Recopilación de la Jurisprudencia

SENTENCIA DEL TRIBUNAL GENERAL (Sala Octava, en formación de cinco Jueces)

de 3 de junio de 2026 *

«Servicios digitales — Reglamento (UE) 2022/1925 — Designación de un guardián de acceso — Concepto de "servicio básico de plataforma" — Servicio de red social en línea — Servicio de comunicaciones interpersonales independiente de la numeración — Servicio de intermediación en línea — Igualdad de trato — Artículo 3, apartados 2 y 5, del Reglamento 2022/1925 — Puerta de acceso importante para que los usuarios profesionales lleguen a los usuarios finales — Presunciones — Refutación de las presunciones — Artículo 17, apartados 1 y 3, del Reglamento 2022/1925 — Requisitos de apertura de una investigación de mercado — Derechos de defensa — Obligación de motivar»

En el asunto T-1078/23,

Meta Platforms, Inc., con domicilio social en Menlo Park, California (Estados Unidos de América), representada por los Sres. D. Jowell y D. Bailey, Barristers, el Sr. J. Aitken y la Sra. S. Malhi, Solicitors, y los Sres. A. Pliego Selie, O. Brouwer, T. Janssens, T. Oeyen y T. Lübbig, abogados,

parte demandante,

contra

Comisión Europea, representada por los Sres. T. Franchoo, P.-J. Loewenthal, M. Mataija e I. Naglis, en calidad de agentes,

parte demandada,

apoyada por

República Francesa, representada por el Sr. T. Lechevallier, en calidad de agente,

parte coadyuvante,

EL TRIBUNAL GENERAL (Sala Octava, en formación de cinco Jueces),

integrado, durante las deliberaciones, por el Sr. M. van der Woude, Presidente, y los Sres. G. De Baere, D. Petrlík y K. Kecsmár y la Sra. S. Kingston (Ponente), Jueces;

Secretario: Sr. A. Marghelis, administrador;

* Lengua de procedimiento: inglés.

habiendo considerado los escritos obrantes en autos, en particular:

– vistas las preguntas escritas formuladas por el Tribunal General a la demandante, a la Comisión y a la República Francesa y las respuestas de estas, presentadas en la Secretaría del Tribunal General los días 23, 23 y 18 de abril de 2025, respectivamente;

– vista la pregunta escrita formulada por el Tribunal General a la demandante y a la Comisión y las respuestas de estas, presentadas en la Secretaría del Tribunal General los días 14 y 13 de mayo de 2025, respectivamente;

celebrada la vista el 3 de junio de 2025;

dicta la siguiente

Sentencia

1 Mediante su recurso, basado en el artículo 263 TFUE, la demandante, Meta Platforms, Inc., solicita la anulación parcial de la Decisión C(2023) 6105 final de la Comisión, de 5 de septiembre de 2023, que designa a Meta como guardián de acceso de conformidad con el artículo 3 del Reglamento (UE) 2022/1925 del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre mercados disputables y equitativos en el sector digital (en lo sucesivo, «Decisión impugnada»).

Antecedentes del litigio

2 La demandante es una empresa del sector de la tecnología, fundada en los Estados Unidos de América en 2004, que explota, junto con las sociedades que controla directa o indirectamente (en lo sucesivo, conjuntamente, «Meta»), las redes sociales en línea Facebook e Instagram, así como otros servicios.

3 El 3 de julio de 2023, la demandante presentó una notificación a la Comisión Europea con arreglo al artículo 3, apartado 3, párrafo primero, del Reglamento (UE) 2022/1925 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de septiembre de 2022, sobre mercados disputables y equitativos en el sector digital y por el que se modifican las Directivas (UE) 2019/1937 y (UE) 2020/1828 (DO 2022, L 265, p. 1; en lo sucesivo, «DMA») (en lo sucesivo, «notificación»). En la notificación, la demandante sostuvo que su único servicio de red social en línea financiado mediante publicidad en línea, que agrupa a Facebook, Instagram, Meta Ads, Facebook Messenger (en lo sucesivo, «Messenger»), Facebook Marketplace (en lo sucesivo, «Marketplace»), Facebook Dating y Facebook Gaming Play, debía calificarse de servicio básico de plataforma (en lo sucesivo, «SBP») de tipo red social en línea, en el sentido del DMA. Por lo que respecta a Messenger y Marketplace, sostuvo que no se había alcanzado el umbral establecido en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA, de modo que, en cualquier caso, no podía considerarse que cumpliera los requisitos del artículo 3, apartado 1, del DMA para ser designada guardián de acceso para dichos servicios. También presentó argumentos y pruebas, con arreglo al artículo 3, apartado 5, párrafo primero, del DMA, dirigidos, en su caso, a refutar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA en lo que respecta a Messenger y Marketplace.

4 Mediante escrito de 26 de julio de 2023, la Comisión comunicó a la demandante su dictamen preliminar sobre la posible designación de Meta como guardián de acceso, de conformidad con el artículo 3, apartado 4, del DMA, para, en particular, los siguientes SBP: su servicio de red social en

línea Facebook, su servicio de comunicaciones interpersonales independiente de la numeración (en lo sucesivo, «NIICS») Messenger y su servicio de intermediación en línea (en lo sucesivo, «SIL») Marketplace (en lo sucesivo, «dictamen preliminar»).

5 Mediante escrito de 3 de agosto de 2023, la demandante respondió al dictamen preliminar.

6 El 5 de septiembre de 2023, la Comisión adoptó la Decisión impugnada.

7 En la Decisión impugnada, en primer lugar, la Comisión consideró que:

– Facebook era un servicio de red social en línea, en el sentido del artículo 2, punto 7, del DMA, y, por consiguiente, un SBP, en el sentido del artículo 2, punto 2, letra c), del DMA.

– Messenger era un NIICS, en el sentido del artículo 2, punto 9, del DMA, distinto y autónomo del servicio de red social en línea Facebook y, por consiguiente, un SBP en el sentido del artículo 2, punto 2, letra e), del DMA.

– Marketplace era un SIL, en el sentido del artículo 2, punto 5, del DMA, distinto del servicio de red social en línea Facebook y, por consiguiente, un SBP en el sentido del artículo 2, punto 2, letra a), del DMA.

8 En segundo lugar, la Comisión señaló, en esencia, que Meta alcanzaba todos los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, del DMA por lo que respecta a los SBP en cuestión, considerados individualmente, de modo que podía presumirse que cumplía todos los requisitos establecidos en el artículo 3, apartado 1, del DMA para ser designada guardián de acceso en relación con dichos servicios.

9 En tercer lugar, la Comisión consideró que los argumentos presentados por la demandante con arreglo al artículo 3, apartado 5, párrafo primero, del DMA no estaban suficientemente fundamentados para poner en entredicho de forma manifiesta las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA en lo que respecta a Messenger y Marketplace. Por consiguiente, rechazó estos argumentos sin iniciar una investigación de mercado con arreglo al artículo 17, apartado 3, del DMA.

10 El artículo 1 de la Decisión impugnada tiene el siguiente tenor:

«Se designa a Meta como guardián de acceso de conformidad con el artículo 3 del [DMA].»

11 El artículo 2 de la Decisión impugnada indica:

«Los siguientes [SBP] de Meta son una puerta de acceso importante para que los usuarios profesionales lleguen a los usuarios finales, en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra b), del [DMA]:

(a) el servicio de red social en línea Facebook de Meta;

[…]

(e) el [NIICS] Messenger de Meta; […]

(f) el [SIL] Marketplace de Meta.»

Pretensiones de las partes

12 La demandante solicita al Tribunal General que:

– Anule el artículo 2 de la Decisión impugnada en la medida en que establece que el NIICS Messenger y el SIL Marketplace constituyen puntos de acceso importantes para que los usuarios profesionales lleguen a los usuarios finales (en lo sucesivo, «puntos de acceso importantes»), en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra b), del DMA, o, con carácter subsidiario, anule el artículo 2, letras e) y f), de la Decisión impugnada.

– Anule el artículo 2 de la Decisión impugnada en la medida en que establece que el servicio de red social en línea Facebook constituye una puerta de acceso importante, en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra b), del DMA, o, con carácter subsidiario, anule el artículo 2, letra a), de la Decisión impugnada, al menos, en ambos casos, en la medida en que dicho SBP excluye a Messenger.

– Condene en costas a la Comisión, incluidas las de las posibles partes coadyuvantes que no carguen con sus propias costas.

13 La Comisión, apoyada por la República Francesa, solicita al Tribunal General que:

– Desestime el recurso.

– Condene a la demandante en costas.

Fundamentos de Derecho

14 En apoyo de su recurso, la demandante invoca dos motivos, basados, el primero, en errores de Derecho, errores manifiestos de apreciación, una motivación insuficiente o un vicio sustancial de forma en lo que respecta a la calificación de Messenger como SBP que constituye una puerta de acceso importante, de conformidad con el artículo 3, apartado 9, del DMA, y, el segundo, en errores de Derecho, errores manifiestos de apreciación, una motivación insuficiente o un incumplimiento de un requisito sustancial de forma en lo que respecta a la calificación de Marketplace de SBP que constituye una puerta de acceso importante, de conformidad con el artículo 3, apartado 9, del DMA.

15 Antes de examinar los motivos invocados por la demandante, es preciso analizar, por un lado, la solicitud de omisión de determinados datos frente al público formulada por la demandante y, por otro, la cuestión de si la demandante mantiene un interés en ejercitar la acción de anulación de la Decisión impugnada en la medida en que califica a Marketplace de SBP que constituye una puerta de acceso importante.

Sobre la solicitud de omisión de determinados datos frente al público

16 Durante el procedimiento ante el Tribunal General, la demandante solicitó, mediante escritos separados, sobre la base, en esencia, de los artículos 66 y 66 *bis* del Reglamento de Procedimiento del Tribunal General, la omisión de determinados datos frente al público, en particular determinada información relativa, por una parte, a las modificaciones de Marketplace realizadas el 31 de julio de 2023, descritas en el apartado 210 de la presente sentencia, y, por otra parte, al concepto de «power sellers» utilizado en su sistema interno por Meta para identificar a los usuarios de Marketplace que publican un número elevado de anuncios o con una elevada frecuencia.

17 En cuanto a ello, procede recordar que, al conciliar la publicidad de las resoluciones judiciales y el derecho a la protección de los datos personales y del secreto comercial, el juez debe perseguir, en las circunstancias de cada caso concreto, el justo equilibrio, tomando asimismo en consideración el derecho del público a acceder, con arreglo a los principios enunciados en el artículo 15 TFUE, a las resoluciones judiciales (véase la sentencia de 27 de abril de 2022, Sieć Badawcza Łukasiewicz — Port Polski Ośrodek Rozwoju Technologii/Comisión, T-4/20, EU:T:2022:242, apartado 29 y jurisprudencia citada).

18 Por otro lado, no se justifica la confidencialidad de un documento, por ejemplo, cuando se trata de información que ya es pública o a la que el público general o ciertos medios especializados pueden tener acceso, cuando la información figura también en otros pasajes o documentos obrantes en autos respecto de los cuales la parte que desea que se mantenga la confidencialidad de la información en cuestión no ha formulado una petición a tal fin, cuando la información no es lo suficientemente específica o precisa como para revelar datos confidenciales o cuando se trata de información que se desprende en gran medida o se deduce de otra información a la que los interesados pueden acceder lícitamente (véase el auto de 14 de marzo de 2022, Bulgarian Energy Holding y otros/Comisión, T-136/19, EU:T:2022:149, apartado 9 y jurisprudencia citada).

19 Además, la información que ha sido secreta o confidencial, pero que tiene cinco o más años de antigüedad, debe considerarse, en principio, debido al transcurso del tiempo, información histórica y despojada, por ello, de su carácter secreto o confidencial, salvo si, excepcionalmente, la parte que invoca ese carácter demuestra que, a pesar de su antigüedad, dicha información sigue constituyendo un elemento esencial de su posición en el mercado o de la de terceros afectados (véase la sentencia de 19 de junio de 2018, Baumeister, C-15/16, EU:C:2018:464, apartado 54 y jurisprudencia citada).

20 Por lo tanto, procede estimar, en la medida de lo posible, la solicitud de la demandante, siempre que el derecho de acceso del público a las resoluciones judiciales no se oponga a ello.

21 En el caso de autos, no procede guardar la confidencialidad de la información relativa a las modificaciones de 31 de julio de 2023, dado que, en primer lugar, la demandante hizo pública la información relativa a dichas modificaciones en su propia página de Internet, que es accesible al público en general; en segundo lugar, esos datos fueron discutidos en la vista y pueden inferirse del contenido de los considerandos 241 y 262 de la versión pública de la Decisión impugnada, y, en tercer lugar, su mención está justificada por la exigencia de dar una respuesta inteligible a los argumentos de las partes.

22 Por lo que respecta a la solicitud de omisión frente al público relativa al concepto de «power sellers» de Marketplace, por una parte, procede señalar que la información relativa a este concepto, tal como se utiliza en el sistema interno de la demandante, no se divulga en la presente sentencia. Por lo tanto, procede declarar que la solicitud de omisión frente al público de dicha información carece de objeto.

23 Por otra parte, en cuanto a la expresión «power sellers» en sí misma, en primer término, la demandante no indica la razón por la que considera que esta expresión debe ser tratada de manera confidencial frente al público. En el caso de autos, la demandante se limita a afirmar, de manera general, que esta expresión remite a información comercial sensible relativa al modo en que evalúa internamente determinadas categorías de usuarios y que la divulgación de esa información perjudicaría gravemente a sus intereses comerciales legítimos. Pues bien, esta motivación no permite al Tribunal General comprender cómo la divulgación de la expresión «power sellers» en sí misma —la cual, por otra parte, según la demandante, remite a un concepto antiguo que ya no utilizaba internamente desde mucho antes de la adopción de la Decisión impugnada— podría perjudicar gravemente sus intereses comerciales legítimos. En segundo término, esta expresión fue divulgada en la vista. En tercer término, el Tribunal General estima que la divulgación de esta expresión está justificada por la exigencia de dar una respuesta inteligible a los argumentos de las partes.

24 Así pues, procede desestimar la solicitud de la demandante de omisión frente al público en lo que respecta a la información relativa a la descripción de las modificaciones de Marketplace de 31 de julio de 2023 y a la expresión «power sellers».

Sobre el mantenimiento del interés de la demandante en la anulación de la Decisión impugnada en la medida en que esta última califica a Marketplace de SBP que constituye una puerta de acceso importante

25 Procede examinar si la demandante sigue teniendo un interés en ejercitar la acción de anulación de la Decisión impugnada en la medida en que esta califica a Marketplace de SBP que constituye una puerta de acceso importante, tras la adopción de la Decisión C(2025) 2547 de la Comisión, de 23 de abril de 2025, en virtud del artículo 4, apartado 1, del DMA (asunto DMA.100044 — Meta — Servicio de intermediación en línea — Marketplace), cuyo resumen se publicó en el *Diario Oficial de la Unión Europea* (DO C, C/2025/4223), mediante la cual la Comisión derogó el artículo 2, letra f), de la Decisión impugnada, que designa a Marketplace como SBP con arreglo al artículo 3, apartado 9, del DMA (en lo sucesivo, «Decisión modificativa»).

26 Mediante la Decisión modificativa, la Comisión concluyó, en esencia, que, habida cuenta de las medidas adicionales adoptadas por la demandante en diciembre de 2023 y en enero de 2024, esta última había demostrado que uno de los hechos en los que se basaba la Decisión impugnada había cambiado sustancialmente, en el sentido del artículo 4, apartado 1, letra a), del DMA. En particular, la Comisión consideró, en esencia, que no se cumplía el criterio relativo al umbral de 10 000 usuarios profesionales establecido en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA y que, de este modo, Marketplace ya no constituía una puerta de acceso importante, en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra b), del DMA, sin que fuera necesario pronunciarse sobre si Marketplace seguía constituyendo, en la fecha de adopción de la Decisión modificativa, un SIL en el sentido del artículo 2, punto 5, del DMA.

27 En respuesta a una diligencia de ordenación del procedimiento de 2 de mayo de 2025 en la que se instaba a las partes principales a pronunciarse sobre las implicaciones de la Decisión modificativa sobre el segundo motivo, la demandante indicó que lo mantenía en su totalidad.

28 En su respuesta a la diligencia de ordenación del procedimiento mencionada en el apartado 27 anterior, la Comisión no negó el interés en ejercitar la acción de la demandante. No obstante, de conformidad con la jurisprudencia (sentencia de 15 de julio de 2025, BCE y Comisión/Corneli, C-777/22 P y C-789/22 P, EU:C:2025:580, apartado 98), incumbe al Tribunal General, antes de pronunciarse sobre el fondo del asunto del que conoce, comprobar, en su caso de oficio, si la demandante conserva un interés en ejercitar la acción.

29 En cuanto a ello, procede señalar que el interés de una parte demandante en ejercitar la acción no desaparece necesariamente por el hecho de que el acto impugnado haya dejado de producir efectos durante el procedimiento. En efecto, la persona afectada por dicho acto puede seguir teniendo interés en que sea anulado para obtener la revisión de su situación o para llevar al autor del acto impugnado a introducir, en el futuro, las modificaciones adecuadas y evitar así el riesgo de que se repita la ilegalidad de que supuestamente adolece el acto impugnado. Incluso en los casos en que, por razón de las circunstancias, resulta imposible, para la institución de la que emana el acto anulado, cumplir la obligación de adoptar las medidas que comporta la ejecución de la sentencia por la que se declara la anulación, el recurso de anulación puede conservar un interés como fundamento de un eventual recurso de responsabilidad (véase la sentencia de 30 de junio de 2022, Camerin/Comisión, C-63/21 P, no publicada, EU:C:2022:516, apartado 48 y jurisprudencia citada).

30 En cuanto a la derogación de una decisión impugnada, o de parte de esta, la demandante puede seguir justificando un interés en obtener la anulación de un acto derogado en la medida en que la derogación no entraña los mismos efectos jurídicos que una eventual anulación por el Tribunal General. En efecto, la derogación de una decisión de una institución no constituye un reconocimiento de su ilegalidad y produce un efecto *ex nunc*, mientras que su anulación produce un efecto *ex tunc* (véase la sentencia de 9 de septiembre de 2011, Dow AgroSciences y otros/Comisión, T-475/07, EU:T:2011:445, apartado 68 y jurisprudencia citada).

31 En el caso de autos, la parte de la Decisión impugnada relativa a Marketplace, y, en particular, al artículo 2, letra f), de su parte dispositiva, fue derogada y no anulada por la Decisión modificativa. Por lo tanto, tuvo efectos jurídicos en la situación de la demandante en el período transcurrido hasta su derogación.

32 En efecto, como reconocen, por otro lado, las partes, a causa de la adopción de la Decisión impugnada, la demandante debía, de conformidad con el artículo 3, apartado 10, del DMA, cumplir las obligaciones pertinentes del DMA en lo que respecta a Marketplace en los seis meses siguientes a dicha adopción, a saber, a más tardar el 7 de marzo de 2024.

33 De lo anterior resulta que, mediante la derogación parcial de la Decisión impugnada en lo que respecta a Marketplace a partir del 23 de abril de 2025, la demandante no obtuvo la revisión de su situación, en el sentido de la jurisprudencia citada en los apartados 29 y 30 de la presente sentencia, de modo que mantiene un interés en ejercitar la acción de anulación de la Decisión impugnada en tanto en cuanto califica a Marketplace de SBP que constituye una puerta de acceso importante.

Primer motivo, relativo a la calificación de Messenger de SBP que constituye una puerta de acceso importante

34 El primer motivo se divide en cuatro partes, basadas:

– la primera, en que la Comisión no reconoció que, habida cuenta de las características de Messenger, ese servicio correspondía a la funcionalidad de conversación en línea del SBP de tipo red social en línea Facebook, que forma parte integrante de dicho SBP;

– la segunda, en que la Comisión designó a Messenger como SBP de tipo NIICS distinto y autónomo de la red social en línea Facebook al no aplicar e interpretar correctamente las disposiciones del DMA;

– la tercera, en que la Comisión concluyó erróneamente que Messenger constituía individualmente una puerta de acceso importante, al rechazar los argumentos y las pruebas presentados por la demandante durante el procedimiento administrativo con arreglo al artículo 3, apartado 5, del DMA debido a que no ponían en entredicho de forma manifiesta las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA, y ello sin iniciar una investigación de mercado con arreglo al artículo 17, apartados 1 o 3, del DMA;

– la cuarta, en que la Comisión introdujo elementos de prueba nuevos por primera vez en la Decisión impugnada, incumpliendo un requisito sustancial de forma.

Primera parte, relativa a la apreciación in concreto *de Messenger y a su calificación como SBP de tipo NIICS*

35 En el marco de la primera parte, la demandante impugna la apreciación efectuada por la Comisión, al término de la cual se negó a considerar que Messenger constituía la mera funcionalidad de conversación en línea del SBP de tipo red social en línea Facebook, que forma parte integrante de dicho SBP. Esta parte se divide, en esencia, en tres imputaciones.

– Primera imputación, basada en que la Comisión ignoró, interpretó erróneamente o desnaturalizó las pruebas aportadas por la demandante

36 La demandante alega que la Comisión ignoró, interpretó erróneamente o desnaturalizó las pruebas que demostraban que Messenger era únicamente la funcionalidad de conversación en línea del SBP de tipo red social en línea Facebook, que forma parte integrante de dicho SBP. A su juicio, la Comisión incurrió en un error de apreciación al considerar que las pruebas de que disponía al adoptar la Decisión impugnada demostraban que Messenger era un servicio distinto que los usuarios finales podían utilizar y utilizaban de manera autónoma de Facebook.

37 La Comisión rebate las alegaciones de la demandante.

38 Según el artículo 3, apartado 1, del DMA, una empresa será designada como guardián de acceso cuando cumpla tres requisitos acumulativos, entre ellos el requisito, enunciado en el artículo 3, apartado 1, letra b), de dicho Reglamento, de prestar un SBP que es una puerta de acceso importante.

39 El artículo 2, punto 2, del DMA establece que se entenderá por SBP cualquiera de los elementos enumerados en tal disposición y, en particular, los servicios de redes sociales en línea y los NIICS.

40 En la Decisión impugnada, la Comisión concluyó que, habida cuenta de las características de Messenger apreciadas *in concreto*, dicho servicio constituía un SBP de tipo NIICS autónomo, que no podía considerarse una mera funcionalidad de conversación en línea del SBP de tipo red social en línea Facebook.

41 A este respecto, la Comisión consideró que Meta ponía a Messenger en el mercado como servicio distinto de Facebook y que el uso de Messenger no se activaba por el uso de la red social en línea Facebook para la [*confidencial*] [1] mayoría de los usuarios.

42 Pues bien, la Comisión llegó acertadamente a esta conclusión. En efecto, en primer lugar, esta conclusión se basa en el hecho de que Meta desarrolló aplicaciones autónomas para Messenger, en particular para los dispositivos móviles. Como la Comisión indicó en el considerando 177 de la Decisión impugnada, existe una aplicación Messenger para los dispositivos móviles, distinta de Facebook, que los usuarios deben descargar y abrir para leer o enviar mensajes. Dado que la utilización en los dispositivos móviles predomina por lo que respecta a Messenger, como se indica en la nota n.º 150 de la Decisión impugnada sin que ello haya sido cuestionado por la demandante, esta aplicación para dispositivos móviles distinta de la red social en línea Facebook constituye el punto de entrada de Messenger para la [*confidencial*] mayoría de los usuarios.

43 En segundo lugar, como señaló la Comisión en el considerando 169 de la Decisión impugnada, una vez identificados mediante un identificador de Facebook, los usuarios pueden utilizar Messenger tanto si su cuenta de Facebook está activada como desactivada e independientemente de que, al mismo tiempo, estén o no activos en la red social en línea Facebook, lo que constituye un elemento pertinente para apreciar si Messenger y Facebook son servicios diferentes.

44 En tercer lugar, la apreciación de la Comisión también se basa, acertadamente, en el hecho de que Meta proporciona y promueve herramientas específicas para Messenger que ofrecen a las empresas la posibilidad de interactuar con una amplia base de usuarios, permitiéndoles, por ejemplo, generar clientes potenciales, prestar un servicio de atención al cliente y utilizar un sistema para contactar nuevamente a los clientes. Como se indica en el considerando 181 de la Decisión impugnada, la existencia de tales herramientas indica que Meta concibe su servicio Messenger como una plataforma autónoma dentro de su ecosistema.

45 Por otra parte, los argumentos formulados por la demandante, expuestos en los apartados 46 y siguientes de la presente sentencia, no permiten refutar la conclusión de la Comisión según la cual las pruebas de que disponía al adoptar la Decisión impugnada demostraban que Messenger constituía un SBP de tipo NIICS diferente y autónomo del SBP de tipo red social en línea Facebook.

46 En primer término, la demandante niega que, en los dispositivos móviles, el acceso a Messenger requiriera una aplicación distinta en la fecha de adopción de la Decisión impugnada, como se ha señalado en el anterior apartado 42. Alega, por una parte, que el anexo A.26 de la demanda muestra capturas de pantalla de un determinado número de funciones esenciales explotadas por Messenger y a las que los usuarios acceden directamente desde la aplicación Facebook. Por otra

[1] Datos confidenciales ocultos.

parte, indica que, en los dispositivos móviles, los usuarios que no utilizaban la aplicación Facebook, sino la versión web de Facebook, podían acceder a Messenger directamente a través de Facebook, sin pasar por la aplicación Messenger.

47 A este respecto, no es necesario determinar si los argumentos indicados en el apartado 46 de la presente sentencia ya habían sido invocados por la demandante durante el procedimiento administrativo ni si podrían considerarse admisibles, a lo que la Comisión se opone, en el supuesto de que hubieran sido formulados por primera vez ante el Tribunal General. En efecto, en cualquier caso, estos argumentos no permiten invalidar la apreciación de la Comisión, mencionada en el apartado 42 de la presente sentencia, según la cual la manera en que Messenger se ofrece conduce a que la aplicación para dispositivos móviles específica Messenger constituye el punto de entrada de Messenger para la [*confidencial*] mayoría de los usuarios. Más concretamente, los dos supuestos invocados por la demandante solo constituyen excepciones limitadas del acceso a Messenger a través de la aplicación dedicada.

48 En efecto, por una parte, acerca del argumento de la demandante según el cual determinadas comunicaciones en Messenger pueden ser alimentadas desde la aplicación Facebook sin que la aplicación Messenger esté abierta (en particular, las funciones consistentes en compartir un *reel*, a saber, un vídeo corto, o una *story*, a saber, una secuencia de vídeos cortos o de imágenes), este solo se refiere a tales comunicaciones específicas mencionadas por la demandante, que están concebidas para facilitar la difusión de contenidos de Facebook a través de Messenger, y no a otras funcionalidades usuales, como las que permiten componer y leer un mensaje y responder a este.

49 Por otra parte, en cuanto al argumento de la demandante de que los usuarios de los servicios en cuestión mediante dispositivos móviles siempre tienen la posibilidad de acceder a Messenger desde la versión web de Facebook sin pasar por la aplicación Messenger, este alude a una situación marginal en relación con la de la [*confidencial*] mayoría de los usuarios, que acceden a Messenger mediante la aplicación específica para dispositivos móviles, en la medida en que la utilización a través de dispositivos móviles predomina por lo que respecta a Messenger, extremo que la demandante no niega (véase el apartado 42 de la presente sentencia).

50 En segundo término, la demandante invoca el hecho de que el 100 % de las comunicaciones intercambiadas a través de Messenger lo son entre usuarios de Facebook y que, en 2022, por una parte, el [*80-100*] % de los usuarios activos mensuales de Messenger también eran usuarios activos mensuales de otras funcionalidades de Facebook y, por otra parte, el [*80-100*] % de los usuarios activos diarios de Messenger también utilizaban otras funcionalidades de Facebook en el transcurso del mismo día. Sin embargo, estos datos no demuestran que Messenger y Facebook deban ser concebidos como un SBP único a efectos del DMA, sino solo que la demandante optó por limitar la utilización de Messenger a los usuarios con un identificador de Facebook. No es menos cierto que, como indicó la Comisión en el considerando 182 de la Decisión impugnada, estos usuarios pueden utilizar y, de hecho, utilizan Messenger independientemente de la red social en línea Facebook.

51 En tercer término, la demandante reprocha a la Comisión haber descartado, en el considerando 184 de la Decisión impugnada, los datos presentados en relación con los usuarios activos semanales de Messenger sin haberlos analizado correctamente. En efecto, según ella, la Comisión debería haber analizado en paralelo estos datos sobre la correlación entre la utilización de Messenger y la de Facebook y los datos relativos a los usuarios activos mensuales y a los usuarios

activos diarios mencionados en el apartado 50 de la presente sentencia. A su juicio, la Comisión, al menos, debería haber explicado las razones por las que no tuvo en cuenta las cifras que le fueron presentadas.

52 Sin embargo, el hecho de que la Comisión no mencionara expresamente, en la Decisión impugnada, los datos relativos a los usuarios activos mensuales y diarios de Messenger aportados por la demandante durante el procedimiento administrativo ni pusiera expresamente en relación estos datos con los relativos a los usuarios activos semanales de Messenger analizados en el considerando 184 de la Decisión impugnada no significa que no tuviera en cuenta todos esos datos en el marco de su apreciación.

53 A este respecto, según reiterada jurisprudencia, la motivación exigida por el artículo 296 TFUE, párrafo segundo, debe adaptarse a la naturaleza del acto de que se trate y mostrar de manera clara e inequívoca el razonamiento de la institución de la que emane el acto, de manera que los interesados puedan conocer las razones de la medida adoptada y el órgano jurisdiccional competente pueda ejercer su control, pero no se exige que la motivación especifique todos los elementos de hecho y de Derecho pertinentes, en la medida en que la cuestión de si la motivación de un acto cumple las exigencias del artículo 296 TFUE, párrafo segundo, debe apreciarse en relación no solo con su tenor, sino también con su contexto, así como con el conjunto de normas jurídicas que regulan la materia de que se trate (véase la sentencia de 29 de julio de 2024, Ryanair y Laudamotion/Comisión, C-591/21 P, no publicada, EU:C:2024:635, apartado 166 y jurisprudencia citada).

54 Pues bien, en el presente asunto, la Decisión impugnada menciona las razones por las que la Comisión no consideró concluyentes los elementos relativos a la correlación entre la utilización de Messenger y la de Facebook. Así, en el considerando 182 de la Decisión impugnada, la Comisión indicó que el hecho de que todas las comunicaciones a través de Messenger tuvieran lugar entre usuarios que disponían de una cuenta de Facebook era simplemente consecuencia del diseño de ese servicio en la fecha de adopción de dicha Decisión. Además, en el considerando 187 de aquella, la Comisión señaló que el solapamiento parcial de los usuarios finales activos mensuales de Messenger con los de Facebook no era sorprendente, habida cuenta de la decisión de Meta de utilizar el identificador de Facebook como identificador para el uso de Messenger, lo que no permitía poner en tela de juicio su conclusión sobre el carácter autónomo del uso de Messenger por los usuarios.

55 En cuarto término, la demandante no puede reprochar a la Comisión no haber tenido debidamente en cuenta el contenido del estudio presentado como anexo A.27 de la demanda, que confirma que los usuarios europeos de los servicios de redes sociales en línea designados por la Comisión consideran sistemáticamente la funcionalidad de conversación en línea de una red social en línea como un elemento fundamental de la experiencia usuario de dicha red social. En efecto, sin que sea necesario pronunciarse sobre la admisibilidad del anexo, no puede reprocharse a la Comisión haber ignorado los resultados de dicho estudio en la medida en que este se realizó después de la adopción de la Decisión impugnada. En cualquier caso, el hecho de que la mayoría de los usuarios de redes sociales en línea consideren que la integración de las funciones de red social y de mensajería directa es muy importante para su utilización de estas redes sociales y que se vean decepcionados si estas funciones están separadas no proporciona ninguna información sobre cómo se presta el servicio Messenger a los usuarios.

56 En quinto término, la demandante sostiene que la Comisión desnaturalizó los datos que presentó, indicados en el considerando 185 de la Decisión impugnada. En efecto, a su juicio, demostró que, al tomar en consideración la primera sesión del día, aproximadamente [*10-20*] millones de usuarios en los dispositivos móviles habían entrado en la aplicación para dispositivos móviles Messenger a través de un punto de entrada propuesto por Facebook, lo que corresponde al [*0-30*] % de la base de usuarios diarios de Messenger. Indica que la Comisión dedujo de ello que el [*70-100*] % del uso diario de Messenger no estaba desencadenado por la utilización de Facebook. Sin embargo, los datos aportados por la demandante solo se refieren a la primera sesión del día de los usuarios y, además, únicamente mediante un dispositivo móvil. Así pues, según ella, estos datos no reflejan la totalidad de las utilizaciones diarias de Messenger desencadenadas por el uso de Facebook.

57 A este respecto, aun suponiendo que la Comisión hubiera incurrido en un error de hecho en cuanto al porcentaje de la utilización diaria de Messenger en los dispositivos móviles que no se desencadena por la utilización de Facebook, la argumentación de la demandante no permite invalidar la afirmación de la Comisión, formulada en el considerando 185 de la Decisión impugnada, según la cual, para la [*confidencial*] mayoría de los usuarios de la aplicación para dispositivos móviles de Messenger, la primera utilización de Messenger del día no se realizaba haciendo clic en un enlace en la aplicación Facebook, sino abriendo directamente la aplicación Messenger. Además, cuando, durante el procedimiento administrativo, la Comisión solicitó a la demandante que le facilitara datos más detallados a este respecto, en particular un desglose para el período comprendido entre 2020 y 2022 de los usuarios que habían iniciado su sesión en Messenger pasando por la página web Facebook, la aplicación Facebook, la aplicación para dispositivos móviles Messenger o el módulo de extensión (*plugin*) Facebook Messenger Chat, esta respondió que no disponía de tales datos.

58 En sexto término, la demandante sostiene que la Comisión no interpretó correctamente o desnaturalizó los documentos comerciales accesibles al público, las comunicaciones a los inversores y a los usuarios, así como los informes financieros de Meta, al considerar que esos textos indicaban que Messenger no correspondía a la funcionalidad de conversación en línea de Facebook, parte integrante del SBP de tipo red social en línea Facebook.

59 Sin embargo, la Comisión dedujo correctamente de los documentos mencionados en el apartado 58 de la presente sentencia que Meta diseñaba, presentaba y situaba a Messenger como un servicio autónomo que iba más allá de una mera funcionalidad de conversación en línea de Facebook. Así, como indicó la Comisión en el considerando 180 de la Decisión impugnada, al remitirse al formulario «10-K» de Meta Platforms para el ejercicio fiscal que finalizó el 31 de diciembre de 2022, en sus informes financieros Meta distingue los cuatro servicios siguientes dentro de su «Familia de Productos App»: Facebook, Instagram, Messenger y WhatsApp. En otras comunicaciones a los inversores, como la mencionada por la Comisión en la nota n.º 158 del considerando 180 de la Decisión impugnada, que consiste en una transcripción de una conferencia telefónica de 26 de octubre de 2022 sobre los resultados de Meta del tercer trimestre del año 2022, esta última hace referencia a la monetización de Messenger como tal e indica que la mensajería, proporcionada a través de WhatsApp y Messenger, constituye una «oportunidad de monetización importante» gracias al desarrollo de productos como los anuncios «clic para enviar un mensaje» (*click-to-message*) y la mensajería de pago.

60 Es cierto que la cuestión de si Messenger es un SBP de tipo NIICS o una funcionalidad que forma parte integrante del SBP de tipo red social en línea Facebook debe evaluarse desde el punto de vista objetivo de los usuarios finales. Sin embargo, la consideración de documentos como los

controvertidos no carece totalmente de pertinencia para tal evaluación, ya que pueden proporcionar información, junto con otros elementos concordantes, como ocurre en el caso de autos con las consideraciones que figuran en los apartados 42 a 44 de la presente sentencia, sobre el modo en que el prestador de servicios configura sus servicios a dichos usuarios y, por tanto, sobre la manera en que esos servicios serán utilizados posteriormente por tales usuarios.

61 Así pues, procede desestimar la argumentación de la demandante y, por tanto, la primera imputación en su totalidad.

– Segunda imputación, basada en la supuesta apreciación discriminatoria y arbitraria de Messenger

62 La demandante alega que existen incoherencias manifiestas en el modo en que la Comisión consideró la funcionalidad de comunicación en línea de los servicios de redes sociales de otras empresas que fueron designadas guardianes de acceso, lo que hace que la Decisión impugnada sea arbitraria y discriminatoria.

63 La Comisión rebate las alegaciones de la demandante.

64 Procede señalar que la Comisión ha de efectuar un análisis individual de las características propias de cada asunto, sin encontrarse vinculada por decisiones anteriores que afectan a otros operadores económicos o a otros SBP (sentencia de 17 de julio de 2024, Bytedance/Comisión, T-1077/23, recurrida en casación, EU:T:2024:478, apartados 68 y 375).

65 Además, según pacífica jurisprudencia, el principio de igualdad de trato, que constituye un principio general del Derecho de la Unión, consagrado por los artículos 20 y 21 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea, exige que no se traten de manera diferente situaciones que son comparables y que situaciones diferentes no sean tratadas de manera idéntica, salvo que este trato esté justificado objetivamente (véase la sentencia de 16 de junio de 2022, Sony Optiarc y Sony Optiarc America/Comisión, C-698/19 P, EU:C:2022:480, apartado 153 y jurisprudencia citada).

66 A este respecto, la demandante invoca, en primer lugar, la Decisión C(2023) 6100 final de la Comisión, de 5 de septiembre de 2023, por la que se designa a Apple como guardián de acceso en virtud del artículo 3 del DMA (asuntos DMA.100013 Apple — online intermediation services — app stores, DMA.100025 Apple — operating systems y DMA.100027 Apple — web browsers), de la que se publicó un resumen en el *Diario Oficial de la Unión Europea* (DO C, C/2023/548) (en lo sucesivo, «Decisión de designación de Apple»), en la que la Comisión consideró que la App Store constituía un SBP de tipo SIL único, con independencia del tipo de aparato a partir del cual dicho servicio era accesible. Pues bien, el enfoque de la Comisión en cuanto a Messenger no es contradictorio con el adoptado en la Decisión de designación de Apple. En efecto, la Comisión no dividió Messenger en diferentes SBP de tipo NIICS en función del tipo de aparato utilizado para acceder al servicio, sino que calificó a Messenger de SBP único de tipo NIICS, independientemente de la vía a través de la cual los usuarios tuvieran acceso a él.

67 Por lo que respecta al servicio iMessage de Apple, invocado en segundo lugar por la demandante, procede señalar que no se presta en relación con un SBP de tipo red social en línea. Así pues, en la decisión de designación de Apple no se planteaba la cuestión de la delimitación entre los NIICS y las redes sociales en línea, de modo que dicha Decisión no resulta pertinente a este respecto.

68 Por lo que respecta a las funcionalidades de conversación en línea de TikTok y LinkedIn, citadas en tercer lugar por la demandante, procede señalar que no tenían las mismas características que Messenger y, en particular, que no presentaban características principales como las que llevaron a la Comisión a considerar que Messenger constituía un SBP de tipo NIICS autónomo y diferente, a saber, por una parte, el hecho de que Messenger pudiera utilizarse fuera de la red social en línea Facebook, en particular mediante una aplicación dedicada, y, por otra, el hecho de que Messenger también pudiera utilizarse con una cuenta de Facebook desactivada.

69 De otro lado, en sus respuestas a las preguntas escritas del Tribunal General de 28 de marzo de 2025, la demandante sostiene que la Comisión adoptó un enfoque diferente en su Decisión C(2024) 3176 final, de 13 de mayo de 2024, relativa a una decisión adoptada en virtud del artículo 3 del DMA (asunto DMA.100019 — Booking — Servicios de intermediación en línea — Verticales), de la que se publicó un resumen en el *Diario Oficial de la Unión Europea* (DO C, C/2024/4360), mediante la cual designó a Booking Holdings Inc. como guardián de acceso, entendiendo que los servicios Booking.com y RentalCars.com constituyen un solo SBP a efectos del DMA, con independencia de la existencia de aplicaciones y sitios web diferentes, dado que estos servicios eran accesibles a través de una cuenta única, como sucede con Facebook y Messenger.

70 Sin embargo, a diferencia de la situación fáctica del presente asunto, de la Decisión C(2024) 3176 final se desprende que los usuarios podían acceder a todos los servicios en cuestión, incluidos los de alquiler de vehículos, sin pasar por una aplicación separada dedicada. Pues bien, en este asunto, como se ha indicado en el apartado 42 de la presente sentencia, la Comisión constató acertadamente que Meta había desarrollado aplicaciones autónomas para Messenger y que, por lo que respecta a la aplicación utilizada en los dispositivos móviles, esta constituía el punto de entrada de Messenger para la [*confidencial*] mayoría de los usuarios.

71 En consecuencia, debe desestimarse la segunda imputación.

– *Tercera imputación, basada en la supuesta infracción del anexo del DMA*

72 La demandante reprocha a la Comisión haberse basado en el anexo del DMA para considerar que Messenger era un SBP de tipo NIICS diferente y autónomo del SBP de tipo red social en línea Facebook. Alega sobre ello que, aun suponiendo que el anexo del DMA sea pertinente para la delimitación de los SBP, extremo que refuta, la Decisión impugnada no aplica correctamente dicho anexo. Según ella, la sección D, 2, de este exige considerar que Messenger forma parte del SBP de tipo red social en línea Facebook, puesto que se utiliza para los mismos fines que esa red social en línea, a saber, permitir a los usuarios de Facebook conectarse y comunicarse entre sí, compartir contenidos y descubrir a otros usuarios y otros contenidos.

73 La Comisión rebate las alegaciones de la demandante.

74 Por lo que respecta, en primer lugar, a la pertinencia del anexo del DMA para delimitar los SBP ofrecidos de manera integrada, debe señalarse que este tiene el mismo valor jurídico que el propio DMA y forma parte integrante de dicho Reglamento (véase, en este sentido y por analogía, la sentencia de 24 de noviembre de 2010, Comisión/Consejo, C-40/10, EU:C:2010:713, apartado 61).

75 Según la sección A, 1, del anexo del DMA, el objeto de este anexo es «establecer una metodología para determinar y calcular los “usuarios finales activos” y “usuarios profesionales activos” de cada [SBP], enumerados en el artículo 2, punto 2[, del DMA]», con el fin de permitir a las empresas valorar si sus SBP alcanzan los umbrales cuantitativos que figuran en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA y, por tanto, se presume que cumplen el requisito del artículo 3, apartado 1, letra b), del DMA.

76 Pues bien, dado que el anexo del DMA tiene por objeto permitir a las empresas identificar a los usuarios finales activos y a los usuarios profesionales activos de cada SBP enumerado en el artículo 2, punto 2, del DMA, es preciso señalar que contiene indicaciones pertinentes para la delimitación de los SBP ofrecidos por una empresa de forma integrada. Si la Comisión aplicara, para la delimitación de los SBP, criterios distintos de los aplicados por las empresas para el cálculo de los usuarios finales activos y de los usuarios profesionales activos de sus SBP, con el fin de valorar si se alcanzan los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA, las empresas no podrían beneficiarse de la seguridad jurídica que debe proporcionarles el anexo del DMA, como se establece en el considerando 20 de dicho Reglamento.

77 En estas circunstancias, también deben tenerse en cuenta, para la apreciación y la delimitación de los SBP según el DMA, las indicaciones que contiene el anexo del DMA en lo que respecta a los supuestos en los que los servicios prestados por una empresa deben considerarse SBP diferentes, en particular cuando se ofrecen de forma integrada.

78 Así, más concretamente, la sección D, 2, del anexo del DMA debe tenerse en cuenta para la evaluación de las circunstancias en las que los SBP prestados por las empresas deben considerarse un servicio único o servicios diferentes.

79 La sección D, 2, del anexo del DMA establece, a efectos del cálculo del número de «usuarios finales activos» y de «usuarios profesionales activos», lo siguiente:

> «c. La empresa prestadora de [SBP] considerará [SBP] diferentes aquellos servicios que la empresa de que se trate ofrezca de forma integrada, pero que:
> i) no pertenezcan a la misma categoría de [SBP] de conformidad con el artículo 2, punto 2, o
> ii) sean utilizados para fines diferentes por sus usuarios finales, usuarios profesionales o ambos, incluso si resultan ser los mismos usuarios finales y usuarios profesionales e incluso si pertenecen a la misma categoría de [SBP] con arreglo al artículo 2, punto 2.»

80 Así, la sección D, 2, letra c), inciso i), del anexo del DMA permite confirmar la apreciación de la Comisión, formulada en el considerando 172 de la Decisión impugnada, según la cual Messenger, como SBP de tipo NIICS, debe separarse del SBP de tipo red social en línea Facebook en el que está integrado, ya que esos servicios no pertenecen a la misma categoría de SBP.

81 Esta conclusión no queda desvirtuada por la argumentación de la demandante según la cual, con arreglo a la sección D, 2, letra c), inciso ii), del anexo del DMA, los SBP de que se trata pueden considerarse SBP diferentes si se utilizan para fines distintos, mientras que Messenger y Facebook tienen las mismas finalidades de utilización. En efecto, el criterio de la finalidad de la utilización de los servicios en cuestión constituye, según los términos de la sección D, 2, letra c), del anexo del DMA, un criterio alternativo al aplicado en el presente asunto, de modo que la demandante no puede extraer ningún argumento de esta disposición.

82 Debe desestimarse por tanto la tercera imputación y, en consecuencia, la primera parte del primer motivo.

Segunda parte, relativa a los criterios jurídicos aplicables para calificar un servicio como Messenger de SBP de tipo NIICS

83 La demandante alega que la Comisión no interpretó ni aplicó correctamente los artículos 2, puntos 7 y 9, y 3, apartados 1, letra b), y 9, del DMA al designar a Messenger como un SBP de tipo NIICS. Más concretamente, la demandante no niega que Messenger responde a la definición de NIICS, en el sentido de la Directiva (UE) 2018/1972 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de diciembre de 2018, por la que se establece el Código Europeo de las Comunicaciones Electrónicas (DO 2018, L 321, p. 36; en lo sucesivo, «Código de las Comunicaciones Electrónicas»). Sin embargo, reprocha a la Comisión haber incurrido en un error de Derecho al considerar que un servicio que responde a la definición del NIICS prevista por dicho Código debía calificarse necesariamente de SBP de tipo NIICS en el sentido del DMA. Según la demandante, un servicio como Messenger, que constituye una mera funcionalidad de conversación en línea de una red social en línea, puede estar comprendido, *a priori*, en dos categorías diferentes de SBP, a saber, la categoría de SBP de tipo NIICS y la de SBP de tipo red social en línea, de la que forma parte dicho servicio. Por lo tanto, a su juicio, procede realizar una apreciación *in concreto* del servicio, basada en pruebas, con el fin de determinar en qué categoría de SBP encaja mejor ese servicio.

84 En apoyo de su argumentación, en primer lugar, la demandante alega que el enfoque adoptado por la Comisión en la Decisión impugnada no tiene en cuenta la definición del SBP de tipo red social en línea enunciada en el artículo 2, punto 7, del DMA, que obliga expresamente a incluir la función de conversación en línea de una red social en línea en el perímetro del SBP de tipo red social en línea.

85 En segundo lugar, la demandante alega que el hecho de considerar, como hizo la Comisión en la Decisión impugnada, que un servicio no puede formar parte de un SBP de tipo red social en línea si ya responde a la definición del NIICS equivale a ignorar el carácter autónomo de la definición de red social en línea enunciada en el DMA, ya que no establece una relación de subordinación con la definición de SBP de tipo NIICS que figura en el Código de las Comunicaciones Electrónicas o con la del NIICS prevista en el artículo 2, punto 9, del DMA.

86 En tercer lugar, la demandante sostiene que la Comisión adoptó un enfoque incoherente y discriminatorio, ya que apreció de manera diferente las funcionalidades de conversación en línea de otras redes sociales en línea como TikTok. Según ella, en su Decisión C(2023) 6102 final, de 5 de septiembre de 2023, relativa a una decisión adoptada en virtud del artículo 3 del DMA (asunto DMA.100040 — ByteDance — Online social networking services), de la que se publicó un resumen en el *Diario Oficial de la Unión Europea* (DO C, C/2023/552), que designa a ByteDance como guardián de acceso, la Comisión admitió que, *a priori*, un servicio podía responder a las definiciones de varios SBP y, en particular, evaluó debidamente si TikTok correspondía más bien a un servicio de plataforma de intercambio de vídeos o a un servicio de red social en línea.

87 La Comisión, apoyada por la República Francesa, rebate las alegaciones de la demandante.

88 Según se indica en el apartado 39 de la presente sentencia, el artículo 2, punto 2, del DMA establece que se entenderá por SBP cualquiera de los elementos enumerados en dicha disposición y, en particular, los servicios de redes sociales en línea y los NIICS.

89 El artículo 2, punto 9, del DMA precisa que, a efectos de ese Reglamento, se entenderá por NIICS «un [NIICS] tal como se define en el artículo 2, punto 7, [del Código de las Comunicaciones Electrónicas]».

90 El artículo 2, punto 7, del Código de las Comunicaciones Electrónicas define el NIICS como un «servicio de comunicaciones interpersonales que no conecta a través de recursos de numeración pública asignados, es decir, de un número o números de los planes de numeración nacional o internacional, o no permite la comunicación con un número o números de los planes de numeración nacional o internacional».

91 Para comprender el concepto de NIICS del Código de las Comunicaciones Electrónicas, también debe tenerse en cuenta la definición de «servicio de comunicaciones interpersonales» prevista en el artículo 2, punto 5, del mismo Código, que se refiere a un servicio «prestado por lo general a cambio de una remuneración que permite un intercambio de información directo, interpersonal e interactivo a través de redes de comunicaciones electrónicas entre un número finito de personas, en el que el iniciador de la comunicación o participante en ella determina el receptor o receptores y no incluye servicios que permiten la comunicación interpersonal e interactiva como una mera posibilidad secundaria que va intrínsecamente unida a otro servicio».

92 En primer lugar, procede señalar que, en el presente asunto, en los considerandos 165 y 166 de la Decisión impugnada, la Comisión valoró si Messenger respondía a la definición del NIICS prevista en el DMA y concluyó que así era aplicando los criterios establecidos en el Código de las Comunicaciones Electrónicas al que se remite el DMA.

93 En efecto, la Comisión indicó, en el considerando 166 de la Decisión impugnada, que Messenger respondía a las definiciones del servicio de comunicaciones interpersonales y del NIICS previstas en el artículo 2, puntos 5 y 7, del Código de las Comunicaciones Electrónicas, puesto que dicho servicio permitía el intercambio interpersonal e interactivo de información entre un número finito de personas y no establecía una conexión con recursos de numeración pública asignados.

94 Como señaló la Comisión en el considerando 167 de la Decisión impugnada, la demandante no negó, durante el procedimiento administrativo, que Messenger respondiera a las definiciones establecidas en el artículo 2, puntos 5 y 7, del Código de las Comunicaciones Electrónicas, posición que reiteró en sus escritos y, en respuesta a una pregunta del Tribunal General, en la vista.

95 En segundo lugar, procede señalar que la Comisión indicó acertadamente, en los considerandos 169 y 172 de la Decisión impugnada, que el hecho de que pudiera considerarse que Messenger se prestaba de forma integrada con el SBP de tipo red social en línea Facebook, en la medida en que constituía la funcionalidad de conversación en línea de esa red social, no impedía que ese servicio pudiera considerarse un SBP de tipo NIICS, separado de esa red social en línea.

96 En efecto, para empezar, como se ha indicado en el apartado 79 de la presente sentencia, la sección D, 2, letra c), inciso i), del anexo del DMA establece que la empresa prestadora de SBP debe considerar diferentes los servicios que ofrece de manera integrada, pero que no pertenezcan a la misma categoría de SBP de conformidad con el artículo 2, punto 2, del DMA.

97 Por otra parte, el hecho de que un NIICS como Messenger pueda considerarse un SBP separado, aunque en cierta medida se preste de forma integrada con otros SBP, no es contrario al DMA.

98 A este respecto, procede señalar que, precisamente, el legislador de la Unión contempló este tipo de configuración. En efecto, el considerando 64 del DMA señala que los guardianes de acceso a menudo prestan NIICS en el marco de su ecosistema de plataforma, lo que obstaculiza aún más la entrada en el mercado de proveedores alternativos de esos servicios e incrementa los costes para los usuarios finales que quieran cambiar de proveedor. Así pues, el legislador de la Unión era plenamente consciente de la complejidad de la composición de determinados ecosistemas de plataformas que incluían, en particular, servicios complementarios que podían acoplarse o estar interconectados, así como, más concretamente, del carácter habitual de la prestación de NIICS, como Messenger, en el marco de tales ecosistemas.

99 Por lo tanto, la Comisión estimó acertadamente que el hecho de que Messenger pudiera considerarse ofrecido de forma integrada con el SBP de tipo red social en línea Facebook, en la medida en que constituía la funcionalidad de conversación en línea de este último, no impedía que pudiera ser considerado como un SBP de tipo NIICS separado de esa red social en línea.

100 No obstante, la demandante alega que la Decisión impugnada adolece de un error de Derecho en la medida en que la Comisión no tuvo en cuenta que un servicio que respondía a la definición del NIICS establecida en el Código de las Comunicaciones Electrónicas podía responder tanto a la definición de SBP de tipo NIICS como a la de SBP de tipo red social en línea, al formar parte integrante de dicha red social, y que procedía efectuar una apreciación *in concreto* de las condiciones en las que se prestaba ese NIICS para determinar en qué SBP encajaba mejor. A su juicio, si la Comisión hubiera interpretado correctamente los criterios jurídicos previstos en el DMA para delimitar los SBP, habría llevado a cabo tal apreciación en relación con Messenger.

101 Sin embargo, de la Decisión impugnada se desprende que, en el caso de autos, la Comisión no se limitó a constatar que Messenger respondía a la definición del NIICS, en el sentido del Código de las Comunicaciones Electrónicas, para concluir que dicho servicio debía calificarse de SBP de tipo NIICS en el sentido del DMA. En efecto, tras constatar, en el considerando 166 de la Decisión impugnada, que Messenger respondía a la definición del NIICS, en el sentido del Código de Comunicaciones, y precisar, en este contexto, en los considerandos 167 a 169 de la Decisión impugnada, las razones por las que no podía aplicársele la excepción prevista para los servicios que permiten la comunicación interpersonal e interactiva como una mera posibilidad secundaria que va intrínsecamente unida a otro servicio, la Comisión prosiguió su apreciación, en particular en los considerandos 176 a 190 de la Decisión impugnada, con un análisis concreto de las condiciones y circunstancias en las que Messenger se ofrecía.

102 Así, para empezar, en el considerando 177 de la Decisión impugnada, la Comisión indicó que de la manera en que se ofrecía Messenger y, en particular, del hecho de que Meta había desarrollado una aplicación separada y autónoma para este servicio en relación con los dispositivos móviles, que constituía el punto de entrada a Messenger para la [*confidencial*] mayoría de los usuarios, como se ha indicado en el apartado 42 de la presente sentencia, se colegía que este servicio había evolucionado para ofrecer al usuario una experiencia distinta de la de Facebook y convertirse en un NIICS autónomo. A continuación, en los considerandos 177 a 180 de la Decisión impugnada, la Comisión consideró que las comunicaciones de Meta a sus inversores, las comunicaciones comerciales destinadas al público, las comunicaciones a los usuarios y los informes financieros confirmaban que la propia Meta veía a Messenger como un servicio autónomo, según se ha indicado en el apartado 59 de la presente sentencia. Por último, en el considerando 181 de la

Decisión impugnada, la Comisión constató que, al proporcionar y promover herramientas específicas que permiten a las empresas interactuar con los usuarios en Messenger, Meta veía a Messenger como una plataforma autónoma dentro de su ecosistema, según se ha indicado en el apartado 44 de la presente sentencia.

103 La Comisión concluyó que Messenger era un servicio distinto que los consumidores podían utilizar y utilizaban por separado, por lo que procedía calificarlo de SBP de tipo NIICS diferente y autónomo de la red social en línea Facebook.

104 En estas circunstancias, debe señalarse que, en el caso de autos, aun suponiendo que la argumentación de la demandante expuesta en el apartado 100 de la presente sentencia fuera fundada, no podría dar lugar a la anulación de la Decisión impugnada en el marco del presente recurso dado que, en cualquier caso, la Comisión llevó a cabo un análisis concreto de las condiciones y circunstancias en las que Messenger se ofrecía.

105 Por otra parte, la demandante impugna esta apreciación *in concreto* de las condiciones en las que Messenger se ofrecía a los usuarios en el marco de la primera parte del primer motivo.

106 Por lo tanto, la argumentación principal de la demandante expuesta en el apartado 100 de la presente sentencia y los argumentos formulados en apoyo de esta deben considerarse inoperantes.

107 Habida cuenta de las consideraciones anteriores, procede desestimar la segunda parte del primer motivo por ser, en parte, infundada y, en parte, inoperante.

Tercera parte, relativa a la impugnación de la presunción según la cual Messenger constituía una puerta de acceso importante

108 La demandante sostiene que, incluso en el supuesto de que la Comisión no hubiera incurrido en error al calificar a Messenger de SBP de tipo NIICS, no interpretó ni aplicó correctamente el artículo 3, apartados 1, letra b), y 9, del DMA al concluir que dicho servicio era, individualmente, una puerta de acceso importante.

109 La tercera parte del motivo se articula en tres imputaciones.

– Primera imputación, basada en la refutación de la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA

110 La demandante alega que la Comisión no demostró, en la Decisión impugnada, que Messenger constituyera una puerta de acceso importante, en el sentido del artículo 3, apartado 1, letra b), del DMA. A este respecto, señala, en particular, que la Comisión ignoró o descartó erróneamente las pruebas que presentó para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA.

111 La Comisión, apoyada por la República Francesa, rebate los argumentos de la demandante.

112 Como se ha indicado en el apartado 38 de la presente sentencia, según el artículo 3, apartado 1, del DMA, una empresa será designada como guardián de acceso cuando cumpla tres condiciones acumulativas, entre ellas la de prestar un SBP que es una puerta de acceso importante.

113 Con arreglo al artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA, se presumirá que una empresa cumple la condición relativa a la prestación de un SBP que es una puerta de acceso importante, a efectos de ser designada como guardián de acceso, si, en el último ejercicio, el SBP en cuestión ha tenido al menos 45 millones mensuales de usuarios finales activos establecidos o situados en la Unión Europea y al menos 10 000 usuarios profesionales activos anuales establecidos en la Unión.

114 El artículo 3, apartado 5, del DMA establece que las presunciones a que se refiere el artículo 3, apartado 2, del DMA pueden refutarse cuando una empresa presente, «junto con su notificación, argumentos suficientemente fundamentados para demostrar que, excepcionalmente, pese a haber alcanzado todos los umbrales establecidos en [tal] apartado 2, dadas las circunstancias en las que opera el [SBP] de que se trate, no cumple los requisitos enumerados en el apartado 1 [del artículo 3 del DMA]».

115 En el presente asunto, procede examinar si, como sostiene la demandante, la Comisión concluyó erróneamente que los argumentos que presentó no estaban suficientemente fundamentados, en el sentido del artículo 3, apartado 5, del DMA, para poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA.

116 En primer lugar, la demandante afirma haber demostrado durante el procedimiento administrativo que Messenger abarcaba únicamente [*0-5*] % del tráfico de comunicaciones *business-to-consumer* (en lo sucesivo, «B2C») en el Espacio Económico Europeo (EEE), siendo los principales medios utilizados por los usuarios profesionales para ponerse en contacto con los usuarios finales el teléfono y el correo electrónico. La apreciación de este elemento en la Decisión impugnada es, a juicio de la demandante, manifiestamente errónea y no está suficientemente motivada.

117 A este respecto, en primer término, procede señalar que el artículo 3, apartado 5, del DMA no establece una lista exhaustiva de elementos que puedan presentarse para refutar las presunciones establecidas en el apartado 2 del mismo artículo, sino que se limita a hacer referencia a las «circunstancias en las que opera el [SBP] de que se trate» (véase, en este sentido, la sentencia de 17 de julio de 2024, Bytedance/Comisión, T-1077/23, recurrida en casación, EU:T:2024:478, apartado 50). Además, el considerando 23 del DMA precisa que, «en su valoración de las pruebas y los argumentos presentados [con arreglo al artículo 3, apartado 5, párrafo primero, del DMA], la Comisión únicamente debe tener en cuenta aquellos elementos relacionados de manera directa con los criterios cuantitativos, en particular la influencia de la empresa prestadora de [SBP] en el mercado interior más allá de los ingresos o de la capitalización bursátil, como su tamaño en términos absolutos, y el número de Estados miembros en los que está presente; en qué medida el número real de usuarios profesionales y usuarios finales supera los umbrales y la importancia del [SBP] de la empresa, teniendo en cuenta la escala global de las actividades del [SBP] de que se trate; y el número de años en los que se hayan alcanzado los umbrales». La lista de elementos que pueden tenerse en cuenta, citados en este considerando, no es exhaustiva (véase, en este sentido, la sentencia de 17 de julio de 2024, Bytedance/Comisión, T-1077/23, recurrida en casación, EU:T:2024:478, apartado 49).

118 En segundo término, del considerando 23 del DMA se desprende que, para ser tomados en consideración, los argumentos y las pruebas presentados por la empresa afectada deben estar «relacionados de manera directa con los criterios cuantitativos», con la precisión de que los términos «criterios cuantitativos» se refieren a los umbrales cuantitativos establecidos en el artículo 3, apartado 2, del DMA (sentencia de 17 de julio de 2024, Bytedance/Comisión, T-1077/23, recurrida en casación, EU:T:2024:478, apartado 47). Tales argumentos y pruebas

están relacionados de manera directa con estos umbrales cuantitativos cuando pretenden refutar concreta y específicamente una de las tres presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA (véase, en este sentido, la sentencia de 17 de julio de 2024, Bytedance/Comisión, T-1077/23, recurrida en casación, EU:T:2024:478, apartado 326).

119 Así pues, no puede excluirse, *a priori*, que las pruebas relativas a la importancia de Messenger en el conjunto de las comunicaciones B2C sean pertinentes para fundamentar las circunstancias en las que opera dicho SBP, siempre que tales pruebas estén «relacionadas de manera directa», en el sentido del considerando 23 del DMA, con los umbrales cuantitativos establecidos en el artículo 3, apartado 2, letra b), de ese Reglamento.

120 Sin embargo, es preciso señalar que la Comisión examinó los argumentos de la demandante basados en la supuesta escasa importancia de Messenger en el conjunto de las comunicaciones B2C en el EEE y concluyó, acertadamente, que dichos argumentos no estaban suficientemente fundamentados para poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA.

121 A este respecto, el nivel de prueba requerido para poner en entredicho las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA ha sido determinado por el propio legislador de la Unión, que ha exigido a la empresa afectada, sobre la que recae la carga de la prueba, que presente unos argumentos suficientemente fundamentados que pongan en entredicho de forma manifiesta tales presunciones (sentencia de 17 de julio de 2024, Bytedance/Comisión, T-1077/23, recurrida en casación, EU:T:2024:478, apartado 61). De las expresiones «excepcionalmente» y «de forma manifiesta», recogidas en el artículo 3, apartado 5, del DMA, se desprende inequívocamente que el nivel de prueba requerido a la empresa afectada es elevado, en el sentido de que los argumentos presentados por esta última deben poder demostrar, con un alto grado de plausibilidad, que las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA quedan en entredicho (sentencia de 17 de julio de 2024, Bytedance/Comisión, T-1077/23, recurrida en casación, EU:T:2024:478, apartado 71).

122 Pues bien, en el caso de autos, la Comisión constató que los argumentos formulados por la demandante durante el procedimiento administrativo no eran concluyentes en la medida en que la cifra invocada por esta, mencionada en el apartado 116 de la presente sentencia, se basaba en un método de cálculo que la Comisión utiliza en el ámbito del Derecho de la competencia sin explicar su pertinencia en el contexto de la refutación de la presunción en cuestión. Así pues, la Comisión no incurrió en error de apreciación al indicar, en el considerando 226 de la Decisión impugnada, que la demandante no había aportado datos o explicaciones para fundamentar sus alegaciones a este respecto.

123 Por otra parte, en el considerando 227 de la Decisión impugnada, la Comisión indicó acertadamente que los argumentos mencionados en el apartado 116 anterior quedaban desvirtuados por el hecho de que la demandante proporcionaba herramientas ampliamente utilizadas por los usuarios profesionales para ponerse en contacto con los usuarios finales a través de Messenger, lo que acreditaba la importancia de Messenger como canal de comunicación B2C.

124 Además, procede señalar, como hizo la Comisión en el considerando 220 de la Decisión impugnada, que Messenger superaba significativamente el umbral relativo a los usuarios profesionales, establecido en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA, dado que el número de empresas que utilizaban ese servicio era superior a [*confidencial*] millones para cada uno de los

años entre 2020 y 2022, mientras que dicho umbral se fijaba en 10 000. Pues bien, de conformidad con el considerando 23 del DMA, la medida en que el número de usuarios profesionales supera ese umbral es pertinente en el marco del análisis de los argumentos de una empresa dirigidos a cuestionar la presunción derivada del artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA.

125 Por último, por lo que respecta a la supuesta falta de motivación alegada por la demandante en este contexto, procede señalar que los considerandos 226 a 228 de la Decisión impugnada contienen explicaciones que explicitan de manera clara e inequívoca el razonamiento de la Comisión en cuanto al rechazo de las alegaciones de la demandante. Así pues, esta motivación cumple las exigencias derivadas del artículo 296 TFUE, tal como se han recordado en el apartado 53 de la presente sentencia.

126 En segundo lugar, la demandante sostiene que la Comisión no tuvo suficientemente en cuenta la circunstancia de que, incluso en la categoría más limitada de los «servicios de conversación en línea», existía una amplia gama de servicios distintos de Messenger, como los servicios de redes sociales (TikTok, X y Snapchat), los servicios de conferencia a distancia (Microsoft Teams y Zoom) y los NIICS (WhatsApp, Signal y Telegram). También subraya la presencia de multiconexión, ya que el 73 % de los usuarios finales utilizan más de un servicio de conversación en línea. Siguiendo el enfoque de la Comisión consistente en tener en cuenta únicamente los servicios dentro de la categoría del SBP correspondiente, a saber, en el presente caso, la categoría de los NIICS, la demandante considera que no se tiene en cuenta el hecho de que las actividades de Messenger empalidecen en relación con las del correo electrónico, debiendo precisarse que, en particular, en 2020, se llevaron a cabo 67 millones de conversaciones B2C diariamente a través de correos electrónicos, mientras que solo [*0-5*] millones de conversaciones B2C se efectuaban a través de Messenger.

127 En cuanto a ello, procede recordar que la carga de la prueba en el marco de la refutación de las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA recae sobre la demandante. Pues bien, los argumentos y las pruebas presentados por esta última se referían únicamente a la existencia de otros servicios y a la multiconexión en general. En particular, estas alegaciones no estaban respaldadas por datos precisos sobre el uso de esos diferentes servicios y las características específicas y concretas de la multiconexión, a saber, en particular, su intensidad, es decir, el tiempo dedicado por un usuario a cada uno de los servicios de que se trata. Por lo que respecta a la información numérica relativa a la multiconexión citada por la demandante, a saber, el hecho de que el 73 % de los usuarios finales utilizan más de un servicio de conversación en línea, la Comisión podía considerar que no estaba suficientemente acreditada para poner en entredicho de forma manifiesta la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA, en la medida en que la cifra mencionada solo afectaba a los usuarios en Alemania para un año determinado, a saber, 2021, y, por tanto, no bastaba para apreciar la situación de la Unión en su conjunto.

128 Además, por lo que respecta a la pertinencia de los niveles de utilización de los servicios de correo electrónico, como Microsoft Outlook y Gmail, a los que se refiere la demandante, las alegaciones que presentó a este respecto no bastan para poner en tela de juicio las diferencias entre esos servicios y Messenger. En particular, el NIICS de la demandante no permite ni a los usuarios profesionales ni a los usuarios finales comunicarse libremente con los usuarios de otros servicios, a diferencia del correo electrónico, que permite enviar y recibir mensajes procedentes de otros proveedores de ese servicio.

129 En tercer lugar, la demandante sostiene que Messenger es un servicio utilizado masivamente en el contexto *consumer-to-consumer* (en lo sucesivo, «C2C»), lo que cuestiona la presunción de que constituye una puerta de acceso importante.

130 A este respecto, del considerando 15 del DMA se desprende que el hecho de que una empresa que presta SBP pueda desempeñar un papel de intermediario no solo entre los usuarios profesionales y los usuarios finales, sino también entre los usuarios finales, por ejemplo en el caso de NIICS, no impide concluir que tal empresa es o puede ser una puerta de acceso importante.

131 Por consiguiente, el mero hecho de que un SBP tenga, además de sus características B2C, características C2C, como en el caso de autos, no le permite eludir la calificación de puerta de acceso importante.

132 En cuarto lugar, la demandante alega que las comunicaciones B2C a través de Messenger solo pueden ser iniciadas por los usuarios finales, de modo que los usuarios profesionales no pueden utilizar Messenger como puerta de acceso importante para llegar a dichos usuarios.

133 Procede señalar que, a este respecto, la demandante se basa en el anexo A.28 de la demanda para sostener que los usuarios finales deben dar su consentimiento para recibir mensajes de los usuarios profesionales. Sin embargo, según confirmó la demandante en la vista, dicho anexo se presentó por primera vez en la demanda y no fue facilitado a la Comisión durante el procedimiento administrativo. Pues bien, con arreglo al artículo 3, apartado 5, del DMA, la empresa afectada no puede presentar por primera vez ante el Tribunal General argumentos o pruebas que no haya presentado durante el procedimiento administrativo para refutar las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA (sentencia de 17 de julio de 2024, Bytedance/Comisión, T-1077/23, recurrida en casación, EU:T:2024:478, apartado 234). Así pues, el anexo A.28 de la demanda es inadmisible.

134 En cualquier caso, la posibilidad de «lleg[ar] a los usuarios finales» establecida en el artículo 3, apartado 1, letra b), del DMA no significa que los usuarios profesionales deban tener necesariamente la posibilidad de iniciar los contactos con dichos usuarios. Ni el artículo 3 del DMA ni la definición de los usuarios profesionales activos, establecida en la sección E del anexo del DMA, que se refiere a las empresas «que han utilizado una cuenta comercial o que han iniciado una comunicación o participado de alguna manera en una comunicación a través del [NIICS] para comunicarse directamente con un usuario final», exigen que exista tal posibilidad.

135 Ello es tanto más cierto en el presente asunto cuanto que, como señaló la Comisión en el considerando 222 de la Decisión impugnada, Messenger ofrece la posibilidad de lanzar una conversación en respuesta a una publicidad a través de la función «clic para enviar un mensaje», que permite «dirigir hacia una conversación en Messenger», ya que tal medio puede incitar a los usuarios finales a ponerse en contacto con los usuarios profesionales.

136 En quinto lugar, la demandante alega que el proyecto de informe del Organismo de Reguladores Europeos de las Comunicaciones Electrónicas (ORECE) sobre la regulación *ex ante* de los guardianes de acceso digitales, de 11 de marzo de 2021, proponía que los NIICS no se considerasen todavía SBP proporcionados por guardianes de acceso.

137 Sin embargo, este documento no aborda el caso específico de Meta y de los servicios en cuestión, de modo que no pone en tela de juicio la apreciación individualizada de Meta y de dichos servicios en la Decisión impugnada. En cualquier caso, la versión final de tal informe ya no contiene reserva alguna en cuanto a la calificación de los NIICS como puertas de acceso importantes.

138 En sexto lugar, la demandante cuestiona determinados argumentos adicionales de la Comisión que figuran en los considerandos 222 y 227 de la Decisión impugnada y que se refieren, en esencia, a la pertinencia de las herramientas adicionales de conexión puestas a disposición de los usuarios profesionales para comunicarse a través de Messenger con los usuarios finales.

139 A este respecto, procede señalar que del considerando 222 de la Decisión impugnada se desprende que la circunstancia de que una empresa proporcione tales herramientas adicionales no se consideró, como tal, decisiva por la Comisión, sino que solo fue un argumento que reforzaba el rechazo, en los considerandos 220 a 223 de la Decisión impugnada, de los argumentos y las pruebas presentados por la demandante en el marco de la refutación de la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA.

140 Además, la demandante no niega que Meta ofrezca las herramientas antes mencionadas a los usuarios profesionales. Por una parte, se limita a sostener que dichas empresas no están en condiciones de iniciar una comunicación en Messenger. Pues bien, este argumento ya ha sido rechazado en los apartados 133 a 135 anteriores. Por otra parte, alega que tales herramientas se facilitan normalmente por otros servicios de redes sociales para sus funcionalidades de conversación en línea. Pues bien, la demandante no precisa de qué modo el mero hecho de que otras empresas proporcionen herramientas similares permite refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA.

141 En séptimo lugar, según la demandante, el enfoque de la Comisión conduce a una desigualdad de trato entre Messenger y otras empresas y sus servicios, que también fueron sometidos a los procedimientos del DMA, a saber, el servicio de navegador de Internet de Samsung y el servicio iMessage de Apple, ya que, en cuanto a estos servicios, la Comisión aceptó argumentos similares a los que la demandante formuló. En cuanto a los servicios Gmail de Alphabet y Outlook de Microsoft, el enfoque de la Comisión es incoherente, prosigue, en la medida en que esta consideró que se habían presentado argumentos suficientemente fundamentados, en relación con tales servicios, para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA, a pesar de que esos servicios contaban con varios millones de usuarios profesionales y de usuarios finales.

142 Sin embargo, en primer término, la demandante no ha explicado en qué medida su situación en relación con Messenger es comparable a la de empresas que operan otro tipo de SBP, como Samsung en relación su navegador de Internet.

143 En segundo término, por lo que respecta a los servicios iMessage de Apple, Gmail de Alphabet y Outlook de Microsoft, la demandante no ha demostrado que, aparte de tratarse del mismo tipo de SBP, su situación fuera comparable a la de Messenger. Además, la comparación efectuada por la demandante con los servicios Gmail de Alphabet y Outlook de Microsoft se basa únicamente en que esos servicios cuentan con un cierto número de usuarios profesionales y de usuarios finales, sin que se hayan tenido en cuenta el conjunto de circunstancias en las que esos servicios operaban.

144 Habida cuenta de lo anterior, deben desestimarse los argumentos formulados por la demandante para refutar la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA.

145 Por lo tanto, procede desestimar por infundada la primera imputación de la tercera parte del primer motivo.

– Segunda imputación, relativa a la exigencia de que Messenger constituya «individualmente» una puerta de acceso importante

146 La demandante alega que, en el artículo 3, apartado 9, del DMA, el término «individualmente» significa que cada SBP debe apreciarse por separado y de manera distinta, incluso en lo que respecta al cálculo del número de usuarios finales a efectos de la apreciación de los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA. Sostiene, en esencia, que la Comisión estaba obligada a aplicar un método de cálculo de los usuarios finales de Messenger que solo tuviera en cuenta a los usuarios finales que hacían de dicho servicio un uso distinto del de la funcionalidad de conversación en línea del servicio de red social en línea Facebook. Según ella, el enfoque distinto adoptado por la Comisión en la Decisión impugnada equivale a incluir a los usuarios de otro SBP y conduce así a una doble contabilización de los usuarios.

147 Por otra parte, prosigue, en cuanto al número de usuarios profesionales activos, la Comisión no puede limitarse a utilizar los datos relativos a una semana del año 2020.

148 La Comisión, apoyada por la República Francesa, rebate los argumentos de la demandante.

149 Como se ha señalado en el apartado 113 de la presente sentencia, según el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA, se considera que una empresa cumple la condición de prestar un SBP que constituye una puerta de acceso importante si, en el último ejercicio, dicho SBP ha tenido al menos 45 millones mensuales de usuarios finales activos establecidos o situados en la Unión y al menos 10 000 usuarios profesionales activos anuales establecidos en la Unión.

150 Según el artículo 3, apartado 9, del DMA, «en relación con cada empresa designada como guardián de acceso con arreglo al apartado 4 o al apartado 8, la Comisión enumerará en la decisión de designación los [SBP] pertinentes que preste esa empresa y que sean individualmente una puerta de acceso importante para que los usuarios profesionales lleguen a los usuarios finales tal como se menciona en el apartado 1, letra b)».

151 En primer lugar, procede señalar que el término «individualmente» que figura en el artículo 3, apartado 9, del DMA no implica que la Comisión estuviera obligada a aplicar un método de cálculo de los usuarios finales de Messenger que tuviera en cuenta únicamente a los usuarios finales que hacían de dicho servicio un uso distinto de la funcionalidad de conversación en línea del servicio de red social en línea Facebook.

152 En efecto, el artículo 2, punto 20, del DMA establece que por «usuario final» se entenderá «toda persona física o jurídica que utilice [SBP] y que no lo haga como usuario profesional». Según el punto 21 del mismo artículo, un usuario profesional es «toda persona física o jurídica que, a título comercial o profesional, utilice [SBP] para suministrar productos o prestar servicios a los usuarios finales o utilice dichos servicios en el marco del suministro de productos o la prestación de servicios a los usuarios finales».

153 El considerando 20 del DMA dispone:

«[…] Los usuarios finales activos y los usuarios profesionales deben identificarse y calcularse de modo que se represente adecuadamente la función y el alcance del [SBP] específico de que se trate. A fin de proporcionar seguridad jurídica a los guardianes de acceso, los elementos para determinar el número de usuarios finales activos y de usuarios profesionales por [SBP] deben indicarse en el anexo del presente Reglamento. […]»

154 Por lo que respecta a los usuarios finales activos de un NIICS, el cuadro que figura en la sección E, titulado «Definiciones específicas», del anexo del DMA precisa que esos usuarios son aquellos «que han iniciado una comunicación o participado de alguna manera en una comunicación a través del [NIICS] al menos una vez durante el mes».

155 Así, conforme a la definición de «usuario final» de un NIICS establecida en el anexo del DMA, el hecho de utilizar Messenger, a saber, iniciar una comunicación o participar en ella a través de Messenger una vez en el curso del mes, independientemente de la utilización de cualquier otro servicio o SBP, basta para ser considerado usuario final activo, a efectos del artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA. Tener en cuenta, como propone la demandante, únicamente una parte de estos usuarios, en particular los que tienen una cuenta de Facebook desactivada o los que han utilizado «solo Messenger», no permite «represent[ar] adecuadamente la función y el alcance» de Messenger, como preconiza el considerando 20 del DMA.

156 En segundo lugar, del considerando 197 de la Decisión impugnada resulta que la Comisión tuvo en cuenta el número de usuarios finales de Messenger activos mensuales. Así pues, la Comisión consideró los usuarios que recurrieron a Messenger, y la circunstancia de que también utilizaran o no otro servicio, en particular la red social en línea de Facebook, no tuvo incidencia alguna.

157 A este respecto, como se indica en el apartado 98 de la presente sentencia, el considerando 64 del DMA se refiere expresamente al hecho de que los guardianes de acceso a menudo proporcionan NIICS en el marco de un ecosistema de plataforma. Así, es posible que un NIICS se preste de forma integrada con un SBP de tipo red social en línea y que, en tal configuración, una parte de los usuarios finales utilice ambos SBP. A pesar de esta configuración, la sección D, 2, letra c), inciso i), del anexo del DMA obliga a las empresas que prestan uno o varios SBP a considerar que los servicios que ofrecen de forma integrada, pero que no pertenecen a la misma categoría de SBP definidos en el artículo 2, punto 2, del DMA, son SBP diferentes (véase el apartado 79 de la presente sentencia). Además, la sección A, 3, del anexo del DMA establece que «una misma persona física o jurídica pued[e] ser simultáneamente usuario final activo y usuario profesional activo de diferentes servicios básicos de plataforma». Así pues, la Comisión aplicó correctamente estas disposiciones al tener en cuenta a los usuarios finales activos de Messenger sin considerar si esos mismos usuarios utilizaban o no, por otra parte, el SBP de tipo red social en línea Facebook.

158 En tercer lugar, por lo que respecta al argumento de la demandante de que la Comisión no podía limitarse a utilizar, para calcular el número de usuarios profesionales activos de Messenger, el número de usuarios profesionales de ese servicio durante una semana del año 2020, procede señalar que incumbe a la empresa afectada identificar y calcular el número de usuarios finales activos y de usuarios profesionales activos, como se desprende de la sección A, 1, del anexo del DMA. Como precisan los puntos 4.1 y 4.2 del anexo I del Reglamento de Ejecución (UE) 2023/814 de la Comisión, de 14 de abril de 2023, relativo a las disposiciones detalladas para la tramitación de determinados procedimientos por parte de la Comisión con arreglo al [DMA] (DO 2023, L 102, p. 6), estos datos debían incluirse en la notificación. Por otra parte, si bien

corresponde en primer lugar a la empresa afectada alcanzar la mejor estimación posible en cuanto al cálculo del número de usuarios profesionales y de usuarios finales, nada impide a la Comisión exigir a la empresa proveedora de SBP que facilite toda la información necesaria para identificar a los usuarios profesionales activos o a los usuarios finales activos y calcular su número.

159 En el caso de autos, fue la propia demandante quien facilitó, con su notificación, los datos en cuestión relativos al mes de septiembre de 2020, que fueron extrapolados para los años 2020 a 2022, a petición de la Comisión. Además, en el considerando 199 de la Decisión impugnada, la Comisión señaló que la demandante no había presentado ninguna otra estimación ni ningún otro dato en los que pudiera basarse tal estimación.

160 A la luz de lo anterior, la Comisión consideró acertadamente, en el considerando 202 de la Decisión impugnada, que el cálculo del número de usuarios profesionales activos de Messenger se basaba en la mejor estimación posible y pudo constatar, sobre esta base, que se había alcanzado el umbral previsto en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA en lo que respecta a los usuarios profesionales.

161 En cuarto lugar, procede desestimar el argumento de la demandante relativo a una supuesta disuasión tecnológica. A este respecto, la demandante sostiene que el método utilizado por la Comisión para calcular el número de usuarios finales activos de Messenger desincentiva el desarrollo de funcionalidades autónomas adicionales dentro de un servicio, en la medida en que estas pueden calificarse de SBP diferentes, sujetos a las obligaciones del DMA. Sin embargo, la demandante no explica de modo suficiente en Derecho las razones por las que tal disuasión, suponiendo que estuviera acreditada, debería tenerse en cuenta en el marco del proceso de designación de una empresa como guardián de acceso, en el sentido del DMA. A este respecto, es cierto que, como se desprende, particularmente, del considerando 107 del DMA, el objetivo del DMA es garantizar que el sector digital en general, y los SBP en particular, son disputables y equitativos, con el fin de fomentar, en especial, la innovación. Sin embargo, es preciso señalar que el artículo 3 del DMA, relativo a la designación de los guardianes de acceso, no prevé que se tenga en cuenta la innovación tecnológica entre los criterios para dicha designación.

162 En consecuencia, procede desestimar por infundada la segunda imputación de la tercera parte del primer motivo.

– *Tercera imputación, basada en que la Comisión incurrió en error al no iniciar una investigación de mercado*

163 La demandante sostiene que la Comisión no podía concluir que Messenger constituía una puerta de acceso importante sin iniciar una investigación de mercado, con arreglo al artículo 17, apartados 1 o 3, del DMA. Según la demandante, en la medida en que había presentado argumentos suficientemente fundamentados que demostraban que Messenger no era individualmente una puerta de acceso importante, el DMA y el principio de buena administración obligaban a la Comisión a proceder a un examen más profundo de todos los elementos pertinentes. Además, a su juicio, la Comisión incurrió en error de Derecho y en error de apreciación al sugerir que el artículo 17, apartado 1, del DMA tenía por objeto la apertura de una investigación de mercado únicamente en las situaciones en las que un SBP no alcanzaba los umbrales cuantitativos establecidos en el artículo 3, apartado 2, del DMA.

164 La Comisión, apoyada por la República Francesa, rebate los argumentos de la demandante.

165 Según el artículo 17, apartado 1, del DMA, la Comisión «podrá llevar a cabo una investigación de mercado con el fin de examinar si debe designarse guardián de acceso de conformidad con el artículo 3, apartado 8, a una empresa prestadora de [SBP], o para determinar qué [SBP] han de enumerarse en la decisión de designación con arreglo al artículo 3, apartado 9» y «procurará concluir su investigación de mercado en un plazo de doce meses a partir de la fecha [de inicio de tal investigación de mercado]».

166 Según el artículo 17, apartado 3, del DMA, «cuando la empresa prestadora de [SBP alcance] los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, pero haya presentado argumentos suficientemente fundamentados de conformidad con el artículo 3, apartado 5, que hayan puesto en entredicho de forma manifiesta la presunción del artículo 3, apartado 2, la Comisión procurará concluir la investigación de mercado en un plazo de cinco meses a partir de la fecha [de inicio de tal investigación de mercado]».

167 Del tenor de las disposiciones mencionadas en los apartados 165 y 166 de la presente sentencia, respectivamente, se desprende que estas se refieren a situaciones diferentes.

168 En el supuesto contemplado en el artículo 17, apartado 1, del DMA, procede examinar si debe designarse a una empresa de conformidad con el artículo 3, apartado 8, del DMA, o determinar qué SBP han de enumerarse en la decisión de designación con arreglo al artículo 3, apartado 9, del DMA, a pesar de que dicha empresa o dichos SBP no alcancen los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, del DMA. Así pues, la referencia al artículo 3, apartado 9, del DMA que figura en el artículo 17, apartado 1, del mismo Reglamento abarca las situaciones en las que algunos SBP de una empresa alcanzan tales umbrales, mientras que otros SBP no los alcanzan. En estos casos, la Comisión tiene la facultad de iniciar una investigación de mercado sobre la base del artículo 17, apartado 1, del DMA para evaluar si dichos servicios cumplen los requisitos establecidos en el artículo 3, apartado 1, del DMA.

169 En cambio, el supuesto contemplado en el artículo 17, apartado 3, del DMA se aplica a las empresas que prestan servicios de SBP que alcancen los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, del DMA. En este supuesto, procede examinar si la empresa ha presentado argumentos suficientemente fundamentados en virtud del artículo 3, apartado 5, del DMA, a saber, argumentos dirigidos a demostrar que, excepcionalmente, pese a alcanzar todos los umbrales previstos por la disposición en cuestión y debido a las circunstancias en las que opera el SBP, no cumple los requisitos enumerados en el artículo 3, apartado 1, del DMA.

170 Por lo tanto, las empresas prestadoras de SBP que alcancen los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, del DMA, como es el caso de la demandante en cuanto a Messenger, no están comprendidas en el ámbito de aplicación del artículo 17, apartado 1, del DMA.

171 Por lo que respecta al argumento de que la Comisión debería haber iniciado una investigación de mercado en virtud del artículo 17, apartado 3, del DMA, procede señalar que, como se desprende del examen de las imputaciones primera y segunda de la tercera parte del primer motivo, la Comisión consideró acertadamente que la demandante no había presentado argumentos suficientemente fundamentados para demostrar que, excepcionalmente, pese a haber alcanzado todos los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, del DMA, debido a las circunstancias en las que Messenger operaba, no cumplía los requisitos enumerados en el artículo 3, apartado 1, del DMA. Así pues, no concurrían en ningún caso los requisitos establecidos en el artículo 17, apartado 3, del DMA para el inicio de una investigación de mercado, por lo que debe desestimarse la alegación de la demandante.

172 Por lo que respecta a la supuesta falta de motivación de la Decisión impugnada debido a la falta de explicación de las razones que llevaron a la Comisión a no iniciar una investigación de mercado, procede señalar, acerca de la aplicación del artículo 17, apartado 1, del DMA, que, en los considerandos 215 a 218 de la Decisión impugnada, la Comisión explicó las razones por las que no estaba obligada a iniciar una investigación de mercado sobre la base de esta disposición, que no se refiere al supuesto de Messenger, como se ha confirmado en el anterior apartado 170. En cuanto a la motivación de la decisión de la Comisión de no iniciar una investigación de mercado con arreglo al artículo 17, apartado 3, del DMA, en los considerandos 215 a 232 de la Decisión impugnada, la Comisión, como se ha señalado en los apartados 115 a 144 de la presente sentencia, apreció los argumentos de la demandante presentados en virtud del artículo 3, apartado 5, del DMA y concluyó que dichos argumentos no estaban suficientemente fundamentados para poner en entredicho de forma manifiesta las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA y que, por tanto, podían rechazarse sin que se iniciara una investigación de mercado con arreglo al artículo 17, apartado 3, del DMA. Dado que, de acuerdo con la jurisprudencia citada en el apartado 53 de la presente sentencia, estas explicaciones son claras e inequívocas, procede desestimar la argumentación de la demandante.

173 Además, es preciso desestimar las alegaciones de la demandante basadas en una supuesta desigualdad en relación con el trato dado a los servicios Bing, Edge y Microsoft Advertising de Microsoft, así como al servicio iMessage de Apple, en las decisiones de iniciar respecto a ellos una investigación de mercado con arreglo al artículo 17, apartado 3, del DMA.

174 En efecto, como se ha señalado en los anteriores apartados 64 y 65, por una parte, la Comisión está obligada a realizar un análisis individualizado de las circunstancias propias de cada asunto, sin estar vinculada por decisiones anteriores que afecten a otros operadores económicos o a otros SBP, y, por otra parte, el principio general de igualdad de trato se aplica a situaciones comparables.

175 Pues bien, en el presente asunto, para empezar, del tenor del artículo 3, apartado 5, del DMA se desprende que la Comisión «podrá» iniciar una investigación de mercado en las circunstancias previstas en el artículo 17, apartado 3, del DMA, lo que significa que dispone de un margen de apreciación a este respecto.

176 A continuación, por lo que respecta a los servicios Bing, Edge y Microsoft Advertising, que, por otra parte, no pertenecen a la misma categoría de SBP que Messenger, la demandante no ha explicado las razones por las que, según ella, se encuentran en una situación comparable a la de Messenger.

177 Por último, acerca del servicio iMessage, procede señalar que la Comisión decidió iniciar una investigación de mercado relativa a tal servicio tras haber concluido que Apple había presentado argumentos suficientemente fundamentados que ponían en entredicho de forma manifiesta las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA. Pues bien, como se ha señalado en los anteriores apartados 115 a 144, la demandante no ha formulado tales argumentos.

178 Por consiguiente, procede desestimar la tercera imputación y, así, la tercera parte del primer motivo.

Cuarta parte, basada en la vulneración de los derechos de defensa

179 La demandante sostiene que la Comisión vulneró sus derechos de defensa al introducir nuevas pruebas, en las que se basó en la Decisión impugnada, sin haberle dado la posibilidad de comentarlas en el marco del procedimiento administrativo.

180 La Comisión, apoyada por la República Francesa, rebate los argumentos de la demandante.

181 A pesar de que las decisiones adoptadas con arreglo al artículo 3, apartado 5, párrafo segundo, del DMA, como la Decisión impugnada, no se mencionan en el artículo 34, apartado 1, del DMA, titulado «Derecho a ser oído y de acceso al expediente», corresponde al juez de la Unión garantizar el conjunto de los derechos de defensa de los guardianes de acceso, incluido su derecho a ser oídos (véase, en este sentido, la sentencia de 17 de julio de 2024, Bytedance/Comisión, T-1077/23, recurrida en casación, EU:T:2024:478, apartados 340 a 343).

182 El derecho a ser oído garantiza a cualquier persona la posibilidad de expresar de manera adecuada y efectiva su punto de vista durante el procedimiento administrativo y antes de que se adopte cualquier decisión que pueda afectar desfavorablemente a sus intereses (véase la sentencia de 17 de julio de 2024, Bytedance/Comisión, T-1077/23, recurrida en casación, EU:T:2024:478, apartado 344 y jurisprudencia citada).

183 Así pues, la Comisión no puede sostener que, al incluir en el dictamen preliminar «los principales puntos de desacuerdo potencial en determinadas cuestiones clave incluidas en la notificación» y «los principales argumentos sobre cuya base [sus] conclusiones preliminares […] diferían de las presentadas por [la demandante] en su notificación», fue más allá del nivel de protección del derecho a ser oído previsto en el DMA. En efecto, dado que el derecho a ser oído abarca todos los antecedentes de hecho y fundamentos de Derecho en los que se basa el acto decisorio, incumbía a la Comisión oír a la demandante sobre dichos puntos.

184 Si bien el derecho a ser oído abarca todos los antecedentes de hecho y fundamentos de Derecho en los que se basa el acto decisorio, no comprende, sin embargo, la posición final que adopte la Administración (véase la sentencia de 17 de julio de 2024, Bytedance/Comisión, T-1077/23, recurrida en casación, EU:T:2024:478, apartado 349 y jurisprudencia citada).

185 En el presente asunto, de los autos se desprende que, antes de la adopción de la Decisión impugnada, la demandante fue oída en varias ocasiones. Así, para empezar, antes de la notificación se celebraron al menos seis reuniones entre la demandante y la Comisión, los días 26 de octubre y 8 y 15 de diciembre de 2022 y 9 de enero, 16 de mayo y 6 de junio de 2023. Además, de los autos se sigue que se dirigieron a la demandante al menos siete solicitudes de información durante el período anterior a dicha notificación. A continuación, tras la presentación de la notificación, que tuvo lugar el 3 de julio de 2023, la Comisión comunicó a la demandante, el 26 de julio de 2023, el dictamen preliminar y le dio la posibilidad de manifestar su posición, lo que esta hizo mediante dos escritos de 3 y 13 de agosto de 2023, respectivamente.

186 No obstante, la demandante sostiene que, a pesar de los intercambios mencionados en el anterior apartado 185, no tuvo ocasión de presentar sus observaciones sobre los argumentos y las pruebas contenidos en las notas n.os 144 a 148, 151, 154, 158 y 193 a 195 de la Decisión impugnada, que sirven de base a los considerandos 177, 179, 180, 221 y 222 de dicha Decisión.

187 En primer lugar, en las notas n.os 144 a 148 y 151 de la Decisión impugnada, que figuran en el considerando 177 de esa Decisión, la Comisión mencionó argumentos y pruebas dirigidos a respaldar su posición de que Messenger había evolucionado para convertirse en un NIICS diferente del SBP de tipo red social en línea Facebook. Así, en dichas notas, la Comisión indicó que se habían desarrollado aplicaciones distintas de Messenger para los dispositivos móviles que utilizan los sistemas operativos iOS y Android (nota n.º 144), para Windows e iMac (nota n.º 145), para iPads (nota n.º 146), para los dispositivos de realidad aumentada de la demandante (nota n.º 147), y que existía un sitio de Internet de la demandante dedicado a Messenger (nota n.º 148). Por otra parte, en la nota n.º 151, la Comisión citó una declaración pública del presidente ejecutivo de la demandante, en la que tomaba a Messenger como ejemplo para ilustrar su argumento de que determinadas funcionalidades de Facebook se habían desarrollado para convertirse en «experiencias diferentes».

188 El considerando 177 de la Decisión impugnada se inscribe en el marco de la apreciación de la Comisión según la cual Messenger constituye un SBP de tipo NIICS, y no la mera funcionalidad de conversación en línea del SBP de tipo red social en línea Facebook. Más concretamente, en dicho considerando, la Comisión afirmó que Messenger había evolucionado para convertirse en un NIICS diferente del SBP de tipo red social en línea Facebook.

189 Pues bien, la cuestión de la evolución de Messenger para convertirse en un SBP de tipo NIICS diferente fue discutida en el procedimiento administrativo. En particular, los argumentos que figuran en el considerando 177 de la Decisión impugnada se incluyeron en el punto 39, letra d), del dictamen preliminar. La demandante respondió a estos argumentos, en particular en el apartado 3.9, letra a), inciso ii), de su escrito de 3 de agosto de 2023. Así, la demandante tuvo ocasión de presentar sus observaciones sobre la posición de la Comisión, que se apoya, en particular, en los elementos que figuran en las notas n.os 144 a 148 y 151, según la cual Messenger había evolucionado, de hecho, de modo a convertirse en un SBP diferente.

190 En cualquier caso, las mencionadas notas eran adicionales a las pruebas destinadas a demostrar que Messenger había evolucionado de modo a convertirse en un SBP diferente. En efecto, la Comisión, en los considerandos 176 a 182 de la Decisión impugnada, sostuvo que Messenger era un SBP diferente basándose en otros argumentos y pruebas respecto de los cuales la demandante no alega que no haya tenido oportunidad de presentar sus observaciones, en particular los mencionados en las notas n.os 149, 150, 152, 153, 155 a 157 y 160 de la Decisión impugnada y en los considerandos 176 a 182 de dicha Decisión.

191 En segundo lugar, en la nota n.º 154 de la Decisión impugnada, que figura en el considerando 179 de dicha Decisión, la Comisión citó, como argumento, una página del sitio de Internet Facebook relativa a la posibilidad de utilizar Messenger como canal de comunicación en Instagram en lugar de la funcionalidad Instagram Direct.

192 El considerando 179 de la Decisión impugnada se inscribe en el marco de la apreciación de la Comisión según la cual Meta, en sus propias comunicaciones comerciales, así como en las comunicaciones para los inversores y los usuarios, contemplaba, presentaba y situaba a Messenger como un SBP diferente. Más concretamente, en ese considerando, la Comisión constató, en particular, que de dichas comunicaciones se desprendía que el vínculo, supuestamente intrínseco, entre Messenger y la red social en línea Facebook no era tan importante, al contrario de lo que afirmaba la demandante, habida cuenta de la existencia de vínculos similares entre dicho NIICS y otros servicios de Meta, en particular entre Messenger e Instagram.

193 A este respecto, en primer término, procede señalar que el vínculo entre Messenger y Facebook se discutió en el procedimiento administrativo. En efecto, en el punto 39, letra d), *in fine*, del dictamen preliminar, la Comisión cuestionó la alegación de la demandante relativa a dicho vínculo. Además, mediante solicitudes de información fechadas de 9 de marzo y de 30 de mayo de 2023, la Comisión formuló preguntas a la demandante sobre la posibilidad de utilizar Messenger en Instagram. Así pues, la demandante tuvo ocasión de presentar sus observaciones sobre las constataciones fácticas que figuran en el considerando 179 de la Decisión impugnada, relativas a la posibilidad de utilizar Messenger para comunicar en Instagram, y a las consecuencias que podían extraerse de ellas en relación con el vínculo entre Messenger y Facebook.

194 En segundo término, la conclusión de la Comisión, a la que llega en el considerando 179, según la cual el vínculo entre Facebook y Messenger no era tan importante como la demandante alegaba, se apoyaba en otros argumentos y pruebas respecto de los cuales la demandante no indica que no haya tenido la oportunidad de presentar sus observaciones, en particular las que figuran en las notas n.os 152, 153, 155 y 156 de la Decisión impugnada.

195 En tercer término, como se desprende del punto 23 de su respuesta a la solicitud de información de 9 de marzo de 2023 y del punto 23, letra c), de su respuesta a la solicitud de información de 30 de mayo de 2023, en el marco del procedimiento administrativo, la demandante no negó que era posible utilizar Messenger como canal de comunicación en Instagram en lugar de la funcionalidad Instagram Direct.

196 En tercer lugar, en la nota n.º 158 de la Decisión impugnada, que figura en el considerando 180 de dicha Decisión, la Comisión citó, como elemento de prueba, una declaración pública de la demandante, procedente de una teleconferencia sobre los resultados (*earnings call*), que menciona que Messenger representa una oportunidad de monetización importante.

197 El considerando 180 de la Decisión impugnada también se inscribe en el marco de la apreciación de la Comisión según la cual Meta, en sus propias comunicaciones comerciales, así como en las comunicaciones para los inversores y los usuarios, contemplaba, presentaba y situaba a Messenger como un SBP diferente. Más concretamente, en dicho considerando, la Comisión señaló, en particular, que, en las comunicaciones destinadas a los inversores, la demandante subrayaba las posibilidades de monetización del servicio Messenger como tal, refiriéndose a las herramientas de publicidad «clic para enviar un mensaje» y de mensajería de pago.

198 En cuanto a ello, en primer término, la cuestión de la estrategia de posicionamiento de Messenger como un servicio diferente, que resultaba, en particular, de las comunicaciones de Meta dirigidas a los inversores, fue discutida en el procedimiento administrativo. En efecto, en el punto 39, letra d), del dictamen preliminar, la Comisión constató que Meta había desarrollado una estrategia para posicionar a Messenger como un servicio diferente, basándose en las comunicaciones de carácter comercial y financiero de esta a sus usuarios e inversores. Así, en la nota n.º 59 del dictamen preliminar, la Comisión citó un ejemplo de comunicación de este tipo, a saber, el formulario 10-K para el ejercicio fiscal que finalizó el 31 de diciembre de 2022, mencionado también en la nota n.º 157 de la Decisión impugnada. La demandante respondió a dicha alegación, en particular en el apartado 3.9 de su escrito de 3 de agosto de 2023.

199 En segundo término, la Comisión, en el considerando 180 de la Decisión impugnada, sostuvo que, en su estrategia, Meta había posicionado a Messenger como un SBP diferente, basándose en la prueba mencionada en la nota n.º 157 de la Decisión impugnada, respecto de la cual la demandante no alega que no haya tenido oportunidad de presentar sus observaciones.

200 En tercer término, como se desprende del apartado 3.9 del escrito de la demandante de 3 de agosto de 2023, esta no refutó, en el marco del procedimiento administrativo, que Meta hubiera desarrollado una estrategia consistente en posicionar a Messenger como un servicio diferente, sino que únicamente refutó la pertinencia de tener en cuenta dicha estrategia para calificar a Messenger de NIICS a efectos del DMA.

201 En cuarto lugar, en la nota n.º 193 de la Decisión impugnada, que figura en el considerando 221 de dicha Decisión, la Comisión citó, como prueba, la investigación de Statista y un informe del ORECE sobre las percepciones y los comportamientos de los consumidores de la Unión acerca de las plataformas digitales de comunicación. Por lo que respecta a la investigación de Statista, la demandante alega que la Comisión, sin ofrecerle la posibilidad de presentar sus observaciones, utilizó este elemento de prueba para demostrar que Messenger superaba «en muy gran medida» los umbrales cuantitativos aplicables a efectos de una designación como puerta de acceso importante.

202 El considerando 221 de la Decisión impugnada forma parte del análisis de la refutación de la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA, entendiéndose que la Comisión constató que Messenger era uno de los servicios de comunicación en línea más utilizados en la Unión.

203 A este respecto, en primer término, la cuestión de la posición de Messenger en relación con los demás servicios de comunicación fue discutida en el procedimiento administrativo. En efecto, en el punto 47, letra b), del dictamen preliminar, la Comisión observó que, según los informes públicos y otras fuentes accesibles al público, Meta era uno de los proveedores de servicios de comunicación más utilizados en la Unión. Por otra parte, en la nota n.º 77 del dictamen preliminar, la Comisión citó el informe del ORECE mencionado en la nota n.º 193 de la Decisión impugnada. La demandante presentó observaciones sobre este elemento de prueba, en particular en el apartado 3.17 de su escrito de 3 de agosto de 2023.

204 En segundo término, el hecho de que Messenger haya superado los umbrales cuantitativos «en muy gran medida» queda acreditado por los datos relativos a los usuarios profesionales y a los usuarios finales de dicho servicio, comunicados a la Comisión por la demandante, sirviendo el informe de Statista únicamente para corroborar esos otros elementos de prueba. Por otra parte, la desestimación por la Comisión del argumento de la demandante de que Messenger no constituía una puerta de acceso importante no se basa exclusivamente en el hecho de que ese servicio superase significativamente los umbrales aplicables, sino también en argumentos y pruebas respecto de los cuales la demandante no alega que no haya tenido oportunidad de presentar sus observaciones, en particular el informe del ORECE, que demuestra que Messenger es la segunda aplicación de comunicación en los países estudiados, después de WhatsApp, así como el nivel de penetración importante de Messenger entre los usuarios finales en la Unión.

205 En quinto lugar, por lo que respecta al considerando 222 de la Decisión impugnada, que se basa en las pruebas que figuran en las notas n.ºs 194 y 195 de dicha Decisión, debe indicarse que también forma parte del análisis de la refutación de la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA. En particular, la Comisión constató que Messenger ofrecía herramientas para que los usuarios profesionales pudieran comunicarse con los usuarios finales. En la nota n.º 194, la Comisión citó el sitio de Internet de Meta, que confirmaba que se ofrecían las herramientas en cuestión. La Comisión también constató que Meta ofrecía a las empresas herramientas de publicidad para que los usuarios fueran dirigidos a una conversación Messenger y que tales campañas constituían una fuente importante de ingresos para Meta. En la nota n.º 195, para

apoyar la observación de que las herramientas de publicidad «clic para enviar un mensaje» en Messenger constituían una fuente de ingresos significativa para Meta, la Comisión citó una declaración pública, procedente de una teleconferencia sobre los resultados, así como una declaración del presidente ejecutivo de la demandante que figuraba en un artículo de prensa.

206 A este respecto, en primer término, la cuestión de las herramientas que Meta ofrecía en Messenger a los usuarios profesionales se debatió en el procedimiento administrativo. En efecto, en el punto 47, letras a) y b), del dictamen preliminar, la Comisión ya había señalado que la demandante ofrecía herramientas para los usuarios profesionales en Messenger. La demandante rebatió esta prueba, en particular en el punto 3.16, letra d), de su escrito de 3 de agosto de 2023.

207 En segundo término, la demandante no alega que no haya tenido la oportunidad de presentar sus observaciones sobre el contenido del considerando 222 de la Decisión impugnada, según el cual ofrecía herramientas adicionales de conexión a una mensajería.

208 En tercer término, como se desprende del punto 3.16, letra d), de su escrito de 3 de agosto de 2023, en el marco del procedimiento administrativo, la demandante cuestionaba únicamente la pertinencia de tener en cuenta que ofrecía herramientas para los usuarios profesionales en Messenger y no ese hecho en sí mismo.

209 Habida cuenta de lo anterior, procede declarar que no se vulneró el derecho de la demandante a ser oída. Por lo tanto, procede desestimar por infundada la cuarta parte del primer motivo y, en consecuencia, desestimar el primer motivo en su totalidad.

Segundo motivo, relativo a la calificación de Marketplace de SBP que constituye una puerta de acceso importante

210 El segundo motivo se divide en cinco partes, basadas:

– la primera, en que la Comisión no interpretó ni aplicó correctamente el artículo 2, punto 5, del DMA al designar a Marketplace como un SBP de tipo SIL, habida cuenta, en particular, del criterio jurídico para la apreciación de la definición de SIL desarrollado por la Comisión en el considerando 266 de la Decisión impugnada, según el cual, para que un servicio responda a esta definición, es importante que las empresas hayan tenido «la posibilidad, en la práctica» de ofrecer bienes o servicios a los consumidores;

– la segunda, en que, aun cuando el Tribunal General considerase, en el marco de la primera parte, que el criterio jurídico enunciado en el considerando 266 de la Decisión impugnada era correcto, dicha Decisión no demuestra que Marketplace cumpliera tal criterio, en particular porque la Comisión erró al no tener en cuenta las modificaciones introducidas el 30 de enero de 2023, mediante las cuales Meta puso fin a la posibilidad que se ofrecía a las empresas, en Francia y en Alemania, de utilizar su página de Facebook profesional para referenciar determinadas categorías de artículos, a saber, los vehículos y los bienes inmuebles, en Marketplace;

– la tercera, en que la Comisión no tuvo en cuenta las modificaciones introducidas el 31 de julio de 2023, según las cuales los usuarios de Marketplace no podían publicar más de veinte anuncios en total en cada categoría de «artículos» en el curso de un mes, ni más de cinco anuncios en cada una de las categorías «vehículos», «piezas y accesorios para automóviles» y «casas para vender o alquilar» (las «modificaciones de 31 de julio de 2023»), de las que la demandante informó a la Comisión antes de la adopción de la Decisión impugnada;

– la cuarta, en que la Comisión concluyó erróneamente que Marketplace constituía individualmente una puerta de acceso importante, al rechazar los argumentos y las pruebas presentados por la demandante durante el procedimiento administrativo con arreglo al artículo 3, apartado 5, del DMA debido a que no ponían en entredicho de forma manifiesta las presunciones establecidas en el artículo 3, apartado 2, del DMA, y ello sin iniciar una investigación de mercado con arreglo al artículo 17, apartados 1 o 3, del DMA;

– la quinta, en que la Comisión introdujo pruebas nuevas por primera vez en la Decisión impugnada, incumpliendo un requisito sustancial de forma.

211 El Tribunal General considera oportuno comenzar analizando los argumentos relativos al marco temporal que la Comisión tuvo en cuenta en la Decisión impugnada para calificar a Marketplace de SIL y al carácter insuficiente de la motivación de la Decisión impugnada en lo que respecta a las modificaciones de 31 de julio de 2023.

212 En el marco de las partes segunda y tercera del segundo motivo, la demandante alega, en particular, que, al no tener en cuenta hechos pertinentes relativos a Marketplace que tuvieron lugar entre enero de 2023 y la adopción de la Decisión impugnada, en particular las modificaciones introducidas el 30 de enero y las modificaciones de 31 de julio de 2023, o, como mínimo, al no concederles una importancia suficiente, la Decisión impugnada adolece de errores de Derecho y de errores manifiestos de apreciación.

213 En particular, a su juicio, la Comisión estimó erróneamente que no estaba obligada a tener en cuenta las modificaciones introducidas en Marketplace que se aplicaron en 2023, antes de la adopción de la Decisión impugnada, para determinar si Marketplace podía ser designada como un SBP de tipo SIL. Al adoptar tal enfoque, prosigue, la Comisión incurrió en error de Derecho en la medida en que el artículo 2, puntos 2 y 5, del DMA debe interpretarse en el sentido de que la aplicación de estas disposiciones debe basarse en el conjunto de pruebas existentes en el momento de la designación. Además, según Meta, la Comisión incumplió su obligación de examinar el expediente de manera diligente e imparcial para disponer, al adoptar su decisión, de los elementos más completos y fiables posibles.

214 Por otra parte, la demandante alega que la Decisión impugnada no está suficientemente motivada en lo que respecta a la designación de Marketplace como SBP de tipo SIL. También sostiene que, al no tener en cuenta las modificaciones de 31 de julio de 2023, la Comisión incumplió su deber de buena administración. En respuesta a la diligencia de ordenación del procedimiento de 28 de marzo de 2025, mediante la cual el Tribunal General instó a las partes a que se pronunciaran sobre si la Decisión impugnada estaba suficientemente motivada en lo que respecta a las modificaciones de 31 de julio de 2023, la demandante añadió que la Decisión impugnada no contiene ninguna motivación seria que explique por qué, tras las modificaciones de 31 de julio de 2023, la Comisión consideró que aún podía haber un número importante de usuarios profesionales en Marketplace y menos aún por qué, o en qué medida, el número de estas empresas justificaba considerar que ese servicio constituía una puerta de acceso importante para ellas.

215 Además, la demandante alega que las modificaciones de 31 de julio de 2023 tuvieron como consecuencia que ya ningún usuario de Marketplace pudiera calificarse de «power seller», en el sentido del indicador utilizado en la Decisión impugnada para identificar a los usuarios profesionales de Marketplace, a saber, en el sentido de usuario, establecido o situado en la Unión, que hubiera creado al menos 28 anuncios durante al menos un mes del ejercicio financiero y cuyos

anuncios pertenecieran en al menos 80 % a la misma categoría (en lo sucesivo, «power seller»). En efecto, estas modificaciones limitaron el número de anuncios a veinte en la misma categoría de anuncios y a cinco en cada una de las categorías «vehículos», «piezas y accesorios para automóviles» y «casas para vender o alquilar» en el curso de un mismo mes. Así, según la demandante, Marketplace ya no tenía usuarios profesionales en la fecha en que se adoptó la Decisión impugnada, según el enfoque de la Comisión basado en el indicador relativo a los «power sellers», en el que ella misma decidió apoyarse. Indica que, por consiguiente, la Decisión impugnada no está suficientemente motivada en Derecho en cuanto al uso B2C de Marketplace tras estas modificaciones.

216 Por lo que respecta al marco temporal aplicado para calificar a Marketplace de SIL, la Comisión, en su escrito de contestación, mantuvo la posición expresada en el considerando 256 de la Decisión impugnada, que figura en el apartado 5.6.1 de dicha Decisión, dedicado a la calificación y delimitación de Marketplace, según la cual, a efectos de la designación con arreglo al artículo 3 del DMA, debía tomar en consideración la información de los tres últimos ejercicios anteriores a la designación controvertida, a saber, los de los años 2020 a 2022. Por lo tanto, según dicho considerando, el hecho de que Meta hubiera aplicado modificaciones en enero de 2023 y tuviera la intención de aplicar otras, todas ellas destinadas a restringir la posibilidad de que Marketplace fuera utilizada por usuarios profesionales, no afectaba a la conclusión de la Comisión de que Marketplace no era una plataforma exclusivamente C2C.

217 Además, la Comisión indicó que había tenido efectivamente en cuenta todas las pruebas de que disponía en el momento de adoptar la Decisión impugnada, y en particular las modificaciones de 31 de julio de 2023, para comprobar si Marketplace constituía un SIL de conformidad con el artículo 2, punto 5, del DMA. Así pues, según la Comisión, la alegación de la demandante relativa al marco temporal pertinente para apreciar la calificación de un SBP es inoperante.

218 Por lo que respecta a la motivación de la Decisión impugnada sobre las modificaciones de 31 de julio de 2023, la Comisión sostiene que explicó suficientemente en la Decisión impugnada las razones que justificaban su postura. En particular, en respuesta a la diligencia de ordenación del procedimiento de 28 de marzo de 2025, la Comisión alegó que los considerandos 256 a 262 de dicha Decisión exponían las razones por las que las modificaciones de 31 de julio de 2023 no habían cambiado en nada su apreciación en cuanto al hecho de que la demandante permitía a los usuarios profesionales utilizar Marketplace para proponer artículos a los consumidores y, por tanto, al hecho de que Marketplace era un SIL.

219 El artículo 3, apartado 1, del DMA establece que una empresa será designada como guardián de acceso si cumple los tres requisitos acumulativos siguientes:

«a) tiene una gran influencia en el mercado interior;

b) presta un servicio básico de plataforma que es una puerta de acceso importante […]

c) tiene una posición afianzada y duradera, por lo que respecta a sus operaciones, o es previsible que alcance dicha posición en un futuro próximo.»

220 A tenor del artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA, se presumirá que una empresa cumple el requisito establecido en el apartado 1, letra b), del mismo artículo si proporciona un SBP que, en el último ejercicio, ha tenido al menos 45 millones mensuales de usuarios finales activos

establecidos o situados en la Unión y al menos 10 000 usuarios profesionales activos anuales establecidos en la Unión, identificados y calculados de conformidad con la metodología y los indicadores establecidos en el anexo del DMA.

221 A tenor del artículo 3, apartado 2, letra c), del DMA, se presumirá que una empresa cumple el requisito establecido en el apartado 1, letra c), de ese artículo cuando se hayan alcanzado los umbrales establecidos en la letra b) del apartado 1 en cada uno de los últimos tres ejercicios.

222 A la vista de las disposiciones antes mencionadas, es cierto, como señala, en esencia, la Comisión en el considerando 265 de la Decisión impugnada, que la cuestión de si una empresa alcanza los umbrales establecidos en el artículo 3, apartado 2, letra c), del DMA exige un examen retrospectivo que abarque los tres últimos ejercicios antes de la designación.

223 A este respecto, cabe recordar que el DMA establece un sistema de regulación *ex ante* según el cual los usuarios profesionales y los usuarios finales de SBP prestados por guardianes de acceso designados como tales por la Comisión deben contar con determinadas garantías normativas (véase, en este sentido, el considerando 7 del DMA). Así, según el artículo 3, apartado 10, del DMA, una empresa designada como guardián debe cumplir las obligaciones establecidas en los artículos 5 a 7 de dicho Reglamento en un plazo de seis meses a partir de que un SBP se enumere en la decisión de designación.

224 Pues bien, la cuestión de la calificación de un SBP en el sentido del artículo 2, punto 2, del DMA, que implica una apreciación cualitativa vinculada a la naturaleza del SBP, es diferente de la de si una empresa alcanza los umbrales cuantitativos establecidos en el artículo 3, apartado 2, del DMA en lo que respecta a ese servicio, que, suponiendo que así sea, permite presumir que se cumplen los requisitos establecidos en el apartado 1 de dicho artículo.

225 En particular, al contrario de lo que se establece para la apreciación de si se alcanzan los umbrales cuantitativos fijados en el artículo 3, apartado 2, del DMA, el legislador de la Unión no ha previsto que la apreciación de la calificación de un servicio de SBP, con arreglo al artículo 2, punto 2, del DMA, deba efectuarse sobre la base de información relativa a un período anterior al año de la designación.

226 A falta de tal limitación temporal en el marco de la calificación de un servicio, procede señalar que la legalidad de un acto de la Unión debe apreciarse en función de los elementos de hecho y de Derecho existentes en la fecha en que se adoptó el acto (véanse las sentencias de 18 de julio de 2013, Schindler Holding y otros/Comisión, C-501/11 P, EU:C:2013:522, apartado 31 y jurisprudencia citada, y de 4 de octubre de 2024, García Fernández y otros/Comisión y JUR, C-541/22 P, EU:C:2024:820, apartado 327 y jurisprudencia citada). Además, la Comisión está obligada, en interés de una buena administración, a llevar a cabo su examen de manera diligente e imparcial, a fin de disponer, al adoptar la decisión final, de los elementos más completos y fiables posibles para ello (véanse, en este sentido y por analogía, las sentencias de 14 de mayo de 2020, Agrobet CZ, C-446/18, EU:C:2020:369, apartados 43 y 44 y jurisprudencia citada, y de 10 de noviembre de 2022, Comisión/Valencia Club de Fútbol, C-211/20 P, EU:C:2022:862, apartado 78 y jurisprudencia citada).

227 En efecto, en respuesta a las preguntas del Tribunal General a este respecto formuladas en la vista, la Comisión precisó que, en su opinión, las modificaciones introducidas en Marketplace desde el mes de enero de 2023 y antes de la adopción de la Decisión impugnada eran efectivamente pertinentes para la cuestión de si Marketplace era un SIL. Así, indicó que ya no mantenía la

posición, resumida en el apartado 216 de la presente sentencia, relativa al marco temporal pertinente para la apreciación de la calificación de un servicio de SBP que figura en el considerando 256 de la Decisión impugnada.

228 Procede añadir que la posición inicial de la Comisión, que figura en el considerando 256 de la Decisión impugnada, no es, por lo demás, compatible con el artículo 3, apartado 3, del Reglamento de Ejecución 2023/814, que establece, en particular, la obligación de que una empresa que efectúe una notificación comunique, mientras se esté estudiando su notificación, cualquier cambio sustancial en los hechos presentados en la notificación a la Comisión sin demora indebida.

229 En estas circunstancias, procede, en primer término, concluir que, en la Decisión impugnada, la Comisión se situó en un marco temporal erróneo en Derecho para apreciar si Marketplace debía calificarse de SBP de tipo SIL, en la medida en que su posición, que figura en el considerando 256 de la Decisión impugnada, confunde el marco temporal pertinente para examinar si se alcanza el umbral que figura en el artículo 3, apartado 2, letra c), del DMA, que se limita a los tres últimos ejercicios previos a la designación, con el que es pertinente para apreciar la calificación de un servicio de SBP, de conformidad con el artículo 2, punto 2, del DMA, para el que el legislador de la Unión no previó tal examen retrospectivo.

230 En segundo término, procede examinar la incidencia de este error de Derecho en la legalidad de la Decisión impugnada, puesto que la Comisión sostiene, con carácter subsidiario, que, no obstante, tuvo en cuenta las modificaciones de 31 de julio de 2023 al concluir que Marketplace constituía, en el momento de la adopción de la Decisión impugnada, un SBP de tipo SIL en el sentido del artículo 2, punto 2, del DMA.

231 Según la jurisprudencia, un error en el razonamiento del acto impugnado no da lugar a la anulación de ese acto si, en las circunstancias particulares del asunto, dicho error no pudo ejercer una influencia determinante en el resultado (véase la sentencia de 17 de julio de 2024, Bytedance/Comisión, T-1077/23, recurrida en casación, EU:T:2024:478, apartado 112 y jurisprudencia citada).

232 A este respecto, procede examinar la suficiencia de la motivación que figura en la Decisión impugnada sobre las modificaciones de 31 de julio de 2023, cuestión que se plantea en el marco de la tercera parte del segundo motivo (véanse los apartados 214 y 215 de la presente sentencia).

233 En el considerando 247 de la Decisión impugnada, la Comisión recordó que el artículo 2, punto 5, del DMA define los SIL como los servicios de intermediación en línea tal como se definen en el artículo 2, punto 2, del Reglamento (UE) 2019/1150 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de junio de 2019, sobre el fomento de la equidad y la transparencia para los usuarios profesionales de servicios de intermediación en línea (DO 2019, L 186, p. 57). Según esta última disposición, para corresponder a la definición de SIL, un servicio debe permitir, entre otros requisitos, a los usuarios profesionales ofrecer bienes o servicios a los consumidores, con el objetivo de facilitar el inicio de transacciones directas entre dichos usuarios profesionales y consumidores, con independencia de dónde aquellas concluyan en última instancia (en lo sucesivo, «segundo requisito de la definición de SIL»).

234 En el marco de la calificación de Marketplace de SIL, en el sentido del artículo 2, punto 5, del DMA, la Comisión utilizó el indicador relativo a los «power sellers» para identificar a los usuarios profesionales de Marketplace.

235 Así, la Comisión explicó, en el considerando 258 de la Decisión impugnada, que, en la fecha de adopción de dicha Decisión, los usuarios profesionales podían actuar con fines comerciales o profesionales publicando anuncios en Marketplace de productos y servicios destinados a los consumidores, a través de su perfil de Facebook personal. Aunque la demandante no llevó a cabo una «identificación oficial» de esos usuarios, la Comisión consideró que un elevado número de anuncios del mismo tipo podía indicar que un usuario actuaba con carácter profesional o comercial y que esos usuarios también debían considerarse usuarios profesionales. A este respecto, la Comisión observó que la demandante utilizaba con fines internos un indicador relativo a los «power sellers» similar para identificar a los usuarios que publicaban un número elevado de anuncios o con una frecuencia elevada, e indicó que, al utilizar el indicador relativo a los «power sellers», según las cifras facilitadas por la demandante, el número de estos usuarios profesionales ascendía a [> *100 000*] en 2020, a [> *100 000*] en 2021 y a [> *100 000*] en 2022.

236 En el considerando 259 de la Decisión impugnada, la Comisión estimó que el argumento de la demandante de que los usuarios finales podían legítimamente crear un número elevado de anuncios en una misma categoría durante un mismo mes por razones no comerciales no era pertinente, ya que ello no excluía, en cualquier caso, que los usuarios profesionales utilizaran Marketplace a través de su perfil personal para publicar anuncios con carácter comercial o profesional. La Comisión constató que, aun suponiendo que algunos usuarios finales pudieran crear un número elevado de anuncios por motivos no comerciales, los datos basados en el *proxy* tal como se utiliza en el sistema interno de la demandante identificaban un número de usuarios que superaba ampliamente el umbral de usuarios profesionales activos anuales fijado en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA.

237 En el considerando 260 de la Decisión impugnada, la Comisión indicó que, por consiguiente, las modificaciones introducidas por la demandante en Marketplace desde enero de 2023 no tenían incidencia en el hecho de que las empresas usuarias pudieran seguir operando en Marketplace a través de su perfil personal. Según la Comisión, esta conclusión era válida aun cuando las modificaciones hubieran tenido como consecuencia que una serie de usuarios profesionales que publicaban anuncios a través de su página de Facebook profesional había abandonado la plataforma o publicaba sus anuncios a través de su perfil personal. En cualquier caso, en su opinión, la gran mayoría de los usuarios profesionales de Marketplace publicaban anuncios de bienes a través de su perfil personal.

238 Además, en el considerando 261 de la Decisión impugnada, la Comisión reprodujo tres capturas de pantalla que, según ella, constituían ejemplos recientes, entre otros, de anuncios publicados en Marketplace por usuarios profesionales a través de su perfil personal.

239 En el considerando 262 de la Decisión impugnada, la Comisión indicó que la cuestión de si un usuario debía ser considerado un usuario profesional debido al número y a la frecuencia de los anuncios que había publicado en Marketplace dependía de las circunstancias de cada caso. La Comisión señaló que, a este respecto, los usuarios que creasen veinte anuncios de mobiliario o cinco anuncios de casas en venta o alquiler mensualmente, dependiendo de las futuras limitaciones que Meta estaba aplicando, podrían seguir considerándose usuarios profesionales en función de las circunstancias de hecho.

240 Como se ha indicado en el apartado 53 de la presente sentencia, según reiterada jurisprudencia, la motivación exigida por el artículo 296 TFUE, párrafo segundo, debe adaptarse a la naturaleza del acto de que se trate y debe mostrar de manera clara e inequívoca el razonamiento de la institución de la que emane el acto, de modo que los interesados puedan conocer las razones de la medida

adoptada y el órgano jurisdiccional competente pueda ejercer su control. La exigencia de motivación debe apreciarse en función de las circunstancias de cada caso, en particular del contenido del acto, la naturaleza de los motivos invocados, así como el interés que los destinatarios del acto u otras personas afectadas directa e individualmente por dicho acto puedan tener en recibir explicaciones. No se exige que la motivación especifique todos los elementos de hecho y de Derecho pertinentes, en la medida en que la cuestión de si la motivación de un acto cumple las exigencias del artículo 296 TFUE, párrafo segundo, debe apreciarse no solo en relación con su tenor literal, sino también con su contexto, así como con el conjunto de normas jurídicas que regulan la materia de que se trate.

241 También se desprende de la jurisprudencia que la motivación de una decisión adoptada por una institución u órgano de la Unión, debe estar, en particular, exenta de contradicciones, de modo que permita a los interesados conocer los verdaderos motivos de dicha decisión, con el fin de defender sus derechos ante el órgano jurisdiccional competente, y a este ejercer su función de control [véase la sentencia de 22 de enero de 2025, Norddeutsche Landesbank — Girozentrale/JUR (Aportaciones *ex ante* 2022), T-407/22, no publicada, EU:T:2025:56, apartado 193 y jurisprudencia citada].

242 La suficiencia de la motivación que figura en la Decisión impugnada, sobre las modificaciones de 31 de julio de 2023, debe examinarse a la luz de estas consideraciones.

243 En primer lugar, procede señalar que las modificaciones de 31 de julio de 2023 se tratan en la Decisión impugnada de una manera a lo sumo marginal.

244 En primer término, el razonamiento que figura en el considerando 262 de la Decisión impugnada es vago e hipotético. En efecto, tras referirse a las futuras limitaciones que Meta estaba aplicando en relación con la posibilidad de que los usuarios de Facebook utilizaran su perfil personal con fines profesionales —lo que, según la Comisión, debía entenderse como una referencia a las modificaciones de 31 de julio de 2023—, la Comisión observa que estos usuarios «podrían seguir considerándose usuarios profesionales en función de las circunstancias de hecho».

245 Pues bien, en el considerando 262 de la Decisión impugnada, la Comisión no expone ningún análisis concreto de las modificaciones de 31 de julio de 2023 para fundamentar su conclusión de que Marketplace cumple el segundo requisito de la definición de un SIL, sin perjuicio de que dichas modificaciones se hayan introducido.

246 Además, según el considerando 262 de la Decisión impugnada, la cuestión de si un usuario debe ser considerado una empresa usuaria debido al número y frecuencia de los anuncios que ha publicado «depende de las circunstancias de cada caso». Pues bien, la Comisión no precisa las circunstancias que consideró pertinentes en el caso de autos para descartar el impacto de las modificaciones de 31 de julio de 2023, de modo que su motivación permanece incompleta.

247 En segundo término, la demandante indicó, en su respuesta de 3 de agosto de 2023 al dictamen preliminar y en sus escritos ante el Tribunal General, sin que la Comisión la haya contradicho, que las modificaciones de 31 de julio de 2023 habían tenido como consecuencia que ya no existiera ninguna empresa usuaria de Marketplace identificada sobre la base del indicador relativo a los «power sellers» utilizado por la Comisión.

248 En efecto, como se ha señalado en el anterior apartado 215, las modificaciones de 31 de julio de 2023 preveían una limitación del número de anuncios que un usuario podía publicar, a saber, un máximo de veinte anuncios en la misma categoría en el curso de un mes, siendo ese número máximo de anuncios inferior al umbral por encima del cual se consideraba que tal usuario era un «power seller».

249 Como se ha señalado en el anterior apartado 234, fue la propia Comisión quien optó por basarse en el indicador relativo a los «power sellers» para identificar a los usuarios profesionales de Marketplace.

250 Así pues, el considerando 262 de la Decisión impugnada no permite comprender, de manera clara e inequívoca, las razones por las que la Comisión concluyó que el segundo requisito de la definición de un SIL, relativo a la utilización del servicio por los usuarios profesionales, se cumplía en la fecha de adopción de la Decisión impugnada.

251 En tercer término, también según el considerando 262 de la Decisión impugnada, la Comisión trató las modificaciones del 31 de julio de 2023 como «limitaciones futuras que Meta estaba aplicando».

252 A este respecto, de los autos se desprende que la demandante informó debidamente a la Comisión, durante la fase administrativa, de la naturaleza y del alcance de las modificaciones de 31 de julio de 2023, así como de su impacto en el criterio en el que la Comisión había optado por basarse para identificar a los usuarios profesionales de Marketplace.

253 En efecto, en su notificación de 3 de julio de 2023, la demandante indicó a la Comisión que estaba aplicando la decisión de limitar el número de anuncios que un usuario final podía publicar en Marketplace en el curso de un mes a un máximo de veinte anuncios en la categoría «artículos» y de cinco anuncios en las categorías «vehículos» y «casas para vender o alquilar». Así, indicó que, una vez efectuadas dichas modificaciones, ya no habría «power sellers» en Marketplace.

254 Posteriormente, en su respuesta de 3 de agosto de 2023 al dictamen preliminar, la demandante informó a la Comisión de la naturaleza y alcance exacto de las modificaciones que acababa de aplicar, el 31 de julio de 2023.

255 Por consiguiente, en la fecha de adopción de la Decisión impugnada, la Comisión había sido informada de que las modificaciones de 31 de julio de 2023 no eran limitaciones futuras que Meta estaba aplicando, sino limitaciones que Meta ya había aplicado, tras haberlas anunciado en su notificación. Pues bien, como se ha establecido en los apartados 219 a 229 de la presente sentencia, la Comisión estaba obligada a tenerlas en cuenta.

256 Pues bien, la Decisión impugnada no contiene ningún razonamiento que permita comprender por qué, a pesar de esa información, en el considerando 262 de dicha Decisión la Comisión trató estas modificaciones en el sentido de que constituían «limitaciones futuras que Meta estaba aplicando».

257 Por todas estas razones, el considerando 262 de la Decisión impugnada no pone de manifiesto de manera clara e inequívoca las razones por las que, a raíz de las modificaciones de 31 de julio de 2023, la Comisión consideraba que Marketplace cumplía el segundo requisito de la definición de un SIL.

258 En segundo lugar, al contrario de lo que alega la Comisión en respuesta a la diligencia de ordenación del procedimiento de 28 de marzo de 2025, los demás considerandos de la Decisión impugnada no pueden paliar esta insuficiencia de motivación.

259 En su respuesta a la diligencia de ordenación del procedimiento de 28 de marzo de 2025, la Comisión alega que los considerandos 256 a 261 de la Decisión impugnada exponen las razones por las que las modificaciones de 31 de julio de 2023 no modificaron en absoluto su posición de que Meta permitía a los usuarios profesionales utilizar Marketplace para ofrecer artículos a los consumidores y, por tanto, cumplía el segundo requisito de la definición de un SIL.

260 Sin embargo, la mera afirmación de que un usuario puede actuar con fines comerciales publicando anuncios en Marketplace a través de su perfil de Facebook personal, incluso acompañada de dos capturas de pantalla posteriores a las modificaciones de 31 de julio de 2023, no permite comprender, de manera clara e inequívoca, por qué, a raíz de las modificaciones de 31 de julio de 2023, la Comisión consideraba que Marketplace cumplía el segundo requisito de la definición de un SIL.

261 Por otra parte, no puede prosperar la alegación de la Comisión según la cual, en su dictamen preliminar, ya había comunicado a la demandante su opinión relativa a las modificaciones de 31 de julio de 2023, cuando aún no se habían aplicado. En efecto, en dicho dictamen, la Comisión indicó que no parecía que las modificaciones futuras que Meta estaba aplicando para impedir el uso de Marketplace por los usuarios profesionales pudieran cambiar la calificación de Marketplace de SIL, ya que «no [impedían] a los usuarios utilizar su perfil personal con fines comerciales o profesionales con el fin de suministrar o intentar suministrar bienes o servicios a los usuarios finales». Pues bien, procede señalar que, por las mismas razones que subyacen a la conclusión que figura en el anterior apartado 260, el motivo relatado en dicho dictamen no constituye una motivación clara e inequívoca que permita a la demandante y al Tribunal General comprender por qué, tras las modificaciones de 31 de julio de 2023, se cumplía el segundo requisito de la definición de un SIL.

262 Por lo tanto, procede concluir que la demandante no está en condiciones de conocer las razones de la calificación de Marketplace de SIL tras las modificaciones de 31 de julio de 2023 y que el juez de la Unión se encuentra en la imposibilidad de ejercer su control a este respecto, de modo que la motivación de la Decisión impugnada, en este punto, no cumple los requisitos de la jurisprudencia recordados en los anteriores apartados 240 y 241.

263 Los demás argumentos formulados por la Comisión no invalidan esta conclusión.

264 En primer término, la Comisión alega que un usuario podría ser considerado usuario profesional en función de las circunstancias, en la medida en que podría, respetando la limitación del número de anuncios impuesta por las modificaciones de 31 de julio de 2023, publicar 240 nuevos anuncios al año en la misma categoría. Además, según ella, un solo anuncio puede referirse a la puesta a la venta de varios artículos o variantes de artículos.

265 Sin embargo, ni la posibilidad de que un usuario publique 240 anuncios al año en la misma categoría ni la afirmación hipotética de que un usuario podría, según las circunstancias, ser un usuario profesional publicando un único anuncio relativo a la puesta en venta de un gran número de artículos se mencionan en la Decisión impugnada. En cualquier caso, como se ha señalado en el apartado 247 de la presente sentencia, la demandante indicó, sin que la Comisión la haya contradicho, que las modificaciones de 31 de julio de 2023 habían tenido como consecuencia que

Marketplace ya no contara con ningún usuario profesional sobre la base del indicador relativo a los «power sellers» que la propia Comisión había decidido utilizar para identificarlos. Así pues, este argumento no puede desvirtuar la conclusión que figura en el apartado 262 de la presente sentencia, según la cual la motivación de la Decisión impugnada, en lo que respecta a la consideración de las modificaciones de 31 de julio de 2023, no cumple las exigencias de la jurisprudencia recordadas en los apartados 240 y 241 de la presente sentencia.

266 En segundo término, si bien es cierto, como sostiene la Comisión, que una mera modificación formal de las condiciones aplicables a los usuarios profesionales no basta, en principio, para excluir que un servicio constituya un SIL, esta circunstancia no exime a la Comisión de la obligación de dar razones adecuadas y suficientes para explicar cómo tuvo en cuenta tal modificación, con mayor motivo cuando, como se ha señalado en el apartado 247 anterior, según la demandante, y sin que la Comisión la contradiga, dichas modificaciones tuvieron como consecuencia que Marketplace no tuviera ningún usuario profesional sobre la base del indicador relativo a los «power sellers» utilizado por la Comisión en la Decisión impugnada para identificarlos.

267 En tercer término, la Comisión sostiene que el umbral de 10 000 usuarios profesionales establecido en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA se superó ampliamente en cada uno de los tres últimos ejercicios anteriores a la designación. Así, según la Comisión, no resulta evidente que una mera limitación a veinte anuncios mensuales en cada categoría de «artículos», con un máximo de cinco anuncios en cada una de las categorías «vehículos», «piezas y accesorios para automóviles» y «casas para vender o alquilar», pueda eliminar a un número tal de usuarios profesionales en Marketplace que su número ya no supere dicho umbral de 10 000.

268 Pues bien, incumbía a la Comisión, en la Decisión impugnada, explicar cómo Marketplace podía considerarse, tras las modificaciones de 31 de julio de 2023, un servicio que cumplía el segundo requisito de la definición de un SIL. Sin embargo, como se ha señalado en los anteriores apartados 244 y 245, de la Decisión impugnada no se desprende que la Comisión haya efectuado un análisis concreto de dichas modificaciones. Además, como se ha declarado en los apartados 219 a 229 de la presente sentencia, la Comisión no podía limitarse, en el marco de la calificación de Marketplace como SBP de tipo SIL, a la información relativa a los tres últimos ejercicios anteriores a la designación. Así pues, el hecho de que el umbral en cuestión se hubiese superado ampliamente en esos ejercicios no constituye un motivo suficiente que pueda fundamentar la conclusión de que Marketplace cumplía, a fecha de la Decisión impugnada, el segundo requisito de la definición de un SIL.

269 Por lo tanto, procede desestimar los argumentos adicionales de la Comisión.

270 Habida cuenta de todo lo anterior, procede estimar, por un lado, las partes segunda y tercera del segundo motivo, en la medida en que la Comisión incurrió en error de Derecho al determinar el marco temporal aplicable para calificar a Marketplace de SIL, en cuanto estimó que solo estaba obligada a tener en cuenta la información de los tres últimos ejercicios anteriores a la designación, y, por otro lado, la tercera parte del segundo motivo, en la medida en que la Comisión incumplió su obligación de motivación relativa a las razones de la calificación de Marketplace de SIL a pesar de las modificaciones de 31 de julio de 2023.

271 Por lo tanto, procede anular el artículo 2, letra f), de la Decisión impugnada, sin que proceda examinar los demás argumentos formulados por la demandante en apoyo del segundo motivo, y desestimar el recurso en todo lo demás.

Costas

272 A tenor del artículo 134, apartado 3, del Reglamento de Procedimiento, cuando se estimen parcialmente las pretensiones de una y otra parte, cada parte cargará con sus propias costas.

273 En el presente asunto, al haber sido estimadas parcialmente las pretensiones de cada una de las partes principales, el Tribunal General considera que la justa apreciación de las circunstancias del litigio lleva a condenarlas a cargar con sus propias costas.

274 Además, con arreglo al artículo 138, apartado 1, del Reglamento de Procedimiento, los Estados miembros que intervengan como coadyuvantes en el litigio cargarán con sus propias costas. En consecuencia, la República Francesa cargará con sus propias costas.

En virtud de todo lo expuesto,

EL TRIBUNAL GENERAL (Sala Octava, en formación de cinco Jueces)

decide:

1) **Anular el artículo 2, letra f), de la Decisión C(2023) 6105 final de la Comisión, de 5 de septiembre de 2023, que designa a Meta como guardián de acceso de conformidad con el artículo 3 del Reglamento (UE) 2022/1925 del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre mercados disputables y equitativos en el sector digital.**

2) **Desestimar el recurso en todo lo demás.**

3) **Meta Platforms, Inc., la Comisión Europea y la República Francesa cargarán con sus propias costas.**

van der Woude De Baere Petrlík

Kecsmár Kingston

Pronunciada en audiencia pública en Luxemburgo, a 3 de junio de 2026.

Firmas

Índice

Antecedentes del litigio . . . 2

Pretensiones de las partes . . . 4

Fundamentos de Derecho . . . 4

Sobre la solicitud de omisión de determinados datos frente al público . . . 5

Sobre el mantenimiento del interés de la demandante en la anulación de la Decisión impugnada en la medida en que esta última califica a Marketplace de SBP que constituye una puerta de acceso importante . . . 6

Primer motivo, relativo a la calificación de Messenger de SBP que constituye una puerta de acceso importante . . . 8

Primera parte, relativa a la apreciación in concreto de Messenger y a su calificación como SBP de tipo NIICS . . . 8

– Primera imputación, basada en que la Comisión ignoró, interpretó erróneamente o desnaturalizó las pruebas aportadas por la demandante . . . 8

– Segunda imputación, basada en la supuesta apreciación discriminatoria y arbitraria de Messenger . . . 13

– Tercera imputación, basada en la supuesta infracción del anexo del DMA . . . 14

Segunda parte, relativa a los criterios jurídicos aplicables para calificar un servicio como Messenger de SBP de tipo NIICS . . . 16

Tercera parte, relativa a la impugnación de la presunción según la cual Messenger constituía una puerta de acceso importante . . . 19

– Primera imputación, basada en la refutación de la presunción establecida en el artículo 3, apartado 2, letra b), del DMA . . . 19

– Segunda imputación, relativa a la exigencia de que Messenger constituya «individualmente» una puerta de acceso importante . . . 25

– Tercera imputación, basada en que la Comisión incurrió en error al no iniciar una investigación de mercado . . . 27

Cuarta parte, basada en la vulneración de los derechos de defensa . . . 30

Segundo motivo, relativo a la calificación de Marketplace de SBP que constituye una puerta de acceso importante . . . 34

Costas . . . 44