C/2024/6122

11.10.2024

Tiivistelmä komission päätöksestä,

annettu 13 päivänä toukokuuta 2024,

joka liittyy asetuksen (EU) 2022/1925 3 artiklan nojalla annettuun päätökseen

Asia DMA.100042 – ByteDance – Verkkomainontapalvelut

(tiedoksiannettu numerolla C(2024) 3153)

(Ainoastaan englanninkielinen teksti on todistusvoimainen)

(C/2024/6122)

Komissio antoi 13. toukokuuta 2024 päätöksen, joka perustui asetuksen (EU) 2022/1925 ([1]) 3 artiklaan. Komissio julkaisee osapuolten nimet ja päätöksen olennaisen sisällön asetuksen (EU) 2022/1925 44 artiklan säännösten mukaisesti. Se ottaa huomioon yritysten oikeutetut edut sen suhteen, ettei niiden liikesalaisuuksia paljasteta.

1. JOHDANTO

Tiivistelmän aiheena olevalla komission päätöksellä, jäljempänä 'päätös', hyväksytään ByteDancen asetuksen (EU) 2022/1925, jäljempänä 'digimarkkinasäädös', 3 artiklan 5 kohdan nojalla esittämä vastaväite, joka liittyy sen ydinalustapalveluna toimivaan TikTok Ads -verkkomainontapalveluun. Vaikka ByteDance täyttää TikTok Ads -palvelun osalta digimarkkinasäädöksen 3 artiklan 2 kohdassa säädetyn olettaman kynnysarvot, asiaan liittyvän näytön analyysi osoitti, että TikTok Ads ei erikseen tarkasteltuna muodosta digimarkkinasäädöksen 3 artiklan 1 kohdan b alakohdassa tarkoitettua tärkeää yhdysväylää yrityskäyttäjille loppukäyttäjien tavoittamiseksi. Sen vuoksi ByteDancen TikTok Ads -palvelua koskeva vastaväite olisi hyväksyttävä eikä ByteDancea tulisi nimetä digimarkkinasäädöksen 3 artiklan 2 kohdan nojalla portinvartijaksi TikTok Ads -palvelun osalta.

2. MENETTELY

ByteDance ilmoitti 1. maaliskuuta 2024 komissiolle digimarkkinasäädöksen 3 artiklan 3 kohdan ensimmäisen alakohdan nojalla, että se täyttää digimarkkinasäädöksen 3 artiklan 2 kohdassa säädetyt kynnysarvot TikTok Ads -verkkomainontapalvelunsa osalta.

Ilmoituksensa yhteydessä ByteDance esitti vastaväitteitä osoittaakseen, että vaikka TikTok Ads täyttää kaikki digimarkkinasäädöksen 3 artiklan 2 kohdassa säädetyt kynnysarvot, se ei täytä digimarkkinasäädöksen 3 artiklan 1 kohdassa lueteltuja vaatimuksia. Komissio katsoo, että ByteDancen väitteet ovat riittävän perusteltuja ja osoittavat, että vaikka TikTok Ads täyttää digimarkkinasäädöksen 3 artiklan 2 kohdassa säädetyt kynnysarvot, se ei poikkeuksellisesti täytä digimarkkinasäädöksen 3 artiklan 1 kohdan b ja c alakohdassa säädettyjä vaatimuksia niiden olosuhteiden vuoksi, joissa se toimii.

3. OIKEUDELLINEN KEHYS

Digimarkkinasäädöksessä vahvistetaan joukko tarkasti määriteltyjä objektiivisia kriteerejä, joiden perusteella suuri verkkoalusta voidaan nimetä portinvartijaksi. Nimeäminen on tehtävä yrityksen tarjoaman yhden tai useamman sellaisen ydinalustapalvelun osalta, joka on digimarkkinasäädöksen 3 artiklan 1 kohdan b alakohdassa tarkoitettu tärkeä yhdysväylä yrityskäyttäjille loppukäyttäjien tavoittamiseksi. Jotta voidaan määrittää, onko yrityksen tarjoama palvelu digimarkkinasäädöksen 3 artiklan 1 kohdan b alakohdassa säädetyn vaatimuksen mukainen ydinalustapalvelu, kyseinen palvelu on ensin määriteltävä ja rajattava. Ydinalustapalvelujen määrittelyn ja rajaamisen kannalta merkityksellinen kriteeri on tarkoitus, johon joko loppukäyttäjät tai yrityskäyttäjät taikka molemmat käyttävät palvelua.

Digimarkkinasäädöksen 3 artiklan 1 kohdan mukaan komission on nimettävä yritys portinvartijaksi, jos se täyttää seuraavat kolme kumulatiivista vaatimusta: a) sillä on merkittävä vaikutus sisämarkkinoihin; b) se tarjoaa ydinalustapalvelua, joka on tärkeä yhdysväylä yrityskäyttäjille loppukäyttäjien tavoittamiseksi; ja c) sillä on vakiintunut ja kestävä asema toiminnassaan tai on ennakoitavissa, että sillä on tällainen asema lähitulevaisuudessa. Digimarkkinasäädöksen 3 artiklan 2 kohdassa vahvistetaan olettama, jonka mukaan nämä vaatimukset täyttyvät, kun tietyt määrälliset kynnysarvot saavutetaan. Kynnysarvot koskevat erityisesti yrityksen liikevaihtoa tai pörssiarvoa sekä tietyn ydinalustapalvelun loppukäyttäjien ja yrityskäyttäjien määrää kolmen viimeksi kuluneen tilikauden aikana.

([1]) Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EU) 2022/1925, annettu 14 päivänä syyskuuta 2022, kilpailullisista ja oikeudenmukaisista markkinoista digitaalialalla ja direktiivien (EU) 2019/1937 ja (EU) 2020/1828 muuttamisesta (digimarkkinasäädös) (EUVL L 265, 12.10.2022, s. 1).

Digimarkkinasäädöksen 3 artiklan 5 kohdan ensimmäisen alakohdan mukaan yritys, joka täyttää kaikki digimarkkinasäädöksen 3 artiklan 2 kohdan mukaiset kynnysarvot, voi esittää ilmoituksessaan perustelut osoittaakseen, että vaikka se täyttää kaikki nämä kynnysarvot, se ei poikkeuksellisesti täytä digimarkkinasäädöksen 3 artiklan 1 kohdassa säädettyjä vaatimuksia niiden olosuhteiden vuoksi, joissa asianomainen ydinalustapalvelu toimii. Digimarkkinasäädöksen 3 artiklan 5 kohdan toisessa alakohdassa säädetään, että jos väitteet eivät ole riittävän pätevästi perusteltuja, koska ne eivät selvästi aseta kyseenalaiseksi digimarkkinasäädöksen 3 artiklan 2 kohdassa vahvistettuja olettamia, komissio voi hylätä väitteet. Jos komissio sitä vastoin katsoo, että toimitettu näyttö riittää asettamaan kyseenalaiseksi digimarkkinasäädöksen 3 artiklan 1 kohdassa säädettyjen vaatimusten täyttymisen, se voi joko hyväksyä vastaväitteen tai aloittaa markkinatutkimuksen digimarkkinasäädöksen 17 artiklan 3 kohdan nojalla.

4. **KOMISSION ARVIO**

ByteDancen tekemän ilmoituksen jälkeen komissio analysoi asiaan liittyvän näytön ja totesi, että TikTok Ads on digimarkkinasäädöksen 2 artiklan mukainen ydinalustapalveluna toimiva verkkomainontapalvelu.

Lisäksi päätöksessä hyväksytään ByteDancen TikTok Ads -palvelua koskevat vastaväitteet seuraavista syistä:

Ensinnäkin komissio katsoo kaikkien saatavilla olevien tietojen analyysin perusteella, että TikTok Ads -palvelun mittakaava on suhteellisen pieni verrattuna ydinalustapalveluina toimivien verkkomainontapalvelujen kokonaismittakaavaan unionissa sekä verrattuna tärkeimpiin verkkomainontapalvelujen tarjoajiin unionissa.

Toiseksi komissio katsoo kaikkien saatavilla olevien tietojen analyysin perusteella, että myös muut tekijät tukevat päätelmää, jonka mukaan TikTok Ads ei ole portinvartijan asemassa.

Ensinnäkin TikTok Ads -palveluun eniten rahaa käyttävät mainostajat käyttävät palveluun vain pienen osan kokonaismenoistaan, ja mainitsemisen arvoinen osuus palvelussa mainostavista toimijoista pitää sitä kokeellisena osana mainosbudjettiaan. Lisäksi mainostajat katsovat, että sijoitetun pääoman tuottoprosentin todentaminen on [vertailukäyttäytymisen kuvaus] TikTok-palvelun kuin muiden mainonta-alustojen osalta, koska se ei tarjoa mahdollisuuksia mainostaa useilla ensimmäisen osapuolen ja kolmansien osapuolten mainontapaikoilla. Toiseksi mainostajat katsovat, että TikTok-palvelussa mainostaminen on [vertailukäyttäytymisen kuvaus], sillä siihen liittyy tyypillisesti räätälöityjen videoiden luomista mainospalkkien näyttämisen sijaan. Kolmanneksi TikTok Ads -palveluun kohdistuu merkittävissä määrin [mainostajien käyttäytymisen kuvaus].

5. **PÄÄTELMÄT**

Edellä esitetyistä syistä päätöksessä hyväksytään ByteDancen TikTok Ads -palvelua koskevat vastaväitteet.

Tämä päätelmä ei rajoita komission mahdollisuutta tarkastella uudelleen tätä päätöstä tai muuttaa sitä digimarkkinasäädöksen 4 artiklan 1 kohdan nojalla, jos jokin sen perustana oleva tosiseikka muuttuu olennaisesti tai jos tämä päätös perustui puutteellisiin, virheellisiin tai harhaanjohtaviin tietoihin.