C/2024/6122

11.10.2024

Resumo da Decisão da Comissão

de 13 de maio de 2024

relativa a uma decisão nos termos do artigo 3.º do Regulamento (UE) 2022/1925

Processo DMA.100042 – ByteDance – Serviços de publicidade em linha

(notificada com o número C(2024) 3153)

(Apenas faz fé o texto em língua inglesa)

(C/2024/6122)

Em 13 de maio de 2024, a Comissão adotou uma decisão nos termos do artigo 3.º do Regulamento (UE) 2022/1925. ([1]) *Nos termos do disposto no artigo 44.º do Regulamento (UE) 2022/1925, a Comissão procede à publicação do nome das partes e do conteúdo essencial da decisão, tendo em conta o interesse legítimo das empresas na proteção dos seus segredos comerciais.*

1. INTRODUÇÃO

A decisão da Comissão («decisão») aceita o pedido de ilisão da presunção da ByteDance em relação ao seu serviço essencial de plataforma de publicidade em linha TikTok Ads, apresentado nos termos do artigo 3.º, n.º 5, do Regulamento (UE) 2022/1925 (Regulamento dos Mercados Digitais ou «RMD»). Embora a ByteDance cumpra os limiares de presunção previstos no artigo 3.º, n.º 2, do RMD no que diz respeito ao TikTok Ads, a análise dos elementos de prova mostrou que o TikTok Ads não constitui, individualmente, uma porta de acesso importante para os utilizadores profissionais chegarem aos utilizadores finais, na aceção do artigo 3.º, n.º 1, alínea b), do RMD. Por conseguinte, o pedido de ilisão da presunção da ByteDance em relação ao TikTok Ads deve ser aceite e a ByteDance não deve ser designada como controlador de acesso nos termos do artigo 3.º, n.º 2, do RMD.

2. PROCEDIMENTO

Em 1 de março de 2024, a ByteDance notificou a Comissão, nos termos do artigo 3.º, n.º 3, primeiro parágrafo, do RMD, de que atingia os limiares estabelecidos no artigo 3.º, n.º 2, do RMD em relação ao seu serviço de publicidade em linha TikTok Ads.

Juntamente com a sua notificação, a ByteDance apresentou um pedido de ilisão da presunção destinado a demonstrar que, embora atinja todos os limiares estabelecidos no artigo 3.º, n.º 2, do RMD, o TikTok Ads não preenche os requisitos enunciados no artigo 3.º, n.º 1, desse regulamento. A Comissão considera que os argumentos da ByteDance estão suficientemente fundamentados e demonstram que, excecionalmente, embora atinja os limiares estabelecidos no artigo 3.º, n.º 2, do RMD, o TikTok Ads não preenche os requisitos enunciados no artigo 3.º, n.º 1, alíneas b) e c), do RMD devido às circunstâncias em que opera.

3. QUADRO JURÍDICO

O RMD estabelece um conjunto de critérios objetivos estritamente definidos para que uma plataforma em linha de grande dimensão possa ser considerada um controlador de acesso. A designação deve ser feita em relação a um ou mais serviços essenciais de plataforma prestados pela empresa que constituam uma porta de acesso importante para os utilizadores profissionais chegarem aos utilizadores finais na aceção do artigo 3.º, n.º 1, alínea b), do RMD. Para determinar se um serviço prestado por uma empresa é um serviço essencial de plataforma que cumpre os requisitos estabelecidos no artigo 3.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento dos Mercados Digitais, é necessário, como passo preliminar, qualificar e delimitar o serviço em questão. Um critério pertinente para qualificar e delimitar os serviços essenciais de plataforma é a finalidade para a qual o serviço é utilizado pelos utilizadores finais, pelos utilizadores profissionais ou por ambos.

Nos termos do artigo 3.º, n.º 1, do RMD, a Comissão designa uma empresa como controlador de acesso se esta preencher três requisitos cumulativos, a saber: a) se tiver um impacto significativo no mercado interno; b) se prestar um serviço essencial de plataforma que constitui uma porta de acesso importante para os utilizadores profissionais chegarem aos utilizadores finais; e c) se beneficiar de uma posição enraizada e duradoura nas suas operações ou se for previsível que possa vir a beneficiar de tal posição num futuro próximo. O artigo 3.º, n.º 2, do RMD estabelece a presunção de que estes requisitos estão preenchidos nos casos em que forem atingidos determinados limiares quantitativos, em especial no que diz respeito ao volume de negócios ou à capitalização bolsista da empresa, bem como aos utilizadores finais e utilizadores profissionais de um determinado serviço essencial de plataforma nos três últimos exercícios.

([1]) Regulamento (UE) 2022/1925 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de setembro de 2022, relativo à disputabilidade e equidade dos mercados no setor digital e que altera as Diretivas (UE) 2019/1937 e (UE) 2020/1828 (Regulamento dos Mercados Digitais) (JO L 265 de 12.10.2022, p. 1).

Nos termos do artigo 3.º, n.º 5, primeiro parágrafo, do RMD, uma empresa que atinja todos os limiares estabelecidos no artigo 3.º, n.º 2, desse regulamento pode aduzir, na sua notificação, argumentos para demonstrar que, excecionalmente, embora atinja todos esses limiares, não satisfaz os requisitos estabelecidos no artigo 3.º, n.º 1, do RMD, devido às circunstâncias em que é prestado o serviço essencial de plataforma em causa. O artigo 3.º, n.º 5, segundo parágrafo, do RMD prevê que, se os argumentos apresentados não estiverem suficientemente fundamentados porque não põem manifestamente em causa as presunções enunciadas no artigo 3.º, n.º 2, do RMD, a Comissão pode rejeitar esses argumentos. Em contrapartida, se considerar que os elementos de prova apresentados são suficientes para pôr em causa o cumprimento dos requisitos estabelecidos no artigo 3.º, n.º 1, do RMD, a Comissão pode aceitar a ilisão da presunção ou abrir uma investigação de mercado nos termos do artigo 17.º, n.º 3.

4. APRECIAÇÃO DA COMISSÃO

Na sequência da notificação da ByteDance, a Comissão analisou os elementos de prova e concluiu, na decisão, que o TikTok Ads constitui um serviço essencial de plataforma de publicidade em linha na aceção do artigo 2.º do RMD.

Além disso, a decisão aceita a ilisão da presunção da ByteDance no que diz respeito ao TikTok Ads pelas seguintes razões:

Em primeiro lugar, com base na análise de todas as informações disponíveis, a Comissão considera que os serviços TikTok Ads têm um nível de atividade relativamente reduzido em comparação com o nível de atividade global no âmbito da categoria de serviço essencial de plataforma de publicidade em linha na União, bem como em comparação com os principais prestadores de serviços de publicidade em linha na União.

Em segundo lugar, com base na análise de todas as informações disponíveis, a Comissão considera que outros fatores reforçam a inexistência de uma posição de controlador de acesso por parte do TikTok Ads.

Em primeiro lugar, os anunciantes que mais gastam no TikTok Ads consagram apenas uma pequena parte da sua despesa total à publicidade neste serviço e uma percentagem não negligenciável de anunciantes no TikTok Ads utiliza-o a título experimental no quadro do seu orçamento publicitário. Além disso, os anunciantes consideram que é [descrição do comportamento comparativo] verificar o retorno do investimento no TikTok do que noutras plataformas de publicidade, porque o primeiro não oferece opções de publicidade em várias plataformas próprias e de terceiros. Em segundo lugar, os anunciantes consideram que é [descrição do comportamento comparativo] anunciar no TikTok, pois isso implica geralmente a criação de vídeos personalizados em vez da exibição de faixas publicitárias. Em terceiro lugar, o TikTok Ads enfrenta importantes [descrição do comportamento do anunciante].

5. CONCLUSÃO

Pelos motivos acima expostos, a decisão aceita os argumentos de ilisão da presunção apresentados pela ByteDance no que diz respeito ao TikTok Ads.

Esta conclusão não prejudica a possibilidade de a Comissão reconsiderar ou alterar a presente decisão, nos termos do artigo 4.º, n.º 1, do Regulamento dos Mercados Digitais, se ocorrer uma alteração substancial da situação de facto em que a decisão se fundou ou se a presente decisão se tiver baseado em informações incompletas, inexatas ou enganosas.