C/2024/6122

11.10.2024

Resumen de la Decisión de la Comisión

de 13 de mayo de 2024

relativa a una decisión con arreglo al artículo 3 del Reglamento (UE) 2022/1925

Asunto DMA.100042 — ByteDance — Servicios de publicidad en línea

[notificada con el número C(2024) 3153]

(El texto en lengua inglesa es el único auténtico)

(C/2024/6122)

El 13 de mayo de 2024, la Comisión adoptó una Decisión de conformidad con el artículo 3 del Reglamento (UE) 2022/1925 ([1])*. Con arreglo a lo previsto en el artículo 44 del Reglamento (UE) 2022/1925, la Comisión publica los nombres de las partes y el contenido principal de la decisión, teniendo en cuenta el interés legítimo de las empresas por que no se revelen sus secretos comerciales.*

1. INTRODUCCIÓN

La Decisión de la Comisión acepta la solicitud de refutación de ByteDance en relación con su servicio básico de plataforma de publicidad en línea Tiktok Ads, presentada de conformidad con el artículo 3, apartado 5, del Reglamento (UE) 2022/1925 (Reglamento de Mercados Digitales). Pese a que ByteDance alcanza los umbrales supuestos en el artículo 3, apartado 2, del Reglamento de Mercados Digitales en relación con TikTok Ads, el análisis de las pruebas mostró que TikTok Ads no constituye individualmente una puerta de acceso importante para que los usuarios profesionales lleguen a los usuarios finales tal como se menciona en el artículo 3, apartado 1, letra b), del Reglamento de Mercados Digitales. Por lo tanto, debe aceptarse la solicitud de refutación de ByteDance en relación con TikTok Ads y ByteDance no debe ser designada como guardián de acceso con arreglo al artículo 3, apartado 2, del Reglamento de Mercados Digitales en relación con TikTok Ads.

2. PROCEDIMIENTO

El 1 de marzo de 2024, ByteDance notificó a la Comisión, con arreglo al artículo 3, apartado 3, párrafo primero, del Reglamento de Mercados Digitales, que alcanzaba los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, de dicho Reglamento en lo que respecta a su servicio de publicidad en línea Tiktok Ads.

Junto con su notificación, ByteDance presentó una solicitud de refutación para demostrar que, pese a que TikTok Ads alcanza todos los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, del Reglamento de Mercados Digitales, no cumple los requisitos enumerados en el artículo 3, apartado 1, de dicho Reglamento. La Comisión considera que los argumentos de ByteDance están suficientemente fundamentados y demuestran que, excepcionalmente, pese a que TikTok Ads alcanza los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, del Reglamento de Mercados Digitales, dadas las circunstancias en las que opera, no cumple los requisitos enumerados en el artículo 3, apartado 1, letras b) y c), de dicho Reglamento.

3. MARCO JURÍDICO

El Reglamento de Mercados Digitales establece un conjunto de criterios objetivos estrictamente definidos para designar a una empresa como «guardián de acceso». La designación debe hacerse en relación con uno o más servicios básicos de plataforma prestados por la empresa que constituyen una puerta de acceso importante para que los usuarios profesionales lleguen a los usuarios finales en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra b), del Reglamento de Mercados Digitales. Para determinar si un servicio prestado por una empresa es un servicio básico de plataforma que cumple el requisito establecido en el artículo 3, apartado 1, letra b), de dicho Reglamento, es necesario, con carácter preliminar, calificar y delimitar el servicio correspondiente. La finalidad para la que los usuarios finales, los usuarios profesionales o ambos utilizan los servicios básicos de plataforma es un criterio pertinente para su calificación y delimitación.

De conformidad con el artículo 3, apartado 1, del Reglamento de Mercados Digitales, la Comisión debe designar a una empresa como guardián de acceso si cumple tres requisitos acumulativos, a saber: a) tiene una gran influencia en el mercado interior; b) presta un servicio básico de plataforma que es una puerta de acceso importante para que los usuarios profesionales lleguen a los usuarios finales, y c) tiene una posición afianzada y duradera, por lo que respecta a sus operaciones, o es previsible que alcance dicha posición en un futuro próximo. El artículo 3, apartado 2, del Reglamento de Mercados Digitales establece la presunción de que se cumplen estos requisitos cuando se alcanzan determinados umbrales cuantitativos, en particular el volumen de negocios o la capitalización bursátil de la empresa, así como el número de usuarios finales y usuarios profesionales de un servicio básico de plataforma determinado en cada uno de los tres últimos ejercicios.

([1]) Reglamento (UE) 2022/1925 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de septiembre de 2022, sobre mercados disputables y equitativos en el sector digital y por el que se modifican las Directivas (UE) 2019/1937 y (UE) 2020/1828 (Reglamento de Mercados Digitales) (DO L 265 de 12.10.2022, p. 1).

De conformidad con el artículo 3, apartado 5, párrafo primero, del Reglamento de Mercados Digitales, una empresa que alcance todos los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, de dicho Reglamento puede presentar, junto con su notificación, argumentos para demostrar que, excepcionalmente, pese a haber alcanzado todos esos umbrales, dadas las circunstancias en las que opera el servicio básico de plataforma de que se trate, no cumple los requisitos enumerados en el artículo 3, apartado 1, de dicho Reglamento. El artículo 3, apartado 5, párrafo segundo, del Reglamento de Mercados Digitales establece que, cuando los argumentos presentados no estén suficientemente fundamentados por no poner en entredicho de forma manifiesta las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, de dicho Reglamento, la Comisión puede rechazarlos. En cambio, si la Comisión considera que las pruebas presentadas son suficientes para dudar de si se cumplen los requisitos establecidos en el artículo 3, apartado 1, del Reglamento de Mercados Digitales, podrá aceptar la refutación o abrir una investigación de mercado con arreglo al artículo 17, apartado 3, de dicha Ley.

4. APRECIACIÓN DE LA COMISIÓN

Tras la notificación de ByteDance, la Comisión analizó las pruebas y concluyó que TikTok Ads constituye un servicio básico de plataforma de publicidad en línea con arreglo al artículo 2 del Reglamento de Mercados Digitales.

Asimismo, la Decisión acepta la refutación de ByteDance en relación con TikTok Ads por las siguientes razones:

Para empezar, sobre la base del análisis de toda la información disponible, la Comisión considera que TikTok Ads tiene una escala relativamente pequeña en comparación con la escala global de las actividades pertenecientes a la categoría de servicios básicos de plataforma de publicidad en línea en la Unión y con los principales prestadores de servicios de publicidad en línea de la Unión.

Por otro lado, sobre la base del análisis de toda la información disponible, la Comisión considera que existen más factores que respaldan que TikTok Ads no constituye una puerta de acceso.

En primer lugar, los anunciantes que más dinero destinan a TikTok Ads solo le asignan una pequeña parte de su gasto total, y un porcentaje considerable de los anunciantes que utilizan TikTok Ads lo consideran una parte experimental de su presupuesto de publicidad. Además, a los anunciantes les parece [descripción del comportamiento comparativo] verificar el rendimiento de la inversión en TikTok que en otras plataformas de publicidad, ya que esta no ofrece la posibilidad de anunciarse en múltiples propiedades propias y de terceros. En segundo lugar, los anunciantes consideran [descripción del comportamiento comparativo] publicar anuncios en TikTok ya que normalmente implica crear vídeos personalizados, a diferencia de los anuncios en báneres. En tercer lugar, TikTok Ads se enfrenta a graves [descripción del comportamiento del anunciante].

5. CONCLUSIÓN

Por las razones expuestas anteriormente, la Decisión acepta las alegaciones de refutación formuladas por ByteDance en relación con TikTok Ads.

Esta conclusión se entiende sin perjuicio de la posibilidad de que la Comisión reconsidere o modifique la Decisión, de conformidad con el artículo 4, apartado 1, del Reglamento de Mercados Digitales, en caso de que cualquiera de los hechos en que esta se basó cambie sustancialmente o de que la decisión se basase en información incompleta, incorrecta o engañosa.