Publicatieblad
van de Europese Unie

NL
C-serie

C/2024/6122

11.10.2024

Samenvatting van het besluit van de Commissie

van 13 mei 2024

betreffende een besluit overeenkomstig artikel 3, van Verordening (EU) 2022/1925

Zaak DMA.100042 – ByteDance – Onlineadvertentiediensten

(kennisgeving geschied onder nummer C(2024) 3153)

(Slechts de tekst in de Engelse taal is authentiek)

(C/2024/6122)

Op 13 mei 2024 heeft de Commissie een besluit overeenkomstig artikel 3, van Verordening (EU) 2022/1925 [1] *vastgesteld. Overeenkomstig artikel 44 van die verordening maakt de Commissie de namen van de partijen en de belangrijkste punten van het besluit bekend, rekening houdend met het rechtmatige belang van de ondernemingen inzake de bescherming van hun bedrijfsgeheimen.*

1. INLEIDING

Bij het besluit van de Commissie wordt het verzoek tot weerlegging van ByteDance overeenkomstig artikel 3, lid 5, van Verordening (EU) 2022/1925 (digitalemarktenverordening) met betrekking tot TikTok Ads, een kernplatformdienst (CPS) van het type onlineadvertentiedienst, aanvaard. Ten aanzien van TikTok Ads voldoet ByteDance aan de drempelvermoedens van artikel 3, lid 2, van de digitalemarktenverordening, maar uit het bewijsmateriaal is gebleken dat TikTok Ads op zichzelf voor zakelijke gebruikers geen belangrijke toegangspoort tot eindgebruikers vormt in de zin van artikel 3, lid 1, punt b), van die verordening. Daarom moet het verzoek tot weerlegging van ByteDance met betrekking tot TikTok Ads worden aanvaard en hoeft ByteDance overeenkomstig artikel 3, lid 2, van de digitalemarktenverordening niet als poortwachter te worden aangemerkt met betrekking tot TikTok Ads.

2. PROCEDURE

Op 1 maart 2024 heeft ByteDance overeenkomstig artikel 3, lid 3, eerste alinea, van de digitalemarktenverordening de Commissie ervan in kennis gesteld dat de onderneming voor de onlineadvertentiedienst TikTok Ads aan de drempels van artikel 3, lid 2, van die verordening voldoet.

Samen met die kennisgeving heeft ByteDance een verzoek tot weerlegging ingediend om aan te tonen dat TikTok Ads wel aan de drempels van artikel 3, lid 2, van de digitalemarktenverordening voldoet, maar niet aan de vereisten van artikel 3, lid 1, van die verordening. De Commissie is van oordeel dat de argumenten van ByteDance voldoende zijn onderbouwd en aantonen dat TikTok Ads wel aan de drempels van artikel 3, lid 2, van de verordening voldoet, maar bij wijze van uitzondering niet aan de vereisten van artikel 3, lid 1, punten b) en c), ervan, vanwege de omstandigheden waarin de dienst actief is.

3. RECHTSKADER

In de digitalemarktenverordening zijn nauwkeurig omschreven objectieve criteria vastgelegd aan de hand waarvan grote onlineplatformen als poortwachter worden aangemerkt. De aanwijzing moet gebeuren met betrekking tot een of meer door de onderneming verstrekte CPS'en die voor zakelijke gebruikers een belangrijke toegangspoort tot eindgebruikers vormen in de zin van artikel 3, lid 1, punt b), van de digitalemarktenverordening. Om te bepalen of een door een onderneming verstrekte dienst een CPS is die voldoet aan het vereiste van artikel 3, lid 1, punt b), van die verordening, moet in eerste instantie de respectieve dienst worden gekwalificeerd en afgebakend. Een relevant criterium voor het kwalificeren en afbakenen van CPS'en is het doel waarvoor de dienst door eindgebruikers en/of zakelijke gebruikers wordt gebruikt.

Volgens artikel 3, lid 1, van de digitalemarktenverordening wijst de Commissie een onderneming als poortwachter aan indien die aan drie cumulatieve vereisten voldoet, namelijk als de onderneming: a) een aanzienlijke impact heeft op de interne markt; b) een CPS aanbiedt die voor zakelijke gebruikers een belangrijke toegangspoort tot eindgebruikers vormt; en c) met betrekking tot haar activiteiten een stevig verankerde en duurzame positie inneemt of naar verwachting in de nabije toekomst een dergelijke positie zal innemen. In artikel 3, lid 2, van de digitalemarktenverordening is een vermoeden bepaald dat aan deze vereisten is voldaan wanneer bepaalde kwantitatieve drempels worden gehaald, namelijk de omzet of de marktkapitalisatie van de onderneming en het aantal eindgebruikers en zakelijke gebruikers van een bepaalde CPS in de laatste drie boekjaren.

[1] Verordening (EU) 2022/1925 van het Europees Parlement en de Raad van 14 september 2022 over betwistbare en eerlijke markten in de digitale sector, en tot wijziging van Richtlijnen (EU) 2019/1937 en (EU) 2020/1828 (digitalemarktenverordening) (PB L 265 van 12.10.2022, blz. 1).

Overeenkomstig artikel 3, lid 5, eerste alinea, van de digitalemarktenverordening kan een onderneming in haar kennisgeving argumenten aanvoeren om aan te tonen dat zij door de omstandigheden waarin de betrokken CPS actief is bij wijze van uitzondering niet voldoet aan de vereisten van artikel 3, lid 1, van die verordening, ondanks het feit dat de onderneming aan de drempels van artikel 3, lid 2, van de verordening voldoet. Artikel 3, lid 5, tweede alinea, van de verordening bepaalt dat indien de aangevoerde argumenten onvoldoende onderbouwd zijn omdat zij de vermoedens van artikel 3, lid 2, van de verordening niet kennelijk in twijfel trekken, de Commissie de argumenten kan afwijzen. Indien de Commissie daarentegen van oordeel is dat het ingediende bewijsmateriaal volstaat om in twijfel te trekken dat is voldaan aan de vereisten van artikel 3, lid 1, van de digitalemarktenverordening, kan zij de weerlegging aanvaarden of een marktonderzoek verrichten overeenkomstig artikel 17, lid 3, van die verordening.

4. BEOORDELING DOOR DE COMMISSIE

Na de kennisgeving van ByteDance heeft de Commissie het bewijsmateriaal onderzocht en geconcludeerd dat TikTok Ads een onlineadvertentie-CPS vormt in de zin van artikel 2 van de digitalemarktenverordening.

Bovendien wordt in het besluit de weerlegging van ByteDance ten aanzien van TikTok Ads om de volgende redenen aanvaard.

Ten eerste is de Commissie op basis van de analyse van de beschikbare informatie van oordeel dat TikTok Ads slechts op relatief kleine schaal wordt gebruikt, zowel in vergelijking met het algehele gebruik van een onlineadvertentie-CPS in de Unie als in vergelijking met de voornaamste aanbieders van onlineadvertentiediensten in de Unie.

Ten tweede is de Commissie op basis van de analyse van de beschikbare informatie van oordeel dat andere factoren het gebrek aan de poortwachterspositie van TikTok Ads verder ondersteunen.

In de eerste plaats wijzen de adverteerders die op TikTok Ads het meest besteden, slechts een klein deel van hun totale uitgaven toe aan TikTok Ads en gebruikt een niet-verwaarloosbaar deel van de adverteerders op TikTok Ads de dienst als een experimenteel onderdeel van het reclamebudget. Bovendien vinden adverteerders het [beschrijving van het vergelijkend gedrag] om het rendement van investeringen op TikTok te verifiëren dan op andere advertentieplatformen, omdat het geen advertentie-opties aanbiedt voor verscheidene advertentie-eigendommen van eerste en derde partijen. In de tweede plaats vinden adverteerders het ook [beschrijving van het vergelijkend gedrag] om reclame te maken op TikTok, aangezien het er doorgaans om gaat op maat gemaakte video's te maken en niet om banneradvertenties te tonen. In de derde plaats wordt TikTok Ads geconfronteerd met belangrijke [beschrijving van het gedrag van adverteerder].

5. CONCLUSIE

Vanwege de hierboven uiteengezette redenen worden de argumenten tot weerlegging van ByteDance met betrekking tot TikTok Ads in het besluit aanvaard.

Deze conclusie doet geen afbreuk aan de mogelijkheid dat de Commissie het besluit kan heroverwegen of wijzigen, zoals bepaald in artikel 4, lid 1, van de digitalemarktenverordening, indien zou blijken dat er een wezenlijke verandering is opgetreden in de feiten waarop het aanwijzingsbesluit berust of indien het aanwijzingsbesluit berust op onvolledige, onjuiste of misleidende informatie.