C/2024/6122

11.10.2024.

**Sažetak odluke Komisije**

**od 13. svibnja 2024.**

**u vezi s odlukom na temelju članka 3. Uredbe (EU) 2022/1925**

**Predmet DMA.100042 – ByteDance – Online advertising services**

*(priopćeno pod brojem dokumenta C(2024) 3153)*

**(Vjerodostojan je samo tekst na engleskom jeziku)**

(C/2024/6122)

*Komisija je 13. svibnja 2024. donijela odluku na temelju članka 3. Uredbe (EU) 2022/1925.* [1] *U skladu s odredbama članka 44. Uredbe (EU) 2022/1925, Komisija objavljuje imena stranaka u postupku i bitne elemente iz sadržaja odluke, uzimajući u obzir legitimni interes poduzetnika da štite svoje poslovne tajne.*

## 1. UVOD

U odluci Komisije („Odluka”) prihvaća se zahtjev poduzetnika ByteDance za osporavanje u vezi s njegovom osnovnom uslugom platforme za internetsko oglašavanje TikTok Ads na temelju članka 3. stavka 5. Uredbe (EU) 2022/1925 (Akt o digitalnim tržištima). Iako ByteDance ispunjava pretpostavljene pragove iz članka 3. stavka 2. Akta o digitalnim tržištima u vezi s uslugom TikTok Ads, analizom dokaza utvrđeno je da TikTok Ads sam po sebi nije važna točka pristupa putem koje poslovni korisnici dolaze do krajnjih korisnika kako je navedeno u članku 3. stavku 1. točki (b) Akta o digitalnim tržištima. Stoga bi trebalo prihvatiti zahtjev za osporavanje poduzetnika ByteDance u pogledu TikTok Ads te tog poduzetnika ne bi trebalo odrediti kao nadzornika pristupa na temelju članka 3. stavka 2. Akta o digitalnim tržištima.

## 2. POSTUPAK

ByteDance je 1. ožujka 2024, na temelju članka 3. stavka 3. prvog podstavka Akta o digitalnim tržištima obavijestio Komisiju da je dosegnuo pragove iz članka 3. stavka 2. Akta o digitalnim tržištima u pogledu svoje usluge internetskog oglašavanja TikTok Ads.

ByteDance je uz svoju obavijest podnio zahtjev za osporavanje kojim nastoji dokazati da, iako TikTok Ads doseže sve pragove iz članka 3. stavka 2. Akta o digitalnim tržištima, ne ispunjava zahtjeve navedene u članku 3. stavku 1. Akta o digitalnim tržištima. Komisija smatra da su argumenti poduzetnika ByteDance dovoljno potkrijepljeni i pokazuju da, iako TikTok Ads doseže pragove iz članka 3. stavka 2. Akta o digitalnim tržištima, iznimno ne ispunjava zahtjeve navedene u članku 3. stavku 1. točkama (b) i (c) Akta o digitalnim tržištima zbog okolnosti u kojima djeluje.

## 3. PRAVNI OKVIR

U Aktu o digitalnim tržištima utvrđen je niz preciznih objektivnih kriterija na temelju kojih se određuje ima li velika internetska platforma status nadzornika pristupa. Taj se status utvrđuje za jednu ili više osnovnih usluga platforme koje poduzetnik pruža, a koje su važna točka pristupa putem koje poslovni korisnici dolaze do krajnjih korisnika u smislu članka 3. stavka 1. točke (b) Akta o digitalnim tržištima. Kako bi se utvrdilo je li usluga koju poduzetnik pruža osnovna usluga platforme koja ispunjava zahtjev iz članka 3. stavka 1. točke (b) Akta o digitalnim tržištima, tu uslugu najprije treba definirati i razgraničiti. Relevantan kriterij za definiranje i razgraničavanje osnovnih usluga platforme jest svrha za koju uslugu koriste krajnji i/ili poslovni korisnici.

U skladu s člankom 3. stavkom 1. Akta o digitalnim tržištima Komisija za poduzetnika utvrđuje status nadzornika pristupa ako ispunjava tri kumulativna uvjeta: (a) ima znatan utjecaj na unutarnje tržište; (b) pruža osnovnu uslugu platforme koja je važna točka pristupa putem koje poslovni korisnici dolaze do krajnjih korisnika; i (c) ima čvrst i trajan položaj u području svojeg poslovanja ili je predvidivo da će takav položaj imati u bliskoj budućnosti. U skladu s člankom 3. stavkom 2. Akta o digitalnim tržištima pretpostavlja se da su ti zahtjevi ispunjeni ako su dosegnuti određeni kvantitativni pragovi, prije svega oni koji se odnose na poduzetnikov prihod ili njegovu tržišnu kapitalizaciju te broj krajnjih korisnika i poslovnih korisnika konkretne osnovne usluge platforme u svakoj od posljednje tri financijske godine.

[1] Uredba (EU) 2022/1925 Europskog parlamenta i Vijeća od 14. rujna 2022. o pravednim tržištima s mogućnošću neograničenog tržišnog natjecanja u digitalnom sektoru i izmjeni direktiva (EU) 2019/1937 i (EU) 2020/1828 (Akt o digitalnim tržištima), SL L 265, 12.10.2022., str. 1.

Na temelju članka 3. stavka 5. prvog podstavka Akta o digitalnim tržištima poduzetnik koji dosegne sve pragove utvrđene u članku 3. stavku 2. tog akta može, uz obavijest o tome, dostaviti i argumente kako bi dokazao da, iako doseže sve te pragove, iznimno ne ispunjava zahtjeve iz članka 3. stavka 1. tog akta zbog okolnosti u kojima se pruža relevantna osnovna usluga platforme. U skladu s člankom 3. stavkom 5. drugim podstavkom Akta o digitalnim tržištima Komisija dostavljene argumente može odbiti ako nisu dovoljno potkrijepljeni zato što nije očito da se njima dovode u pitanje pretpostavke utvrđene u članku 3. stavku 2. tog akta. S druge strane, ako smatra da su dostavljeni dokazi dostatni da se dovede u pitanje ispunjenje zahtjeva iz članka 3. stavka 1. Akta o digitalnim tržištima, Komisija može prihvatiti osporavanje ili pokrenuti istraživanje tržišta na temelju članka 17. stavka 3.

## 4. **OCJENA KOMISIJE**

Nakon obavijesti poduzetnika ByteDance Komisija je analizirala dokaze i zaključila da je TikTok Ads osnovna usluga platforme za internetsko oglašavanje u skladu s člankom 2. Akta o digitalnim tržištima.

Nadalje, u Odluci se prihvaća osporavanje poduzetnika ByteDance u pogledu TikTok Ads iz sljedećih razloga:

Prvo, na temelju analize svih dostupnih informacija Komisija smatra da je usluga TikTok Ads relativno malog dosega u odnosu na ukupni opseg aktivnosti u okviru kategorije osnovne usluge platforme za internetsko oglašavanje u Uniji i u usporedbi s glavnim pružateljima usluga internetskog oglašavanja u Uniji.

Drugo, na temelju analize svih dostupnih informacija Komisija smatra da drugi čimbenici dodatno podupiru činjenicu da TikTok Ads nema položaj nadzornika pristupa.

Kao prvo, najveći oglašivači na TikTok Ads toj usluzi daju mali dio svoje ukupne potrošnje, a nezanemariv udio oglašivača upotrebljava TikTok Ads kao eksperimentalni dio svojeg proračuna za oglašavanje. Osim toga, oglašivači smatraju da je [opis usporednog ponašanja] kako bi provjerili povrat ulaganja na TikToku prije nego na drugim platformama za oglašavanje jer ne nudi opcije višestrukog internog ili vanjskog oglašavanja. Kao drugo, oglašivači smatraju da je [opis usporednog ponašanja] oglašavati na TikToku jer se obično radi o izradi prilagođenih videozapisa, a ne prikazivanju reklamnih zastavica. Kao treće, TikTok Ads se suočava s važnim [opis ponašanja oglašivača].

## 5. **ZAKLJUČAK**

Zbog navedenih razloga u Odluci se prihvaćaju argumenti za osporavanje koje je ByteDance iznio u pogledu TikTok Ads.

Ako se činjenično stanje na kojem se Odluka temelji bitno promijeni ili ako se Odluka temelji na nepotpunim, netočnim ili obmanjujućim informacijama, Komisija je može ponovno razmotriti ili izmijeniti na temelju članka 4. stavka 1. Akta o digitalnim tržištima.