseinket külső oldalakon elhelyező hirdetési hálózatok, illetve tartalomszolgáltatók sütiket, pixeleket vagy más nyomkövető technológiákat alkalmazhatnak az Ön internetes böngészője vagy készüléke egyedi azonosítására és a hirdetések az internetes böngészőjében vagy mobil alkalmazásán való elhelyezésével kapcsolatos információk követésére; ilyen információk lehetnek például a megjelenített hirdetések típusa, a hirdetéseket tartalmazó oldalak, valamint az Ön bizonyos tevékenységei azt követően, hogy a hirdetésekre rákattint. Előfordulhat, hogy ezek a cégek a Szolgáltatásainkon szerzett információkat összekötik az Ön internetes böngészőjének a különféle honlapokból álló hálózataikon folytatott tevékenységével kapcsolatban önállóan gyűjtött más információkkal. Ezek a vállalatok a saját Adatvédelmi Szabályzatukban foglaltaknak megfelelően gyűjtik és használják fel ezeket az információkat, és felelősséget viselnek a személyes adatokkal kapcsolatos eljárásaikért. Ön, mint az adatkezelésben érintett személy, a jogait közvetlenül ezek felé a külső felek felé gyakorolhatja.” A dokumentumból a fogyasztó számára nem derül ki, hogy ténylegesen milyen helyzetekben, milyen gyakorisággal („Előfordulhat”) alkalmazza a Viber Media a fent ismertetett eljárást.

122. A Viber Media a fent leírtakkal szemben rögzítette, hogy [Üzleti titok].¹²³

123. A Viber Media előadta továbbá, hogy nem részesül ellenszolgáltatásban az egyedi hirdetési azonosítók és műszaki adatok megosztásáért a hirdetési partnerektől, a Viber Media [Üzleti titok], hirdetési megállapodások esetében sem értékesít személyes adatokat harmadik felek részére, csak platformot biztosít számukra a hirdetésekhez.¹²⁴

IV.4.4. A Viber Media egyéb tájékoztatásai az adatkezelésről

124. A Viber Media előadta, hogy amikor megváltoztatja a felhasználási feltételeit, egy értesítési képernyőt jelenít meg a felhasználók számára az applikáción keresztül, amelyet a felhasználók nem tudnak technikailag figyelmen kívül hagyni, és amely a szabályzatokra mutató linkkel és a módosítások összefoglalóját tartalmazó linkkel vagy Viber üzenettel gondoskodik a módosításokról való értesítésről. A felhasználóknak el kell fogadniuk ezt, és ezzel tudomásul kell venniük az abban foglaltakat annak érdekében, hogy tovább tudjanak lépni. Az ilyen értesítési képernyő jellemző tartalma a következő:

Cím: *A Viber Használati feltételei és az Adatkezelési szabályzata frissült.*

Főszöveg: *A Viber használatával elfogadja a Használati feltételeket és az Adatkezelési szabályzatot.*

Gombok: *Hozzájárulás és folytatás | Lásd a szabályzatokat*

125. A Viber Media előadta, hogy rendszeresen frissíti a honlapján elérhető blogját adatvédelmi vonatkozású cikkekkel, amelyek említik a beállítások megváltoztatásának lehetőségét és információkat nyújtanak az erre rendelkezésre álló lehetőségekről, a vizsgálat három éves időszakból 5 darab ilyen tárgyú, angol nyelvű blogbejegyzést azonosított. A Viber Media a 2019. november 28-i blogbejegyzésének¹²⁵ címében az adatvédelmi szabályzat változására hívta fel a figyelmet. A Viber Media a blogbejegyzés elején hivatkozik arra, hogy a felhasználói számára fontos az adatvédelem, ezért a Viber Media

¹²³ VJ/6-10/2020.

¹²⁴ VJ/6-30/2020., VJ/6-81/2020.

¹²⁵ VJ/6-44/2020. számú irat 6. melléklet

elhivatottan védi a felhasználói adatokat minden változtatással. A blogbejegyzés szerint a bejegyzés összefoglalja a szabályzatok változásait. Ilyen változás többek között az, hogy a Viberen megadott név kereshető lesz, a Viber javasolni fog más felhasználókat, akikkel a felhasználó beszélgethet, és értesíteni fogja mások születésnapjáról. Amennyiben a fogyasztó ezen lehetőségekkel nem kíván élni, a blogbejegyzés tartalmaz leírást arról, hogy milyen menüpont alatt kapcsolhatja ki, hogy felajánlják másoknak beszélgető partnereként, illetve értesítést küldjenek a születésnapjáról. A blogbejegyzés közepén rögzíti, hogy további változás, hogy a Viber alkalmazásból történő vásárlást követően az eladó (legyen az Viber Media vagy a partnere) eltárolhatja a fogyasztó bankkártya adatait, melyhez első alkalommal hozzájárulást fog kérni. Hirdetések személyre szabása címszó alatt rögzíti a Viber Media, hogy a hirdetések fontosak ahhoz, hogy a szolgáltatás ingyenes maradjon a fogyasztó számára. Annak érdekében, hogy releváns hirdetés jelenjen meg, előfordulhat („we may receive”), hogy néhány adatot átvesz megbízható harmadik felektől a Viber Media a felhasználó tulajdonságaival és érdeklődési körével kapcsolatban, hogy azonosíthassa azt a csoportot, melyhez a fogyasztó tartozik. A blogbejegyzés utal arra, hogy ez az információ a telefon hirdetési azonosítójából származik. A bejegyzés tartalmazza annak a menüpontnak az elérhetőségét, amelynél a felhasználó beállíthatja, hogy ne lásson személyre szabott hirdetéseket. A blogbejegyzés utolsó pontként utal a süti szabályzat módosulására. Egyúttal jelzi, hogy a fogyasztó választhatja azt, hogy egyes (alapértelmezett) sütiket nem fogad el („opt out”), valamint tartalmaz egy linket, mely a hirdetések, süti és nyomkövető technológiákra vonatkozó szabályzathoz vezet.

126. Továbbá, 2021 januárjában a Viber Media valamennyi EU-n belüli felhasználója számára egy specifikus képernyőt is elküldött, amely a célzott hirdetésekkel kapcsolatos beállítások módosítását javasolta.¹²⁶

V.

Az eljárás alá vont álláspontja

127. Az eljárás alá vont álláspontja szerint jogszerűen folytatta a vizsgálat tárgyát képező kereskedelmi gyakorlatot és ezért az eljárás megszüntetésének van helye¹²⁷, amely álláspontját a kötelezettségvállalási javaslatának benyújtásakor és annak módosításai (lásd a következő fejezetben hivatkozott iratokat) során is megerősített.
128. Az eljáró versenytanács tekintettel arra, hogy az eljárást – jogsértés vagy annak hiánya megállapítása nélkül – kötelezettségvállalás elfogadásával zárta le, mellőzte az eljárás alá vont egyes valószínűsített jogsértésekre vonatkozó álláspontjának ismertetését, mivel azok eljáró versenytanács általi érdemi értékelésére sem volt szükség.

VI.

Az eljárás alá vont kötelezettségvállalása

VI.1. A kötelezettségvállalás egyeztetésének folyamata

129. Az eljárás alá vont a vizsgálati jelentésre tett észrevételeivel egyidejűleg megismételte, illetve kiegészítette kötelezettségvállalási javaslatát és jelezte, hogy annak tartalmát illetően

¹²⁶ VJ/6-38/2020.

¹²⁷ VJ/6-5/2020. számú irat 19. kérdésre adott válasz

nyitott az egyeztetésre.¹²⁸Ezt követően a Viber Media az eljáró versenytanács által jelzett észrevételek és kérdések¹²⁹ figyelembe vételével több körben¹³⁰, az első előzetes álláspontot követően is módosította és pontosította kötelezettségvállalási javaslatát, ugyanakkor az eljáró versenytanács által az előzetes álláspontban¹³¹és később jelzett érdemi módosítási kéréseket nem, vagy csak részben teljesítette. Ezt követően az eljáró versenytanács új előzetes álláspontot¹³² alakított ki, amelyre válaszul¹³³ az eljárás alá vont újabb, érdemben módosított kötelezettségvállalási javaslattal állt elő, majd azt az eljáró versenytanács által jelzett észrevételek¹³⁴ alapján több körben pontosította¹³⁵míg végül benyújtotta¹³⁶ a véglegesnek szánt kötelezettségvállalását, amely teljes szövegét a határozat melléklete tartalmazza.

130. Az eljáró versenytanács felhívására a Viber Media kötelezettségvállalási javaslatait a Nemzeti Adatvédelmi és Információszabadság Hatóság (a továbbiakban: NAIH) is véleményezte két alkalommal¹³⁷, amely – Viber Media által több ponton vitatott¹³⁸ – véleményeket az eljáró versenytanács figyelembe vette a kötelezettségvállalás Viber Media-val történő egyeztetése során.

VI.2. A Viber Media álláspontja¹³⁹ a kötelezettségvállalás elfogadhatósága kapcsán

131. A Viber Media kiemelte, hogy már az eljárás során proaktívan végrehajtott több olyan módosítást a Viber alkalmazásban, amelyek az eljáró versenytanáccsal folytatott kötelezettségvállalási tárgyalások és a korábbi kötelezettségvállalási javaslatok részét képezték. Az eljáró versenytanáccsal folytatott kötelezettségvállalási tárgyalás/ok folyamatosan haladtak, a Viber Media a felhasználók lehető legjobb kiszolgálása érdekében még a kötelezettségvállalási csomag esetleges jóváhagyása előtt úgy döntött, hogy bizonyos változtatásokat eszközöl. Ezek az előzetes lépések is alátámasztják, hogy a Viber figyelemmel van a piaci gyakorlatok és az ítélkezési gyakorlat legújabb fejleményeire, továbbá mutatják a Viber elkötelezettségét amellet, hogy a felhasználók részére kiváló szolgáltatást nyújtson. Ezek a fejlesztések a felhasználók rendelkezésére álló adatkezelési választási lehetőségek átláthatóságát szolgálják, és hozzájárulnak a még jobb felhasználói élményhez.

132. A fentiekkel összhangban a végleges kötelezettségvállalási javaslat két részből áll:

- a Viber alkalmazás módosítására és a szolgáltatás használatára vonatkozó új elemek bevezetése („Javasolt Módosítások”), valamint
- az eljáró versenytanáccsal folytatott kötelezettségvállalási tárgyalás-sorozat eredményeként már végrehajtott módosítások fenntartása („Végrehajtott Módosítások Fenntartása”).

133. A Javasolt Módosítások az alábbiak:

¹²⁸ VJ/6-63/2020. sz. irat.

¹²⁹ VJ/6-75/2020. sz., VJ/6-80/2020. sz. iratok.

¹³⁰ VJ/6-78/2020. sz., VJ/6-81/2020. sz. iratok.

¹³¹ VJ/6-83/2020. sz. irat.

¹³² VJ/6-111/2020. sz. irat.

¹³³ VJ/6-117/2020. sz. irat.

¹³⁴ VJ/6-120/2020. sz., VJ/6-121/2020. sz., VJ/6-134/2020. sz. , VJ/6-139/2020. sz. iratok.

¹³⁵ VJ/6-124/2020. sz., VJ/6-138/2020. sz. iratok.

¹³⁶ VJ/6-140/2020. sz. irat.

¹³⁷ VJ/6-99/2020. sz. és VJ/6-133/2020. sz. iratok.

¹³⁸ VJ/6-102/2020. sz., VJ/6-137/2020. sz., VJ/6-138/2020. sz. iratok.

¹³⁹ VJ/6-138/2020. sz. irat.

- a Viber applikáció reklámmentes (Viber Plus) változatának bevezetése és elérhetővé tétele Magyarországon a Viber applikáció reklámos verziója mellett;
- adatkezeléssel kapcsolatos további információk közlése a regisztráció előtt;
- a regisztráció során az adatkezeléssel kapcsolatban a felhasználók rendelkezésére bocsátott információk módosítása;
- a „Tartalom személyre szabásának engedélyezése” alapértelmezett beállításainak módosítása kikapcsoltra, amely letiltja a személyes adatok kezelését tartalom személyre szabásához (“Tartalom Személyre Szabása”).
- az újonnan csatlakozó felhasználók esetében a tényleges születési dátum megadása a regisztráció során;
- az új és a jelenlegi felhasználók több módon történő ismételt tájékoztatása az adatkezelési lehetőségeikről;
- a Harmadik Feles Hirdetések egyszerű, egyetlen kattintással történő elutasítása a reklámos Viber applikációban;
- magyar nyelvű interaktív adatvédelmi és biztonsági chat-bot kifejlesztése és működtetése;
- rendszeres, átfogó magyar nyelvű figyelmeztetések küldése a felhasználók számára az adatvédelmi választási lehetőségekről és a szolgáltatás biztonsági jellemzőiről a Viber app-ban;
- a Beállítások -> Adatvédelem -> Személyes adatok menüpontban elérhető „További információk” ikon alatti tájékoztató magyar nyelvű változatának elkészítése;
- az EGT-ben és az Egyesült Királyságban alkalmazandó Adatkezelési Tájékoztató módosítása az adatkezelés céljai tekintetében oly módon, hogy az összhangba kerüljön a Beállítások -> Adatvédelem -> Személyes adatok menüpontban elérhető gombokkal összhangban.

134. A kötelezettségvállalás „Végrehajtott Módosítások Fenntartása” része, azaz a már végrehajtott módosítások, amelyek esetében a Viber Media azok fenntartását vállalja a következők:

- A „Reklámok személyre szabásának engedélyezése az Ön Viber-adatai alapján” gomb alapértelmezés szerinti kikapcsolásának fenntartása, amely letiltja a személyes adatok kezelését a Személyre Szabott Hirdetésekhöz;
- a „Reklámok beállításai” menüpont alá a „Reklámok személyre szabásának engedélyezése az Ön Viber-adatai alapján” opció beépítése, amely lehetővé teszi a felhasználók számára, hogy egy helyen rendelkezzenek a reklám beállításairól, valamint már a regisztráció során megadhasák a hirdetési preferenciáikat;
- az adatkezelési tájékoztatók és a „Reklámok beállításai” menü alatt elérhető információk magyar nyelvű verziójának elkészítése és folyamatos frissítése.

135. A Viber Media meggyőződése, hogy a végleges kötelezettségvállalási javaslat fent említett elemei megfelelőek ahhoz, hogy az eljáró versenytanács azok kötelezővé tétele mellett a jelen eljárást jogsértés megállapítása és bírság kiszabása nélkül lezárja.

136. A Viber Media egyes vállalt intézkedéseket külön is megindokolta, így a reklámmentes verzió bevezetését és az ahhoz kapcsolódó intézkedéseket:

137. A fő különbség a reklámmentes és a reklámos verziók között az, hogy a felhasználók csak Általános Hirdetéseket kapnak vagy egyáltalán nem kapnak hirdetéseket. A Viber Plus reklámmentes változat nemcsak azt biztosítja a felhasználóknak, hogy egyáltalán ne kapjanak hirdetéseket, hanem azt is, hogy személyes adataik hirdetési célokra való (Viber Media vagy harmadik fél általi) felhasználását ne engedélyezzék. Noha a Viber (reklámos)

verziójában is lehetőség van egy kattintással elutasítani a Harmadik Feles Hirdetéseket, az egy kattintással történő elutasítás két módszere között a különbség a visszautasított hirdetések köre. A Viber Plus opciót választó felhasználók minden hirdetést elutasítanak (Személyre Szabott Hirdetések, Általános Hirdetések és Harmadik Feles Hirdetések), míg a Viber (reklámos) verziót használó felhasználók elutasíthatják a Személyre Szabott Hirdetéseket és a Harmadik Feles Hirdetéseket, de továbbra is kapnak Általános Hirdetéseket.

138. A Viber Plus (reklámmentes) és a Viber (reklámos) változatának elérhetővé tétele alkalmas arra, hogy eloszlassa az ingyenes üzenetek állítólagos félrevezető jellegével kapcsolatos aggályokat is. A Viber Plus opciót választó felhasználók ugyanis tisztában vannak azzal, hogy bizonyos díjat fizetnek azért, hogy egyáltalán ne kapjanak reklámokat és megtilthassák a személyes adataik hirdetési célokra történő megosztását és felhasználását, míg azok a felhasználók, akik nem a Viber Plus opciót választják, szintén tisztában vannak azzal, hogy személyes adataikat – bizonyos mértékig – felhasználhatják a szolgáltatás működése során. Ugyanakkor a Viber Plus-ra nem előfizető felhasználók alapértelmezett beállításként nem kapnak Személyre Szabott Hirdetéseket vagy Harmadik Feles Hirdetéseket, hacsak ahhoz nem járulnak hozzá.
139. A Viber Plus szolgáltatás lehetőséget teremt a felhasználók számára, hogy egy bizonyos havi díj ellenében a Viber szolgáltatás reklámmentes verzióját válasszák. A reklámmentes verzió egyben azt is jelenti, hogy a felhasználók személyes adatai nem kerülnek felhasználásra vagy megosztásra hirdetési céllal. A Viber Plus reklámmentes verzió tehát megoldást kínál azoknak a felhasználóknak, akik nem szeretnék sem Személyre Szabott Hirdetéseket, sem Általános Hirdetéseket kapni, és biztosítja azt is, hogy a felhasználói adatok nem kerülnek megosztásra harmadik fél hirdetőkkel.
140. A Viber Plus szolgáltatás választása a reklámmentesség mellett, az Általános Hirdetések „egyetlen kattintással” történő elutasítását is jelenti (a Személyre Szabott Hirdetések alapértelmezés szerint ki vannak kapcsolva), ennek révén a Viber Media lényegében a cookie policy-hez hasonló adatkezelési elutasítási módszert alkalmaz.
141. A Viber Plus verzióra történő előfizetés letiltja az Általános Hirdetések megjelenítését, amíg a felhasználó Viber Plus szolgáltatásra vonatkozó előfizetése aktív. A Viber Plus szolgáltatás választása elérhető lesz új és meglévő felhasználók számára is. Az új felhasználók esetében a Viber Plus szolgáltatásra vonatkozó ajánlat az utolsó lépése lesz a regisztrációs folyamatnak. Ezáltal biztosítja, hogy a felhasználók megismerjék és tudjanak a reklámmentes verzió választhatóságáról és a választás a regisztrációs folyamat megkerülhetetlen lépése legyen.
142. A felhasználók megfelelő tájékoztatást kapnak a Viber Plus szolgáltatás jellemzőiről az ajánlati képernyőn, amikor rákattintanak a „*Reklámmentes Viber*” szövegre, a Viber weboldalon magyar nyelven megjelenő magyarázó cikkben és a szerződési feltételekben is, amelyek lehetővé teszik a fogyasztók számára a Viber Plus szolgáltatás feltételeinek megfelelő megismerését és mérlegelését. Továbbá, a felhasználók a regisztráció során a „*Megjelenő tartalmak beállítása*” oldalon tájékoztatást kapnak a Viber Plus opcióiról.

A kötelezettségvállalási javaslat elfogadhatósága

143. A Viber Media Kötelezettségvállalási Közleményben¹⁴⁰ foglalt szempontok alapján megindokolta, hogy a kötelezettségvállalása miatt megfelelő.
144. A kötelezettségvállalás alkalmazhatósága kapcsán a Viber Media rögzítette, hogy a jelen eljárásban vizsgált magatartása nem érint sérülékeny fogyasztókat, ezért a kötelezettségvállalás lehetősége nem kizárt.
145. A Viber Media fenntartotta, hogy nem sértette meg az Fttv. rendelkezéseit, továbbá megjegyezte, hogy az állítólagos jogsértések nem okoztak jelentős hátrányt és nem érintettek jelentős számú fogyasztót. A Viber Media az eljárás során teljes mértékben együttműködött és jelentős számú kérdésre készségesen válaszolt. A Viber Media együttműködését továbbá az is alátámasztja, hogy a releváns feltételek és irányelvek magyar nyelvű változatát már a vizsgálati szakban közzétette.
146. A Viber Media álláspontja szerint a gyakorlata jelenleg is megfelel az alkalmazandó jogszabályi követelményeknek, de ezzel együtt a felvetett aggályok kezelése, és a közérdek hatékony védelme biztosítható a kötelezettségvállalások útján.
147. A Viber Media kifejtette¹⁴¹ azt is, hogy a felajánlott kötelezettségvállalása miatt felel meg Kötelezettségvállalási Közlemény azon elvárásainak, amelyek szerint annak relevánsnak, hitelesnek, időszerűnek, ellentmondás-mentesnek, ellenőrizhetőnek kell lennie, illetve, hogy az miért vannak összhangban a GVH gyakorlatával.

VII.

Jogszabályi háttér

148. Az Fttv. 19. § c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a GVH eljárása tekintetében a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tptv.) rendelkezéseit kell alkalmazni.
149. Az Fttv. 1. § (1) bekezdése szerint az Fttv. állapítja meg a termékekhez kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen cikk (2) bekezdése szerint az Fttv. hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.
150. Az Fttv. 9. § (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.
151. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
152. Az Fttv. 11. § (1) bekezdése szerint a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál – a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével – a következő szempontok irányadóak:

¹⁴⁰ A Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének 1/2018. közleménye a Tptv. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalásról (egységes szerkezetben az azt módosító 1/2021. közleménnyel)

¹⁴¹ VJ/6-138/2020. sz. irat 97-132. pontok.

- az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy
- a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.

153. Az eljáró versenytanács határozatában a Tpv. 76. § (1) bekezdésének m) pontja értelmében a vállalkozást a kötelezettségvállalás teljesítésére kötelezi a Tpv. 75. § alapján.

154. A Tpv. 75. § (1) bekezdés értelmében, ha a 67. § (2) bekezdése alapján indított versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás tekintetében az ügyfél kötelezettséget vállal arra, hogy magatartását meghatározott módon összhangba hozza az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel, és a közérdek hatékony védelme ilyen módon is biztosítható, az eljáró versenytanács határozatában kötelezővé teheti a vállalat teljesítését anélkül, hogy a határozatban a jogsértés megvalósulását vagy annak hiányát megállapítaná. Ha az ügyfél a vizsgált magatartással időközben felhagyott, a magatartás ismételt tanúsításának elkerülését biztosító átlátható és ellenőrizhető magatartási szabályok betartására vállalható kötelezettség.

155. A Tpv. 75. § (2) bekezdés alapján az eljáró versenytanács az (1) bekezdés szerint meghozott határozatában foglalt kötelezettségeket határozott időre fogadhatja el, és a határozat tartalmazza, hogy a GVH - sem a határidő letelte előtt, sem annak eredményes letelte után - semmilyen vizsgálati cselekményt nem végez a jogsértés megvalósulásának vagy hiányának feltárása érdekében. Ez a rendelkezés nem érinti az utóvizsgálat lefolytatását.

156. A Tpv. 46. § (1) bekezdése szerint az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény (a továbbiakban: Ákr.) rendelkezéseit a versenyfelügyeleti eljárásban akkor kell alkalmazni, ha azt a törvény kifejezetten előírja.

VIII.

Jogi értékelés

VIII.1. Hatály, hatáskör, illetékesség

157. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint az eljárásban vizsgált magatartásokra az Fttv. rendelkezései alkalmazandók tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont által alkalmazott tájékoztatások természetes személy fogyasztóknak szólnak.

158. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.

159. Jelen eljárásban a gazdasági verseny érdemi érintettsége a Viber alkalmazással kapcsolatos kereskedelmi gyakorlatokkal összefüggésben fennáll, tekintettel arra, hogy a Viber alkalmazást több millió magyar fogyasztó használja, illetve az alkalmazás a vizsgált időszakban havi több tízezres nagyságrendű letöltéssel rendelkezett. Mivel az eljárás során vizsgált gyakorlatok az alkalmazás letöltése, a regisztráció és az alkalmazás használata során megjelent kommunikációkat érintik, az előbbieken ismertetett körülmények együttesen arra utalnak, hogy a vizsgált magatartások széles körben érinthették a fogyasztókat.

160. A fentiekén túl az eljárás alá vont vállalkozás a vizsgálattal érintett piacon régóta jelenlévő, meghatározó szereplő, illetve jelentős árbevétellel rendelkező vállalkozás.
161. Az előbbiekre tekintettel az Fttv. 11. § (1) bekezdés a) és b) pontja alapján az eljárás a GVH hatáskörébe tartozik. A GVH illetékességét a Tpv. 45. §-a állapítja meg.

VIII.2. A felelősség

162. Az Fttv. 9. § (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett termék értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.
163. A jelen ügyben vizsgált kereskedelmi gyakorlatot egyértelműen a Viber Media alakította ki.
164. A Versenytanács gyakorlata¹⁴² szerint „*a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése vonatkozásában fennálló közvetlen érdekeltséget nemcsak az áru azonnali eladása alapozza meg, hanem a fogyasztókra vonatkozó – a későbbi értékesítést lehetővé tevő, illetve megkönnyítő – adatokhoz való hozzájutás, illetőleg az ugyancsak ezt szolgáló kedvező image megeremtése, fenntartása, megerősítése is.*” A Viber Media abban érdekelt, hogy az alkalmazást, annak különböző funkcióit minél többen használják, hiszen minél több fogyasztó veszi igénybe a szolgáltatást, annál több adat kezelése és piaci, gazdasági célú felhasználása válik lehetségessé, ami révén több bevételre és egyéb előnyökre (pl. partnerekkel kedvezőbb szerződéses kapcsolat kialakításának a lehetősége, hosszabb távú image-javulás, költségek csökkenése) tehet szert.
165. Az Fttv. 9. § (1) bekezdésében alkalmazott érdek-elv figyelembevételével tehát a jelen versenyfelügyeleti eljárás során vizsgált kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatban is megállapítható lenne az eljárás alá vont felelőssége a jogsértésért, amennyiben a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat megállapítására került volna sor, tekintettel arra, hogy a vizsgálattal érintett szolgáltatást a Viber Media nyújtja közvetlenül a fogyasztók részére, a kapcsolódó kereskedelmi kommunikációkat a Viber Media hozta létre és tette közzé, továbbá egyértelműen érdekében áll, hogy minél több fogyasztó használja az alkalmazást, annak egyes funkcióit, ugyanis az mind a fogyasztók, mind a piaci szereplők számára értékkel bír, és abból a Viber Media-nak bevétele származik, illetve származhat.

VIII.3. A kötelezettségvállalás értékelése

166. Az eljáró versenytanács kiemeli, hogy a Viber szolgáltatás ingyenességére vonatkozó üzenetek, annak biztonságosságára vonatkozó tájékoztatás, az igénybevételi feltételek magyar nyelvű elérhetősége és az adatkezeléssel összefüggő tájékoztatási gyakorlat kapcsán a határozat 1)-4) pontjaiban jelzett eljárás indítását indokoló körülmények alapján volt valószínűsíthető, hogy a Viber Media kommunikációja megtévesztő, illetve a szakmai gondosság követelményébe ütköző volt. A Viber Media ezen magatartásokkal összefüggő kötelezettségvállalási javaslatára tekintettel az eljáró versenytanács a kötelezettségvállalás alkalmazásának a Tpv. 75. § (1) bekezdése szerinti feltételeit értékelte az alábbiak szerint.

VIII.3.1. A kötelezettségvállalás alkalmazását kizáró körülmények hiánya

¹⁴² Ld. Versenytanács Fttv.-vel kapcsolatos elvi döntései, I.9.4. pont (VJ/93/2011.)

167. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint jelen eljárásban a Viber Media vizsgálat tárgyát képező kereskedelmi kommunikációi kapcsán nincs akadálya a kötelezettségvállalás alkalmazásának a Kötelezettségvállalási Közleményben foglalt szempontok alapján:
- A vizsgált magatartás nem sérülékeny fogyasztói kör irányában valósult meg és bár jelentős számú fogyasztót érint, nem valószínűsíthető, hogy az jelentős anyagi kárt okozott volna a fogyasztóknak.
 - Az OTT szolgáltatásokkal kapcsolatos felhasználói tájékoztatások és adatkezelési gyakorlat fogyasztóvédelmi értelmezése kapcsán jogalkalmazói gyakorlat még nem tekinthető kikristályosodottnak.
 - A Viber Media jelen ügyben vizsgált magatartását korábban más hatóság nem minősítette jogsértőnek, illetve a Viber Media magatartása korábban tett kötelezettségvállalásába sem ütközik.
168. A Kötelezettségvállalási Közlemény 10. pontja rögzíti, hogy tekintettel arra, hogy a kötelezettségvállalás egyik célja az eljárás alá vont magatartásának az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel való összhangba hozása, a nyilvánvalóan nem jogsértő esetekben a GVH értelemszerűen nem alkalmazza a Tpvt. 75. §-át, ugyanakkor, ahogy azt a Közlemény 15. pontja¹⁴³ jelzi, a kötelezettségvállalással záruló versenyfelügyeleti eljárásban a GVH nem végzi, nem végezheti el a tényállás teljes körű tisztázását és a vizsgált magatartás érdemi értékelését, mert a Tpvt. 75. § szerinti vállalás teljesítését csak a jogsértés vagy annak hiánya megállapítása nélkül írhatja elő. Míg a jogsértés vagy annak hiányának megállapítása a tényállás teljes körű tisztázását és a magatartás érdemi értékelését igényelné, addig a kötelezettségvállalással záruló versenyfelügyeleti eljárásban azt kell a GVH-nak bemutatnia, hogy az eljárás alá vont vállalása mellett a magatartás összhangba kerül az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel, mégpedig a közérdek hatékony védelmét biztosító módon.
169. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint jelen helyzet a fentebb kifejtetteknek megfelel: az eljárás indítására okot adó, valószínűsített jogsértést egyértelműen kizáró bizonyítékokat a vizsgálat nem tárt fel, azaz a vizsgált időszakban (vagy legalább annak egy részében) a jogsértés a valószínűsítés szintjén továbbra is fennáll, a Viber Media által tett vállalások nélküli helyzetet feltételezve, azok mérlegelésének időpontjában is.
170. Az eljáró versenytanács mindezt a szolgáltatás ingyenességére utaló üzeneteket tartalmazó kereskedelmi kommunikáció vonatkozásában is megállapíthatónak tartja, tekintettel azonban az eljárásban alkalmazott felfüggesztés [ld. jelen határozat 5)-9) bekezdéseit] indokaira is, alábbiakban szükségesnek látta részletesebben is kifejteni, hogy sem a tényállásban részben hasonló VJ/85/2016. számú Facebook ügyben hozott bírósági döntések, sem önmagában a jelen eljárás tényállása alapján nem látja nyilvánvalónak a jogsértés hiányának megállapíthatóságát és a kötelezettségvállalást ezen tényállás kapcsán is alkalmazhatónak látja.
171. A Facebook ügyben a GVH és a döntését felülvizsgáló bíróságok az Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontja alapján értékelték az ingyenességre utaló kommunikáció jogszerűségét egy díjfizetési kötelezettséggel nem járó, de személyes adatok felhasználásával működő digitális közösségi média szolgáltatás vonatkozásában. A Facebook ügyben vizsgált magatartás tehát bizonyos mértékben hasonló volt a jelen versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált egyik magatartáshoz, az értékelés jogalapja – az Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontja –

¹⁴³ Ld. még a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának a Tpvt.-vel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései, 2020, 75.3. pontját.

pedig azonos. Minderre tekintettel az eljáró versenytanács a Facebook ügyet relevánsnak tekintette a jelen eljárásban vizsgált ingyenességre utaló kommunikációk kapcsán, ezért a döntéshozatalhoz szükségesnek látta a Facebook ügyben hozott határozattal kapcsolatos bírósági eljárások lezárását megvárni. Az ügy relevanciájára a Viber Media is hivatkozott észrevételeiben.

172. A Facebook ügyben a Fővárosi Törvényszék megsemmisítette a GVH határozatát, a Fővárosi Törvényszék ítéletét felülvizsgáló Kúria pedig a Kfv.II.37.243/2021/11. számú ítéletében a Fővárosi Törvényszék ítéletét hatályában fenntartotta. A Kúria értelmezésében a közigazgatási jogvita fő kérdése az volt, hogy „*a Facebook használatának ingyenessége állítása az Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontja alá eső magatartásnak minősülhet-e akkor, ha a fogyasztó hozzájárulásával átadott személyes adatokat a felperes úgy adja tovább üzleti partnereinek, hogy ezzel a fogyasztó célzott, személyre szabott hirdetést kap. [...] egyetlen jogilag értékelendő kérdést vet fel [...] ingyenességre tekintendő-e a Facebook szolgáltatása olyan körülmények között, hogy a fogyasztók - személyes adataik felhasználásának segítségével - nem egyszerű, hanem célzott hirdetéseket kapnak.*” A Kúria jogerős ítéletének elvi tartalma szerint „*[a]z Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontja alkalmazásában, áru ára vagy díja alatt (áru alatt értve a szolgáltatásokat is) a pénzügyi ellenszolgáltatáson túl minden olyan, a fogyasztónak hátrányt okozó ellenszolgáltatást is érteni kell, amely hátrány az áru természetéből immanens módon nem következik, közvetlenül hat, és szignifikáns, tehát ügyleti döntés befolyásolására érdemben képes, vagy arra alkalmas. A személyes adatoknak célzott hirdetésekre való használatra átadása a fogyasztó részéről nem tekinthető olyan ellenszolgáltatásnak, amely a Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontja alá tartozik.*” (ld. [80]-[81] bekezdés). A Kúria ítéletének indokolása (ld. [65] és [71] bekezdések) szerint „*nem tekinthető az adatátadás, az adatkezeléshez történő hozzájárulás, a célzott reklámok felhasználói fiókba történő elviselésének tűrése és a reklámok megtekintésére fordított idő olyan ellentételezésnek, amely az Fttv. 6. cikk (1) bekezdés c) pontja fogalma alá tartozna*”, továbbá „*amennyiben nem kimutatható az a hátránytöbblet, ami általában a reklám és a célzott reklám fogyasztása között van, akkor nincs olyan tényező, ami a fogyasztót az ügyleti döntése meghozatalakor befolyásolhatja.*”
173. A Facebook és a Viber szolgáltatásának eltérései miatt, így különösen amiatt, hogy a Viber szolgáltatásának nyilvánvalóan nem az a lényege, hogy azon keresztül a fogyasztók hirdetéseket kapjanak, az eljáró versenytanács álláspontja szerint a Viber szolgáltatására nem alkalmazható a Kúria Facebook közösségi média szolgáltatására alkalmazott egyedi értékelése, ezért az eljáró versenytanács szerint az, hogy a Facebook esetében az ingyenességre utaló üzenetek a Kúria döntése szerint nem voltak jogsértőek, nem jelenti azt, hogy a Viber szolgáltatás ingyenességére utaló üzenetei sem lehetnének jogsértőek.
174. Ezt az értelmezést támogatja a UCP Iránymutatás¹⁴⁴ is, amely szerint „*Az „ingyenesként” feltüntetett termékek különösen gyakoriak az online ágazatban. Azonban sok ilyen szolgáltatás személyes adatokat gyűjt a felhasználókról, például a személyazonosságukat és az e-mail-címüket. Fontos, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv az „ingyenes” termékekkel kapcsolatos valamennyi kereskedelmi gyakorlatra kiterjed, és a pénzben történő fizetés nem feltétele az alkalmazásának. Az adatközpontú gyakorlatok magukban foglalják az uniós adatvédelmi jogszabályok és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv közötti*

¹⁴⁴ A Bizottság közleménye: Iránymutatás a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához (2021/C 526/01), 3.4. fejezet, 68. oldal.

kölcsönhatást. Egyre inkább felismerik a fogyasztói preferenciákhoz, a fogyasztók személyes adataihoz és egyéb felhasználók által létrehozott tartalmakhoz kapcsolódó információk gazdasági értékét. Az ilyen termékek „ingyenesként” való forgalmazása – anélkül, hogy megfelelően elmagyaráznák a fogyasztók számára, miként fogják használni preferenciáikat, személyes adataikat és az általuk létrehozott tartalmakat – az adatvédelmi jogszabályok esetleges megsértésén túl megtévesztő gyakorlatnak minősülhet.”

175. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint az UCP Iránymutatás fentebb idézett részének megfelelően a Viber Media „ingyenesség” üzenetet tartalmazó kommunikációi az adatkezelésre vonatkozó tájékoztatásokkal együtt is értékelhetőek lennének: hogy ezek az „ingyenes” üzenet értelmezését megfelelően támogatták-e, elmagyarázták-e, hogy a szolgáltatás üzemeltetése során a felhasználók értékkel bíró személyes adatait a Viber Media milyen célból és hogyan használta.
176. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint tehát az ingyenes üzenetekkel kapcsolatos tájékoztatások kapcsán sem állapítható meg a jogsértés nyilvánvaló hiánya, annak értékelése lehetséges lenne az Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontja alapján, illetve az adatkezelésről való tájékoztatások Fttv. 7. § (1) bekezdése alapján történő értékelésének keretében is. Mivel azonban a kötelezettségvállalás – az alábbiakban kifejtettek szerint – ezen tényállás kapcsán is relevánsnak tekinthető, ezért ezen tényállás kapcsán is szükségtelen volt az érdemi értékelés elvégzése és a jogsértés vagy annak hiánya megállapítása.

VIII.3.2. A Kötelezettségvállalási Közlemény feltételeinek értékelése

177. A Kötelezettségvállalási Közlemény 16. pontja szerint, ahogyan arra az eljárás alá vont is utalt indokolásában, a kötelezettségvállalási nyilatkozattal szemben alapvető elvárás, hogy az
- a) releváns,
 - b) hiteles,
 - c) időszerű,
 - d) ellentmondás-mentes,
 - e) ellenőrizhető legyen, továbbá,
 - f) korlátozottan megismerhető adatokat csak kivételesen tartalmazhat.
178. Jelen esetben az eljáró versenytanács álláspontja szerint a Viber Media által tett, jelen határozat melléklete szerinti végleges kötelezettségvállalás **relevánsnak** tekinthető a Kötelezettségvállalási Közlemény 17. pontja szerinti értelemben mivel valamennyi vizsgált magatartás (a Viber szolgáltatás ingyenességére vonatkozó üzenetek, annak biztonságosságára vonatkozó tájékoztatás, az igénybevételi feltételek magyar nyelvű elérhetősége és az adatkezeléssel összefüggő tájékoztatási gyakorlat) kapcsán releváns intézkedéseket tartalmaz.
179. A Viber Media már az eljárás alatt végrehajtott intézkedései, amelyek esetében azok fenntartását, folytatását vállalta a kötelezettségvállalása keretében:
- Az adatkezelési tájékoztatók és az alkalmazásban (pl. a „Reklámok beállításai” menü alatt) elérhető információk magyar nyelvű verziójának elkészítése és folyamatos frissítése;

- A személyre szabott hirdetésekhez a személyes adatok kezelésének alapértelmezés szerinti kikapcsolása (tiltása) és a reklámok beállításai, hirdetések személyre szabása rendelkezési lehetőségeinek megváltoztatása (a felhasználók egy helyen rendelkezhetnek a reklám beállításairól, valamint már a regisztráció során megadhatják a hirdetési preferenciáikat). A Viber Media korábbi gyakorlata szerint az „Adatvédelem / Személyes adatok” menüpontban az egyik adatokról való rendelkezési opció volt az „Érdeklődésen alapuló hirdetések engedélyezése”, mégpedig a 16 éven felüli felhasználók esetében alapértelmezés szerint bekapcsolt (engedélyező) beállítással. Ezt a helyzetet változtatta meg a Viber Media már az eljárás alatt azzal, hogy ez a kapcsológomb megszűnt, helyette „A reklámok beállításának kezelése” címmel egy továbblépési lehetőség van az „Adatvédelem / Személyes adatok” menüpontban, amelyre rákattintva megnyíló oldalon két, kapcsológomb érhető el (ezek a „Reklámok személyre szabásának engedélyezése az Ön Viber adatai alapján” és a „Reklámok személyre szabásának engedélyezése harmadik fél adatai alapján”), de ezek alapbeállítása kikapcsolt (azaz az adatkezelést tiltó), ezért a felhasználó kifejezett döntése szükséges a személyre szabott hirdetésekhez a személyes adatok felhasználásának engedélyezéséhez.

180. A Viber Media azon új intézkedései, amelyeket a kötelezettségvállalás előírását követően hajt végre:

- a Viber applikáció reklámmentes (Viber Plus) változatának bevezetése és elérhetővé tétele Magyarországon a Viber applikáció reklámos verziója mellett;
- adatkezeléssel kapcsolatos információk körének módosítása, kiegészítése a regisztráció előtt és annak folyamatában;
- az „Adatvédelem / Személyes adatok” menüpontban „Tartalom személyre szabásának engedélyezése” alapértelmezett beállításainak módosítása kikapcsoltra, amely letiltja a személyes adatok kezelését tartalom személyre szabásához;
- az újonnan csatlakozó felhasználók esetében a tényleges születési dátum megadása a regisztráció során;
- az új és a jelenlegi felhasználók több módon (pl. alkalmazáson belüli CRM¹⁴⁵ üzenetek, értesítések) történő ismételt tájékoztatása az adatkezelési lehetőségeikről;
- adatvédelmi és biztonsági témákról magyar nyelvű interaktív adatvédelmi és biztonsági chat-bot kifejlesztése és működtetése;
- a jelenleg még magyar nyelven nem elérhető adatkezeléssel összefüggő tájékoztatások (pl. „Adatvédelem / Személyes adatok” menüpontban a „További információk” résznél) magyar nyelvű változatának elkészítése.

181. A kötelezettségvállalás fenti, egymással összefüggő intézkedései az alábbiak szerint érintik valamennyi vizsgált magatartást.

182. A szolgáltatás ingyenességére vonatkozó üzenetek témaköre kapcsán releváns intézkedés a Viber alkalmazás reklámmentes (Viber Plus) változatának bevezetése és elérhetővé tétele Magyarországon a Viber reklámos verziója mellett, valamint a Viber reklámos verziója kapcsán az adatkezelési rendelkezések és tájékoztatások módosítása. A reklámmentes Viber Plus opciót választó felhasználók bizonyos díjat fizetnek azért, hogy egyáltalán ne kapjanak reklámokat (sem személyre szabott, sem általános hirdetéseket) és megtilthassák a személyes adataik hirdetési célokra történő megosztását és felhasználását. Azok a felhasználók pedig, akik nem a Viber Plus opciót, hanem a reklámos, alap verziót

¹⁴⁵ A Customer Relationship Management, azaz az ügyfélkapcsolat-kezelés, rövidítése.

választják, tisztában lesznek azzal, hogy a hirdetésmentes használatnak külön díja lenne, és a személyes adataikról való rendelkezési lehetőségeikről, annak következményeiről, így azok „értékéről” tájékozottabb és tudatosabb döntést hozhatnak. A reklámos szolgáltatás felhasználói esetében is szűkül az alapértelmezett beállítás szerint megosztott személyes adatok mennyisége, és személyre szabott hirdetéseket vagy harmadik feles hirdetéseket csak akkor kaphatnak, ha ahhoz kifejezetten hozzájárulnak, azaz elutasíthatják a személyre szabott hirdetéseket, de továbbra is kapnak általános hirdetéseket. A módosuló tájékoztatások azt is jelzik, hogy az adatvédelmi beállítások nem érintik a szolgáltatás funkcióit, míg a szolgáltatás korábbi adatkezelési rendszerében ez nem feltétlenül volt nyilvánvaló, így annak lehetett egy beleegyezés felé terelő hatása. Az adatokról való rendelkezés ekként javuló rendszere és a kapcsolódó tájékoztatási változtatások mellett releváns e tényállás vonatkozásában, hogy a bevezetésre kerülő adatvédelmi chat-bot kiterjed majd a Viber Media üzleti modelljére is és elmagyarázza majd, hogy a Viber Media-nak hogyan származik hirdetésekből bevétele és ehhez hogyan, milyen mértékben használ személyes és egyéb, a felhasználóktól származó adatokat.

183. A szolgáltatás biztonságosságára vonatkozó tájékoztatásait is javítja a Viber Media a kötelezettségvállalás keretében: a bevezetésre kerülő adatvédelmi chat-bot is több módon tájékoztatást fog erről nyújtani, emellett a Viber Media a fogyasztói tudatosság növelése érdekében legalább egy éven át 12 poszton keresztül magyar nyelvű figyelmeztetéseket küld majd a felhasználók számára az adatvédelmi választási lehetőségekről és a szolgáltatás tényleges biztonsági jellemzőiről az alkalmazásban. Emellett az életkor-szűrő átalakítása a regisztrációs folyamatban szintén javíthatja a szolgáltatás biztonságos használatának feltételeit.
184. Az igénybevételi feltételek magyar nyelvű elérhetősége kérdéskörben releváns, hogy a Viber Media a szabályzatok és tájékoztatások jelentős részét már a vizsgálat során elérhetővé tette magyar nyelven. Emellett a kötelezettségvállalás kiterjed ezek frissítésére, fenntartására és a még jelenleg magyar nyelven el nem érhető tájékoztatási elemek, részletek magyar nyelven való elérhetőségének biztosítására.
185. Az adatkezeléssel összefüggő tájékoztatási gyakorlat kapcsán pedig a kötelezettségvállalás nyilvánvalóan relevánsnak tekinthető, hiszen a legtöbb vállalt intézkedés ennek módosítására irányul (így a fenti három tényálláshoz is köthető módosítások mindegyike e tekintetben is releváns). Ezen intézkedések eredményeképpen az eljáró versenytanács álláspontja szerint a fogyasztók tájékozottabb és tudatosabb döntéseket hozhatnak a Viber szolgáltatás igénybevétele és ezzel összefüggésben a személyes adataikról való rendelkezés kérdései kapcsán. Lényeges, hogy a Viber Media érdemben átalakítja az adatokról való rendelkezési és tájékoztatási folyamatát. Az új és meglévő felhasználóit is több módon tájékoztatni és figyelmeztetni fogja az adatokról való rendelkezési lehetőségeikre, amely rendelkezési lehetőségek egyszerűbbek lettek és csökkent az alapértelmezett beállítások szerint megosztott személyes adatok mennyisége: hiszen az eljárás hatására a hirdetések személyre szabása és a tartalom személyre szabása céljából is csak a felhasználó kifejezett hozzájárulása esetén lesz lehetséges az adatok felhasználása. Lényeges továbbá e tekintetben is annak hangsúlyozása, hogy az adatvédelmi beállítások nem érintik a szolgáltatás funkcióit, amely üzenet, a fentebb említetteknek megfelelően, hozzájárulhat a torzítatlan fogyasztói döntéshozatalhoz. Emellett a Viber Media által vállalt különböző tájékoztatásokon, alkalmazásbeli értesítéseken, figyelmeztetéseken túl az adatvédelmi chat-bot is érdemben hozzájárulhat a felhasználók adatvédelmi kérdésekkel kapcsolatos tájékozottságának javításához, különös tekintettel

arra, hogy a Viber Media ennek bevezetésekor egy többelemű népszerűsítő kampányt fog lefolytatni.

186. A Kötelezettségvállalási Közlemény 19. pontja szerint a kötelezettség akkor tudja a közérdek hatékony védelmét biztosítani, ha a fogyasztók széles köre által érzékelhető előnyt eredményez. Ilyen előny lehet a 19. d) alpont szerint ha a kötelezettségvállalás hozzájárul a fogyasztói tudatosság növeléséhez, a racionális fogyasztói magatartás irányába orientál (pl. edukációs kampány). Ennek jellemzően feltétele, hogy a kampány várhatóan az érintett fogyasztói réteg jelentős részéhez érjen el, és ténylegesen segítse a fogyasztók tudatosabb döntéshozatalát, vagy az arra való képességét. Mindezen feltételeknek az eljáró versenytanács álláspontja szerint a kötelezettségvállalás fogyasztói tájékozottságot és tudatosságot növelő intézkedései megfelelnek.
187. Az eljáró versenytanács, hatáskörének megfelelően, a tájékozott, torzítatlan fogyasztói döntések szempontjából (az Fttv. alapján) értékelte – jogsértés, vagy annak hiánya érdemi értékelése nélkül – a kötelezettségvállalás megfelelőségét, de az alábbiak szerint tekintettel volt az adatvédelmi szempontokra is.
188. A fogyasztóvédelmi és az adatvédelmi elvárások viszonya kapcsán megállapítható, hogy az adatvédelmi szabályok betartása esetén is sérülhet a fogyasztók torzítatlan ügyleti döntés meghozatalához való joga, ha a tájékozott döntéshez szükséges információkat nem kapnak meg vagy nem időszerűen, nem érthetően kapnak meg, ugyanakkor az adatvédelmi alapon kifogásolható (a tájékoztatásokra vonatkozó adatvédelmi követelményeket nem teljesítő) megoldások egyúttal valószínűleg, bár nem feltétlenül, fogyasztóvédelmi alapon is aggályosak lehetnek.
189. Ahogyan a UCP Iránymutatás¹⁴⁶ jelzi:
- *A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv szempontjából az első mérlegelendő kérdés a kereskedelmi gyakorlat átláthatósága. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. és 7. cikke értelmében a kereskedők nem téveszthetik meg a fogyasztókat olyan szempontok alapján, amelyek valószínűleg befolyásolják ügyleti döntéseiket. Konkrétabban, a 7. cikk (2) bekezdése és az I. melléklet 22. pontja megakadályozza, hogy a kereskedők elrejtsek a kereskedelmi gyakorlat mögötti kereskedelmi szándékot.*
 - *az általános adatvédelmi rendeletben és az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelvben foglalt tájékoztatási követelmények a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (5) bekezdése szerinti jelentős információnak minősülhetnek. A személyes adatok, a fogyasztói preferenciák és a felhasználók által létrehozott egyéb tartalmak gazdasági értékkel bírnak, és gyakran harmadik felek rendelkezésére bocsátják őket. Következésképpen a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (2) bekezdése és I. mellékletének 22. pontja értelmében, ha a kereskedő nem tájékoztatja a fogyasztót arról, hogy a szolgáltatott adatokat kereskedelmi célokra fogja felhasználni, ez jelentős információkkal kapcsolatos megtévesztő mulasztásnak, valamint az átláthatóság és az általános adatvédelmi rendelet 12–14. cikke szerinti egyéb követelmények megsértésének minősülhet.*
190. A fentieknek megfelelően tehát az adatkezelés átláthatósága és célja fogyasztóvédelmi alapon (a UCP és így az Fttv. alapján is) is vizsgálható, olyan lényeges körülmények,

¹⁴⁶ 1.20.10. fejezet, 19. oldal

amelyek tekintetében tilos a megtévesztő gyakorlatok alkalmazása, és az adatvédelmi tájékoztatási követelmények fogyasztóvédelmi alapon is jelentős információkat jelölhetnek, ekként azok elhallgatása megtévesztő gyakorlatnak minősülhet. A GVH-nak nincs hatásköre az adatvédelmi szabályok betartásának értékelésére, csak a fogyasztóvédelmi szabályokat érvényesítheti, ugyanakkor a fentiek alapján, annak értékelésekor, hogy mely információk tekinthetők lényegesnek, figyelembe veheti az adatvédelmi tájékoztatási követelményeket is. Az adatkezelésről való tájékoztatás megfelelősége tehát nem pusztán az adatvédelmi szabályozásnak való megfelelést jelent, annak fogyasztóvédelmi szempontból is megfelelőnek kell lennie, és e tekintetben jelentősége van annak is, hogy az adatkezelési tájékoztatás milyen kontextusban, milyen szolgáltatással összefüggésben, annak milyen egyéb tájékoztatásaival együttesen érvényesült.

191. Ennek megfelelően annak mérlegelésekor, hogy egy kötelezettségvállalás alkalmas-e arra, hogy az eljárás alá vont vállalkozás magatartását összhangba hozza az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel az adatvédelmi rendelkezésekkel való összhangnak is jelentősége lehet, különös tekintettel arra, hogy az Európai Bíróság gyakorlata¹⁴⁷ is megerősíti, hogy egy versenyhatóság figyelembe veheti a kereskedelmi gyakorlat értékelése során annak adatvédelmi szabályozással való kompatibilitását. Az adatvédelmi szempontok kapcsán az eljáró versenytanács a kötelezettségvállalás egyeztetési folyamatában épített a NAIH, mint az adatvédelemre specializált hatóság véleményeire is (lásd határozat VI.1. fejezetét). Az, hogy az eljárás hatására csökken az alapértelmezett beállítások szerint megosztott személyes adatok mennyisége, ekként erősödik az adatkezelés jogalapjaként a felhasználók kifejezett hozzájárulásának szerepe, adatvédelmi szempontból is – a NAIH véleményeit figyelembe véve is – kedvező változás, ahogyan az is, hogy javul a felhasználók esélye a tájékozott, tudatos döntésre az adataikról való rendelkezés kapcsán. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a Viber Media kötelezettségvállalása a legfrissebb európai adatvédelmi elvárásokkal (az Európai Adatvédelmi Testület 08/2024. számú, 2024. áprilisi 17-i véleményével¹⁴⁸) is összhangban van. E vélemény szerint a nagy online platformoknak valódi választási lehetőséget kell biztosítaniuk a felhasználók számára, azaz önmagában nem elegendő a „hozzájárulás vagy fizetés” modellek bevezetése, fontos a felhasználók érvényes (megfelelő tájékoztatáson alapuló, kényszer nélküli, tudatos) hozzájárulása a személyes adataik felhasználása kapcsán. Jelen esetben a Viber Media kötelezettségvállalása pedig nem csak arra terjed ki, hogy bevezet egy fizetős (de reklám- és adatfelhasználás-mentes) szolgáltatási lehetőséget, hanem a nem-fizetős alapszolgáltatása esetében is változtat az adatokról való rendelkezési és tájékoztatási gyakorlatán: erősíti a fogyasztói hozzájárulás szerepét és így csökkenti az alapértelmezés szerint általa felhasználható személyes adatok mennyiségét és javítja a fogyasztók tájékoztatását adatvédelmi és biztonsági kérdések kapcsán.

192. A kötelezettségvállalás a magyar felhasználókat célozza. A Viber Media egyes intézkedéseket egyidejűleg végrehajtotta más országokban is (pl. a személyre szabott hirdetések beállításainak változtatása), illetve van olyan, Magyarországon a kötelezettségvállalás keretében végrehajtani tervezett intézkedés, amit egyes országokban már 2023-ban, illetve 2024-ben bevezetett (a Viber Plus reklámmentes szolgáltatás), más tervezett lépések kapcsán nincs arra vonatkozó terve, hogy azokat más országokban mikor

¹⁴⁷ Az Európai Bíróság 2023. július 4.-i ítélete a C-252/21. sz. Meta vs. Bundeskartellamt ügyben.

¹⁴⁸ 08/2024. sz. Vélemény a nagy online platformok által alkalmazott hozzájárulási vagy fizetős modellekkel kapcsolatos érvényes hozzájárulásról, elfogadva 2024. április 17-én, elérhető: https://www.edpb.europa.eu/our-work-tools/our-documents/opinion-board-art-64/opinion-082024-valid-consent-context-consent-or_en

vezetné be¹⁴⁹, azaz nem állapítható meg, hogy jelen eljárás hatására bevezetendő intézkedéseknek más országokra kiterjedő hatása lenne, ez azonban az eljáró versenytanács álláspontja szerint nem is kifogásolható, hiszen a GVH versenyfelügyeleti tevékenységével a hazai fogyasztók szempontjait hivatott érvényesíteni.

193. A kötelezettségvállalás tehát az eljáró versenytanács értékelése szerint a vizsgált magatartásokkal összefüggésben relevánsnak tekinthető, mert a Viber szolgáltatás kapcsán hozzájárul a magyarországi felhasználók választási lehetőségeinek bővítéséhez, a tájékozottabb, tudatosabb fogyasztói döntésekhez, így a vállalt intézkedések biztosíthatják a Viber Media magatartásának a jogszabályi rendelkezésekkel való összhangját, a közérdek hatékony védelmét biztosító módon.
194. A **kötelezettségvállalás hitelessége** (Kötelezettségvállalási Közlemény 20-21. pontjai) kapcsán az eljáró versenytanács értékelése szerint a Viber Media megbízhatósága a kötelezettségvállalás kapcsán nem kérdőjelezhető meg, illetve reális a kötelezettségvállalás megvalósíthatósága, különös tekintettel arra, hogy a Viber Media több, érdemi intézkedést már az eljárás időtartama alatt végrehajtott, a tervezett intézkedéseket pedig megfelelően (a lehetséges grafikai megvalósításra is kiterjedően) előkészítette. Az eljáró versenytanács szerint a Viber Media elköteleződését igazolja az is, hogy a kötelezettségvállalás végrehajtásának becsült költsége¹⁵⁰ jelentős.
195. Az **időszerűség** (a Közlemény 23-24. pontjai) kapcsán az eljáró versenytanács értékelése szerint megállapítható, hogy az egyes intézkedések ütemezése a kötelezettségvállalásban tisztázott és az azok végrehajtására rögzített időtartam az intézkedések tartalmát figyelembe véve indokoltnak tekinthető. E tekintetben az eljáró versenytanács szerint releváns, hogy a Viber Media az intézkedések többségének fenntartását három évig vállalta, amely az adott iparágban és a vonatkozó joggyakorlat (lásd VJ/24/2020. TikTok ügyet, amelyben a kötelezettségvállalás időtartama két év) alapján is kellően hosszú időnek tekinthető. Míg az ennél rövidebb időszakra vállalt intézkedés (adatvédelmi chat bot – két év) esetében annak funkciójához, tartalmához mérten elfogadható a rövidebb időtáv.
196. A **kötelezettségvállalás ellentmondás-mentessége** a Közlemény 25. pontja alapján szintén lényeges követelmény, amely az intézkedések egyértelmű megfogalmazását, az azokban alkalmazott fogalmak tartalmának megfelelő definiálását jelenti. E körben az eljáró versenytanács megfelelőnek tartja a kötelezettségvállalás jelen határozat melléklete szerinti szövegét.
197. A **kötelezettségvállalás ellenőrizhetőségének** követelménye (Közlemény 26-27. pontjai) az eljáró versenytanács értékelése szerint szintén teljesül, mivel az egyes intézkedési elemekhez külön-külön igazolási kötelezettségek tartoznak, amelyek egyedi tartalma és határideje is meghatározott.
198. A kötelezettségvállalás közérdek-érvényesítési funkciója miatt a Közlemény 28. pontja alapján elvárás, hogy **kötelezettségvállalás korlátozottan megismerhető adatokat csak kivételesen tartalmazzon**. A kötelezettségvállalás e tekintetben megfelelőnek tekinthető, hiszen az nem tartalmaz korlátozottan megismerhető adatot vagy üzleti titkot.

VIII.4. Összegzés

199. A fentiekre tekintettel az eljáró versenytanács álláspontja szerint a kötelezettségvállalás megfelel a Tpv. 75. §-ában foglalt követelményeknek, ezért az eljáró versenytanács a Tpv.

¹⁴⁹ VJ/6-140/2020. sz. irat.

¹⁵⁰ VJ/6-138/2020. sz. irat, V/24. számú melléklet.

76. § (1) bekezdés m) pontja alapján az eljárás alá vont Viber Media-t a 75. § alapján tett (jelen határozat melléklete szerinti) kötelezettségvállalása teljesítésére kötelezte.

200. Az eljáró versenytanács kiemeli, hogy a Tpvt. 75. §-ának (2) bekezdésére figyelemmel a GVH – sem a kötelezettségvállalás teljesítésére meghatározott, jelen határozat melléklete szerinti határidő letelte előtt, sem annak eredményes letelte után – semmilyen vizsgálati cselekményt nem végez a jogsértés megvalósulásának vagy hiányának feltárása érdekében, ide nem értve az utóvizsgálat lefolytatását.

IX.

Egyéb tájékoztatások

201. Az eljáró versenytanács felhívja a figyelmet, hogy a Tpvt. 77. § (1) bekezdésének c) pontja alapján a GVH utóvizsgálat keretében hivatalból ellenőrzi az eljáró versenytanács végrehajtható határozatában előírt, a 75. § szerinti kötelezettségvállalás teljesítését.

202. Az eljáró versenytanács arra is felhívja az eljárás alá vont figyelmét, hogy

- a kötelezettségek utóvizsgálati versenyfelügyeleti eljárásban történő ellenőrzése során a GVH gyakorlata hitelesen és részletesen dokumentált – határidőben érkezett – igazolást vár el, továbbá annak (jelen határozat melléklete szerinti) szöveges tartalmán túl a kötelezettségvállalás teljesítésének vizsgálata során kétség esetén a GVH figyelemmel lehet a versenyfelügyeleti eljárásban keletkezett (különösen az indoklást tartalmazó eljárás alá vonti) iratokra, nyilatkozatokra is,
- az eljárás alá vontnak célszerű a teljes kötelezettségvállalás-teljesítési folyamatot részletesen (naprakészen) dokumentálnia, a teljesítést követő, utólagos dokumentálás, illetve igazolás nehézségbe ütközhet, illetve a határidők tartása az igazolási kötelezettség esetében is lényeges elvárás, az igazolások benyújtását is a vállalt határidőben szükséges teljesíteni;
- a kötelezettségvállalás elfogadása nem mentesíti más (jogsabályi vagy szintén önkéntesen vállalt) kötelezettségek teljesítése alól az eljárás alá vont vállalkozást.

203. A Tpvt. 81/A. § szerint a jogorvoslatra a Tpvt. XII. fejezetében nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni. Az Ákr. 112. § szerint a hatóság határozata ellen önálló jogorvoslatnak van helye, a 113. § (1) bekezdése szerint a közigazgatási per kérelemre induló jogorvoslati eljárás. A 114. § (1) bekezdése szerint az ügyfél – az önálló fellebbezéssel nem támadható végzések kivételével – a véglegessé vált döntés ellen közigazgatási pert indíthat.

204. A közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: Kp.) határozza meg a közigazgatási per szabályait.

205. A Kp. 29. §-ának (1) bekezdése az elektronikus kapcsolattartásra a polgári perrendtartás szabályait rendeli megfelelően alkalmazni. A polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX. törvény 608. §-ának (1) bekezdése szerint az elektronikus ügyintézés és a bizalmi szolgáltatások általános szabályairól szóló 2015. évi CCXXII. törvény (a továbbiakban: E-ügyintézési tv.) alapján elektronikus úton történő kapcsolattartásra kötelezett minden beadványt kizárólag elektronikusan - az E-ügyintézési tv.-ben és végrehajtási rendeleteiben meghatározott módon - nyújthat be a bírósághoz.

206. Az E-ügyintézési tv. 9. §-ának (1) bekezdése alapján elektronikus ügyintézésre köteles az államigazgatási szerv feladat- és hatáskörébe tartozó ügyben ügyfélként eljáró gazdálkodó szervezet és annak jogi képviselője.
207. A Kp. 39. §-ának (6) bekezdése szerint – ha törvény eltérően nem rendelkezik – a keresetlevél benyújtásának a közigazgatási cselekmény hatályosulására halasztó hatálya nincs. Ugyanakkor a Kp. 50. §-a szabályozza az azonnali jogvédelem iránti kérelmet az alábbiak szerint. Akinek jogát, jogos érdekét a közigazgatási tevékenység vagy az azzal előidézett helyzet fenntartása sérti, a közvetlenül fenyegető hátrány elhárítása, illetve a jogvitára okot adó állapot változatlan fenntartása érdekében a perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező bíróságtól az eljárás során bármikor azonnali jogvédelmet kérhet. Azonnali jogvédelem keretében kérhető a halasztó hatály elrendelése is. A kérelem benyújtható a keresetlevéllel együtt is. Ha nem a keresetlevéllel együtt nyújtják be, a kérelmet a bírósághoz kell benyújtani. A kérelemben részletesen meg kell jelölni azokat az indokokat, amelyek az azonnali jogvédelem szükségességét megalapozzák, és az ezek igazolására szolgáló okiratokat csatolni kell. A kérelmet megalapozó tényeket valószínűsíteni kell.
208. Az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény (a továbbiakban: Itv.) 37. § (1) bekezdése szerint a bírósági eljárásért az Itv.-ben megállapított illetéket kell fizetni.
209. Az Itv. 45/A. § (2) bekezdése alapján az illeték alapjára a 39-41. §§-ban foglaltakat, az illeték mértékére a 42. §-ban foglaltakat kell alkalmazni a marasztalási perben, valamint akkor, ha az eljárás tárgya adó-, illeték-, adójellegű kötelezettséggel, társadalombiztosítási járulék- vagy vámkötelezettséggel, versenyfelügyeleti üggyel, sajtótermékkel és a panaszügyek kivételével médiaszolgáltatással, továbbá elektronikus hírközléssel vagy közbeszerzéssel kapcsolatos.
210. Az Itv. 62. § (1) bekezdés h) pontja alapján a közigazgatási bírósági eljárásban a felet illetékfeljegyzési jog illeti meg. Az Itv. 59. § (1) bekezdése szerint az, akit tárgyi illetékfeljegyzési jog illet meg, mentesül az illeték előzetes megfizetése alól. Ilyen esetben az fizeti az illetéket, akit a bíróság erre kötelez.

Budapest, 2024. május 16.

dr. Dudra Attila
előadó versenytanács tag

dr. Kőhalmi Attila
versenytanács tag

dr. Kuritár Dávid
versenytanács tag

dr. Szoboszlai Izabella
versenytanács tag

Dr. Tóth András
a Versenytanács elnöke,
versenytanács tagként eljárva

MELLÉKLET

A Viber Media kötelezettségvállalása

A Viber Media vállalja, hogy a meglévő és új felhasználói számára elérhetővé teszi a Viber szolgáltatás reklámmentes verzióját, azaz a Viber Plus-t (“**Viber Plus**”), valamint a meglévő reklámos verzióját is az alábbi változtatásokkal és kiegészítő elemekkel.

(A) ÚJ FUNKCIÓK BEVEZETÉSE A VIBER ALKALMAZÁSBAN

I. REKLÁMMENTES VERZIÓ BEVEZETÉSE: VIBER PLUS

A Viber Media vállalja, hogy a Viber Plus előfizetést elérhetővé teszi meglévő és új felhasználók számára Magyarországon, amely – számos exkluzív funkció mellett – lehetővé teszi a felhasználók számára a reklámmentes Viber élményt. A havi díj ellenében elérhető Viber Plus előfizetést választó felhasználók személyes adatai nem kerülnek kezelésre és felhasználásra hirdetésekhez, valamint a felhasználók nem kapnak több hirdetést (sem Személyre Szabott Hirdetést¹⁵¹, sem Általános Hirdetést¹⁵²) mindaddig, amíg a Viber Plus előfizetésük aktív.

Az új felhasználók számára a regisztrációs folyamat végén megjelenik a Viber Plus ajánlatot tartalmazó alképernyő, ahol az “*Előfizetés*” gombra kattintva könnyedén előfizethetnek a Viber Plus szolgáltatásra bizonyos havi díj ellenében. A “*Reklámmentes Viber*” szövegre koppintva a fogyasztók további információkat kapnak a reklámmentes funkcióval kapcsolatban.

A meglévő felhasználók számára a Viber alkalmazás beállításai között a képernyő tetején egy új opció, a “*Viber Plus ÚJ*” opció jelenik meg. A “*Viber Plus ÚJ*” opcióra kattintás után felugrik a “*Viber Plus feloldása*” felugró ablak, amelyen a felhasználók az “*Előfizetés*” gombra kattintva egyszerűen előfizethetnek a Viber Plus szolgáltatásra amennyiben a havi díjat kifizetik és azonnal elkezdhetik élvezni a reklámmentes Viber szolgáltatást.

A Viber Media vállalja továbbá, hogy honlapján magyar nyelvű magyarázó cikket jelentet meg a Viber Plus előfizetéssel kapcsolatban, valamint a szolgáltatási feltételeit kiegészíti a Viber Plus előfizetés rövid magyar nyelvű leírásával.

II. TÁJÉKOZOTT FOGYASZTÓI DÖNTÉSEK TÁMOGATÁSA

1. További információk közlése az adatkezeléssel kapcsolatban a regisztráció megkezdése előtt (üdvözlő képernyő)

A Viber az alkalmazás letöltése után megjelenő első képernyőn (üdvözlő képernyő) a következő kiegészítő információkat jeleníti meg.

„A Viber az alkalmazás használata során kezeli az Ön személyes adatait a szolgáltatás személyre szabása és elemzések céljából. Ezeket az adatkezelési beállításokat a beállítások Személyes adatok menüpontban módosíthatja.”

¹⁵¹A Viber Media által a felhasználók hozzájárulása alapján a felhasználók e célból kezelt személyes adatai alapján nyújtott célzott, személyre szabott hirdetések.

¹⁵²A Viber Media által személyes adatok felhasználása nélkül biztosított általános hirdetések.

2. A regisztrációs folyamat során a Viber felhasználók rendelkezésére bocsátott információk módosítása

A Viber Media vállalja, hogy módosítja a regisztrációs folyamatot, amelynek keretében további információkkal látja el a felhasználókat, valamint ezen információkat a felhasználók személyes adatainak történő felhasználásával kapcsolatos választási lehetőségeihez igazítja.

2.1 A „Megjelenő tartalmak beállítása” képernyő

A „Megjelenő tartalmak beállítása” képernyőn – amely közvetlenül azután jelenik meg, hogy a felhasználó megadja a regisztrációhoz szükséges adatokat – a Viber Media megváltoztatja a tájékoztató szöveg tartalmát annak érdekében, hogy leképezze a „Személyes adatok” képernyőn elérhető felhasználói választási lehetőségeket, valamint a felhasználó adatfelhasználási rendelkezési lehetőségeiről szóló információk könnyen érthetőek legyenek. Az alábbi tájékoztató szöveg kerül megjelenítésre a „Megjelenő tartalmak beállítása” képernyőn:

„A Vibernél elkötelezettek vagyunk adatai védelme mellett. Az adatvédelmi beállításoktól függetlenül a Viber összes szolgáltatása korlátozások nélkül elérhető marad az Ön számára.

A Viber az Ön személyes adatait jogos érdek alapon a következő célokból kezelheti:

- *Statisztikai adatok gyűjtése*

A Viber az Ön személyes adatait az Ön hozzájárulása esetén a következő célokból kezelheti:

- *Tartalom személyre szabása*
- *Pontos helyzetalapú szolgáltatások nyújtása*

A fenti célok mindegyikéhez megadhatja vagy visszavonhatja hozzájárulását, illetve elutasíthatja az adatkezelést (amennyiben alkalmazandó) a Beállítások -> Adatvédelem -> Személyes adatok menüpont alatt.

Annak érdekében, hogy jobban megfeleljen az érdeklődési körének, az Ön hozzájárulása esetén a Viber személyre szabott hirdetéseket jeleníthet meg az alkalmazásban. Ennek érdekében a Viber az Ön személyes adatait a következő célokból kezelheti:

- *Reklámok személyre szabásának engedélyezése az Ön Viber-adatai alapján*
- *Reklámok személyre szabásának engedélyezése harmadik fél adatai alapján*

Továbbá, az Ön hozzájárulása alapján a Viber az Ön személyes adatait A Viber által használt hirdetések, sütik és nyomkövető technológiákra¹⁵³ vonatkozó szabályzatunkban meghatározott célokból megoszthatja megbízható partnereinkkel.

- *Egyedi rekláamazonosítója és korlátozott jellemzői*
- *A kattintott csatornáin, közösségein, botjain és hivatkozásain alapuló kikövetkeztetett érdeklődési kör*

¹⁵³ Az eljáró versenytanács megjegyzése: az aláhúzott szöveg a <https://www.viber.com/hu/terms/cookies-and-tracking/> oldalra vezet.

- *A Viberen kívüli tevékenységével kapcsolatban harmadik felektől kapott személyes adatok felhasználásának engedélyezése a Viber számára*

Ezeknek a személyes adatoknak a gyűjtése nem befolyásolja a csevegései végpontok közötti titkosítását, és a csevegései mindig bizalmasak.

Ezek a személyes adatok a következő célokra használhatók:

- *Az eszközön lévő adatok tárolása és/vagy elérése*
- *Korlátozott adatok felhasználása hirdetések kiválasztásához*
- *Személyre szabott hirdetési profil létrehozása*
- *Profilok használata személyre szabott hirdetések kiválasztásához*
- *Személyre szabott tartalomprofil létrehozása*
- *Profilok használata személyre szabott tartalom kiválasztásához*
- *A hirdetési teljesítmény mérése*
- *A tartalom teljesítményének mérése*
- *A közönség megismerése statisztikák vagy különböző forrásokból származó adatok összevetése által*
- *Szolgáltatások fejlesztése és javítása*
- *Korlátozott adatok felhasználása a tartalom kiválasztásához*

A Viber az IAB Europe Vendor Listben időről időre felsorolt megbízható partnerekkel működik együtt, amelyek az Ön hozzájárulásaira támaszkodva kezelik és tárolják az Ön személyes adatait. A lista megtekintéséhez [Kattintson ide](#).

A hirdetésekkel kapcsolatos adatvédelmi beállításait bármikor megváltoztathatja. Az elsődleges eszközén menjen a Beállítások -> Adatvédelem -> Személyes adatok -> Reklámok beállításainak kezelése lehetőségre.

[Adatkezelési tájékoztatónk](#)ból¹⁵⁴ többet megtudhat arról, hogyan kezeljük személyes adatait és a kapcsolódó jogait.

Amennyiben hozzájárul személyre szabott hirdetések fogadásához és személyes adatainak harmadik felekkel való megosztásához, kattintson az alábbi „Engedélyezés és folytatás” gombra. Ha nem járul hozzá, vagy egyéni adatvédelmi beállításokat kíván beállítani, kattintson az alábbi „Reklámok beállításai kezelése” gombra.

A Viber Plus előfizetéssel élvezheti a reklámmentes változatot.”

2.2 A regisztráció befejezése

A regisztrációs folyamat végén megjelenik a Viber Plus ajánlatot tartalmazó alképernyő, ahol az új felhasználók választhatják a Viber reklámmentes verzióját és az “Előfizetés” gombra kattintva könnyedén előfizethetnek a Viber Plus szolgáltatásra bizonyos havi díj

¹⁵⁴ Az eljáró versenytanács megjegyzése: az aláhúzott szöveg a <https://www.viber.com/hu/terms/gdpr-privacy-rights/> oldalra vezet.

ellenében. A *“Reklámmentes Viber”* szövegre koppintva a fogyasztók további információkat kapnak a reklámmentes funkcióval kapcsolatban.

3. A Tartalom Személyre Szabásának alapértelmezés szerinti letiltása

A Viber Media alapértelmezés szerint kikapcsolja a *„Tartalom személyre szabásának engedélyezése”* gombot, ezzel a Tartalom Személyre Szabásához a személyes adatok csak akkor kezelhetők, ha a felhasználó módosítja ezt a beállítást.¹⁵⁵

4. Az újonnan csatlakozó felhasználók esetén a tényleges születési dátum megadása a regisztráció során

A Viber Media az újonnan csatlakozó felhasználókat arra kéri, hogy a regisztráció során adják meg a tényleges születési dátumukat.

5. Az új felhasználók emlékeztetése adatkezelési lehetőségeikre

A Viber Media vállalja, hogy a regisztráció befejezését követő napon egy alkalmazáson belüli CRM üzenetet küld az új felhasználóknak, hogy emlékeztesse őket a Viber alkalmazáson belüli adatkezelési lehetőségeikre. A CRM-üzenet a Csevegések között jelenik majd meg, és arra kattintva közvetlen linket tartalmaz a Viber alkalmazás *„Személyes adatok”* képernyőjére.

Amennyiben a Viber felhasználóknak szóló policy-jeiben bármilyen változás történne, úgy az arról szóló fogyasztói tájékoztató üzenet tartalmazza a Viber alkalmazáson belüli adatkezelési lehetőségeikre vonatkozó emlékeztetőt és a Viber alkalmazás *„Személyes adatok”* képernyőjére egy kattintással vezető közvetlen linket.

Amennyiben a fenti policy változásra nem kerülne sor az első CRM üzenet megküldését követő 12 hónapon belül, úgy a Viber Media a CRM üzenetet az első CRM üzenetet követő 12. hónapban külön CRM üzenetet küld a felhasználók részére.

6. Értesítés a *„Továbbiak”* ikonon

Az új felhasználók számára a Viber vállalja, hogy egy értesítési jelvényt helyez el a *„Továbbiak”* ikonon, hogy a felhasználókat a *„Személyes adatok”* beállítási menüponthoz irányítsa. Az értesítési jelvény az egyes lépéseken keresztül minden egyes képernyőn feltüntetve elvezeti a felhasználót a Beállítások -> Adatvédelem -> Személyes adatok útvonalon.

7. Tooltip a *„Személyes adatok”* képernyőre való belépéskor

A Viber vállalja, hogy a felhasználóknak a *„Személyes adatok”* képernyőre való első belépéskor egy felugró tooltipet fog megjeleníteni, amely további információkat tartalmaz az adatvédelmi beállításokról a következő szöveggel:

“Adatvédelem és biztonság

A Viber törődik az Ön adatkezelési rendelkezéseivel, és ígérjük, hogy a beállítások megváltoztatása nem akadályozza meg szolgáltatásaink igénybevételében. Ahogyan az egyes beállításoknál elmagyaráztuk, az adott beállítások kikapcsolásával az

¹⁵⁵A Viber Media által a személyes adatok kezelése annak érdekében, hogy a szolgáltatás testre szabását lehetővé tegye azáltal, hogy különböző szolgáltatáscsomagokat kínál a különböző felhasználóknak.

alkalmazás adta élmény megváltozhat, de továbbra is úgy használhatja szolgáltatásainkat, ahogyan szeretné. Bármikor visszatérhet erre a képernyőre, hogy további módosításokat hajtson végre az adatkezelési beállításain.”

8. A „Személyes adatok” képernyőn megjelenő információk kiegészítése

Annak érdekében, hogy a felhasználók számára világos legyen, hogy az adatvédelmi beállítások, a hozzájárulások megadása vagy visszavonása nem korlátozzák a Viber szolgáltatásainak használatát, a Viber Media a Beállítások -> Adatvédelem -> Személyes adatok menüpontban a képernyő tetején a következő szöveget helyezi el:

„Az adatvédelmi beállításoktól függetlenül a Viber összes szolgáltatása korlátozások nélkül elérhető marad az Ön számára.”

9. A „További információk” menüpont alatt elérhető információk módosítása a „Tartalom személyre szabásának engedélyezése” gombnál

A Viber Media vállalja, hogy módosítja a „További információk” menüpont alatt elérhető információkat a „Tartalom személyre szabásának engedélyezése” gombnál olyan módon, hogy törli a Viber Media által használt hirdetések, sütik és nyomkövető technológiákra való hivatkozást, és helyette az EGT-ben és az Egyesült Királyságban alkalmazandó Adatkezelési Tájékoztatóra hivatkozik (elérhető itt: <https://www.viber.com/en/terms/gdpr-privacy-rights/>) és azt elérhetővé teszi magyar nyelven.

10. A meglévő Viber felhasználók emlékeztetése adatkezelési lehetőségeikre

A Viber Media vállalja, hogy az újonnan csatlakozó felhasználóknak küldött CRM üzenethez hasonló CRM üzenetet küld a Viber alkalmazás jelenlegi magyar felhasználóinak is. A CRM üzenet közvetlen linket tartalmaz majd a Viber alkalmazás „Személyes adatok” képernyőjére és a regisztrációs folyamat módosításával egyidejűleg kerül kiküldésre.

Amennyiben a Viber felhasználóknak szóló policy-jeiben bármilyen változás történne, úgy az arról szóló fogyasztói tájékoztató üzenet tartalmazza a Viber alkalmazáson belüli adatkezelési lehetőségeikre vonatkozó emlékeztetőt és a Viber alkalmazás „Személyes adatok” képernyőjére egy kattintással vezető közvetlen linket.

Amennyiben a fenti policy változásra nem kerülne sor az első CRM üzenet megküldését követő 12 hónapon belül, úgy a Viber Media a CRM üzenetet az első CRM üzenetet követő 12. hónapban külön CRM üzenetet küld a felhasználók részére.

III. ADATVÉDELMI BOT

A Viber Media vállalja, hogy egy magyar nyelvű chat-botot fejleszt, amely az online adatvédelemről és biztonságról oktatja a felhasználókat („Adatvédelmi Bot”). A Viber Media az indítást követően legalább két évig üzemelteti az Adatvédelmi Botot.

1. Az Adatvédelmi Bot tartalma

Az Adatvédelmi Bot tömör, érthető és adott esetben vizuálisan támogatott összefoglaló üzenetekkel, a releváns döntési pontokra mutató linkekkel segíti a fogyasztókat az adatokról való tudatos rendelkezés elsajátításában. A Viber Media független, az adatvédelmi és a fogyasztóvédelmi szabályozás területein igazolható szakértelemmel bíró szakértőt (pl. tanácsadó vállalkozást vagy ügyvédi irodát) bíz meg az Adatvédelmi Bot által felhasznált tartalom kialakítására.

Az Adatvédelmi Bot fő jellemzői a következők:

- Bevezető üzenet - Miről szól a bot?
- Főmenü gombokkal, amelyek az alábbi funkciókhoz irányítanak át:
 - o Top 5 tipp az online adatvédelemhez és biztonsághoz
 - o Tudatos adatkezelés közérthető nyelven
 - o A Viber Media üzleti modelljének leírása, azaz a Viber Media-nak hogyan származik bevétele harmadik felek általi hirdetésekéből és ehhez hogyan, milyen mértékben használ személyes és egyéb, a felhasználóktól származó adatokat
 - o Legfrissebb hírek az online biztonságról
 - o Kvíz – mennyire vagy biztonságban online?
 - o GYIK – Gyakran Ismételt Kérdések, amelyek kitérnek
 - a szolgáltatás lényeges és valós biztonsági jellemzőire
 - a fogyasztók adatrendelkezési lehetőségeire a releváns döntési pontokra mutató linkekkel
 - o Link a Gazdasági Versenyhivatal és a Nemzeti Adatvédelmi és Információszabadság Hatóság honlapjaira

2. Az Adatvédelmi Bot népszerűsítése

Az új felhasználók számára a Viber Media vállalja, hogy az Adatvédelmi Bot-hoz irányító linket fog elhelyezni a felhasználók számára a csevegések megkezdése előtt megjelenő, úgynevezett üres képernyőre.

Továbbá, a Viber Media a következő csatornákon keresztül fogja népszerűsíteni az Adatvédelmi Bot használatát:

Kommunikációs Csatorna	Gyakoriság	Megjelenések becsült száma¹⁵⁶
Matricák (opcionális)	12 hónap	2 millió
Felcsúsztható szalaghirdetés	1 ¹⁵⁷	3.5 millió
Felfedezés szalaghirdetés	4 x 2 hét	1 millió
Viber Magyarország bejegyzés	4 bejegyzés	200 ezer

¹⁵⁶A megjelenítések pontos száma több tényezőtől is függ, mint például: szezonális, más futó kampányok, az üzenet vonzereje.

¹⁵⁷ Az Adatvédelmi Bot elindítását követő 11. és 13. hónap között.

Csevegésnél/hívásnál megjelenő hirdetések fő	2 x 1 hónap	2 millió
Üdvözlőképernyő (első helyen)	2 x 1 hónap	250 ezer

IV. FOGYASZTÓI TUDATOSSÁG NÖVELÉSE

A Viber Media magyar nyelvű kampányt indít annak érdekében, hogy felhívja a magyar fogyasztók figyelmét az online biztonság és adatvédelem fontosságára, valamint hasznos információkat és tanácsokat adjon személyes adataik magasabb szintű védelme érdekében.

1. **Rendszeres adatvédelmi és biztonsági figyelmeztetések biztosítása**

A Viber Media vállalja, hogy legalább egy éven át 12 poszton keresztül (negyedévente 3 poszt) rendszeres, átfogó magyar nyelvű figyelmeztetéseket küld a felhasználók számára az adatvédelmi választási lehetőségekről és a szolgáltatás biztonsági jellemzőiről a Magyar Közösségen belül a Viber alkalmazásban. Ezek a rendszeres adatvédelmi és biztonsági figyelmeztetések a Viber alkalmazásban elérhető „*Személyes adatok*” képernyőre mutató direkt linket fognak tartalmazni.

2. **A „További információk” ikon alatti tájékoztató magyar nyelvű változatának elkészítése**

A Viber Media vállalja, hogy elkészíti és elérhetővé teszi a „*Viber adatvédelmi beállításai*” tájékoztató magyar nyelvű változatát, amely a Beállítások -> Adatvédelem -> Személyes adatok alatt elérhető „További információk” ikon alatt található (és az alábbi linken elérhető: [Personal data privacy settings on Rakuten Viber – Viber¹⁵⁸](#)).

3. **Az EGT-ben és az Egyesült Királyságban alkalmazandó Adatkezelési Tájékoztató módosítása az adatkezelés céljai tekintetében**

A Viber Media vállalja, hogy módosítja és elérhetővé teszi magyar nyelven az EGT-ben és az Egyesült Királyságban alkalmazandó Adatkezelési Tájékoztató „*Hogyan használjuk fel az Ön adatait, és az Ön személyes adatai kezelésének jogalapja*” fejezetében szereplő adatkezelési célokat (elérhető a következő linken: <https://www.viber.com/en/terms/gdpr-privacy-rights/>) olyan módon, hogy azok összhangban legyenek a Beállítások -> Adatvédelem -> „*Személyes adatok*” menüpontban található három gomb nevével, valamint a „*Reklámok beállításai*” menüpontban található két gomb nevével.

(B) **A VIBER ALKALMAZÁS VÉGREHAJTOTT MÓDOSÍTÁSAINAK FENNTARTÁSA**

1. **A Személyre Szabott Hirdetések alapértelmezés szerinti letiltásának fenntartása**

A Viber Media vállalja, hogy fenntartja a „*Reklámok személyre szabásának engedélyezése az Ön Viber-adatai alapján*” kapcsoló alapértelmezés szerint kikapcsolt

¹⁵⁸ Az eljáró versenytanács megjegyzése: az aláhúzott szöveg a <https://help.viber.com/hc/en-us/articles/8908987728413-Personal-data-privacy-settings-on-Rakuten-Viber> oldalra vezet.

állapotát, amely végső soron letiltja a személyes adatok kezelését a Személyre Szabott Hirdetésekhöz.

2. A „Reklámok beállításai” menü jelenlegi verziójának fenntartása és ezáltal annak lehetővé tétele, hogy az újonnan csatlakozók a regisztráció során rendelkezhessenek a hirdetési beállításairól

A Viber Media vállalja, hogy fenntartja a „Reklámok személyre szabásának engedélyezése az Ön Viber-adatai alapján” opciót megjelenítő „Reklámok beállításai” menüpont jelenlegi verzióját. Ezzel lehetővé teszi az újonnan csatlakozók számára, hogy a regisztráció során rendelkezhessenek a hirdetési beállításairól.

3. Az adatkezelési tájékoztatók és a „Reklámok beállításai” menü alatt elérhető információk magyar nyelvű változatának fenntartása és frissítése

A Viber Media vállalja, hogy fenntartja és frissíti az adatkezelési tájékoztatók magyar nyelvű változatát.

V. A KÖTELEZETTSÉGVÁLLALÁS VÉGREHAJTÁSA ÉS IGAZOLÁSA A GAZDASÁGI VERSENYHIVATAL FELÉ

A Viber Media az alábbiak szerint igazolja a Gazdasági Versenyhivatal felé a Kötelezettségvállalási elemeinek megvalósítását:

A Kötelezettségvállalás elemei	Az elemek fenntartásának időtartama	Végrehajtás időzítése	Jelentéstételi kötelezettség	Jelentéstételi kötelezettség időzítése
A Viber Plus verzió magyarországi bevezetése	a kötelezettségvállalási határozat Viber Media általi kézhezvételét követő 3 év	90 nappal a kötelezettségvállalási határozat Viber Media általi kézhezvételét követően	Dátummal ellátott képernyőmentések megküldése a Viber Plus szolgáltatásról	100 nappal a kötelezettségvállalási határozat Viber Media általi kézhezvételét követően és 100 nappal a kötelezettségvállalási határozat Viber Media által történő kézhezvételének 2. évfordulóját követően és 100 nappal a kötelezettségvállalási határozat Viber Media által történő kézhezvételének 3. évfordulóját követően.

Információ hozzáadása az üdvözlő képernyőn	a kötelezettségvállalási határozat Viber Media általi kézhezvételét követő 3 év	180 nappal a kötelezettségvállalási határozat Viber Media általi kézhezvételét követően.	Dátummal ellátott képernyőmentések megküldése az alábbiakról: (i) az üdvözlő képernyő; (ii) „ <i>a Megjelenő tartalmak beállítása</i> ” képernyő; (iii) születési dátum megadása; (iv) a „ <i>Továbbiak</i> ” ikonra és a „ <i>Személyes adatok</i> ” képernyőhöz vezető képernyőkre kattintva; (v) Tooltip; (vi) „ <i>Személyes adatok</i> ” képernyő; (vii) a „ <i>További információk</i> ” menü módosított szövege; (viii) a „ <i>További információk</i> ” ikon magyar verziója (ix) az EGT-ben és az Egyesült Királyságban alkalmazandó Adatkezelési Tájékoztató új verziója.	190 nappal a kötelezettségvállalási határozat Viber Media általi kézhezvételét követően és 190 nappal a kötelezettségvállalási határozat Viber Media által történő kézhezvételének 2. évfordulóját követően.
A regisztrációs folyamat módosítása				
Az újonnan csatlakozó felhasználók esetén a tényleges születési dátum megadása a regisztráció során				
Értesítés a „ <i>Továbbiak</i> ” ikonon				
Tooltip a „ <i>Személyes adatok</i> ” képernyőre való első belépéskor				
Információk hozzáadása a „ <i>Személyes adatok</i> ” képernyőhöz				
A „ <i>További információk</i> ” ikon alatt elérhető információk módosítása a „ <i>Tartalom személyre szabásának engedélyezése</i> ” gomb tekintetében				
A „ <i>További információk</i> ” ikon magyar nyelvű változatának elkészítése				
Az adatkezelés céljainak módosítása az Adatkezelési Tájékoztató „ <i>Hogyan használjuk fel az Ön adatait és az Ön Személyes Adatai Kezelésének Jögalapja</i> ” fejezetében.				

Az Adatvédelmi Bot fejlesztése és elindítása	a kötelezettségvállalási határozat Viber Media általi kézhezvételét követő 2 év	90 nappal a kötelezettségvállalási határozat Viber Media általi kézhezvételét követően	Dátummal ellátott képernyőmentések megküldése az alábbiakról: (i) Adatvédelmi Botban bevezetésekor elérhető tartalomról és funkciókról; (ii) egy példa az alkalmazáson belüli CRM üzenetről az újonnan csatlakozók részére; (iii) egy példa az alkalmazáson belüli CRM üzenetről a meglévő felhasználók részére; (iv) a Magyar Közösségekben közzétett adatvédelmi és biztonsági értesítések.	100 nappal a kötelezettségvállalási határozat Viber Media általi kézhezvételét követően és 100 nappal a kötelezettségvállalási határozat Viber Media által történő kézhezvételének 2. évfordulóját követően.
Alkalmazáson belüli CRM üzenet az újonnan csatlakozók részére				
Alkalmazáson belüli CRM üzenet a meglévő felhasználók részére				
Rendszeres adatvédelmi és biztonsági figyelmeztetések küldése				
A Tartalom Személyre Szabásának alapértelmezés szerinti letiltása	a kötelezettségvállalási határozat Viber Media általi kézhezvételét követő 3 év	180 nappal a kötelezettségvállalási határozat Viber Media általi kézhezvételét követően	Dátummal ellátott képernyőmentések megküldése a Személyes Adatok oldalról.	190 nappal a kötelezettségvállalási határozat Viber Media általi kézhezvételét követően és 190 nappal a kötelezettségvállalási határozat Viber Media által történő

				kézhezvételének 2. évfordulóját követően.
A Személyre Szabott Hirdetések letiltásának fenntartása	a kötelezettségvállalási határozat Viber Media általi kézhezvételét követő 3 év	-	Dátummal ellátott képernyőmentések megküldése az alábbiakról: (i) Személyes Adatok oldal; (ii) „Reklámok beállításai” oldal; (iii) magyar nyelvű adatkezelési tájékoztató.	100 nappal a kötelezettségvállalási határozat Viber Media által történő kézhezvételének 2. évfordulóját követően. és 100 nappal a kötelezettségvállalási határozat Viber Media által történő kézhezvételének 3. évfordulóját követően.
A „Reklámok beállításai” menü jelenlegi verziójának fenntartása				
Az adatkezelési tájékoztatók és a „Reklámok beállításai” menü alatt elérhető információk magyar nyelvű változatának fenntartása és frissítése				