C/2024/2709

18.4.2024

Sintesi della decisione della Commissione

del 12 febbraio 2024,

relativa a una decisione a norma dell'articolo 17, paragrafo 3, del regolamento (UE) 2022/1925

(Cases DMA.100015 – Microsoft – Online Search Engines, DMA.100028 – Microsoft – Web Browsers, DMA.100034 – Microsoft – Online Advertising Services)

(notificata con il numero C(2023) 6078)

(Il testo in lingua inglese è il solo facente fede)

(C/2024/2709)

Il 12 febbraio 2024 la Commissione ha adottato una decisione a norma dell'articolo 17, paragrafo 3 del regolamento (UE) 2022/1925 del Parlamento europeo e del Consiglio ([1]). *Conformemente al disposto dell'articolo 44 del regolamento (UE) 2022/1925, la Commissione pubblica i nomi delle parti e il contenuto essenziale della decisione, tenendo conto del legittimo interesse delle imprese alla protezione dei loro segreti aziendali.*

1. INTRODUZIONE

(1) La decisione della Commissione («decisione») espone i motivi per cui la Commissione, a seguito delle sue indagini di mercato a norma dell'articolo 17, paragrafo 3, del regolamento (UE) 2022/1925 (regolamento sui mercati digitali, «RMD»), non designa Microsoft Corporation (di seguito «Microsoft» o «impresa») come gatekeeper a norma dell'articolo 3 del medesimo regolamento in relazione ai suoi tre servizi di piattaforma di base («SPB») motore di ricerca online Microsoft Bing, browser web Microsoft Edge e servizi pubblicitari online Microsoft Advertising, anche se soddisfano le soglie quantitative di cui all'articolo 3, paragrafo 2, RMD.

2. PROCEDURA

(2) A seguito della notifica del 3 luglio 2023 da parte di Microsoft, il 5 settembre 2023 la Commissione ha adottato una decisione che designa tale impresa come gatekeeper ai sensi dell'articolo 3, RMD, in relazione al suo SPB sistema operativo Windows PC OS e al suo SPB servizio di social network online LinkedIn ([2]). In tale decisione la Commissione ha inoltre concluso che Outlook.com costituisce un servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero per il quale Microsoft raggiunge le soglie quantitative di cui all'articolo 3, paragrafo 2, RMD; tuttavia la Commissione ha concluso altresì che Microsoft ha dimostrato in modo chiaro ed esaustivo il mancato soddisfacimento del requisito secondo cui tale SPB dovrebbe costituire un punto di accesso (gateway) importante di cui all'articolo 3, paragrafo 1, lettera b), RMD. Di conseguenza Microsoft non è stata designata come gatekeeper in relazione al suo SPB servizio di comunicazione interpersonale indipendente dal numero Outlook.com. Inoltre la Commissione ha concluso che Microsoft Bing, Microsoft Edge e Microsoft Advertising costituiscono rispettivamente un motore di ricerca online, un browser web e servizi pubblicitari online, tutti SPB ai sensi dell'articolo 2, punto 2), RMD, per i quali Microsoft soddisfa le soglie quantitative di cui all'articolo 3, paragrafo 2, del medesimo regolamento; tuttavia la Commissione ha concluso altresì che Microsoft ha presentato argomentazioni sufficientemente fondate che mettono manifestamente in dubbio le presunzioni di cui all'articolo 3, paragrafo 2, RMD, in relazione a ciascuno di questi tre SPB.

(3) Di conseguenza, il 5 settembre 2023, la Commissione ha adottato una decisione di avvio di tre indagini di mercato a norma dell'articolo 16, paragrafo 1, e dell'articolo 17, paragrafo 3, RMD, al fine di valutare se, a seguito delle argomentazioni presentate da Microsoft a norma dell'articolo 3, paragrafo 5, del medesimo regolamento, il motore di ricerca online Bing di Microsoft, il suo browser web Edge e i suoi servizi pubblicitari online Microsoft Advertising debbano essere elencati come punti di accesso importanti affinché gli utenti commerciali raggiungano gli utenti finali nella decisione che designa Microsoft come gatekeeper ([3]).

([1]) Regolamento (UE) 2022/1925 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 settembre 2022, relativo a mercati equi e contendibili nel settore digitale e che modifica le direttive (UE) 2019/1937 e (UE) 2020/1828 (regolamento sui mercati digitali) (GU L 265 del 12.10.2022, pag. 1).

([2]) Decisione C(2023) 6106 final del 5 settembre 2023.

([3]) Decisione C(2023) 6078 final del 5 settembre 2023.

(4) Il 29 novembre 2023 la Commissione ha comunicato a Microsoft le proprie constatazioni preliminari a norma dell'articolo 17, paragrafo 3, RMD. Microsoft ha risposto il 5 dicembre 2023.

(5) Conformemente all'articolo 17 e all'articolo 50, paragrafo 2, RMD, il comitato consultivo per i mercati digitali è stato consultato e ha espresso parere positivo il 1º febbraio 2024.

3. QUADRO GIURIDICO

(6) L'RMD stabilisce una serie di criteri oggettivi rigorosamente definiti per designare un'impresa come «gatekeeper». La designazione deve essere effettuata in relazione a uno o più SPB forniti dall'impresa che costituiscono un punto di accesso importante affinché gli utenti commerciali raggiungano gli utenti finali ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b), RMD. Al fine di determinare se il servizio fornito da un'impresa sia un SPB che soddisfa il requisito di cui all'articolo 3, paragrafo 1, lettera b), RMD, è necessario innanzitutto qualificare e delimitare il servizio in questione. Un criterio importante per qualificare e delimitare gli SPB è lo scopo per il quale il servizio è utilizzato dagli utenti finali o dagli utenti commerciali o da entrambi.

(7) A norma dell'articolo 3, paragrafo 1, RMD, la Commissione designa un'impresa come gatekeeper se essa soddisfa tre requisiti cumulativi, vale a dire se: a) ha un impatto significativo sul mercato interno; b) fornisce un SPB che costituisce un punto di accesso (gateway) importante affinché gli utenti commerciali raggiungano gli utenti finali; e c) detiene una posizione consolidata e duratura, nell'ambito delle proprie attività, o è prevedibile che acquisisca siffatta posizione nel prossimo futuro. In base all'articolo 3, paragrafo 2, RMD, si presume che tali requisiti siano soddisfatti se vengono raggiunte o superate determinate soglie quantitative, riguardanti in particolare il fatturato o la capitalizzazione di mercato dell'impresa e il numero di utenti finali e di utenti commerciali che utilizzano un determinato SPB, in ciascuno degli ultimi tre esercizi finanziari.

(8) A norma dell'articolo 3, paragrafo 5, e dell'articolo 17, paragrafo 3, RMD, la Commissione può condurre un'indagine di mercato al fine di valutare se un'impresa fornitrice di SPB, che soddisfa le soglie di cui all'articolo 3, paragrafo 2, RMD, e ha presentato argomentazioni sufficientemente fondate a norma dell'articolo 3, paragrafo 5, RMD, che mettono manifestamente in dubbio le presunzioni di cui all'articolo 3, paragrafo 2, RMD, soddisfi o meno i criteri di cui all'articolo 3, paragrafo 1, RMD. Conformemente ai risultati dell'indagine di mercato, la Commissione accoglie o respinge la confutazione presentata da un'impresa e, di conseguenza, designa o non designa quest'ultima come gatekeeper ai sensi dell'RMD.

4. VALUTAZIONE DELLA COMMISSIONE

(9) A seguito della notifica da parte di Microsoft e delle indagini di mercato condotte dalla Commissione a norma dell'articolo 17, paragrafo 3, e dell'articolo 3, paragrafo 5, RMD, la Commissione non designa Microsoft come gatekeeper per quanto riguarda: i) il suo motore di ricerca online Bing; ii) il suo browser web Edge; e iii) i suoi servizi pubblicitari online Microsoft Advertising, in quanto tali servizi non sono punti di accesso importanti affinché gli utenti commerciali raggiungano gli utenti finali ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b), RMD.

(10) Per quanto riguarda il motore di ricerca online Bing di Microsoft, la Commissione fonda la propria conclusione sui motivi indicati di seguito.

(11) Innanzitutto la Commissione ritiene che l'entità dell'utilizzo di Bing da parte degli utenti finali sia esigua rispetto a quella complessiva della categoria di SPB dei motori di ricerca online e rispetto al motore di ricerca online più grande, ossia Google Search. L'entità limitata dell'utilizzo di Bing da parte degli utenti finali indica non soltanto che Bing non costituisce un punto di accesso importante affinché gli utenti finali trovino gli utenti commerciali, ma anche che tale motore di ricerca non costituisce un punto di accesso importante affinché gli utenti commerciali raggiungano gli utenti finali.

(12) In secondo luogo, la Commissione ritiene che attualmente l'ecosistema delle piattaforme di Microsoft non contribuisca in misura sufficiente a far sì che Bing sia un punto di accesso importante affinché gli utenti commerciali raggiungano gli utenti finali. L'indagine di mercato ha inoltre confermato che il lancio nel febbraio 2023 di Bing Chat, che utilizza ChatGPT 4, non ha determinato un aumento stabile e significativo dell'utilizzo del motore di ricerca online Bing nel periodo preso in considerazione nel contesto dell'inchiesta di mercato.

(13) Per quanto riguarda il browser web Edge, la Commissione fonda la propria conclusione sui motivi indicati di seguito.

(14) Innanzitutto l'entità dell'utilizzo di Edge nella categoria di SPB dei browser web è esigua. Inoltre è dimostrato che l'integrazione di Bing Chat, Windows PC OS e delle applicazioni Microsoft (M365) non si è tradotta, ad oggi, in un aumento significativo e duraturo dell'entità complessiva dell'utilizzo di Edge in qualità di browser web.

(15) In secondo luogo, Microsoft non controlla l'architettura pertinente del browser web. Di conseguenza il modo in cui i contenuti sono resi su Edge dagli utenti commerciali per gli utenti finali si basa sulla conformità al motore di rendering del browser «Blink» di Alphabet, piuttosto che su una scelta autonoma adottata da Microsoft.

(16) In terzo luogo, l'ecosistema delle piattaforme di Microsoft non contribuisce attualmente in misura sufficiente a far sì che Edge sia un punto di accesso importante affinché gli utenti commerciali raggiungano gli utenti finali. Analogamente la capacità di Microsoft di utilizzare Edge come leva per promuovere l'utilizzo di altri servizi di Microsoft è attualmente limitata. Infine, a seguito della designazione di Microsoft come gatekeeper per il suo sistema operativo Windows PC OS, l'articolo 6, paragrafo 3, RMD, impone a Microsoft di consentire agli utenti finali di disinstallare con facilità qualsiasi applicazione software e di modificare facilmente le impostazioni predefinite del sistema operativo, il che riduce ulteriormente i vantaggi che Microsoft può trarre dalla preinstallazione di Edge sui dispositivi Windows.

(17) Per quanto riguarda i servizi pubblicitari online Microsoft Advertising, la Commissione fonda la propria conclusione sui motivi indicati di seguito.

(18) Innanzitutto Microsoft Advertising presenta dimensioni relativamente ridotte rispetto all'entità complessiva delle attività nell'ambito della categoria di SPB dei servizi pubblicitari online nell'Unione, nonché rispetto ai principali fornitori di servizi pubblicitari online nell'Unione.

(19) In secondo luogo, ad oggi, i vantaggi basati sui dati e gli effetti di rete dell'ecosistema di servizi della piattaforma di Microsoft (in particolare il motore di ricerca online Bing) non hanno prodotto effetti di scala sufficienti a vantaggio di Microsoft Advertising. Di conseguenza Microsoft Advertising non costituisce un punto di accesso importante affinché gli utenti commerciali raggiungano gli utenti finali.

(20) In terzo luogo, l'utilizzo di Microsoft Advertising da parte degli utenti commerciali è esiguo, una constatazione questa che ha confermato ulteriormente che tale servizio non può essere considerato un punto di accesso importante affinché gli utenti commerciali raggiungano gli utenti finali.

5. **CONCLUSIONI**

(21) Per i motivi di cui sopra, la decisione chiude le indagini di mercato avviate con la decisione C(2023) 6078, del 5 settembre 2023, in merito i) al motore di ricerca online Bing, ii) al browser web Edge e iii) ai servizi pubblicitari online Microsoft Advertising di Microsoft, concludendo che tali SPB non dovrebbero essere elencati come punti di accesso importanti affinché gli utenti commerciali raggiungano gli utenti finali nella decisione che designa Microsoft come gatekeeper a norma dell'articolo 3, RMD.

(22) Tale conclusione non pregiudica la possibilità che la Commissione riesamini o modifichi la presente decisione, a norma dell'articolo 4, paragrafo 1, RMD, qualora si verifichi una modifica sostanziale di uno dei fatti su cui essa si basa oppure nel caso in cui si constati che la presente decisione si è basata su informazioni incomplete, inesatte o fuorvianti.