C/2024/2709

18.4.2024

Povzetek sklepa Komisije

z dne 12. 2. 2024

v zvezi s sklepom na podlagi Člena 17(3) Uredbe (EU) 2022/1925

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

(notificirano pod dokumentarno številko C(2023) 6078)

(Besedilo v angleškem jeziku je edino verodostojno)

(C/2024/2709)

Komisija je 12. februarja 2024 sprejela sklep na podlagi člena 17(3) Uredbe (EU) 2022/1925 Evropskega parlamenta in Sveta ([1]). *Komisija v skladu z določbami člena 44 Uredbe (EU) 2022/1925 objavi imena strank in glavno vsebino sklepa, ob upoštevanju pravnega interesa podjetij do varovanja poslovnih skrivnosti.*

1. UVOD

(1) V sklepu Komisije (v nadaljnjem besedilu: sklep) so navedeni razlogi, na podlagi katerih Komisija po preiskavah trga v skladu s členom 17(3) Uredbe (EU) 2022/1925 (akt o digitalnih trgih) družbe Microsoft Corporation (v nadaljnjem besedilu: Microsoft ali podjetje) ne imenuje za vratarja v skladu s členom 3 akta o digitalnih trgih v zvezi z njegovimi tremi jedrnimi platformnimi storitvami, tj. spletni iskalnik Microsoft Bing, spletni brskalnik Microsoft Edge in storitve spletnega oglaševanja Microsoft Advertising, čeprav dosegajo kvantitativne mejne vrednosti iz člena 3(2) akta o digitalnih trgih.

2. POSTOPEK

(2) Po uradnem obvestilu Microsofta z dne 3. julija 2023 je Komisija 5. septembra 2023 sprejela sklep o imenovanju Microsofta za vratarja v skladu s členom 3 akta o digitalnih trgih v zvezi z jedrno platformno storitvijo operacijskega sistema Windows PC in jedrno platformno storitvijo družbenega omrežja LinkedIn ([2]). V zadevnem sklepu je Komisija sklenila tudi, da je Outlook.com medosebna komunikacijska storitev, neodvisna od številke, za katero Microsoft dosega kvantitativne mejne vrednosti iz člena 3(2) akta o digitalnih trgih, vendar je Microsoft jasno in izčrpno dokazal, da zahteva o zagotavljanju jedrne platformne storitve, ki je pomembna vstopna točka, iz člena 3(1), točka (b), akta o digitalnih trgih, ni izpolnjena. Zato Microsoft ni bil imenovan za vratarja v zvezi z medosebno komunikacijsko storitvijo, neodvisno od številke, Outlook.com. Poleg tega je Komisija sklenila, da so Microsoft Bing, Microsoft Edge in Microsoft Advertising, tj. spletni iskalnik, spletni brskalnik in storitve spletnega oglaševanja, vse jedrne platformne storitve v skladu s členom 2(2) akta o digitalnih trgih, za katere Microsoft dosega kvantitativne mejne vrednosti iz člena 3(2) akta o digitalnih trgih, vendar je Microsoft predstavil dovolj utemeljene argumente za očiten dvom o domnevah iz člena 3(2) akta o digitalnih trgih v zvezi z vsako od teh treh jedrnih platformnih storitev.

(3) Zato je Komisija 5. septembra 2023 sprejela sklep o začetku treh preiskav trga v skladu s členom 16(1) in členom 17(3) akta o digitalnih trgih, da bi ocenila, ali bi bilo treba ob upoštevanju argumentov, ki jih je Microsoft predložil v skladu s členom 3(5) akta o digitalnih trgih, v sklepu o imenovanju podjetja Microsoft za vratarja navesti Microsoftov spletni iskalnik Bing, spletni brskalnik Edge in storitve spletnega oglaševanja Microsoft Advertising kot pomembne vstopne točke, prek katerih poslovni uporabniki dosežejo končne uporabnike ([3]).

([1]) Uredba (EU) 2022/1925 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 14. septembra 2022 o tekmovalnih in pravičnih trgih v digitalnem sektorju in spremembi direktiv (EU) 2019/1937 in (EU) 2020/1828 (akt o digitalnih trgih) (UL L 265, 12.10.2022, str. 1).
([2]) Sklep C(2023) 6106 final z dne 5. septembra 2023.
([3]) Sklep C(2023) 6078 final z dne 5. septembra 2023.

(4) Komisija je 29. novembra 2023 Microsoftu sporočila svoje predhodne ugotovitve v skladu s členom 17(3) akta o digitalnih trgih. Podjetje je odgovorilo 5. decembra 2023.

(5) V skladu s členom 17 in členom 50(2) akta o digitalnih trgih je bilo opravljeno posvetovanje s svetovalnim odborom za digitalne trge, ki je 1. februarja 2024 izdal pozitivno mnenje.

3. PRAVNI OKVIR

(6) Akt o digitalnih trgih določa sklop ozko opredeljenih objektivnih meril, na podlagi katerih je mogoče podjetje imenovati za vratarja. Imenovanje se opravi v zvezi z eno ali več jedrnimi platformnimi storitvami, ki jih ponuja podjetje in so pomembna vstopna točka, prek katere poslovni uporabniki dosežejo končne uporabnike v smislu člena 3(1), točka (b), akta o digitalnih trgih. Da bi ugotovili, ali je storitev, ki jo zagotavlja podjetje, jedrna platformna storitev, ki izpolnjuje zahtevo iz člena 3(1), točka (b), akta o digitalnih trgih, je treba predhodno opredeliti in razmejiti zadevno storitev. Ustrezno merilo za opredelitev in razmejitev jedrne platformne storitve je namen, za katerega storitev uporabljajo končni ali poslovni uporabniki ali oboji.

(7) V skladu s členom 3(1) akta o digitalnih trgih Komisija imenuje podjetje za vratarja, če izpolnjuje tri kumulativne zahteve, in sicer: (a) ima znaten vpliv na notranji trg; (b) zagotavlja jedrno platformno storitev, ki je pomembna vstopna točka, prek katere poslovni uporabniki dosežejo končne uporabnike ter (c) ima pri izvajanju svojih dejavnosti utrjen in trajen položaj ali se predvideva, da bo tak položaj imelo v bližnji prihodnosti. Člen 3(2) akta o digitalnih trgih določa domnevo, da so te zahteve izpolnjene, kadar so izpolnjene določene kvantitativne mejne vrednosti, zlasti glede prometa podjetja ali tržne kapitalizacije ter števila končnih in poslovnih uporabnikov določene jedrne platformne storitve v vsakem od zadnjih treh poslovnih let.

(8) V skladu s členom 3(5) in členom 17(3) akta o digitalnih trgih lahko Komisija izvede preiskavo trga, da bi preučila, ali podjetje, ki zagotavlja jedrne platformne storitve, ki dosegajo mejne vrednosti iz člena 3(2) akta o digitalnih trgih in ki je predložilo dovolj utemeljene argumente v skladu s členom 3(5) akta o digitalnih trgih, da vzbudi dvom o domnevah iz člena 3(2) akta o digitalnih trgih, kljub temu izpolnjuje merila iz člena 3(1) akta o digitalnih trgih. Komisija v skladu z rezultati preiskave trga sprejme ali zavrne nasprotne argumente podjetja in ga glede na to imenuje ali ne imenuje za vratarja v smislu akta o digitalnih trgih.

4. OCENA KOMISIJE

(9) Po uradnem obvestilu Microsofta in preiskavah trga, ki jih je Komisija izvedla v skladu s členom 17(3) in členom 3(5) akta o digitalnih trgih, Komisija Microsofta ne imenuje za vratarja, kar zadeva (i) spletni iskalnik Bing, (ii) spletni brskalnik Edge in (iii) storitve spletnega oglaševanja Microsoft Advertising, saj te storitve niso pomembne vstopne točke, prek katerih poslovni uporabniki dosežejo končne uporabnike v smislu člena 3(1), točka (b), akta o digitalnih trgih.

(10) Komisija v zvezi z Microsoftovim spletnim iskalnikom Bing svojo ugotovitev utemeljuje z naslednjimi razlogi.

(11) Prvič, Komisija meni, da je obseg uporabe iskalnika Bing pri končnih uporabnikih majhen v primerjavi s splošnim obsegom uporabe v kategoriji jedrne platformne storitve spletnega iskalnika ter v primerjavi z največjim spletnim iskalnikom Google Search. Omejen obseg uporabe iskalnika Bing pri končnih uporabnikih ne pomeni le, da Bing ni pomembna vstopna točka za končne uporabnike pri iskanju poslovnih uporabnikov, ampak tudi, da ni pomembna vstopna točka, prek katere poslovni uporabniki dosežejo končne uporabnike.

(12) Drugič, Komisija meni, da Microsoftov ekosistem platform trenutno ne prispeva v zadostni meri k temu, da bi bil Bing pomembna vstopna točka, prek katere poslovni uporabniki dosežejo končne uporabnike. Poleg tega je bilo s preiskavo trga potrjeno, da uvedba storitve Bing Chat, ki jo je februarja 2023 omogočil ChatGPT 4, ni privedla do stabilnega in znatnega povečanja uporabe spletnega iskalnika Bing v obdobju, ki ga je obravnavala preiskava trga.

(13) Komisija v zvezi z Microsoftovim spletnim brskalnikom Edge svojo ugotovitev utemeljuje z naslednjimi razlogi.

(14) Prvič, obseg uporabe v kategoriji jedrne platformne storitve spletnega brskalnika je majhen. Poleg tega dokazi kažejo, da integracija storitve Bing Chat, operacijskega sistema Windows PC in aplikacij Microsoft (M365) zaenkrat ni privedla do znatnega in trajnega povečanja splošnega obsega uporabe spletnega brskalnika Edge.

(15) Drugič, Microsoft ne nadzira ustrezne arhitekture spletnega brskalnika. Zato je način prikaza vsebin poslovnih uporabnikov na brskalniku Edge za končne uporabnike vnaprej določen s prilagajanjem brskalniškemu upodabljalniku „Blink“ družbe Alphabet in ga Microsoft ne določa samostojno.

(16) Tretjič, Microsoftov ekosistem platform trenutno ne prispeva v zadostni meri k temu, da bi bil Edge pomembna vstopna točka, prek katere poslovni uporabniki dosežejo končne uporabnike. Podobno je Microsoftova možnost uporabe brskalnika Edge kot vzvoda za spodbujanje uporabe drugih Microsoftovih storitev trenutno omejena. Nazadnje, člen 6(3) akta o digitalnih trgih od Microsofta kot vratarja svojega operacijskega sistema Windows PC zahteva, da končnim uporabnikom omogoči preprosto odstranitev katerih koli programskih aplikacij in da enostavno spremenijo privzete nastavitve operacijskega sistema, s čimer se dodatno zmanjša prednost, ki bi lahko izhajala iz prednamestitve brskalnika Edge na naprave Windows.

(17) Komisija v zvezi s storitvami spletnega oglaševanja Microsoft Advertising svojo ugotovitev utemeljuje z naslednjimi razlogi.

(18) Prvič, Microsoft Advertising ima razmeroma majhen obseg v primerjavi s splošnim obsegom dejavnosti v kategoriji jedrnih platformnih storitev spletnega oglaševanja v Uniji in v primerjavi z glavnimi ponudniki storitev spletnega oglaševanja v Uniji.

(19) Drugič, na podatkih temelječe prednosti in mrežni učinki Microsoftovega ekosistema storitev (zlasti spletnega iskalnika Bing) doslej niso privedli do zadostnih učinkov, ki bi koristili storitvi Microsoft Advertising. Zato Microsoft Advertising ni pomembna vstopna točka, prek katere poslovni uporabniki dosežejo končne uporabnike.

(20) Tretjič, uporaba storitve Microsoft Advertising s strani poslovnih uporabnikov je nizka, kar je nadalje potrdilo, da se ne more šteti za pomembno vstopno točko, prek katere poslovni uporabniki dosežejo končne uporabnike.

5. SKLEPNA UGOTOVITEV

(21) Iz zgoraj navedenih razlogov sklep zaključuje preiskave trga, ki so se začele s Sklepom C(2023) 6078 z dne 5. septembra 2023 v zvezi z Microsoftovim (i) spletnim iskalnikom Bing, (ii) spletnim brskalnikom Edge in (iii) storitvami spletnega oglaševanja Microsoft Advertising, in sicer z ugotovitvijo, da v sklepu o imenovanju Microsofta za vratarja v skladu s členom 3 akta o digitalnih trgih navedene jedrne platformne storitve ne bi smele biti navedene kot pomembne vstopne točke, prek katerih poslovni uporabniki dosežejo končne uporabnike.

(22) Navedena ugotovitev ne posega v možnost, da lahko Komisija ponovno preuči ali spremeni ta sklep v skladu s členom 4(1) akta o digitalnih trgih, če bi prišlo do bistvene spremembe katerega koli dejstva, na katerem temelji ta sklep, ali če ta sklep temelji na nepopolnih, nepravilnih ali zavajajočih informacijah.