Journal officiel
de l'Union européenne

FR
Série C

C/2024/6122

11.10.2024

Résumé de la décision de la Commission

du 13 mai 2024

relative à une décision adoptée en vertu de l'article 3 du règlement (UE) 2022/1925

Affaire DMA.100042 – ByteDance – Services de publicité en ligne

[notifiée sous le numéro C(2024) 3153]

(Le texte en langue anglaise est le seul faisant foi)

(C/2024/6122)

Le 13 mai 2024, la Commission a adopté une décision en vertu de l'article 3 du règlement (UE) 2022/1925. [1] *Conformément aux dispositions de l'article 44 du règlement (UE) 2022/1925, la Commission publie les noms des parties et l'essentiel de la décision, en tenant compte de l'intérêt légitime des entreprises à ce que leurs secrets d'affaires ne soient pas divulgués.*

1. INTRODUCTION

Dans sa décision (ci-après la «décision»), la Commission accepte la demande de réfutation de ByteDance concernant son service de plateforme essentiel de publicité en ligne TikTok Ads, présentée conformément à l'article 3, paragraphe 5, du règlement (UE) 2022/1925 (ci-après le «règlement sur les marchés numériques»). Si ByteDance atteint les seuils de présomption fixés à l'article 3, paragraphe 2, du règlement sur les marchés numériques en ce qui concerne TikTok Ads, l'analyse des éléments présentés a démontré que TikTok Ads ne constitue pas, individuellement, un point d'accès majeur permettant aux entreprises utilisatrices d'atteindre les utilisateurs finaux selon les termes de l'article 3, paragraphe 1, point b), dudit règlement. Par conséquent, la demande de réfutation présentée par ByteDance concernant TikTok Ads devrait être acceptée et ByteDance ne devrait pas être désignée comme étant un contrôleur d'accès au titre de l'article 3, paragraphe 2, du règlement sur les marchés numériques en ce qui concerne TikTok Ads.

2. PROCÉDURE

Le 1er mars 2024, conformément à l'article 3, paragraphe 3, premier alinéa, du règlement sur les marchés numériques, ByteDance a informé la Commission qu'elle atteignait les seuils fixés à l'article 3, paragraphe 2, dudit règlement en ce qui concerne son service de publicité en ligne TikTok Ads.

Avec sa notification, ByteDance a présenté une demande de réfutation afin de démontrer que, bien que TikTok Ads atteigne tous les seuils fixés à l'article 3, paragraphe 2, du règlement sur les marchés numériques, il ne satisfait pas aux exigences énumérées à l'article 3, paragraphe 1, dudit règlement. La Commission estime que les arguments présentés par ByteDance sont suffisamment étayés et démontrent que, exceptionnellement, bien que TikTok Ads atteigne les seuils fixés à l'article 3, paragraphe 2, du règlement sur les marchés numériques, il ne satisfait pas aux exigences énumérées à l'article 3, paragraphe 1, point b) et c), dudit règlement, en raison des circonstances dans lesquelles il opère.

3. LE CADRE JURIDIQUE

Le règlement sur les marchés numériques établit une série de critères objectifs définis de façon restrictive pour qualifier une grande plateforme en ligne de contrôleur d'accès. Cette désignation doit concerner un ou plusieurs services de plateforme essentiels fournis par l'entreprise qui constituent un point d'accès majeur permettant aux entreprises utilisatrices d'atteindre leurs utilisateurs finaux au sens de l'article 3, paragraphe 1, point b), dudit règlement. Afin de déterminer si un service fourni par une entreprise constitue un service de plateforme essentiel qui remplit la condition énoncée à l'article 3, paragraphe 1, point b), du règlement, il est nécessaire, à titre préliminaire, de qualifier et de délimiter le service en question. Un critère pertinent pour qualifier et délimiter les services de plateforme essentiels est la finalité pour laquelle le service est utilisé soit par les utilisateurs finaux, soit par les entreprises utilisatrices, ou encore par les deux.

En vertu de l'article 3, paragraphe 1, du règlement sur les marchés numériques, la Commission désigne une entreprise comme étant un contrôleur d'accès si cette dernière remplit trois exigences cumulatives, à savoir si: a) elle a un poids important sur le marché intérieur; b) elle fournit un service de plateforme essentiel qui constitue un point d'accès majeur permettant aux entreprises utilisatrices d'atteindre leurs utilisateurs finaux; et c) elle jouit d'une position solide et durable dans ses activités ou elle jouira, selon toute probabilité, d'une telle position dans un avenir proche. L'article 3, paragraphe 2, dudit règlement prévoit que ces exigences sont réputées satisfaites lorsque certains seuils quantitatifs sont atteints, notamment en ce qui concerne le chiffre d'affaires ou la capitalisation boursière de l'entreprise, ainsi que le nombre d'utilisateurs finaux et d'entreprises utilisatrices d'un service de plateforme essentiel donné au cours de chacun des trois derniers exercices.

[1] Règlement (UE) 2022/1925 du Parlement européen et du Conseil du 14 septembre 2022 relatif aux marchés contestables et équitables dans le secteur numérique et modifiant les directives (UE) 2019/1937 et (UE) 2020/1828 (règlement sur les marchés numériques) (JO L 265 du 12.10.2022, p. 1).

En vertu de l'article 3, paragraphe 5, premier alinéa, du règlement sur les marchés numériques, une entreprise qui atteint tous les seuils fixés à l'article 3, paragraphe 2, dudit règlement peut présenter, avec sa notification, des arguments pour démontrer que, exceptionnellement, bien qu'elle atteigne tous ces seuils, elle ne satisfait pas aux exigences énumérées à l'article 3, paragraphe 1, du règlement, en raison des circonstances dans lesquelles le service de plateforme essentiel concerné opère. L'article 3, paragraphe 5, deuxième alinéa, du règlement sur les marchés numériques dispose que, si les arguments présentés ne sont pas suffisamment étayés parce qu'ils ne remettent manifestement pas en cause les présomptions énoncées à l'article 3, paragraphe 2, du règlement, la Commission peut les rejeter. En revanche, si la Commission estime que les éléments présentés sont suffisants pour remettre en question le respect des exigences prévues à l'article 3, paragraphe 1, du règlement, elle peut soit accepter la réfutation, soit ouvrir une enquête de marché conformément à l'article 17, paragraphe 3, du règlement.

4. APPRÉCIATION DE LA COMMISSION

À la suite de la notification de ByteDance, la Commission a analysé les éléments présentés et conclut que TikTok Ads constitue un service de plateforme essentiel de publicité en ligne au sens de l'article 2 du règlement sur les marchés numériques.

En outre, dans sa décision, la Commission accepte la réfutation de ByteDance concernant TikTok Ads pour les raisons exposées ci-après.

Premièrement, sur la base de l'analyse de toutes les informations dont elle dispose, la Commission considère que TikTok Ads a une taille relativement réduite par rapport à l'ampleur globale des activités relevant de la catégorie des services de plateformes essentiels de publicité en ligne dans l'Union, ainsi que par rapport aux principaux fournisseurs de services de publicité en ligne dans l'Union.

Deuxièmement, sur la base de l'analyse de toutes les informations dont elle dispose, la Commission estime que d'autres facteurs renforcent encore l'absence de position de contrôleur d'accès de TikTok Ads.

En premier lieu, les annonceurs qui dépensent le plus sur TikTok Ads n'y consacrent qu'une faible part de leurs dépenses totales et une partie non négligeable d'annonceurs utilisent TikTok Ads à titre expérimental dans le cadre de leur budget publicitaire. En outre, les annonceurs considèrent qu'il est [description du comportement comparatif] de vérifier le retour sur investissement sur TikTok plutôt que sur d'autres plateformes publicitaires, car TikTok n'offre pas d'options publicitaires sur de multiples supports internes et tiers. En deuxième lieu, les annonceurs considèrent qu'il est [description du comportement comparatif] de faire de la publicité sur TikTok, étant donné que cela implique généralement la création de vidéos personnalisées plutôt que l'affichage de bannières publicitaires. En troisième lieu, TikTok Ads est confrontée à une importante [description du comportement de l'annonceur].

5. CONCLUSION

Pour les raisons exposées ci-dessus, dans sa décision, la Commission accepte les arguments de réfutation présentés par ByteDance en ce qui concerne TikTok Ads.

Cette conclusion est sans préjudice de la possibilité pour la Commission de réexaminer ou de modifier la présente décision, conformément à l'article 4, paragraphe 1, du règlement sur les marchés numériques, en cas de modification substantielle de l'un des faits sur lesquels elle se fonde ou si la présente décision était fondée sur des renseignements incomplets, inexacts ou dénaturés.