C/2024/6122

11.10.2024

Sommarju tad-deċiżjoni tal-Kummissjoni

tat-13 ta' Mejju 2024

dwar deċiżjoni skont l-Artikolu 3 tar-Regolament (UE) 2022/1925

Il-Każ DMA.100042 – ByteDance – Servizzi ta' reklamar online

(notifikata permezz tad-dokument numru C (2024) 3153)

(It-test bl-Ingliż biss huwa awtentiku)

(C/2024/6122)

Fit-13 ta' Mejju 2024, il-Kummissjoni adottat deċiżjoni skont l-Artikolu 3 tar-Regolament (UE) Nru 2022/1925. ([1]) *F'konformità mad-dispożizzjonijiet tal-Artikolu 44 tar-Regolament (UE) 2022/1925, il-Kummissjoni qed tippubblika l-ismijiet tal-partijiet u l-kontenut ewlieni tad-deċiżjoni, wara li kkunsidrat l-interess leġittimu tal-impriżi li jħarsu s-sigrieti kummerċjali tagħhom.*

1. INTRODUZZJONI

Id-deċiżjoni tal-Kummissjoni ("id-Deċiżjoni") taċċetta t-talba ta' konfutazzjoni ta' ByteDance fir-rigward tas-servizz ewlieni tal-pjattaforma (CPS, "core platform service") ta' reklamar online tagħha TikTok Ads magħmula skont l-Artikolu 3(5) tar-Regolament (UE) 2022/1925 (l-Att dwar is-Swieq Diġitali, "DMA"). Filwaqt li ByteDance tissodisfa l-limiti preżunti fl-Artikolu 3(2) tad-DMA fir-rigward ta' TikTok Ads, l-analiżi tal-evidenza wriet li waħdeha TikTok Ads ma tikkostitwixxix gateway importanti li tippermetti lill-utenti kummerċjali jilħqu lill-utenti finali kif jissemma fl-Artikolu 3(1)(b) tad-DMA. Għalhekk, it-talba għal konfutazzjoni ta' TikTok Ads jenħtieġ li tiġi aċċettata u ByteDance jenħtieġ li ma tiġix tinħatar bħala gwardjan fir-rigward ta' TikTok Ads skont l-Artikolu 3(2) tad-DMA.

2. PROĊEDURA

Fl-1 ta' Marzu 2024, ByteDance innotifikat lill-Kummissjoni, skont l-ewwel subparagrafu tal-Artikolu 3(3) tad-DMA, li hija kienet tissodisfa l-limiti stabbiliti fl-Artikolu 3(2) tad-DMA fir-rigward tal-irreklamar online tagħha TikTok Ads.

Flimkien man-notifika tagħha, ByteDance ippreżentat talba għal konfutazzjoni biex turi li għalkemm l-SIB tissodisfa l-limiti kollha fl-Artikolu 3(2) tad-DMA, hija ma tissodisfax ir-rekwiżiti elenkati fl-Artikolu 3(1) tad-DMA. Il-Kummissjoni tqis li l-argumenti ta' ByteDance huma ssostanzjati biżżejjed u juru li għalkemm TikTok Ads tissodisfa l-limiti stabbiliti fl-Artikolu 3(2) tad-DMA hija, b'mod eċċezzjonali, ma tissodisfax ir-rekwiżiti elenkati fl-Artikolu 3(1)(b) u (c) tad-DMA minħabba ċ-ċirkostanzi li topera fihom.

3. KUNTEST ĠURIDIKU

Id-DMA jistabbilixxi sett ta' kriterji oġġettivi definiti b'mod strett biex pjattaforma online kbira tikkwalifika bħala gwardjan. Id-dežinjazzjoni trid issir b'rabta ma' CPS wieħed jew aktar ipprovduti mill-impriża li jkunu gateway importanti biex l-utenti kummerċjali jikkomunikaw mal-utenti finali skont it-tifsira tal-Artikolu 3(1), il-punt (b) tad-DMA. Sabiex jiġi ddeterminat jekk servizz ipprovdut minn impriża ikunx CPS li jissodisfa r-rekwiżit stabbilit fl-Artikolu 3(1), il-punt (b) tad-DMA, huwa meħtieġ, bħala pass preliminari, li s-servizz rispettiv jiġi kkwalifikat u delinjat. Kriterju rilevanti għall-kwalifikazzjoni u d-delinjazzjoni tas-CPSs huwa l-iskop tas-servizz għall-utenti finali jew għall-utenti kummerċjali jew għat-tnejn li huma.

Skont l-Artikolu 3(1) tad-DMA, il-Kummissjoni għandha tiddeżinja impriża bħala gwardjan jekk din tissodisfa tliet rekwiżiti kumulattivi, jiġifieri: (a) ikollha impatt sinifikanti fuq is-suq intern; (b) tipprovdi CPS li jkun gateway importanti biex l-utenti kummerċjali jilħqu lill-utenti finali; u (c) tkun tgawdi minn pożizzjoni stabbilita u dejjiema fl-operazzjonijiet tagħha, jew ikun prevedibbli li fil-futur qrib tkun se tgawdi din il-pożizzjoni. L-Artikolu 3(2) tad-DMA jistabbilixxi preżunzjoni li dawk ir-rekwiżiti jiġu ssodisfati meta jiġu ssodisfati ċerti limiti kwantitattivi, partikolarment dwar il-fatturat tal-kumpanija jew il-kapitalizzazzjoni tas-suq kif ukoll l-għadd ta' utenti finali u utenti kummerċjali tas-CPS partikolari f'kull waħda mill-aħħar tliet snin finanzjarji.

([1]) Ir-Regolament (UE) 2022/1925 tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill tal-14 ta' Settembru 2022 dwar swieq kontestabbli u ġusti fis-settur diġitali u li jemenda d-Direttivi (UE) 2019/1937 u (UE) 2020/1828 (l-Att dwar is-Swieq Diġitali), ĠU L 265, 12.10.2022, p. 1.

Skont l-Artikolu 3(5), l-ewwel subparagrafu tal-ASD, impriża li tissodisfa l-limiti kollha stabbiliti fl-Artikolu 3(2) tad-DMA tista' tippreżenta, man-notifika tagħha, argumenti biex turi li, għalkemm tissodisfa dawk il-limiti kollha, bħala eċċezzjoni hija ma tkunx tissodisfa r-rekwiżiti stabbiliti fl-Artikolu 3(1) tad-DMA minħabba ċ-ċirkostanzi tal-operat tas-CPS rilevanti. L-Artikolu 3(5), it-tieni subparagrafu, tad-DMA jipprevedi li jekk l-argumenti mressqa ma jkunux sostanzjati biżżejjed minħabba li ma jikkontestawx b'mod ċar il-preżunzjonijiet stabbiliti fl-Artikolu 3(2) tad-DMA, il-Kummissjoni tista' tiċħad l-argumenti. Min-naħa l-oħra, f'każ li l-Kummissjoni tqis li l-evidenza ppreżentata hija biżżejjed biex tqajjem dubji jekk ir-rekwiżiti stabbiliti fl-Artikolu 3(1) tad-DMA humiex issodisfati jew le, hija tista' jew taċċetta l-konfutazzjoni jew tiftaħ investigazzjoni tas-suq skont l-Artikolu 17(3).

4. VALUTAZZJONI TAL-KUMMISSJONI

Wara n-notifika ta' ByteDance, il-Kummissjoni analizzat l-evidenza u tikkonkludi li TikTok Ads tikkostitwixxi CPS tar-reklamar online skont l-Artikolu 2 tad-DMA.

Barra minn hekk, id-Deċiżjoni taċċetta l-konfutazzjoni ta' ByteDance fir-rigward ta' TikTok Ads għar-raġunijiet li ġejjin:

L-ewwel nett, abbażi l-informazzjoni disponibbli kollha, il-Kummissjoni tqis li TikTok Ads għandha skala relattivament żgħira meta titqabbel mal-iskala ġenerali tal-attivitajiet fil-kategorija tas-CPSs tar-reklamar online fl-Unjoni, kif ukoll meta mqabbel mal-forniturі ewlenin tas-servizzi ta' reklamar online fl-Unjoni.

It-tieni, abbażi tal-analiżi tal-informazzjoni disponibbli kollha, il-Kummissjoni tqis li hemm fatturi oħra li jappoġġaw aktar in-nuqqas ta' pożizzjoni ta' gwardjan ta' TikTok Ads.

L-ewwel nett, dawk li jonfqu l-aktar f'reklami ma' TikTok Ads jallokaw biss sehem baxx mill-infiq totali tagħhom lil TikTok Ads u proporzjon mhux negliġibbli ta' dawk li jirreklamaw fuq TikTok Ads jużawha bħala parti sperimentali tal-baġit tar-reklamar tagħhom. Barra minn hekk, dawk li jirreklamaw iqisuha [deskrizzjoni tal-imġiba komparattiva] li tivverifika r-redditu fuq l-investiment fuq TikTok milli fuq pjattaformi ta' reklamar oħrajn minħabba li ma toffrix għażliet ta' reklamar fuq proprjetajiet multipli tal-ewwel parti u ta' parti terza. It-tieni, dawk li jirreklamaw iqisuha bħala [deskrizzjoni tal-imġiba komparattiva] biex jirreklamaw fuq TikTok peress li dan tipikament jinvolvi l-ħolqien ta' vidjos personalizzati aktar milli l-wiri ta' banner ads. It-tielet, TikTok Ads tiffaċċja [deskrizzjoni tal-imġiba ta' min jirreklama] importanti.

5. KONKLUŻJONI

Għar-raġunijiet stabbiliti hawn fuq, id-Deċiżjoni taċċetta l-argumenti ta' konfutazzjoni mqajma minn ByteDance fir-rigward ta' TikTok Ads.

Dik il-konklużjoni hija mingħajr preġudizzju għall-possibbiltà li l-Kummissjoni tista' tikkunsidra mill-ġdid jew temenda din id-Deċiżjoni, skont l-Artikolu 4(1) tad-DMA, jekk ikun hemm kwalunkwe bidla sostanzjali f'xi wieħed mill-fatti li fuqhom din hija ibbażata, jew jekk din id-Deċiżjoni kienet ibbażata fuq informazzjoni mhux kompluta, skorretta jew qarrieqa.