Journal officiel
de l'Union européenne

FR
Série C

C/2023/1092

23.11.2023

Résumé de la décision de la Commission

du 5 septembre 2023

relative à une décision adoptée en vertu de l'article 3 du règlement (UE) 2022/1925

(Affaires DMA.100020 – Meta – online social networking services; DMA.100024 – Meta – Number-independent interpersonal communications services; DMA.100035 – Meta – Online advertising services; DMA.100044 – META – Online intermediation services - Marketplace)

[notifiée sous le numéro C(2023) 6105 final]

(Le texte en langue anglaise est le seul faisant foi)

(C/2023/1092)

Le 5 septembre 2023, la Commission a adopté une décision en vertu de l'article 3 du règlement (UE) 2022/1925 du Parlement européen et du Conseil [1]*. Conformément aux dispositions de l'article 44 du règlement (UE) 2022/1925, la Commission publie ci-après les noms des parties et l'essentiel de la décision, en tenant compte de l'intérêt légitime des entreprises à ce que leurs secrets d'affaires ne soient pas divulgués.*

1. INTRODUCTION

(1) La décision de désignation (ci-après la «décision») a pour objectif de désigner Meta comme contrôleur d'accès en vertu de l'article 3 du règlement (UE) 2022/1925 (ci-après le «règlement sur les marchés numériques») et d'énumérer les services de plateforme essentiels concernés qui sont fournis par Meta et qui constituent, individuellement, des points d'accès majeurs permettant aux entreprises utilisatrices d'atteindre leurs utilisateurs finaux, selon les termes de l'article 3, paragraphe 1, point b), du règlement sur les marchés numériques.

(2) En outre, Meta a présenté, avec sa notification, une réfutation en vertu de l'article 3, paragraphe 5, du règlement sur les marchés numériques en ce qui concerne: i) son service de communications interpersonnelles non fondé sur la numérotation Messenger; et ii) son service d'intermédiation en ligne Marketplace. Dans sa décision, la Commission rejette les arguments de réfutation dans ces deux cas, car elle estime qu'ils ne sont pas suffisamment étayés pour remettre manifestement en cause les présomptions énoncées à l'article 3, paragraphe 2, du règlement sur les marchés numériques, pour les raisons résumées dans l'appréciation de la Commission ci-après.

2. PROCÉDURE

(3) Le 3 juillet 2023, conformément à l'article 3, paragraphe 3, premier alinéa, du règlement sur les marchés numériques, Meta a informé la Commission qu'elle atteignait les seuils fixés à l'article 3, paragraphe 2, dudit règlement, pour les services de plateforme essentiels suivants: i) son service de réseau social en ligne unique financé par la publicité en ligne, qui regroupe, selon Meta, Facebook, Instagram, Meta Ads, Messenger, Marketplace, Facebook Dating et Facebook Gaming Play; et ii) son service de communications interpersonnelles non fondé sur la numérotation WhatsApp.

(4) Le 6 juillet 2023, la Commission a envoyé à Meta une demande de renseignements en vertu de l'article 21, paragraphe 3, du règlement sur les marchés numériques. Les renseignements demandés étaient nécessaires pour permettre à la Commission de déterminer si Marketplace et Messenger constituent des services de plateforme essentiels distincts qui atteignent, individuellement, les seuils fixés à l'article 3, paragraphe 2, dudit règlement. Meta a présenté sa réponse le 11 juillet 2023.

(5) Le 10 juillet 2023, la Commission a envoyé à Meta une demande de renseignements, datée du 7 juillet, en vertu de l'article 21, paragraphe 2, du règlement sur les marchés numériques. Meta a présenté sa réponse le 12 juillet 2023 et le 16 juillet 2023.

(6) Le 26 juillet 2023, la Commission a envoyé une lettre à Meta au sujet de sa notification (ci-après la «lettre»). Dans cette lettre, la Commission estimait, à titre préliminaire, qu'il convenait de désigner Meta comme contrôleur d'accès, en vertu de l'article 3, paragraphe 4, du règlement sur les marchés numériques, en ce qui concerne: i) son service de réseau social en ligne Facebook; ii) son service de réseau social en ligne Instagram; iii) son service de publicité en ligne Meta Ads; iv) son service de communications interpersonnelles non fondé sur la numérotation WhatsApp; v) son service de communications interpersonnelles non fondé sur la numérotation Messenger; et vi) son service d'intermédiation en ligne Marketplace.

[1] Règlement (UE) 2022/1925 du Parlement européen et du Conseil du 14 septembre 2022 relatif aux marchés contestables et équitables dans le secteur numérique et modifiant les directives (UE) 2019/1937 et (UE) 2020/1828 (règlement sur les marchés numériques) (JO L 265 du 12.10.2022, p. 1).

(7) Le 3 août 2023, Meta a envoyé une réponse à la lettre de la Commission dans laquelle elle contestait les constatations préliminaires de cette dernière et maintenait sa position. Le 13 août 2023, Meta a envoyé une lettre complémentaire.

3. **CADRE JURIDIQUE**

(8) Le règlement sur les marchés numériques établit une série de critères objectifs définis de façon restrictive pour qualifier une grande plateforme en ligne de contrôleur d'accès. La désignation doit être faite en ce qui concerne un ou plusieurs services de plateforme essentiels fournis par l'entreprise qui constituent un point d'accès majeur permettant aux entreprises utilisatrices d'atteindre leurs utilisateurs finaux au sens de l'article 3, paragraphe 1, point b), du règlement sur les marchés numériques. Afin de déterminer si un service fourni par une entreprise constitue un service de plateforme essentiel qui remplit l'exigence énoncée à l'article 3, paragraphe 1, point b), dudit règlement, il est nécessaire, à titre préliminaire, de qualifier et de délimiter le service en question. Un critère pertinent pour qualifier et délimiter les services de plateforme essentiels est la finalité pour laquelle le service est utilisé soit par les utilisateurs finaux, soit par les entreprises utilisatrices, ou encore par les deux.

(9) En vertu de l'article 3, paragraphe 1, du règlement sur les marchés numériques, la Commission désigne une entreprise comme contrôleur d'accès si cette dernière remplit trois exigences cumulatives, à savoir: a) elle a un poids important sur le marché intérieur; b) elle fournit un service de plateforme essentiel qui constitue un point d'accès majeur permettant aux entreprises utilisatrices d'atteindre leurs utilisateurs finaux; et c) elle jouit d'une position solide et durable, dans ses activités, ou jouira, selon toute probabilité, d'une telle position dans un avenir proche. L'article 3, paragraphe 2, du règlement sur les marchés numériques prévoit que ces exigences sont réputées satisfaites lorsque certains seuils quantitatifs sont atteints par le chiffre d'affaires ou la capitalisation boursière de l'entreprise, ainsi que par le nombre d'utilisateurs finaux et d'entreprises utilisatrices d'un service de plateforme essentiel donné au cours de chacun des trois derniers exercices.

(10) En vertu de l'article 3, paragraphe 5, premier alinéa, du règlement sur les marchés numériques, une entreprise qui atteint tous les seuils fixés à l'article 3, paragraphe 2, dudit règlement peut présenter, avec sa notification, des arguments pour démontrer que, exceptionnellement, bien qu'elle atteigne tous ces seuils, elle ne satisfait pas aux exigences énumérées à l'article 3, paragraphe 1, du règlement, en raison des circonstances dans lesquelles le service de plateforme essentiel concerné opère. L'article 3, paragraphe 5, deuxième alinéa, du règlement sur les marchés numériques dispose que, si les arguments présentés ne sont pas suffisamment étayés parce qu'ils ne remettent manifestement pas en cause les présomptions énoncées à l'article 3, paragraphe 2, du règlement, la Commission peut les rejeter. En revanche, si la Commission estime que les éléments présentés sont suffisants pour démontrer que les exigences prévues à l'article 3, paragraphe 1, du règlement ne sont pas remplies, elle peut accepter la réfutation et décider ou non d'ouvrir une enquête de marché en vertu de l'article 17, paragraphe 3, du règlement.

4. **APPRÉCIATION DE LA COMMISSION**

(11) À la suite de la notification de Meta, la Commission a conclu que les services notifiés suivants constituent des services de plateforme essentiels au sens de l'article 2 du règlement sur les marchés numériques et qu'ils constituent, individuellement, un point d'accès majeur permettant aux entreprises utilisatrices d'atteindre leurs utilisateurs finaux, comme indiqué à l'article 3, paragraphe 1, point b), dudit règlement:

a. le service de réseau social en ligne Facebook de Meta;

b. le service de réseau social en ligne Instagram de Meta;

c. le service de publicité en ligne Meta Ads de Meta;

d. le service de communications interpersonnelles non fondé sur la numérotation WhatsApp de Meta;

e. le service de communications interpersonnelles non fondé sur la numérotation Messenger de Meta; et

f. le service d'intermédiation en ligne Marketplace de Meta.

(12) En ce qui concerne les services de réseaux sociaux en ligne Facebook et Instagram de Meta, la Commission estime, contrairement à ce que soutient Meta, que Facebook constitue un service de plateforme essentiel de type réseau social en ligne distinct du réseau social en ligne Instagram, car ces deux services: i) sont proposés sous forme de services complètement distincts; ii) ne sont pas proposés aux utilisateurs de manière intégrée et, en tout état de cause, iii) sont utilisés à des fins différentes par leurs utilisateurs finaux et par leurs entreprises utilisatrices, ces deux catégories d'utilisateurs ayant tendance à utiliser des fonctionnalités différentes et à partager et interagir avec des types de contenus et des bases d'utilisateurs différents sur les deux plateformes.

(13) En outre, la Commission considère, contrairement à ce que soutient Meta, que Facebook Dating et Facebook Gaming Play, tous deux intégrés à la plateforme Facebook, forment des services distincts du service de réseau social en ligne Facebook, indépendamment du fait qu'ils constituent des services de plateforme essentiels ou non. La Commission estime que ces services sont tous deux utilisés à des fins différentes de celles du service de réseau social en ligne Facebook et que Meta les propose comme des services clairement identifiables et distincts de ceux du service de réseau social en ligne Facebook.

(14) En ce qui concerne le service de publicité en ligne Meta Ads de Meta, la Commission n'est pas d'accord avec la notification de Meta. Selon Meta, le service de réseau social en ligne financé par la publicité comprend les caractéristiques et fonctionnalités qui composent les plateformes Facebook et Instagram, financées par les recettes générées par Meta Ads.

(15) La Commission considère que le service de publicité en ligne et les services de réseaux sociaux en ligne de Meta proposent des caractéristiques et des fonctionnalités très différentes et qu'ils sont utilisés à des fins très différentes du point de vue des utilisateurs finaux comme des entreprises utilisatrices. En outre, il est précisé dans l'annexe du règlement sur les marchés numériques que les services de plateforme essentiels proposés de manière intégrée doivent être considérés comme distincts lorsqu'ils n'appartiennent pas à la même catégorie de services de plateforme essentiels. Par conséquent, la Commission conclut que Meta Ads constitue un service de plateforme essentiel de publicité en ligne distinct au sens de l'article 2, paragraphe 2, point j), du règlement sur les marchés numériques et que Meta Ads atteint les seuils fixés à l'article 3, paragraphe 2, dudit règlement.

(16) La Commission est d'accord avec la délimitation du service de communications interpersonnelles non fondé sur la numérotation WhatsApp de Meta. Sur la base des informations fournies par Meta, la Commission constate que le seuil d'entreprises utilisatrices est aussi atteint pour WhatsApp, compte tenu des différents moyens que Meta fournit aux entreprises pour communiquer par WhatsApp.

(17) En ce qui concerne le service de communications interpersonnelles non fondé sur la numérotation Messenger de Meta, la Commission considère, contrairement aux arguments exposés par Meta, que Messenger est un service distinct et autonome du service de réseau social en ligne Facebook. La Commission estime que Messenger répond à la définition de «service de communications interpersonnelles non fondé sur la numérotation» énoncée à l'article 2, point 7), du code des communications électroniques, à laquelle renvoie la définition de «service de communications interpersonnelles non fondé sur la numérotation» figurant à l'article 2, paragraphe 9, du règlement sur les marchés numériques.

(18) La Commission, dans sa décision, considère également que le critère juridique proposé par Meta pour déterminer si Messenger est un service de plateforme essentiel autonome ou s'il correspond à la fonction de discussion du service de réseau social en ligne Facebook est erroné en droit.

(19) En outre, la Commission estime que Messenger atteint les seuils fixés à l'article 3, paragraphe 2, du règlement sur les marchés numériques. En ce qui concerne plus précisément les entreprises utilisatrices, d'après les informations fournies par Meta et malgré les défauts de sa méthode, la Commission constate que le nombre communiqué par Meta pour septembre 2020 dépasse à lui seul le seuil de 10 000 entreprises utilisatrices. En extrapolant à partir de ce nombre pour 2020, 2021 et 2022, la Commission considère que le seuil est atteint.

(20) Enfin, la Commission estime que les arguments présentés par Meta en ce qui concerne Messenger ne sont pas suffisamment étayés pour remettre manifestement en cause les présomptions énoncées à l'article 3, paragraphe 2, du règlement sur les marchés numériques. En particulier, la Commission estime que le nombre d'entreprises utilisatrices actives par an de Messenger dépasse largement le seuil de 10 000 entreprises utilisatrices, et que Meta n'a fourni aucun élément convaincant démontrant que, malgré ce dépassement, le service de plateforme essentiel en question ne constitue pas un point d'accès permettant aux entreprises utilisatrices d'atteindre leurs utilisateurs finaux. En outre, la Commission ne partage pas l'avis de Meta selon lequel Messenger ne serait pas un point d'accès *majeur*: les données fournies par Meta au sujet des entreprises utilisatrices et des utilisateurs finaux montrent clairement l'importance de Messenger pour ces deux catégories d'utilisateurs, mais aussi en tant que point d'accès majeur entre elles.

(21) En ce qui concerne le service d'intermédiation en ligne Marketplace de Meta, la Commission estime, contrairement aux arguments exposés par Meta, que Marketplace constitue un service distinct du service de réseau social en ligne Facebook, bien qu'il soit intégré à celui-ci. En effet, Facebook permet à ses utilisateurs finaux de se mettre en contact et de communiquer les uns avec les autres, de partager des contenus et de découvrir d'autres utilisateurs et contenus, tandis que Marketplace permet à ses utilisateurs, y compris aux entreprises utilisatrices, de référencer des produits ou services destinés à d'autres utilisateurs en vue de faciliter l'initiation de transactions directes entre ces utilisateurs.

(22) En outre, contrairement à ce que soutient Meta, la Commission considère que Marketplace répond à la définition de «service d'intermédiation en ligne» qui figure à l'article 2, point 5), du règlement sur les marchés numériques. Marketplace n'est pas une plateforme consacrée exclusivement aux échanges de consommateur à consommateur (C2C); elle s'adresse également aux entreprises utilisatrices, ce qui n'affecte en rien le fait qu'elle permet de réaliser des transactions C2C. Entre 2020 et 2022, les entreprises utilisatrices étaient en droit de référencer leurs produits ou services sur Marketplace par l'intermédiaire de leur page Facebook professionnelle. En outre, sur la même période, les entreprises utilisatrices pouvaient aussi agir à des fins commerciales ou professionnelles en référençant des produits et services destinés aux utilisateurs finaux sur Marketplace par l'intermédiaire de leur profil Facebook personnel. Bien que les entreprises utilisatrices n'aient plus le droit, depuis le 30 janvier 2023, de référencer des articles à la vente sur leur page Facebook professionnelle, elles peuvent toujours le faire via leur profil personnel, comme l'annonce Meta elle-même dans sa publicité.

(23) En outre, contrairement à ce que soutient Meta, la Commission estime qu'il est possible d'identifier les entreprises utilisatrices de Marketplace à l'aide de la meilleure estimation possible, sur la base des données fournies par Meta, comme prévu à l'annexe, section A, point 1, du règlement sur les marchés numériques. Compte tenu de ce qui précède, il convient de considérer comme des entreprises utilisatrices de Marketplace tous les utilisateurs, établis ou situés dans l'Union, qui ont créé 28 référencements de produits ou plus durant au moins un mois de l'exercice, dont 80 % ou plus relèvent de la même catégorie. À la demande de la Commission, Meta a indiqué que, si l'on s'appuie sur ces critères, le seuil d'entreprises utilisatrices avait été largement dépassé, d'un facteur supérieur à dix pour les exercices 2020, 2021 et 2022.

(24) Enfin, la Commission estime que les arguments présentés par Meta en ce qui concerne Marketplace ne sont pas suffisamment étayés pour remettre manifestement en cause les présomptions énoncées à l'article 3, paragraphe 2, du règlement sur les marchés numériques. Premièrement, contrairement à ce que soutient Meta, et comme expliqué en détail dans les paragraphes précédents, Marketplace compte des entreprises utilisatrices au sens de l'article 3, paragraphe 2, point b), du règlement sur les marchés numériques, et représente un point d'accès entre celles-ci et leurs utilisateurs finaux. Deuxièmement, Marketplace compte probablement plus de 100 000 entreprises utilisatrices et plus de 100 millions d'utilisateurs finaux, et constitue donc aussi un point d'accès majeur. Troisièmement, Marketplace constitue, individuellement, un point d'accès majeur; l'argument opposé par Meta, selon lequel Marketplace dépendrait de Facebook, repose sur une mauvaise application des règles de délimitation établies à l'annexe, section D, point 2 c), du règlement sur les marchés numériques. Quatrièmement, contrairement à ce que soutient Meta, le critère correct pour évaluer la réfutation prévue à l'article 3, paragraphe 5, du règlement sur les marchés numériques consiste à vérifier si les arguments «remettent manifestement […] en cause les présomptions» énoncées à l'article 3, paragraphe 2, dudit règlement.

(25) Les constatations exposées dans la décision sont fondées sur les informations dont disposait la Commission au moment de son adoption. En cas de changement important de l'un des faits sur lesquels repose la décision, ou si cette décision repose sur des informations incomplètes, inexactes ou dénaturées, la Commission peut revoir ou modifier celle-ci en vertu de l'article 4, paragraphe 1, du règlement sur les marchés numériques.

5. **CONCLUSIONS**

(26) Pour les raisons exposées ci-dessus, la décision désigne Meta comme contrôleur d'accès en ce qui concerne: i) le service de réseau social en ligne Facebook de Meta; ii) le service de réseau social en ligne Instagram de Meta; iii) le service de publicité en ligne Meta Ads de Meta; iv) le service de communications interpersonnelles non fondé sur la numérotation WhatsApp de Meta; v) le service de communications interpersonnelles non fondé sur la numérotation Messenger de Meta; et vi) le service d'intermédiation en ligne Marketplace de Meta.

(27) La décision rejette les arguments de réfutation présentés par Meta en ce qui concerne: i) son service de communications interpersonnelles non fondé sur la numérotation Messenger; et ii) son service d'intermédiation en ligne Marketplace.