C/2024/6122

11.10.2024 г.

Резюме на решение на Комисията

от 13 май 2024 година

във връзка с решение съгласно член 3 от Регламент (ЕС) 2022/1925

По дело DMA.100042 — ByteDance — Услуги за онлайн реклама

(нотифицирано под номер C(2024) 3153)

(Само текстът на английски език е автентичен)

(C/2024/6122)

На 13 май 2024 г. Комисията прие решение съгласно член 3 от Регламент (ЕС) 2022/1925. ([1]) *Съгласно разпоредбите на член 44 от Регламент (ЕС) 2022/1925 с настоящото Комисията публикува наименованията на страните и основното съдържание на решението, като взе предвид законния интерес на предприятията при защитата на техните търговски тайни.*

1. ВЪВЕДЕНИЕ

С решението на Комисията се приема опровержението на ByteDance във връзка с неговата основна платформена услуга за онлайн реклама (ОПУ) TikTok Ads, отправено съгласно член 3, параграф 5 от Регламент (ЕС) 2022/1925 (Акт за цифровите пазари, „АЦП“). Въпреки че ByteDance достига предполагаемите прагове по член 3, параграф 2 от АЦП по отношение на TikTok Ads, анализът на доказателствата показа, че, разглеждано индивидуално, TikTok Ads не представлява важен портал, чрез който бизнес ползвателите достигат до крайните ползватели, както е посочено в член 3, параграф 1, буква б) от АЦП. Поради това опровержението на ByteDance във връзка със TikTok Ads следва да бъде прието и ByteDance не следва да бъде определено за контролиращо достъпа предприятие съгласно член 3, параграф 2 от АЦП.

2. ПРОЦЕДУРА

На 1 март 2024 г. ByteDance уведоми Комисията съгласно член 3, параграф 3, първа алинея от АЦП, че е достигнало праговете по член 3, параграф 2 от АЦП по отношение на своята услуга за онлайн реклама TikTok Ads.

Заедно със своето уведомление ByteDance представи опровержение, целящо да докаже, че макар TikTok Ads да достига всички прагове по член 3, параграф 2 от АЦП, то не отговаря на изискванията, изброени в член 3, параграф 1 от АЦП. Комисията смята, че доводите на ByteDance са достатъчно обосновани и доказват, че макар TikTok Ads да достига праговете, предвидени в член 3, параграф 2 от АЦП, то по изключение не отговаря на изискванията, изброени в член 3, параграф 1, буква б) и буква в) от АЦП, поради обстоятелствата, при които действа.

3. ПРАВНАТА УРЕДБА

С АЦП се определя набор от строго определени обективни критерии за квалифицирането на голяма онлайн платформа като контролиращо достъпа предприятие. Определянето се извършва във връзка с една или повече предоставени от предприятието основни платформени услуги, които са важен портал, чрез който бизнес ползвателите достигат до крайните ползватели по смисъла на член 3, параграф 1, буква б) от Акта за цифровите пазари. За да се определи дали дадена услуга, предоставяна от дадено предприятие, е основна платформена услуга, която отговаря на изискването по член 3, параграф 1, буква б) от Акта за цифровите пазари, е необходимо като предварителна стъпка съответната услуга да бъде квалифицирана и да бъде определен нейният обхват. Подходящ критерий за квалифициране и разграничаване на основните платформени услуги е целта, за която услугата се използва от крайните ползватели или от бизнес ползвателите, или и от двете групи.

Съгласно член 3, параграф 1 от АЦП Комисията следва да определи предприятие за контролиращо достъпа предприятие, ако то изпълнява три кумулативни изисквания, а именно: а) оказва значително въздействие върху вътрешния пазар; б) предоставя основна платформена услуга, която е важен портал, чрез който бизнес ползвателите достигат до крайните ползватели; и в) се ползва от наложило се и трайно установено положение при осъществяване на дейността си или се предвижда, че ще придобие такова положение в близко бъдеще. В член 3, параграф 2 от Акта за цифровите пазари е установена презумпцията, че тези изисквания са изпълнени, когато са достигнати определени количествени прагове, по-специално по отношение на оборота или пазарната капитализация на дружеството, както и броя на крайните ползватели и бизнес ползвателите на дадена основна платформена услуга през всяка от последните три финансови години.

([1]) Регламент (ЕС) 2022/1925 на Европейския парламент и на Съвета от 14 септември 2022 г. за достъпни и справедливи пазари в цифровия сектор и за изменение на директиви (ЕС) 2019/1937 и (ЕС) 2020/1828 (Акт за цифровите пазари) (ОВ L 265, 12.10.2022 г., стр. 1).

Съгласно член 3, параграф 5, първа алинея от Акта за цифровите пазари предприятие, което отговаря на всички прагове, предвидени в член 3, параграф 2 от Акта за цифровите пазари, може да представи заедно с уведомлението си аргументи, с които да докаже, че въпреки че отговаря на всички тези прагове, то по изключение не отговаря на изискванията, предвидени в член 3, параграф 1 от Акта за цифровите пазари, поради обстоятелствата, при които функционира съответната основна платформена услуга. В член 3, параграф 5, втора алинея от Акта за цифровите пазари се предвижда, че ако представените доводи не са достатъчно обосновани, защото очевидно не пораждат съмнение във валидността на презумпциите, посочени в член 3, параграф 2 от Акта за цифровите пазари, Комисията може да ги отхвърли. От друга страна, ако Комисията сметне, че представените доказателства са достатъчни, за да се постави под въпрос изпълнението на изискванията по член 3, параграф 1 от АЦП, тя може или да приеме опровержението, или да започне проучване на пазара съгласно член 17, параграф 3.

4. **ОЦЕНКА НА КОМИСИЯТА**

След като получи уведомлението от ByteDance, Комисията анализира доказателствата и стигна до заключението, че TikTok Ads представлява ОПУ за онлайн реклама съгласно член 2 от АЦП.

Освен това в решението се приема опровержението на ByteDance по отношение на TikTok Ads по следните причини:

Първо, въз основа на анализа на цялата налична информация Комисията счита, че големината TikTok Ads е относително малка в сравнение с общата големина на дейностите в рамките на категорията ОПУ за онлайн реклама в Съюза, както и в сравнение с основните доставчици на онлайн рекламни услуги в Съюза.

Второ, въз основа на анализа на цялата налична информация Комисията счита, че други фактори подкрепят допълнително аргумента, че TikTok Ads не се намира в позицията на контролиращо достъпа предприятие.

На първо място, най-големите рекламодатели в TikTok Ads заделят само малък дял от целите си разходи за TikTok Ads и значителна част от рекламодателите в TikTok Ads използват приложението експериментално в своя бюджет за реклама. Освен това рекламодателите разглеждат [описание на сравнителното поведение] като начин да проверят възвръщаемостта на инвестициите в TikTok, отколкото на други рекламни платформи, тъй като приложението не предлага възможности за реклама по множествени вътрешни и външни носители. На второ място, рекламодателите обмислят [описание на сравнителното поведение], за да преценят дали да рекламират в TikTok, тъй като обикновено това предполага създаването на персонализирани видеоклипове, а не показването на рекламни банери. На трето място, TikTok Ads е изпрашено пред важно [описание на поведението на рекламодателя].

5. **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

По изложените по-горе причини в решението се приемат аргументите на опровержението, изтъкнати от ByteDance във връзка със TikTok Ads.

Това заключение не засяга възможността Комисията да преразгледа или измени настоящото решение съгласно член 4, параграф 1 от Акта за цифровите пазари, ако настъпи съществена промяна в който и да е от фактите, на които то се основава, или ако настоящото решение се основава на непълна, неточна или подвеждаща информация.