C/2024/6122

11.10.2024

Kokkuvõte komisjoni otsusest,

13. mai 2024,

määruse (EL) 2022/1925 artikli 3 kohase otsuse kohta

Juhtum DMA.100042 – ByteDance – Internetipõhised reklaamiteenused

(teatavaks tehtud numbri C(2024) 3153)

(Ainult ingliskeelne tekst on autentne)

(C/2024/6122)

13. mai 2024 võttis komisjon vastu määruse (EL) 2022/1925 artikli 3 kohase otsuse ([1]). *Määruse (EL) 2022/1925 artikli 44 kohaselt avaldab komisjon poolte nimed ja otsuse põhilise sisu, pidades silmas ettevõtjate õigustatud huvi kaitsta oma ärisaladusi.*

1. SISSEJUHATUS

Komisjoni otsusega (edaspidi „otsus“) nõustutakse ümberlükkamistaotlusega, mille ByteDance esitas vastavalt määruse (EL) 2022/1925 (digiturgude määrus) artikli 3 lõikele 5 ja mis käsitleb tema internetireklaami põhiplatvormiteenust TikTok Ads. Kuigi ByteDance vastab TikTok Adsi puhul digiturgude määruse artikli 3 lõikes 2 sätestatud eeldatavatele künnistele, näitas tõendite analüüs, et TikTok Ads üksi ei kujuta endast ärikasutajate jaoks olulist juurdepääsuteed lõppkasutajateni jõudmiseks, nagu on osutatud digiturgude määruse artikli 3 lõike 1 punktis b. Seepärast tuleks ByteDance'i poolt TikTok Adsi kohta esitatud ümberlükkamistaotlusega nõustuda ja ByteDance'i ei tohiks määrata TikTok Adsi puhul pääsuvalitsejaks digiturgude määruse artikli 3 lõike 2 tähenduses.

2. MENETLUS

1. märtsil 2024 teatas ByteDance vastavalt digiturgude määruse artikli 3 lõike 3 esimesele lõigule komisjonile, et ta vastab oma internetipõhise reklaamiteenuse TikTok Ads puhul digiturgude määruse artikli 3 lõikes 2 sätestatud künnisväärtustele.

Koos teatega esitas ByteDance ümberlükkamistaotluse tõestamaks, et kuigi TikTok Ads vastab kõigile digiturgude määruse artikli 3 lõikes 2 esitatud künnisväärtustele, ei vasta see digiturgude määruse artikli 3 lõikes 1 sätestatud nõuetele. Komisjon leiab, et ByteDance'i argumendid on piisavalt põhjendatud ja neist ilmneb, et TikTok Adsi puhul on digiturgude määruse artikli 3 lõikes 2 sätestatud künnised küll ületatud, kuid olukorras, milles ta tegutseb, ei vasta ta erandlikult digiturgude määruse artikli 3 lõike 1 punktides b ja c sätestatud tingimustele.

3. ÕIGUSRAAMISTIK

Digiturgude määrusega on kehtestatud kitsalt määratletud objektiivsed kriteeriumid, mille alusel saab suure veebiplatvormi kvalifitseerida pääsuvalitsejaks. Ettevõtja määratakse pääsuvalitsejaks, kui ta osutab ühte või mitut põhiplatvormiteenust, mis on ärikasutajate jaoks oluline juurdepääsutee lõppkasutajateni jõudmiseks digiturgude määruse artikli 3 lõike 1 punkti b tähenduses. Selleks et teha kindlaks, kas ettevõtja osutatav teenus on digiturgude määruse artikli 3 lõike 1 punktis b sätestatud nõudele vastav põhiplatvormiteenus, tuleb vastav teenus kõigepealt kvalifitseerida ja piiritleda. Oluline kriteerium põhiplatvormiteenuste kindlaksmääramisel ja piiritlemisel on eesmärk, milleks lõppkasutajad või ärikasutajad (või mõlemad) teenust kasutavad.

Digiturgude määruse artikli 3 lõike 1 kohaselt määrab komisjon ettevõtja pääsuvalitsejaks, kui ta vastab kõigile kolmele järgmisele tingimusele: a) tal on märkimisväärne mõju siseturule, b) ta osutab põhiplatvormiteenust, mis on ärikasutajate jaoks oluline juurdepääsutee lõppkasutajateni jõudmiseks, ning c) tal on oma tegevuses kindel ja püsiv positsioon või on tõenäoline, et ta saavutab sellise positsiooni lähitulevikus. Digiturgude määruse artikli 3 lõikes 2 on sätestatud eeldus, et need tingimused on täidetud, kui kolme viimase majandusaasta jooksul on igal aastal ületatud teatavad äriühingu käibe või turukapitalisatsiooni ning konkreetse põhiplatvormiteenuse lõppkasutajate ja ärikasutajate kvantitatiivsed künnised.

([1]) Euroopa Parlamendi ja nõukogu 14. septembri 2022. aasta määrus (EL) 2022/1925, mis käsitleb konkurentsile avatud ja õiglaseid turge digisektoris ning millega muudetakse direktiive (EL) 2019/1937 ja (EL) 2020/1828 (digiturgude määrus) (ELT L 265, 12.10.2022, lk 1).

Digiturgude määruse artikli 3 lõike 5 esimese lõigu kohaselt võib ettevõtja, kes ületab kõiki digiturgude määruse artikli 3 lõikes 2 sätestatud künniseid, esitada koos oma teatega argumendid selle kohta, et olukorras, milles asjaomast põhiplatvormiteenust osutatakse, ei vasta ta erandlikult digiturgude määruse artikli 3 lõikes 1 sätestatud tingimustele, kuigi ta ületab kõiki neid künniseid. Digiturgude määruse artikli 3 lõike 5 teises lõigus on sätestatud, et kui esitatud argumendid ei ole piisavalt põhjendatud, sest need ei sea ilmselgelt kahtluse alla digiturgude määruse artikli 3 lõikes 2 sätestatud eeldusi, võib komisjon need tagasi lükata. Seevastu juhul, kui komisjon leiab, et esitatud tõendid on piisavad seadmaks kahtluse alla digiturgude määruse artikli 3 lõikes 1 sätestatud nõuete täitmist, võib ta nõustuda ümberlükkavate argumentidega või algatada artikli 17 lõike 3 kohase turu-uuringu.

4. **KOMISJONI HINNANG**

Pärast ByteDance'i teadet analüüsis komisjon tõendeid ja jõudis järeldusele, et TikTok Ads kujutab endast digiturgude määruse artikli 2 kohast internetireklaami põhiplatvormiteenust.

Samas otsuses on järgmistel põhjustel nõustutud ByteDance'i poolt TikTok Adsi kohta esitatud ümberlükkavate argumentidega.

Esiteks leiab komisjon kogu kättesaadava teabe analüüsi põhjal, et TikTok Adsi teenuste ulatus on suhteliselt väike võrreldes liidu internetipõhise reklaami põhiplatvormiteenuste kategooria tegevuse üldise ulatusega ning liidu peamiste veebireklaamiteenuste pakkujatega.

Teiseks leiab komisjon kogu kättesaadava teabe analüüsi põhjal, et ka muud tegurid kinnitavad, et TikTok Adsil puudub pääsuvalitseja positsioon.

Esiteks eraldavad TikTok Adsi suurimad kliendid TikTok Adsis reklaami tegemiseks vaid väikese osa oma kogukulutustest ja märkimisväärne osa TikTok Adsi kasutavatest reklaamijatest kasutab seda oma reklaamieelarves vaid eksperimentaalselt. Lisaks leiavad reklaamijad, et TikToki investeeringutasuvust on teiste reklaamiplatvormidega võrreldes [võrreldava käitumise kirjeldus] kontrollida, sest see ei paku reklaamivõimalusi erinevatel esmatasandi ja kolmandate isikute reklaamipindadel. Teiseks leiavad reklaamijad, et TikTokis on [võrdleva käitumise kirjeldus] reklaamida, kuna see hõlmab tavaliselt pigem kohandatud videote loomist reklaamplakatite asemel. Kolmandaks seisab TikTok Ads silmitsi olulise [reklaamija käitumise kirjeldus].

5. **KOKKUVÕTE**

Eespool nimetatud põhjustel on otsuses nõustutud ByteDance'i esitatud ümberlükkavate argumentidega TikTok Adsi kohta.

See järeldus ei piira komisjoni võimalust vaadata käesolev otsus vastavalt digiturgude määruse artikli 4 lõikele 1 uuesti läbi või seda muuta, kui otsuse aluseks olevad asjaolud on oluliselt muutunud või kui käesolev otsus põhineb ebatäielikul, ebaõigel või eksitaval teabel.