



Personvern – en rettighet vi må betale for? Metas «aksepter eller betal»-løsning skaper tilsynelatende flere utfordringer for selskapet enn det løser



Sofie Roscher Conley
Associate



Grete Alhaug
Associate



William Myhr
Associate

Meta Platforms har det siste året vært i søkelyset av både det norske datatilsynet og andre europeiske datatilsyn, og helt opp til det overordnede europeiske nivået, European Data Protection Board (EDPB). I korte og overordnede trekk har spørsmålet vært om Metas datterselskap, Facebook og Instagram, lovlig har brukt plattformbrukeres personopplysninger i forbindelse med atferdsbasert (målrettet) markedsføring på plattformene.

I desember i fjor fastslo det irske datatilsynet, på vegne av datatilsynsmyndighetene i hele EØS, at praksisen var ulovlig som følge av manglende behandlingsgrunnlag, og ila Meta et overtredelsesgebyr. Det ble videre avklart at brukerne må gi samtykke til slik bruk av personopplysninger. Meta har i etterkant imidlertid ikke i tilstrekkelig grad rettet forholdet, hvilket førte til at det norske datatilsynet og EDPB i løpet av høsten påla Meta et forbud mot videre behandling av personopplysninger for slik markedsføring, inntil selskapet får lovlig behandlingsgrunnlag (samtykke) på plass.

For kort tid siden kom Metas svar på tilsynenes oppfordring. Løsningen de har gått for er å konfrontere brukerne av Instagram og Facebook med et konkret valg; enten gi samtykke til at personopplysningene deres brukes til målrettet markedsføring på plattformen, eller å betale en månedlig avgift for å få bruke tjenestene reklamefritt. Denne løsningen, som på flere måter stiller brukerne opp mot veggen – aksepter eller betal – har skapt reaksjoner blant flere brukere, og Datatilsynet varslet tidligere i november at de er i prosessen med å vurdere lovligheten av denne tilnærmingen.

Torsdag 30. november kom det imidlertid enda en vending for Meta, da det ble kjent at også det norske Forbrukerrådet og 18 andre europeiske forbrukerorganisasjoner har problemer med Metas valgte løsning. Deres innvending er at «aksepter eller betal»-løsningen til Meta utgjør en urimelig handelspraksis overfor forbrukerne, og har derfor klagd inn Meta for nettverket for europeiske forbrukertilsyn (CPC). Fagdirektør i Forbrukerrådet, Finn Lützw-Holm Myrstad, uttalte blant annet at informasjonen fra Meta er uklar, misvisende, og gir forbrukeren en falsk følelse av kontroll over sitt eget personvern. Gjennom klagen signaliserer Forbrukerrådet og de andre forbrukerorganisasjonene at personvern er en iboende rettighet og ikke noe forbrukere skal måtte betale for.

Meta startet 2023 i «hardt vær», og det ser ut til at utgangen av året kanskje ikke blir stort bedre for selskapet. Det blir iallfall spennende å følge med i tiden fremover, på hvordan saken utvikler seg videre i de ulike sporene.

DLA Piper har lang og bred erfaring med å bistå næringsdrivende med overholdelse av GDPR og personopplysningsloven. Ta gjerne kontakt med vårt team for Immaterialrett og Teknologi (IPT) ved spørsmål.