Europeiska unionens
officiella tidning

SV
C-serien

C/2024/6122

11.10.2024

Sammanfattning av kommissionens beslut

av den 13 maj 2024

avseende ett beslut i enlighet med artikel 3 i förordning (EU) 2022/1925

Ärende DMA.100042 – ByteDance – Online advertising services

(delgivet med nr C(2024) 3153)

(Endast den engelska texten är giltig)

(C/2024/6122)

Den 13 maj 2024 antog kommissionen ett beslut enligt artikel 3 i förordning (EU) 2022/1925 ([1]). I enlighet med bestämmelserna i artikel 44 i förordning (EU) 2022/1925 och med beaktande av företagens berättigade intresse av att skydda sina affärshemligheter, offentliggör kommissionen parternas namn och huvuddragen i beslutet.

1. INLEDNING

I kommissionens beslut (*beslutet*) godtas ByteDances motbevisning med avseende på dess centrala plattformstjänst för onlinebaserad annonsering TikTok Ads vilken inlämnats i enlighet med artikel 3.5 i förordning (EU) 2022/1925 (*förordningen om digitala marknader*). ByteDance uppfyller de presumtiva tröskelvärdena i artikel 3.2 i förordningen om digitala marknader när det gäller TikTok Ads, men analysen av bevisningen visade att TikTok Ads inte enskilt utgör en viktig ingång för företagsanvändare för att nå ut till slutanvändare i den mening som avses i artikel 3.1 b i förordningen om digitala marknader. ByteDances inlämnade motbevisning avseende TikTok Ads bör därför godtas och ByteDance bör inte betecknas som grindvakt i enlighet med artikel 3.2 i förordningen om digitala marknader med avseende på TikTok Ads.

2. FÖRFARANDE

Den 1 mars 2024 underrättade ByteDance kommissionen, i enlighet med artikel 3.3 första stycket i förordningen om digitala marknader, om att företaget uppfyller de tröskelvärden som anges i artikel 3.2 i förordningen om digitala marknader för sin onlinebaserade annonseringstjänst TikTok Ads.

ByteDance lämnade tillsammans med sin underrättelse in motbevisning för att visa att TikTok Ads visserligen uppfyller alla tröskelvärden i artikel 3.2 i förordningen om digitala marknader, men att tjänsten inte uppfyller de krav som anges i artikel 3.1 i förordningen om digitala marknader. Kommissionen anser att ByteDances argument är tillräckligt underbyggda och visar att även om TikTok Ads uppfyller tröskelvärdena i artikel 3.2 i förordningen om digitala marknader, uppfyller tjänsten undantagsvis inte de krav som anges i artikel 3.1 b och c i förordningen om digitala marknader på grund av de omständigheter under vilka den är verksam.

3. TILLÄMPLIGA BESTÄMMELSER

I förordningen om digitala marknader fastställs ett antal snävt definierade objektiva kriterier för att stora onlineplattformar ska kategoriseras som grindvakter. Betecknandet ska göras med avseende på en eller flera centrala plattformstjänster som tillhandahålls av företaget och som är en viktig ingång för företagsanvändare för att nå ut till slutanvändare, i den mening som avses i artikel 3.1 b i förordningen om digitala marknader. För att avgöra om en tjänst som tillhandahålls av ett företag är en central plattformstjänst som uppfyller kravet i artikel 3.1 b i förordningen om digitala marknader är det nödvändigt att, som ett första steg, kategorisera och avgränsa den berörda tjänsten. Ett relevant kriterium för kategorisering och avgränsning av centrala plattformstjänster är det ändamål för vilket tjänsten används av antingen slutanvändare eller företagsanvändare eller båda typerna av användare.

Enligt artikel 3.1 i förordningen om digitala marknader ska kommissionen beteckna ett företag som grindvakt om det uppfyller följande tre kumulativa villkor: a) det har en betydande inverkan på den inre marknaden, b) det tillhandahåller en central plattformstjänst som är en viktig ingång för företagsanvändare för att nå ut till slutanvändare, c) det har en fast förankrad och varaktig ställning i sin verksamhet eller det kan förutses att det kommer att ha en sådan ställning inom en nära framtid. I artikel 3.2 i förordningen om digitala marknader fastställs att dessa krav förutsätts vara uppfyllda när vissa kvantitativa tröskelvärden uppnåtts, närmare bestämt rörande företagets omsättning eller börsvärde samt antalet slutanvändare och företagsanvändare av en viss central plattformstjänst under vart och ett av de tre senaste räkenskapsåren.

([1]) Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2022/1925 av den 14 september 2022 om öppna och rättvisa marknader inom den digitala sektorn och om ändring av direktiv (EU) 2019/1937 och (EU) 2020/1828 (Förordningen om digitala marknader), EUT L 265, 12.10.2022, s. 1.

Enligt artikel 3.5 första stycket i förordningen om digitala marknader får ett företag som uppnår alla tröskelvärden i artikel 3.2 i förordningen, tillsammans med sin underrättelse, lägga fram argument som visar att det, även om det uppnår alla dessa tröskelvärden, undantagsvis inte uppfyller kraven i artikel 3.1 i förordningen, på grund av de omständigheter under vilka den relevanta centrala plattformstjänsten är verksam. I artikel 3.5 andra stycket i förordningen om digitala marknader föreskrivs att om de argument som lagts fram inte är tillräckligt underbyggda, eftersom de inte uppenbart sätter i fråga antagandena i artikel 3.2 i den förordningen, får kommissionen avvisa argumenten. Om kommissionen däremot skulle anse att den inlämnade bevisningen är tillräcklig för att ifrågasätta om de krav som fastställs i artikel 3.1 i förordningen om digitala marknader är uppfyllda, kan den antingen godta motbevisningen eller inleda en marknadsundersökning i enlighet med artikel 17.3.

4. KOMMISSIONENS BEDÖMNING

Efter ByteDances underrättelse analyserade kommissionen bevisningen och drog slutsatsen att TikTok Ads utgör en onlinebaserad annonseringstjänst i enlighet med artikel 2 i förordningen om digitala marknader.

Vidare godtas i beslutet ByteDances motbevisning i förhållande till TikTok Ads av följande skäl:

På grundval av analysen av all tillgänglig information anser kommissionen för det första att TikTok Ads har en relativt liten omfattning jämfört med den totala omfattningen av verksamheten inom kategorin centrala plattformstjänster för onlinebaserad annonsering i unionen, samt jämfört med de huvudsakliga leverantörerna av onlinebaserade annonseringstjänster i unionen.

För det andra anser kommissionen, på grundval av analysen av all tillgänglig information, att andra faktorer ytterligare stöder att TikTok Ads inte innehar en roll som grindvakt.

De annonsörer på TikTok Ads som spenderar mest på tjänsten tilldelar till att börja med endast en liten andel av sina totala utgifter till TikTok Ads och en icke försumlig andel annonsörer på TikTok Ads använder den som en experimentell del av sin reklambudget. Annonsörerna anser vidare att det är [beskrivning av jämförbart beteende] att kontrollera avkastningen på investeringar på TikTok än på andra annonseringsplattformar, eftersom plattformen inte erbjuder annonsalternativ för flera första- och tredjepartsplattformar. För det andra anser annonsörerna att det är [beskrivning av jämförbart beteende] att göra reklam på TikTok, eftersom det vanligtvis handlar om att skapa skräddarsydda videor snarare än att visa bannerannonser. För det tredje står TikTok Ads inför en viktig [beskrivning av annonsörens beteende].

5. SLUTSATS

Av de skäl som anges ovan godtas ByteDances motbevisning avseende TikTok Ads i beslutet.

Denna slutsats påverkar inte kommissionens möjlighet att ompröva eller ändra detta beslut, i enlighet med artikel 4.1 i förordningen om digitala marknader, om det sker några väsentliga ändringar av några av de uppgifter som den baseras på, eller om detta beslut baserades på ofullständig, oriktig eller vilseledande information.