C/2024/2710

18.4.2024.

Sažetak Odluke Komisije

od 12. veljače 2024.

u vezi s odlukom na temelju članka 17. stavka 3. Uredbe (EU) 2022/1925

(Predmet DMA.100022 – Apple - number-independent interpersonal communications services)

(priopćeno pod brojem dokumenta C(2024) 785)

(Vjerodostojan je samo tekst na engleskom jeziku)

(C/2024/2710)

Komisija je 12. veljače 2024. donijela odluku na temelju članka 17. stavka 3. Uredbe (EU) 2022/1925 Europskog parlamenta i Vijeća ([1]). U skladu s odredbama članka 44. Uredbe (EU) 2022/1925 Komisija u ovom sažetku objavljuje nazive stranaka i glavni sadržaj odluke, vodeći računa o legitimnom interesu poduzetnika u pogledu zaštite njihovih poslovnih tajni.

1. UVOD

(1) U priloženoj odluci („Odluka”) navode se razlozi na temelju kojih Komisija, nakon istraživanja tržišta u skladu s člankom 17. stavkom 3. Uredbe (EU) 2022/1925 (Akt o digitalnim tržištima), društva Apple Inc. i Apple Distribution International Ltd. (dalje u tekstu „Apple” ili „poduzetnik”) ne utvrđuje nadzornikom pristupa u skladu s člankom 3. Akta o digitalnim tržištima u pogledu njihove brojevno neovisne interpersonalne osnovne komunikacijske usluge iMessage, unatoč tome što su dosegnuli kvantitativne pragove iz članka 3. stavka 2. Akta o digitalnim tržištima.

2. POSTUPAK

(2) Nakon obavijesti društva Apple od 3. srpnja 2023. Komisija je 5. rujna 2023. donijela odluku kojom se Apple određuje kao nadzornik pristupa u skladu s člankom 3. Akta o digitalnim tržištima u pogledu njegove usluge internetskog posredovanja App Store, njegova operativnog sustava iOS i internetskog preglednika Safari ([2]). U toj je odluci Komisija zaključila i da je iMessage brojevno neovisna interpersonalna komunikacijska usluga za koju Apple ispunjava kvantitativne pragove iz članka 3. stavka 2. Akta o digitalnim tržištima. Međutim, Apple je iznio dovoljno potkrijepljene argumente kojima se jasno dovode u pitanje pretpostavke iz članka 3. stavka 2. Akta o digitalnim tržištima u pogledu te osnovne usluge platforme i opravdava pokretanje istraživanja tržišta u pogledu te usluge u skladu s člankom 17. stavkom 3. i člankom 3. stavkom 5. Akta o digitalnim tržištima.

(3) Stoga je Komisija 5. rujna 2023. donijela odluku o pokretanju istraživanja tržišta u skladu s člankom 16. stavkom 1. i člankom 17. stavkom 3. Akta o digitalnim tržištima kako bi procijenila treba li, na temelju argumenata koje je iznio Apple u skladu s člankom 3. stavkom 5. Akta o digitalnim tržištima, u odluci kojom se Apple određuje kao nadzornik pristupa njegovu uslugu iMessage navesti kao važnu točku pristupa putem koje poslovni korisnici dolaze do krajnjih korisnika ([3]).

(4) Komisija je 29. studenog 2023. poduzetniku Apple poslala preliminarne nalaze u skladu s člankom 17. stavkom 3. Akta o digitalnim tržištima. Apple je odgovorio 5. prosinca 2023.

(5) U skladu s člankom 17. i člankom 50. stavkom 2. Akta o digitalnim tržištima provedeno je savjetovanje sa Savjetodavnim odborom za digitalna tržišta, koji je 1. veljače 2024. izdao pozitivno mišljenje.

([1]) Uredba (EU) 2022/1925 Europskog parlamenta i Vijeća od 14. rujna 2022. o pravednim tržištima s mogućnošću neograničenog tržišnog natjecanja u digitalnom sektoru i izmjeni direktiva (EU) 2019/1937 i (EU) 2020/1828 (Akt o digitalnim tržištima) (SL L 265, 12.10.2022., str. 1).

([2]) Odluka C (2023) 6100 final.

([3]) Odluka C(2023) 6077 final od 5. rujna 2023.

3. PRAVNI OKVIR

(6) U Aktu o digitalnim tržištima utvrđen je niz preciznih objektivnih kriterija na temelju kojih se utvrđuje je li neki poduzetnik nadzornik pristupa. Taj se status utvrđuje za jednu ili više osnovnih usluga platforme koje poduzetnik pruža, a koje su važna točka pristupa putem koje poslovni korisnici dolaze do krajnjih korisnika u smislu članka 3. stavka 1. točke (b) Akta o digitalnim tržištima. Kako bi se utvrdilo je li usluga koju poduzetnik pruža osnovna usluga platforme koja ispunjava zahtjev iz članka 3. stavka 1. točke (b) Akta o digitalnim tržištima, tu uslugu prvo treba definirati i razgraničiti. Relevantan kriterij za definiranje i razgraničavanje osnovnih usluga platforme jest svrha za koju uslugu koriste krajnji i/ili poslovni korisnici.

(7) U skladu s člankom 3. stavkom 1. Akta o digitalnim tržištima Komisija za poduzetnika utvrđuje status nadzornika pristupa ako ispunjava tri kumulativna zahtjeva: (a) ima znatan utjecaj na unutarnje tržište, (b) pruža osnovnu uslugu platforme koja je važna točka pristupa putem koje poslovni korisnici dolaze do krajnjih korisnika i (c) ima čvrst i trajan položaj u području svojeg poslovanja ili je predvidivo da će takav položaj imati u bliskoj budućnosti. U skladu s člankom 3. stavkom 2. Akta o digitalnim tržištima pretpostavlja se da su ti zahtjevi ispunjeni ako su dosegnuti određeni kvantitativni pragovi koji se odnose na poduzetnikov prihod ili njegovu tržišnu kapitalizaciju te broj krajnjih i poslovnih korisnika određene osnovne usluge platforme u svakoj od posljednje tri financijske godine.

(8) U skladu s člankom 3. stavkom 5., člankom 17. stavkom 3. i člankom 17. stavkom 1. Akta o digitalnim tržištima Komisija može provesti istraživanje tržišta kako bi ispitala ispunjava li poduzetnik koji pruža osnovne usluge platforme koje dosežu pragove iz članka 3. stavka 2. Akta o digitalnim tržištima i koji je iznio dovoljno potkrijepljene argumente u skladu s člankom 3. stavkom 5. Akta o digitalnim tržištima, kojima se jasno dovode u pitanje pretpostavke iz članka 3. stavka 2. tog akta, ipak kriterije iz članka 3. stavka 1. Akta o digitalnim tržištima. U skladu s rezultatima istraživanja tržišta Komisija prihvaća ili odbija protuargument poduzetnika i za tog poduzetnika utvrđuje odnosno ne utvrđuje status nadzornika pristupa u smislu Akta o digitalnim tržištima.

4. OCJENA KOMISIJE

(9) Nakon obavijesti društva Apple i istraživanja tržišta koja je provela u skladu s člankom 17. stavkom 3. i člankom 3. stavkom 5. Akta o digitalnim tržištima, Komisija ne namjerava utvrditi Apple kao nadzornika pristupa u pogledu njegove brojevno neovisne interpersonalne komunikacijske usluge iMessage jer ta usluga nije važna točka pristupa putem koje poslovni korisnici dolaze do krajnjih korisnika iz članka 3. stavka 1. točke (b) Akta o digitalnim tržištima. Komisija svoje zaključke temelji na sljedećim argumentima, koje uzima u obzir zajedno.

(10) Prvo, čini se da je ukupna upotreba usluge iMessage, koja se može upotrebljavati samo na Appleovim uređajima, u Uniji relativno niska u smislu znatno manjeg broja korisnika, a posebno se znatno manje koristi u odnosu na druge brojevno neovisne interpersonalne komunikacijske usluge, odnosno dvije najpopularnije usluge slanja poruka, WhatsApp i Messenger, koje pruža poduzetnik Meta i kojima je taj status određen u skladu s Aktom o digitalnim tržištima. U tom pogledu Komisija prvo primjećuje da je broj mjesečno aktivnih krajnjih korisnika usluge iMessage od 2020. do 2023. znatno manji od broja mjesečno aktivnih krajnjih korisnika usluga WhatsApp i Messenger poduzetnika Meta.

(11) Drugo, kad je riječ o svakodnevnim aktivnim korisnicima, razlika broja korisnika između prethodno navedenih usluga poduzetnika Meta i usluge iMessage još je značajnija, što upućuje na to da korisnici usluge iMessage tu uslugu u prosjeku upotrebljavaju rjeđe od korisnika usluge WhatsApp ili Messenger. Slično tome, Komisija smatra da je intenzitet upotrebe usluge iMessage relativno nizak u usporedbi s drugim uslugama slanja poruka i da se aktivni korisnici drugih usluga slanja poruka tim uslugama obično koriste dulje i češće od aktivnih korisnika usluge iMessage. Javno dostupni podaci, uključujući podatke koje objavljuju razna nacionalna regulatorna tijela, potvrđuju da se druge usluge slanja poruka koriste znatno češće i intenzivnije od usluge iMessage. Na primjer, podaci koje su objavila nacionalna regulatorna tijela iz Njemačke, Španjolske i Austrije pokazuju da iMessage ni u jednoj od tih država članica nije među najčešće korištenim uslugama slanja poruka.

(12) Treće, kad je prije svega riječ o apsolutnoj i relativnoj poslovnoj upotrebi usluge iMessage, rezultati istraživanja tržišta upućuju na to da iMessage ima ograničenu važnost kao komunikacijski kanal između poduzeća i potrošača. Kad je konkretno riječ o usluzi „Messages for Business”, Appleovoj usluzi koja krajnjim korisnicima sustava iMessage omogućuje neometanu izravnu komunikaciju s poslovnim korisnicima i obrnuto putem prethodno instalirane aplikacije za poruke, podaci koji su trenutačno dostupni Komisiji upućuju na to da je korisnička baze te usluge u EU-u iznimno ograničena.

(13) Općenito, dokazi koje je prikupila Komisija upućuju na to da poslovni korisnici iMessage ne smatraju bitnim ili štoviše ključnim kanalom za pristup svojim klijentima. Nijedan od korporativnih korisnika sustava iPhone s kojim je Komisija stupila u kontakt tijekom istraživanja tržišta nije smatrao da je iMessage ključna ili bitna usluga za komunikaciju s njihovim klijentima, a uvjerljiva je većina navela da je iMessage za tu svrhu potpuno nebitan. Nadalje, svi korporativni korisnici koji se uslugom iMessage koriste za komunikaciju s klijentima naveli su da upotrebljavaju i druge usluge slanja poruka i često su naglasili da taj alat ima sporednu ulogu u usporedbi s drugim komunikacijskim alatima. Naposljetku, neki su ispitanici istaknuli da, s obzirom na to da se iMessage pruža zajedno s uslugom SMS/MMS, upotreba usluge iMessage često je nenamjerna i odvija se kad obje strane u komunikaciji imaju Appleove uređaje i aktivirale su iMessage.

(14) U nalazima Komisije općenito se ističe relativno mala važnost usluge iMessage kao pristupne točke za komunikaciju između poduzeća i korisnika.

(15) Stoga se zaključuje istraživanje tržišta pokrenuto Odlukom C(2023) 6077 od 5. rujna 2023.

5. **ZAKLJUČAK**

(16) Zbog navedenih razloga ovom se Odlukom zaključuje istraživanje tržišta pokrenuto Odlukom C(2023) 6077 od 5. rujna 2023. o Appleovoj brojevno neovisnoj interpersonalnoj komunikacijskoj usluzi iMessage i utvrđuje da u Odluci C(2023) 6100 od 5. rujna 2023., kojom se Apple određuje kao nadzornik pristupa u skladu s člankom 3. Akta o digitalnim tržištima, tu osnovnu uslugu platforme ne bi trebalo navesti kao važnu točku pristupa putem koje poslovni korisnici dolaze do krajnjih korisnika.