Zbiór Orzeczeń

WYROK SĄDU (ósma izba rozpoznająca sprawy w składzie pięciu sędziów)

z dnia 3 czerwca 2026 r.*

Usługi cyfrowe – Rozporządzenie (UE) 2022/1925 – Wskazanie strażnika dostępu – Pojęcie „podstawowej usługi platformowej” – Internetowy serwis społecznościowy – Usługa łączności interpersonalnej niewykorzystująca numerów – Usługa pośrednictwa internetowego – Równość traktowania – Artykuł 3 ust. 2 i 5 rozporządzenia 2022/1925 – Ważny punkt dostępu, za pośrednictwem którego użytkownicy biznesowi docierają do użytkowników końcowych – Domniemania – Obalenie domniemań – Artykuł 17 ust. 1 i 3 rozporządzenia 2022/1925 – Przesłanki rozpoczęcia badania rynku – Prawo do obrony – Obowiązek uzasadnienia

W sprawie T-1078/23

Meta Platforms, Inc., z siedzibą w Menlo Park, Kalifornia (Stany Zjednoczone), którą reprezentowali D. Jowell i D. Bailey, barristers, J. Aitken i S. Malhi, solicitors, oraz A. Pliego Selie, O. Brouwer, T. Janssens, T. Oeyen i T. Lübbig, adwokaci,

strona skarżąca,

przeciwko

Komisji Europejskiej, którą reprezentowali T. Franchoo, P.-J. Loewenthal, M. Mataija i I. Naglis, w charakterze pełnomocników,

strona pozwana,

popieranej przez

Republikę Francuską, którą reprezentował T. Lechevallier, w charakterze pełnomocnika,

interwenient,

SĄD (ósma izba rozpoznająca sprawy w składzie pięciu sędziów),

w składzie podczas narady: M. van der Woude, prezes, G. De Baere, D. Petrlík, K. Kecsmár i S. Kingston (sprawozdawczyni), sędziowie,

sekretarz: A. Marghelis, administrator,

* Język postępowania: angielski.

uwzględniając pisemny etap postępowania, w szczególności:

– pytania na piśmie wystosowane przez Sąd w dniu 28 marca 2025 r. do skarżącej, do Komisji i do Republiki Francuskiej oraz odpowiedzi na te pytania złożone w sekretariacie Sądu w dniach, odpowiednio, 23 kwietnia, 23 kwietnia i 18 kwietnia 2025 r.,

– pytanie na piśmie wystosowane przez Sąd w dniu 2 maja 2025 r. do skarżącej i do Komisji oraz odpowiedzi na te pytania złożone w sekretariacie Sądu w dniach, odpowiednio, 14 maja i 13 maja 2025 r.,

po przeprowadzeniu rozprawy w dniu 3 czerwca 2025 r.,

wydaje następujący

Wyrok

1 W skardze opartej na art. 263 TFUE skarżąca, Meta Platforms, Inc., wnosi o stwierdzenie częściowej nieważności decyzji Komisji C(2023) 6105 final z dnia 5 września 2023 r. wskazującej Meta jako strażnika dostępu zgodnie z art. 3 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/1925 w sprawie kontestowalnych i uczciwych rynków w sektorze cyfrowym (zwanej dalej „zaskarżoną decyzją").

Okoliczności powstania sporu

2 Skarżąca jest powstałym w Stanach Zjednoczonych w 2004 r. przedsiębiorstwem z sektora technologii, obsługującym wspólnie z kontrolowanymi przez siebie bezpośrednio lub pośrednio spółkami (wraz z którymi zwana jest dalej łącznie „Meta") internetowe serwisy społecznościowe Facebook i Instagram, a także inne usługi.

3 W dniu 3 lipca 2023 r. skarżąca złożyła do Komisji Europejskiej powiadomienie, zgodnie z art. 3 ust. 3 akapit pierwszy rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/1925 z dnia 14 września 2022 r. w sprawie kontestowalnych i uczciwych rynków w sektorze cyfrowym oraz zmiany dyrektyw (UE) 2019/1937 i (UE) 2020/1828 [Dz.U. 2022, L 265, s. 1 (Digital Markets Act), zwanego dalej „DMA"] (zwane dalej „powiadomieniem"). W powiadomieniu wskazała ona, że jej jednolity internetowy serwis społecznościowy finansowany z reklamy internetowej, obejmujący Facebook, Instagram, Meta Ads, Facebook Messenger (zwany dalej „usługą Messenger"), Facebook Marketplace (zwany dalej „usługą Marketplace"), Facebook Dating i Facebook Gaming Play, należy uznać za podstawową usługę platformową (zwaną dalej „PUP") w rodzaju internetowego serwisu społecznościowego w rozumieniu DMA. Co się tyczy usługi Messenger i usługi Marketplace, skarżąca podniosła, że próg przewidziany w art. 3 ust. 2 lit. b) DMA nie został osiągnięty, w związku z czym w każdym razie nie można uznać, że spełnia ona wymogi określone w art. 3 ust. 1 DMA, aby zostać wskazana jako strażnik dostępu w odniesieniu do tych usług. Przedstawiła ona również argumenty i dowody, zgodnie z art. 3 ust. 5 akapit pierwszy DMA, mające na celu, w stosownych przypadkach, obalenie domniemań przewidzianych w art. 3 ust. 2 DMA w odniesieniu do usługi Messenger i usługi Marketplace.

4 Pismem z dnia 26 lipca 2023 r. Komisja przekazała skarżącej swoją wstępną opinię na temat możliwości wskazania Meta jako strażnika dostępu zgodnie z art. 3 ust. 4 DMA w odniesieniu w szczególności do następujących PUP: internetowego serwisu społecznościowego Facebook,

usługi łączności interpersonalnej niewykorzystującej numerów (zwanej dalej „NIICS”) Messenger i usługi pośrednictwa internetowego (zwanej dalej „UPI”) Marketplace (zwaną dalej „wstępną opinią”).

5 Pismem z dnia 3 sierpnia 2023 r. skarżąca odpowiedziała na wstępną opinię.

6 W dniu 5 września 2023 r. Komisja wydała zaskarżoną decyzję.

7 W zaskarżonej decyzji w pierwszej kolejności Komisja stwierdziła, że:

– Facebook stanowi internetowy serwis społecznościowy w rozumieniu art. 2 pkt 7 DMA, a w konsekwencji PUP w rozumieniu art. 2 pkt 2 lit. c) DMA;

– usługa Messenger stanowi NIICS w rozumieniu art. 2 pkt 9 DMA, odrębną i niezależną od internetowego serwisu społecznościowego Facebook, a w konsekwencji stanowi PUP w rozumieniu art. 2 pkt 2 lit. e) DMA;

– usługa Marketplace stanowi NIICS w rozumieniu art. 2 pkt 5 DMA, odrębną i niezależną od internetowego serwisu społecznościowego Facebook, a w konsekwencji stanowi PUP w rozumieniu art. 2 pkt 2 lit. a) DMA;

8 W drugiej kolejności Komisja wskazała w istocie, że Meta osiągnęła wszystkie progi przewidziane w art. 3 ust. 2 DMA w odniesieniu do przedmiotowych PUP rozpatrywanych indywidualnie, w związku z czym można domniemywać, że spełnia ona wszystkie przewidziane w art. 3 ust. 1 DMA przesłanki wskazania jej jako strażnika dostępu w odniesieniu do tych usług.

9 W trzeciej kolejności Komisja uznała, że argumenty przedstawione przez skarżącą zgodnie z art. 3 ust. 5 akapit pierwszy DMA nie były dostatecznie uzasadnione, aby podważyć w wyraźny sposób domniemania przewidziane w art. 3 ust. 2 DMA w odniesieniu do usługi Messenger i usługi Marketplace. W konsekwencji odrzuciła ona te argumenty bez rozpoczęcia badania rynku na podstawie art. 17 ust. 3 DMA.

10 Artykuł 1 zaskarżonej decyzji ma następujące brzmienie:

„Wskazuje się Meta jako strażnika dostępu zgodnie z art. 3 [DMA]”.

11 Artykuł 2 zaskarżonej decyzji ma następujące brzmienie:

„Następujące [PUP] należące do Meta są ważnym punktem dostępu, za pośrednictwem którego użytkownicy biznesowi docierają do użytkowników końcowych w rozumieniu art. 3 ust. 1 lit. b) [DMA]:

a) internetowy serwis społecznościowy Facebook należący do Meta;

[…]

e) [NIICS] Messenger należąca do Meta […];

f) [UPI] Marketplace należąca do Meta”.

Żądania stron

12 Skarżąca wnosi do Sądu o:

– stwierdzenie nieważności art. 2 zaskarżonej decyzji w zakresie, w jakim stanowi on, że NIICS Messenger i UPI Marketplace stanowią ważne punkty dostępu, za pośrednictwem których użytkownicy biznesowi docierają do użytkowników końcowych (zwane dalej „ważnymi punktami dostępu"), w rozumieniu art. 3 ust. 1 lit. b) DMA, lub – tytułem żądania ewentualnego – stwierdzenie nieważności art. 2 lit. e) i f) zaskarżonej decyzji;

– stwierdzenie nieważności art. 2 zaskarżonej decyzji w zakresie, w jakim przewiduje on, że internetowy serwis społecznościowy Facebook stanowi ważny punkt dostępu w rozumieniu art. 3 ust. 1 lit. b) DMA, lub – tytułem żądania ewentualnego – stwierdzenie nieważności art. 2 lit. a) zaskarżonej decyzji, w obu przypadkach przynajmniej w zakresie, w jakim ta PUP wyklucza usługę Messenger;

– obciążenie Komisji kosztami postępowania, w tym kosztami ewentualnych interwenientów, którzy nie pokryją własnych kosztów.

13 Komisja, popierana przez Republikę Francuską, wnosi do Sądu o:

– oddalenie skargi;

– obciążenie skarżącej kosztami postępowania.

Co do prawa

14 Na poparcie skargi skarżąca podnosi dwa zarzuty, z których pierwszy dotyczy naruszeń prawa, oczywistych błędów w ocenie i niewystarczającego uzasadnienia lub naruszenia istotnego wymogu proceduralnego w odniesieniu do uznania usługi Messenger za PUP stanowiącą ważny punkt dostępu zgodnie z art. 3 ust. 9 DMA, zaś drugi – naruszeń prawa, oczywistych błędów w ocenie i niewystarczającego uzasadnienia lub naruszenia istotnego wymogu proceduralnego w odniesieniu do uznania usługi Marketplace za PUP stanowiącą ważny punkt dostępu zgodnie z art. 3 ust. 9 DMA.

15 Przed zbadaniem zarzutów podniesionych przez skarżącą należy najpierw przeanalizować, po pierwsze, przedstawione przez skarżącą żądanie pominięcia pewnych danych wobec opinii publicznej, a po drugie, kwestię, czy skarżąca zachowuje interes prawny we wniesieniu skargi o stwierdzenie nieważności zaskarżonej decyzji w zakresie, w jakim w decyzji tej usługa Marketplace została uznana za PUP stanowiącą ważny punkt dostępu.

W przedmiocie żądania pominięcia danych wobec opinii publicznej

16 W toku postępowania przed Sądem skarżąca zażądała odrębnymi pismami, zasadniczo na podstawie art. 66 i 66a regulaminu postępowania przed Sądem, pominięcia pewnych danych wobec opinii publicznej, w szczególności niektórych informacji dotyczących, po pierwsze, zmian usługi Marketplace, które nastąpiły w dniu 31 lipca 2023 r., opisanych w pkt 210 poniżej, a po

drugie, pojęcia „power sellers” używanego przez Meta w jej wewnętrznym systemie dla określenia użytkowników usługi Marketplace publikujących dużą liczbę ogłoszeń lub publikujących z dużą częstotliwością.

17 W tym względzie należy przypomnieć, że godząc jawność orzeczeń sądowych z prawem do ochrony danych osobowych i tajemnicy handlowej, sąd powinien dążyć w okolicznościach każdego przypadku do właściwej równowagi, mając również na względzie prawo opinii publicznej do dostępu do orzeczeń sądowych zgodnie z zasadami określonymi w art. 15 TFUE (zob. wyrok z dnia 27 kwietnia 2022 r., Sieć Badawcza Łukasiewicz – Port Polski Ośrodek Rozwoju Technologii/Komisja, T-4/20, EU:T:2022:242, pkt 29 i przytoczone tam orzecznictwo).

18 Ponadto poufność danych nie jest uzasadniona na przykład w przypadku informacji, które zostały już upublicznione lub do których dostęp może mieć szeroki krąg odbiorców lub niektóre wyspecjalizowane środowiska; informacji zawartych również w innych fragmentach lub elementach akt, w odniesieniu do których strona pragnąca zachować poufność danych informacji nie dochowała staranności w zakresie wystąpienia z wnioskiem w tym zakresie; informacji, które nie są wystarczająco specyficzne lub precyzyjne, by ujawnić poufne dane; czy też informacji, które można w znacznym stopniu wywieść lub które wynikają z innych informacji zgodnie z prawem dostępnych zainteresowanym (zob. postanowienie z dnia 14 marca 2022 r., Bulgarian Energy Holding i in./Komisja, T-136/19, EU:T:2022:149, pkt 9 i przytoczone tam orzecznictwo).

19 Co więcej, informacje, które były tajne lub poufne, lecz pochodzą sprzed pięciu lub więcej lat, powinny być, ze względu na upływ czasu, uważane co do zasady za historyczne lub za takie, które utraciły z tego powodu swój tajny lub poufny charakter, chyba że, w drodze wyjątku, strona powołująca się na ten charakter wykaże, iż pomimo swojej dawności informacje te stanowią nadal zasadnicze elementy jej strategii handlowej lub też strategii handlowej osób trzecich, których dotyczą (zob. wyrok z dnia 19 czerwca 2018 r., Baumeister, C-15/16, EU:C:2018:464, pkt 54 i przytoczone tam orzecznictwo).

20 Należy zatem w miarę możliwości uwzględnić żądanie skarżącej w zakresie, w jakim nie sprzeciwia się temu prawo dostępu opinii publicznej do orzeczeń sądowych.

21 W niniejszym przypadku nie ma podstaw do uznania za poufne danych dotyczących zmian, które nastąpiły w dniu 31 lipca 2023 r., ponieważ, po pierwsze, skarżąca upubliczniła dane dotyczące wspomnianych zmian na swojej własnej stronie internetowej, która jest publicznie dostępna, po drugie, dane te zostały omówione na rozprawie i mogą zostać wywiedzione z treści motywów 241 i 262 jawnej wersji zaskarżonej decyzji, i po trzecie, wzmianka o nich jest uzasadniona wymogiem udzielenia zrozumiałej odpowiedzi na argumenty stron.

22 Co się tyczy żądania pominięcia wobec opinii publicznej pojęcia „power sellers” usługi Marketplace, z jednej strony należy zauważyć, że dane dotyczące tego pojęcia, w postaci, w jakiej są one wykorzystywane w wewnętrznym systemie skarżącej, nie zostały ujawnione w niniejszym wyroku. Należy zatem stwierdzić, że żądanie pominięcia tych danych wobec opinii publicznej jest bezprzedmiotowe.

23 Z drugiej strony, jeśli chodzi o samo wyrażenie „power sellers”, po pierwsze, skarżąca nie wskazuje powodu, dla którego uważa, że wyrażenie to powinno być traktowane jako poufne wobec opinii publicznej. W niniejszym przypadku skarżąca ogranicza się do ogólnego stwierdzenia, że wyrażenie to odnosi się do szczególnie chronionych danych handlowych dotyczących sposobu, w jaki na użytek wewnętrzny ocenia ona pewne kategorie użytkowników, oraz że ujawnienie tych

danych poważnie zaszkodziłoby jej uzasadnionym interesom handlowym. Otóż to uzasadnienie nie pozwala Sądowi zrozumieć, w jaki sposób samo ujawnienie wyrażenia „power sellers", zdaniem skarżącej odsyłającego zresztą do dawnego pojęcia, którym przestała posługiwać się na użytek wewnętrzny już na długo przed wydaniem zaskarżonej decyzji, mogłoby poważnie zaszkodzić jej uzasadnionym interesom handlowym. Po drugie, wyrażenie to zostało ujawnione na rozprawie. Po trzecie, Sąd uważa, że ujawnienie tego wyrażenia jest uzasadnione wymogiem udzielenia zrozumiałej odpowiedzi na argumenty stron.

24 W związku z tym należy oddalić przedstawione przez skarżącą żądanie pominięcia wobec opinii publicznej danych dotyczących opisu zmian usługi Marketplace, które miały miejsce w dniu 31 lipca 2023 r., i wyrażenia „power sellers".

W przedmiocie zachowania przez skarżącą interesu prawnego we wniesieniu skargi o stwierdzenie nieważności zaskarżonej decyzji w zakresie, w jakim usługa Marketplace została w niej uznana za PUP stanowiącą ważny punkt dostępu

25 Należy zbadać, czy skarżąca, w następstwie wydania decyzji Komisji C(2025) 2547 z dnia 23 kwietnia 2025 r., przyjętej na podstawie art. 4 ust. 1 DMA (sprawa DMA.100044 – Meta – Usługa pośrednictwa internetowego – Marketplace), której streszczenie zostało opublikowane w *Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej* (Dz.U. C, 2025/4223), a w której Komisja uchyliła art. 2 lit. f) zaskarżonej decyzji wskazujący usługę Marketplace jako PUP na podstawie art. 3 ust. 9 DMA (zwanej dalej „decyzją zmieniającą"), nadal ma interes prawny we wniesieniu skargi o stwierdzenie nieważności zaskarżonej decyzji w zakresie, w jakim usługa Marketplace została w niej uznana za PUP stanowiącą ważny punkt dostępu.

26 W decyzji zmieniającej Komisja stwierdziła w istocie, że z uwagi na dodatkowe środki wdrożone przez skarżącą w grudniu 2023 r. i w styczniu 2024 r. skarżąca wykazała, iż jedna z okoliczności faktycznych, na których opierała się zaskarżona decyzja, uległa istotnej zmianie w rozumieniu art. 4 ust. 1 lit. a) DMA. W szczególności Komisja w istocie uznała, że określone w art. 3 ust. 2 lit. b) DMA kryterium dotyczące progu 10 000 użytkowników biznesowych nie zostało spełnione i że w związku z tym usługa Marketplace nie stanowi już ważnego punktu dostępu w rozumieniu art. 3 ust. 1 lit. b) DMA, bez konieczności zajęcia przez nią stanowiska w kwestii, czy w dniu wydania decyzji zmieniającej usługa Marketplace nadal stanowił UPI w rozumieniu art. 2 pkt 5 DMA.

27 W odpowiedzi na środek organizacji postępowania z dnia 2 maja 2025 r., w którym Sąd wezwał strony do zajęcia stanowiska w przedmiocie skutków decyzji zmieniającej dla zarzutu drugiego, skarżąca wskazała, że podtrzymuje ten zarzut w całości.

28 W odpowiedzi na środek organizacji postępowania, o którym mowa w pkt 27 powyżej, Komisja nie zakwestionowała interesu prawnego skarżącej. Jednakże zgodnie z orzecznictwem (wyrok z dnia 15 lipca 2025 r., EBC i Komisja/Corneli, C-777/22 P i C-789/22 P, EU:C:2025:580, pkt 98) do Sądu należy, przed wydaniem orzeczenia co do istoty zawisłej przed nim sprawy, sprawdzenie, w razie potrzeby z urzędu, czy skarżąca zachowuje interes prawny.

29 W tym względzie należy zauważyć, że interes prawny strony skarżącej niekoniecznie ustaje z tego powodu, iż zaskarżony akt przestał wywoływać skutki w toku postępowania. Osoba, której dotyczy ów akt, może bowiem zachować interes w stwierdzeniu jego nieważności, aby uzyskać przywrócenie swojej sytuacji do poprzedniego stanu albo spowodować, że podmiot, który wydał zaskarżony akt, wprowadzi w przyszłości odpowiednie zmiany i w ten sposób zapobiegnie powtórzeniu się zarzucanej temu aktowi niezgodności z prawem. Nawet w przypadkach, gdy ze

względu na okoliczności niemożliwe jest wykonanie przez instytucję, która wydała unieważniony akt, ciążącego na niej obowiązku podjęcia środków zapewniających wykonanie wyroku stwierdzającego nieważność, możliwe jest zachowanie interesu prawnego we wniesieniu skargi o stwierdzenie nieważności jako podstawy ewentualnej skargi o stwierdzenie odpowiedzialności odszkodowawczej (zob. postanowienie z dnia 30 czerwca 2022 r., Camerin/Komisja, C-63/21 P, niepublikowany, EU:C:2022:516, pkt 48 i przytoczone tam orzecznictwo).

30 Co się tyczy w szczególności uchylenia zaskarżonej decyzji lub jej części, strona skarżąca może nadal mieć interes prawny w uzyskaniu stwierdzenia nieważności uchylonego aktu, jeżeli jego uchylenie nie niesie tych samych skutków prawnych co ewentualne stwierdzenie jego nieważności przez Sąd. Uchylenie aktu wydanego przez instytucję nie stanowi bowiem stwierdzenia jego bezprawności i wywołuje skutki ex nunc, podczas gdy stwierdzenie nieważności powoduje skutki ex tunc (zob. wyrok z dnia 9 września 2011 r., Dow AgroSciences i in./Komisja, T-475/07, EU:T:2011:445, pkt 68 i przytoczone tam orzecznictwo).

31 W niniejszym przypadku część zaskarżonej decyzji dotycząca usługi Marketplace, a w szczególności art. 2 lit. f) sentencji tej decyzji, została decyzją zmieniającą uchylona, nie zaś cofnięta. Wywarła ona zatem skutki prawne w odniesieniu do sytuacji skarżącej w stosunku do okresu, który upłynął do czasu jej uchylenia.

32 Ze względu na wydanie zaskarżonej decyzji, jak zresztą przyznają strony, skarżąca była bowiem zobowiązana, na podstawie art. 3 ust. 10 DMA, wypełnić przewidziane w DMA odpowiednie obowiązki w odniesieniu do usługi Marketplace w terminie sześciu miesięcy od wydania tej decyzji, czyli najpóźniej w dniu 7 marca 2024 r.

33 Z powyższego wynika, że w wyniku częściowego uchylenia zaskarżonej decyzji w odniesieniu do usługi Marketplace od dnia 23 kwietnia 2025 r. skarżąca nie uzyskała przywrócenia swojej sytuacji w rozumieniu orzecznictwa przytoczonego w pkt 29 i 30 powyżej, w związku z czym zachowuje ona interes prawny we wniesieniu skargi o stwierdzenie nieważności zaskarżonej decyzji w zakresie, w jakim usługa Marketplace została w niej uznana za PUP stanowiącą ważny punkt dostępu.

W przedmiocie zarzutu pierwszego, dotyczącego uznania usługi Messenger za PUP stanowiącą ważny punktu dostępu

34 Zarzut pierwszy dzieli się na cztery części:

– pierwsza z nich dotyczy tego, że Komisja nie przyznała, iż ze względu na swoje cechy usługa Messenger odpowiada funkcji komunikatora internetowego posiadanej przez PUP w rodzaju internetowego serwisu społecznościowego Facebook, stanowiącej integralną część tej PUP;

– druga – tego, że Komisja wskazała usługę Messenger jako PUP w rodzaju NIICS, odrębną i niezależną od internetowego serwisu społecznościowego Facebook, nie stosując i nie dokonując prawidłowej wykładni przepisów DMA;

– trzecia – tego, że Komisja błędnie stwierdziła, iż usługa Messenger stanowi indywidualnie ważny punkt dostępu, oddalając argumenty i dowody przedstawione przez skarżącą w toku postępowania administracyjnego na podstawie art. 3 ust. 5 DMA, uzasadniając to tym, że nie podważają one w wyraźny sposób domniemań przewidzianych w art. 3 ust. 2 DMA, i to bez rozpoczęcia badania rynku na podstawie art. 17 ust. 1 lub 3 DMA;

– czwarta – tego, że Komisja wprowadziła nowe dowody po raz pierwszy w zaskarżonej decyzji, naruszając istotny wymóg proceduralny.

W przedmiocie części pierwszej zarzutu, dotyczącej oceny in concreto usługi Messenger i uznania jej za PUP w rodzaju NIICS

35 W ramach części pierwszej zarzutu skarżąca kwestionuje dokonaną przez Komisję ocenę, w wyniku której Komisja odmówiła uznania, że usługa Messenger stanowi zwykłą funkcję komunikatora internetowego posiadaną przez PUP, w rodzaju internetowego serwisu społecznościowego Facebook, stanowiącą integralną część tej PUP. Ta część zarzutu dzieli się na trzy zarzuty szczegółowe.

– W przedmiocie pierwszego zarzutu szczegółowego, opartego na tym, że zdaniem skarżącej Komisja pominęła, błędnie zinterpretowała lub przeinaczyła dowody przedstawione przez skarżącą

36 Skarżąca podnosi, że Komisja pominęła, błędnie zinterpretowała lub przeinaczyła dowody świadczące o tym, że usługa Messenger odpowiadała wyłącznie funkcji komunikatora internetowego posiadanej przez PUP, w rodzaju internetowego serwisu społecznościowego Facebook, stanowiącej integralną część tej PUP. Według skarżącej Komisja popełniła błąd w ocenie, uznając, że dowody, którymi dysponowała w chwili wydania zaskarżonej decyzji, wykazywały, iż usługa Messenger stanowiła odrębną usługę, z której użytkownicy końcowi mogli korzystać i z której korzystają oddzielnie od Facebooka.

37 Komisja kwestionuje argumenty skarżącej.

38 Zgodnie z art. 3 ust. 1 DMA przedsiębiorstwo zostaje wskazane jako strażnik dostępu, w przypadku gdy spełnia trzy kumulatywne przesłanki, w tym przesłankę określoną w art. 3 ust. 1 lit. b) tego rozporządzenia, dotyczącą świadczenia PUP będącej ważnym punktem dostępu.

39 Artykuł 2 pkt 2 DMA przewiduje, że PUP oznacza jedną z usług wymienionych w tym przepisie, a w szczególności internetowe serwisy społecznościowe i NIICS.

40 W zaskarżonej decyzji Komisja stwierdziła, że z uwagi na cechy usługi Messenger oceniane in concreto usługa ta stanowi niezależną PUP w rodzaju NIICS, której nie można uznać za zwykłą funkcję komunikatora internetowego posiadaną przez PUP w rodzaju internetowego serwisu społecznościowego Facebook.

41 W tym względzie Komisja uznała, że Meta świadczyła usługę Messenger na rynku jako usługę odrębną od Facebooka i że korzystanie z usługi Messenger nie było inicjowane poprzez korzystanie z internetowego serwisu społecznościowego Facebook dla [*poufne*] [1] większości użytkowników.

42 Otóż Komisja słusznie doszła do takiego wniosku. W pierwszej kolejności wniosek ten opiera się bowiem na okoliczności, że Meta opracowała autonomiczne aplikacje dla usługi Messenger, w szczególności dla urządzeń mobilnych. Jak wskazała Komisja w motywie 177 zaskarżonej decyzji, istnieje aplikacja usługi Messenger dla urządzeń mobilnych, odrębna od Facebooka, która

[1] Dane poufne utajnione.

musi zostać pobrana i uruchomiona przez użytkowników w celu odczytywania lub wysyłania wiadomości. Ponieważ korzystanie na urządzeniach mobilnych jest przeważające w przypadku korzystania z usługi Messenger, jak zostało wskazane w przypisie 150 do zaskarżonej decyzji i nie zostało zakwestionowane przez skarżącą, zatem ta aplikacja dla urządzeń mobilnych odrębna od internetowego serwisu społecznościowego Facebook stanowi punkt wejścia usługi Messenger dla [*poufne*] większości użytkowników.

43 W drugiej kolejności, jak wskazała Komisja w motywie 169 zaskarżonej decyzji, po zidentyfikowaniu za pomocą identyfikatora Facebooka użytkownicy mogą korzystać z usługi Messenger niezależnie od tego, czy ich konto na Facebooku jest aktywne, czy nieaktywne, oraz czy są oni w tym samym czasie aktywni w internetowym serwisie społecznościowym Facebook, czy też nie, co stanowi istotny element przy ocenie, czy Messenger i Facebook są odrębnymi usługami.

44 W trzeciej kolejności ocena Komisji również słusznie opiera się na okoliczności, że Meta dostarcza i wspiera narzędzia dostosowane do usługi Messenger, dające przedsiębiorstwom możliwość współdziałania z szeroką bazą użytkowników, poprzez umożliwienie im na przykład generowania prospektów, świadczenia obsługi klienta i korzystania z systemu odzyskiwania klientów. Jak wskazano w motywie 181 zaskarżonej decyzji, istnienie takich narzędzi wskazuje, że Meta postrzega swoją usługę Messenger jako niezależną platformę w ramach swojego ekosystemu.

45 Ponadto argumenty podniesione przez skarżącą, przedstawione w pkt 46 i nast. poniżej, nie pozwalają na podważenie wniosku Komisji, zgodnie z którym będące w jej posiadaniu w chwili wydania zaskarżonej decyzji dowody wykazywały, że usługa Messenger stanowi PUP w rodzaju NIICS, odrębną i niezależną od PUP w postaci internetowego serwisu społecznościowego Facebook.

46 Po pierwsze, skarżąca kwestionuje to, że na urządzeniach mobilnych dostęp do usługi Messenger wymagał odrębnej aplikacji w dniu wydania zaskarżonej decyzji, jak wskazano w pkt 42 powyżej. Podnosi ona z jednej strony, że załącznik A.26 do skargi wskazuje na zrzuty ekranu szeregu podstawowych funkcji, które są obsługiwane przez usługę Messenger i do których użytkownicy mają bezpośredni dostęp z aplikacji Facebook. Z drugiej strony wskazuje ona, że na urządzeniach mobilnych użytkownicy, którzy nie korzystali z aplikacji Facebook, lecz z wersji Web Facebook, mogli uzyskać dostęp do usługi Messenger bezpośrednio za pośrednictwem Facebooka, bez korzystania z aplikacji usługi Messenger.

47 W tym względzie nie ma potrzeby ustalania, czy argumenty wymienione w pkt 46 powyżej zostały już podniesione przez skarżącą w toku postępowania administracyjnego ani czy mogłyby zostać uznane za dopuszczalne, co Komisja kwestionuje, gdyby zostały podniesione po raz pierwszy przed Sądem. Argumenty te nie pozwalają bowiem w żadnym razie podważyć wspomnianego w pkt 42 powyżej stwierdzenia Komisji, zgodnie z którym sposób, w jaki usługa Messenger jest oferowana, prowadzi do tego, że aplikacja Messenger dostosowana do urządzeń mobilnych stanowi punkt wejścia usługi Messenger dla [*poufne*] większości użytkowników. Dokładniej rzecz ujmując, oba przypadki, na które powołuje się skarżąca, stanowią jedynie ograniczone wyjątki w odniesieniu do dostępu do usługi Messenger za pośrednictwem specjalnej aplikacji.

48 Z jednej bowiem strony, jeśli chodzi o argument skarżącej, zgodnie z którym niektóre połączenia w usłudze Messenger mogą być wykonywane z aplikacji Facebook bez otwierania aplikacji usługi Messenger (w szczególności funkcje polegające na dzieleniu się „reelem”, czyli krótkim nagraniem wideo, lub dzieleniu się „story”, czyli sekwencją krótkich filmów lub obrazów), dotyczy on jedynie

tych konkretnych połączeń wymienionych przez skarżącą, które zostały zaprojektowane w celu ułatwienia rozpowszechniania treści Facebooka za pośrednictwem usługi Messenger, a nie innych zwyczajowych funkcji, takich jak funkcja umożliwiająca tworzenie i odczytanie wiadomości oraz odpowiadanie na nie.

49 Z drugiej strony, co się tyczy argumentu skarżącej, zgodnie z którym użytkownicy przedmiotowych usług przy użyciu urządzeń ruchomych mieli zawsze możliwość dostępu do usługi Messenger z wersji Web Facebook bez korzystania z aplikacji usługi Messenger, argument ten dotyczy sytuacji marginalnej w stosunku do sytuacji [*poufne*] większości użytkowników, którzy mają dostęp do usługi Messenger przy użyciu specjalnej aplikacji dla urządzeń mobilnych, ponieważ korzystanie za pośrednictwem urządzeń mobilnych jest przeważające w przypadku usługi Messenger, czego skarżąca nie kwestionuje (patrz pkt 42 powyżej).

50 Po drugie, skarżąca powołuje się na okoliczność, że 100 % połączeń wymienianych w ramach usługi Messenger odbywa się między użytkownikami Facebooka i że w 2022 r. z jednej strony [*80–100*]% użytkowników usługi Messenger aktywnych miesięcznie było również aktywnymi użytkownikami innych funkcji Facebooka, a z drugiej strony [*80–100*] % użytkowników usługi Messenger aktywnych dziennie korzystało również z innych funkcji Facebooka w tym samym dniu. Jednakże dane te nie wykazują, że usługę Messenger i Facebook należy traktować jako jednolitą PUP do celów DMA, lecz wykazują jedynie, że skarżąca postanowiła ograniczyć korzystanie z usługi Messenger do użytkowników posiadających identyfikator Facebooka. Niemniej jednak, jak wskazała Komisja w motywie 182 zaskarżonej decyzji, użytkownicy ci mogą korzystać i faktycznie korzystają z usługi Messenger niezależnie od internetowego serwisu społecznościowego Facebook.

51 Po trzecie, skarżąca zarzuca Komisji, że w motywie 184 zaskarżonej decyzji nie uwzględniła przedstawionych przez skarżącą danych dotyczących użytkowników usługi Messenger aktywnych tygodniowo bez przeprowadzenia ich prawidłowej analizy. Według niej Komisja powinna była bowiem porównać te dane dotyczące korelacji między korzystaniem z usługi Messenger i korzystaniem z Facebooka z danymi dotyczącymi użytkowników aktywnych miesięcznie i użytkowników aktywnych dziennie, wspomnianymi w pkt 50 powyżej. Komisja powinna była przynajmniej wyjaśnić powody, dla których pominęła przedstawione dane liczbowe.

52 Jednakże okoliczność, że Komisja nie wspomniała wyraźnie w zaskarżonej decyzji o przedstawionych przez skarżącą w toku postępowania administracyjnego danych dotyczących użytkowników usługi Messenger aktywnych miesięcznie i dziennie ani nie powiązała wyraźnie tych danych z analizowanymi w motywie 184 zaskarżonej decyzji danymi dotyczącymi użytkowników usługi Messenger aktywnych tygodniowo, nie oznacza, że nie uwzględniła ona wszystkich tych danych w swojej ocenie.

53 W tym względzie z utrwalonego orzecznictwa wynika, że uzasadnienie, jakiego wymaga art. 296 akapit drugi TFUE, powinno być dostosowane do charakteru rozpatrywanego aktu i przedstawiać w sposób jasny i jednoznaczny rozumowanie instytucji, która wydała akt, pozwalając zainteresowanym poznać podstawy przyjętego rozstrzygnięcia, a właściwemu sądowi dokonać jego kontroli, lecz nie ma wymogu, by uzasadnienie wyszczególniało wszystkie istotne okoliczności faktyczne i prawne, ponieważ ocena, czy uzasadnienie aktu spełnia wymogi art. 296 akapit drugi TFUE, winna opierać się nie tylko na jego brzmieniu, ale także uwzględniać okoliczności jego wydania, jak również ogół przepisów prawa regulujących daną dziedzinę (zob. postanowienie z dnia 29 lipca 2024 r., Ryanair i Laudamotion/Komisja, C-591/21 P, niepublikowany, EU:C:2024:635, pkt 166 i przytoczone tam orzecznictwo).

54 Otóż w niniejszym przypadku w zaskarżonej decyzji zostały wskazane powody, dla których Komisja nie uznała okoliczności dotyczących korelacji między korzystaniem z usługi Messenger i z Facebooka za rozstrzygające. Zatem w motywie 182 zaskarżonej decyzji Komisja wskazała, że okoliczność, iż wszystkie połączenia przy użyciu usługi Messenger były dokonywane między użytkownikami posiadającymi konto na Facebooku, była po prostu konsekwencją koncepcji tej usługi w dniu wydania owej decyzji. Ponadto w motywie 187 tej decyzji Komisja wskazała, że częściowe pokrywanie się aktywnych miesięcznie użytkowników końcowych usługi Messenger z użytkownikami końcowymi Facebooka nie było zaskakujące, biorąc pod uwagę dokonany przez Meta wybór, aby posługiwać się identyfikatorem Facebooka jako identyfikatorem do korzystania z usługi Messenger, co nie pozwala na podważenie jej wniosku dotyczącego autonomicznego charakteru korzystania przez użytkowników z usługi Messenger.

55 Po czwarte, skarżąca nie może zarzucać Komisji, że nie uwzględniła należycie treści badania złożonego jako załącznik A.27 do skargi, które jej zdaniem potwierdza, że europejscy użytkownicy internetowych serwisów społecznościowych, którzy zostali wskazani przez Komisję, zasadniczo uważają funkcję komunikatora internetowego w internetowym serwisie społecznościowym za podstawowy element doświadczenia użytkownika tego serwisu społecznościowej. Nie można bowiem zarzucić Komisji zignorowania wyników tego badania – bez konieczności rozstrzygania o dopuszczalności tego załącznika – ponieważ badanie to zostało przeprowadzone po wydaniu zaskarżonej decyzji. W każdym razie okoliczność, że większość użytkowników internetowych serwisów społecznościowych uważa włączenie funkcji serwisu społecznościowego i bezpośredniego przesyłania wiadomości za bardzo istotne dla korzystania przez nich z tych serwisów społecznościowych i że byliby oni rozczarowani, gdyby funkcje te były rozdzielone, nie dostarcza żadnych informacji na temat sposobu, w jaki usługa Messenger jest świadczona użytkownikom.

56 Po piąte, skarżąca podnosi, że Komisja przeinaczyła przedstawione przez nią dane, o których mowa w motywie 185 zaskarżonej decyzji. Skarżąca utrzymuje bowiem, że wykazała, iż biorąc pod uwagę pierwszą sesję dnia, około [*10–20*] mln użytkowników na urządzeniach ruchomych weszło do aplikacji dla urządzeń mobilnych usługi Messenger przez punkt wejścia oferowany przez Facebook, co odpowiada [*0–30*] % bazy dziennej użytkowników usługi Messenger. Zdaniem skarżącej Komisja wywnioskowała zaś z tego, że [*70–100*] % dziennego korzystania z usługi Messenger nie było inicjowane poprzez korzystanie z Facebooka. Tymczasem dane przedstawione przez skarżącą dotyczą według niej jedynie pierwszej sesji dnia użytkowników, a co więcej, wyłącznie na urządzeniu mobilnym. Dane te nie odzwierciedlają zatem całości dziennego korzystania z usługi Messenger, którego było inicjowane poprzez korzystanie z Facebooka.

57 W tym względzie, nawet przy założeniu, że Komisja popełniła błąd w ustaleniach faktycznych w odniesieniu do odsetka dziennego korzystania z usługi Messenger na urządzeniach mobilnych, które było inicjowane poprzez korzystanie z Facebooka, argumentacja skarżącej nie pozwala podważyć twierdzenia Komisji sformułowanego w motywie 185 zaskarżonej decyzji, zgodnie z którym w przypadku [*poufne*] większości użytkowników aplikacji usługi Messenger na urządzenia mobilne pierwsze skorzystanie z usługi Messenger w ciągu dnia nie było dokonywane poprzez kliknięcie na link w aplikacji Facebook, lecz poprzez bezpośrednie otwarcie aplikacji usługi Messenger. Ponadto gdy w toku postępowania administracyjnego Komisja zwróciła się do skarżącej o dostarczenie jej bardziej szczegółowych danych w tym względzie, w szczególności rozdzielenia na lata 2020–2022 użytkowników, którzy rozpoczęli sesję usługi Messenger za

pośrednictwem strony Web Facebook, aplikacji Facebook, aplikacji usługi Messenger dla urządzeń mobilnych lub wtyczki (plugin) Facebook Messenger Chat, skarżąca odpowiedziała, że nie dysponuje takimi danymi.

58 Po szóste, skarżąca podnosi, że Komisja nie zinterpretowała prawidłowo lub przeinaczyła publicznie dostępne dokumenty handlowe, przekazy dla inwestorów i użytkowników oraz sprawozdania finansowe Meta, uznając, że teksty te wskazywały, iż usługa Messenger nie odpowiadała funkcji komunikatora internetowego Facebooka, stanowiącej integralną część PUP w rodzaju internetowego serwisu społecznościowego Facebook.

59 Jednakże Komisja prawidłowo wywiodła z dokumentów, o których mowa w pkt 58 powyżej, że Meta postrzegała, przedstawiała i pozycjonowała usługę Messenger jako samodzielną usługę, wykraczającą poza zwykłą funkcję komunikatora internetowego Facebooka. Zatem, jak wskazała Komisja w motywie 180 zaskarżonej decyzji, odsyłając do formularza „10-K" Meta Platforms za rok podatkowy kończący się w dniu 31 grudnia 2022 r., Meta rozróżnia w swoich sprawozdaniach finansowych cztery następujące usługi w ramach swojego portfolio aplikacji: Facebook, Instagram, Messenger i WhatsApp. W innych przekazach skierowanych do inwestorów, takich jak ten wspomniany przez Komisję w przypisie 158 do motywu 180 zaskarżonej decyzji, który zawierał transkrypcję konferencji telefonicznej z dnia 26 października 2022 r. w sprawie wyników Mety w trzecim kwartale 2022 r., Meta odnosi się do monetyzacji usługi Messenger jako takiej i wskazuje, że przekazywanie wiadomości, świadczone przy użyciu usługi WhatsApp i usługi Messenger, daje „poważną szansę monetyzacji" dzięki rozwojowi produktów takich jak reklamy „kliknij, żeby wysłać wiadomość" (*click-to-message*) czy też odpłatna poczta elektroniczna.

60 Prawdą jest, że kwestię, czy usługa Messenger stanowi PUP w rodzaju NIICS, czy też jest funkcją stanowiącą integralną część PUP w rodzaju internetowego serwisu społecznościowego Facebook, należy oceniać z obiektywnego punktu widzenia użytkowników końcowych. Jednakże uwzględnienie dokumentów tego rodzaju jak te rozpatrywane w niniejszej sprawie nie jest całkowicie pozbawione znaczenia dla takiej oceny, ponieważ mogą one dostarczyć informacji, wraz z innymi spójnymi dowodami, jak ma to miejsce w niniejszym przypadku w odniesieniu do rozważań zawartych w pkt 42–44 powyżej, na temat sposobu, w jaki dostawca usług konfiguruje swoje usługi dla wspomnianych użytkowników, a tym samym na temat sposobu, w jaki usługi te będą następnie wykorzystywane przez takich użytkowników.

61 Należy zatem oddalić argumentację skarżącej, a tym samym pierwszy zarzut szczegółowy w całości.

– W przedmiocie drugiego zarzutu szczegółowego, opartego na podnoszonej dyskryminującej i arbitralnej ocenie usługi Messenger

62 Skarżąca podnosi, że sposób, w jaki Komisja podeszła do funkcji komunikatora internetowego serwisów społecznościowych innych przedsiębiorstw, które zostały wskazane jako strażnicy dostępu, zawiera oczywiste niespójności, co sprawia, że zaskarżona decyzja jest arbitralna i dyskryminująca.

63 Komisja kwestionuje argumenty skarżącej.

64 Należy zauważyć, że Komisja jest zobowiązana do przeprowadzenia zindywidualizowanej analizy okoliczności właściwych dla każdej sprawy, przy czym nie jest ona związana wcześniejszymi decyzjami dotyczącymi innych podmiotów gospodarczych lub innych PUP (wyrok z dnia 17 lipca 2024 r., Bytedance/Komisja, T-1077/23, odwołanie w toku, EU:T:2024:478, pkt 68, 375).

65 Ponadto zgodnie z utrwalonym orzecznictwem zasada równego traktowania, która stanowi ogólną zasadę prawa Unii Europejskiej, zapisaną w art. 20 i 21 Karty praw podstawowych Unii Europejskiej, wymaga, aby porównywalne sytuacje nie były traktowane w różny sposób i by różne sytuacje nie były traktowane w identyczny sposób, chyba że takie traktowanie jest obiektywnie uzasadnione (zob. wyrok z dnia 16 czerwca 2022 r., Sony Optiarc i Sony Optiarc America/Komisja, C-698/19 P, EU:C:2022:480, pkt 153 i przytoczone tam orzecznictwo).

66 W tym względzie skarżąca powołuje się w pierwszej kolejności na decyzję Komisji C(2023) 6100 final z dnia 5 września 2023 r. wskazującą Apple jako strażnika dostępu na podstawie art. 3 DMA (sprawy DMA.100013 Apple – online intermediation services – app stores; DMA.100025 Apple – operating systems and DMA.100027 Apple – web browsers), której streszczenie zostało opublikowane w *Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej* (Dz.U. C, C/2023/548) (zwanej dalej „decyzją o wskazaniu Apple”), a w której Komisja uznała, że Apple Store stanowi jedną PUP w rodzaju UPI, niezależnie od rodzaju urządzenia, z którego usługa ta jest dostępna. Otóż podejście Komisji dotyczące usługi Messenger nie jest sprzeczne z podejściem przyjętym w decyzji o wskazaniu Apple. Komisja nie podzieliła bowiem usługi Messenger na różne PUP w rodzaju NIICS w oparciu o rodzaj urządzenia wykorzystywanego do uzyskania dostępu do tej usługi, lecz uznała usługę Messenger za jedną PUP w rodzaju NIICS, niezależnie od sposobu, w jaki użytkownicy uzyskiwali do niej dostęp.

67 Co się tyczy przywoływanej w drugiej kolejności przez skarżącą usługi iMessage należącej do Apple, należy zauważyć, że usługa ta nie jest świadczona w powiązaniu z PUP w rodzaju internetowego serwisu społecznościowego. Zatem kwestia dokonania rozgraniczenia pomiędzy NIICS a internetowymi serwisami społecznościowymi nie pojawiła się w decyzji o wskazaniu Apple, w związku z czym decyzja ta okazuje się w tym względzie nieistotna.

68 Co się tyczy funkcji komunikatora internetowego w ramach TikToka i LinkedIna, przywołanych w trzeciej kolejności przez skarżącą, należy zauważyć, że funkcje te nie miały tych samych cech co usługa Messenger, a w szczególności nie miały one zasadniczych cech, takich jak te, które skłoniły Komisję do uznania, że usługa Messenger stanowi niezależną i odrębną PUP w rodzaju NIICS, mianowicie z jednej strony usługa Messenger mogła być wykorzystywana poza internetowym serwisem społecznościowym Facebook, w szczególności poprzez specjalną aplikację, a z drugiej strony usługa Messenger mogła być również wykorzystywana z nieaktywnym kontem na Facebooku.

69 Ponadto w odpowiedziach na pytania na piśmie wystosowane przez Sąd w dniu 28 marca 2025 r. skarżąca utrzymuje, że Komisja przyjęła odmienne podejście w decyzji C(2024) 3176 final z dnia 13 maja 2024 r. dotyczącej decyzji wydanej na podstawie art. 3 DMA (SPRAWA DMA.100019) – BOOKING – ONLINE INTERMEDIATION SERVICES – VERTICALS), której streszczenie zostało opublikowane w *Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej* (Dz.U. C, C/2024/4360), a w której Komisja wskazała Booking Holdings Inc. jako strażnika dostępu, traktując usługi Booking.com i RentalCars.com jako stanowiące jedną PUP do celów DMA, niezależnie od istnienia odrębnych aplikacji i stron internetowych, ponieważ usługi te były dostępne na jednym koncie, jak Facebook i usługa Messenger.

70 Jednakże, w przeciwieństwie do stanu faktycznego w niniejszym przypadku, z decyzji C(2024) 3176 final wynika, że użytkownicy mieli dostęp do wszystkich przedmiotowych usług, w tym usług wynajmu pojazdów, bez konieczności korzystania z oddzielnej, specjalnej aplikacji. Otóż w niniejszym przypadku, jak zostało wskazane w pkt 42 powyżej, Komisja słusznie stwierdziła, że Meta opracowała autonomiczne aplikacje dla usługi Messenger i że jeśli chodzi o aplikację używaną na urządzeniach mobilnych, aplikacja ta stanowi punkt wejścia usługi Messenger dla [*poufne*] większości użytkowników.

71 Drugi zarzut szczegółowy należy zatem oddalić.

– W przedmiocie trzeciego zarzutu szczegółowego, dotyczącego podnoszonego naruszenia załącznika do DMA

72 Skarżąca zarzuca Komisji, że oparła się ona na załączniku do DMA w celu uznania, że usługa Messenger stanowi PUP w rodzaju NIICS, odrębną i niezależną od PUP w postaci internetowego serwisu społecznościowego Facebook. W tym względzie skarżąca podnosi, że nawet przy założeniu, iż załącznik do DMA ma znaczenie dla dokonania rozgraniczenia PUP, co skarżąca kwestionuje, zaskarżona decyzja nie stosuje prawidłowo wspomnianego załącznika. Punkt D 2 wspomnianego załącznika wymaga bowiem uznania, że usługa Messenger stanowi część PUP w rodzaju internetowego serwisu społecznościowego Facebook, ponieważ jest ona wykorzystywana do tych samych celów co ten internetowy serwis społecznościowy, mianowicie do umożliwienia użytkownikom Facebooka łączenie się i komunikowane ze sobą, udostępniania treści oraz zapoznawanie się z innymi użytkownikami treściami.

73 Komisja kwestionuje argumentację skarżącej.

74 Co się tyczy przede wszystkim znaczenia załącznika do DMA dla dokonania rozgraniczenia PUP proponowanych w sposób zintegrowany, należy zauważyć, że ma on tę samą moc prawną co samo DMA i stanowi integralną część tego rozporządzenia (zob. podobnie i analogicznie wyrok z dnia 24 listopada 2010 r., Komisja/Rada, C-40/10, EU:C:2010:713, pkt 61).

75 Zgodnie z pkt A 1 załącznika do DMA celem tego załącznika jest „określenie metodyki identyfikacji i obliczania »aktywnych użytkowników końcowych« i »aktywnych użytkowników biznesowych« dla każdej [PUP] wymienionej w art. 2 pkt 2 [DMA]”, aby umożliwić przedsiębiorstwom ocenę, czy ich PUP spełniają progi ilościowe określone w art. 3 ust. 2 lit. b) DMA, w związku z czym zachodzi domniemanie, że spełniają warunek określony w art. 3 ust. 1 lit. b) DMA.

76 Zważywszy zaś, że załącznik do DMA ma na celu umożliwienie przedsiębiorstwom zidentyfikowania aktywnych użytkowników końcowych i aktywnych użytkowników biznesowych każdej PUP wymienionej w art. 2 pkt 2 DMA, należy stwierdzić, że zawiera on wskazówki istotne dla dokonania rozgraniczenia PUP oferowanych przez przedsiębiorstwo w sposób zintegrowany. Gdyby w celu dokonania rozgraniczenia PUP Komisja zastosowała inne kryteria niż kryteria stosowane przez przedsiębiorstwa przy obliczaniu aktywnych użytkowników końcowych i aktywnych użytkowników biznesowych ich PUP, aby ocenić, czy progi przewidziane w art. 3 ust. 2 lit. b) DMA zostały osiągnięte, przedsiębiorstwa nie mogłyby korzystać z pewności prawa, jaką powinien im zapewnić załącznik do DMA, jak zostało to przewidziane w motywie 20 tego rozporządzenia.

77 W tych okolicznościach przy dokonywaniu oceny i rozgraniczenia PUP na podstawie DMA należy również uwzględnić zawarte w załączniku do DMA wskazówki dotyczące przypadków, w których usługi świadczone przez przedsiębiorstwo należy uznać za odrębne PUP, w szczególności gdy są one oferowane w sposób zintegrowany.

78 W szczególności pkt D 2 załącznika do DMA należy zatem uwzględnić do celów oceny okoliczności, w jakich PUP świadczone przez przedsiębiorstwa należy uznać za jedną usługę lub za odrębne usługi.

79 Punkt D 2 załącznika do DMA przewiduje, do celów obliczenia liczby „aktywnych użytkowników końcowych" i „aktywnych użytkowników biznesowych", co następuje:

„c) Przedsiębiorstwo świadczące [PUP] uznaje za odrębne te [PUP], które są przez nie oferowane w sposób zintegrowany, ale które:
(i) nie należą do tej samej kategorii [PUP] na podstawie art. 2 pkt 2; lub
(ii) wykorzystywane są do różnych celów przez ich użytkowników końcowych lub ich użytkowników biznesowych albo przez obie te grupy, nawet w przypadku gdy ich użytkownicy końcowi lub użytkownicy biznesowi mogą być ci sami i nawet w przypadku gdy usługi te należą do tej samej kategorii [PUP] na podstawie art. 2 pkt 2".

80 Tak więc pkt D 2 lit. c) ppkt (i) załącznika do DMA pozwala potwierdzić ocenę Komisji zawartą w motywie 172 zaskarżonej decyzji, zgodnie z którą usługę Messenger, jako PUP w rodzaju NIICS, należy oddzielić od PUP w rodzaju internetowego serwisu społecznościowego Facebook, z którym jest ona zintegrowana, ponieważ usługi te nie należą do tej samej kategorii PUP.

81 Wniosku tego nie podważa argumentacja skarżącej, w myśl której zgodnie z pkt D 2 lit. c) ppkt (ii) załącznika do DMA przedmiotowe PUP mogą zostać uznane za odrębne PUP, jeżeli są wykorzystywane do różnych celów, natomiast usługa Messenger i Facebook mają te same cele. Kryterium dotyczące celu korzystania z przedmiotowych usług stanowi bowiem, zgodnie z brzmieniem pkt D 2 lit. c) załącznika do DMA, kryterium alternatywne w stosunku do kryterium zastosowanego w niniejszym przypadku, w związku z czym skarżąca nie może z tego przepisu wywodzić żadnego argumentu.

82 Trzeci zarzut szczegółowy, a wobec tego również część pierwsza zarzutu pierwszego, powinny zatem zostać oddalone.

W przedmiocie części drugiej zarzutu pierwszego, dotyczącej kryteriów prawnych mających zastosowanie w celu uznania usługi takiej jak usługa Messenger za PUP w rodzaju NIICS

83 Skarżąca utrzymuje, że Komisja nieprawidłowo zinterpretowała i zastosowała art. 2 pkt 7 i 9, art. 3 ust. 1 lit. b) i art. 3 ust. 9 DMA, wskazując usługę Messenger jako PUP w rodzaju NIICS. Dokładniej rzecz ujmując, skarżąca nie kwestionuje tego, że usługa Messenger odpowiada definicji NIICS w rozumieniu dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/1972 z dnia 11 grudnia 2018 r. ustanawiającej Europejski kodeks łączności elektronicznej (Dz.U. 2018, L 321, s. 36, zwanej dalej „kodeksem łączności elektronicznej"). Zarzuca ona jednak Komisji, że ta naruszyła prawo poprzez uznanie, iż usługę odpowiadającą definicji NIICS przewidzianej w tym kodeksie należy koniecznie uznać za PUP w rodzaju NIICS w rozumieniu DMA. Zdaniem skarżącej usługa taka jak Messenger, która stanowi zwykłą funkcję komunikatora internetowego w internetowym serwisie społecznościowym, może a priori należeć do dwóch różnych kategorii PUP, mianowicie do kategorii PUP w rodzaju NIICS i do kategorii PUP w rodzaju internetowego

serwisu społecznościowego, którego usługa ta jest częścią. Należy zatem dokonać opartej na dowodach oceny in concreto wspomnianej usługi w celu ustalenia, jakiej kategorii PUP najlepiej odpowiada taka usługa.

84 Na poparcie swojej argumentacji skarżąca w pierwszej kolejności podnosi, że podejście przyjęte przez Komisję w zaskarżonej decyzji narusza definicję PUP w rodzaju internetowego serwisu społecznościowego zawartą w art. 2 pkt 7 DMA, który wyraźnie przewiduje obowiązek włączenia funkcji komunikatora internetowego w internetowym serwisie społecznościowym do zakresu PUP w rodzaju internetowego serwisu społecznościowego.

85 W drugiej kolejności skarżąca twierdzi, że uznanie – jak uczyniła to Komisja w zaskarżonej decyzji – iż usługa nie może stanowić części PUP w rodzaju internetowego serwisu społecznościowego, jeżeli odpowiada już definicji NIICS, oznacza pominięcie autonomicznego charakteru definicji internetowego serwisu społecznościowego zawartej w DMA, ponieważ definicja ta nie przewiduje związku podporządkowania z definicją PUP w rodzaju NIICS zawartą w kodeksie łączności elektronicznej lub z definicją NIICS przewidzianą w art. 2 pkt 9 DMA.

86 W trzeciej kolejności skarżąca utrzymuje, że Komisja przyjęła niespójne i dyskryminujące podejście, ponieważ dokonała odmiennej oceny funkcji komunikatorów internetowych innych internetowych serwisów społecznościowych, takich jak TikTok. W decyzji C(2023) 6102 final z dnia 5 września 2023 r. dotyczącej decyzji wydanej na podstawie art. 3 DMA (SPRAWA DMA.100040 – BYTEDANCE – ONLINE SOCIAL NETWORKING SERVICES), której streszczenie zostało opublikowane w *Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej* (Dz.U. C, C/2023/552), a w której ByteDance została wskazana jako strażnik dostępu, Komisja przyznała bowiem, że usługa może a priori odpowiadać definicjom kilku PUP, a w szczególności należycie oceniła, czy TikTok odpowiada raczej usłudze platformy udostępniania wideo, czy usłudze internetowego serwisu społecznościowego.

87 Komisja, popierana przez Republikę Francuską, kwestionuje argumentację skarżącej.

88 Jak wskazano w pkt 39 powyżej, art. 2 pkt 2 DMA przewiduje, że PUP oznacza jedną z usług wymienionych w tym przepisie, a w szczególności internetowe serwisy społecznościowe i NIICS.

89 W art. 2 pkt 9 DMA uściślono, że do celów tego rozporządzenia NIICS oznacza „[NIICS] zdefiniowaną w art. 2 pkt 7 [kodeksu łączności elektronicznej]”.

90 Zgodnie z art. 2 pkt 7 kodeksu łączności elektronicznej NIICS oznacza „usługę łączności interpersonalnej, która nie łączy się z publicznie nadanymi zasobami numeracyjnymi, mianowicie numerem lub numerami z krajowych lub międzynarodowych planów numeracji, ani nie umożliwia połączenia z numerem lub numerami z krajowych lub międzynarodowych planów numeracji […]”.

91 Aby zrozumieć pojęcie NIICS w kodeksie łączności elektronicznej, należy również wziąć pod uwagę definicję „usługi łączności interpersonalnej” zawartą w art. 2 ust. 5 tego kodeksu, która obejmuje „usługę zazwyczaj świadczoną za wynagrodzeniem, która umożliwia bezpośrednią interpersonalną i interaktywną wymianę informacji za pośrednictwem sieci łączności elektronicznej między skończoną liczbą osób, w ramach której osoby inicjujące połączenie lub uczestniczące w nim decydują o jego odbiorcy lub odbiorcach, natomiast nie obejmuje ona usług, które umożliwiają interpersonalną i interaktywną komunikację wyłącznie jako podrzędną funkcję dodatkową, która jest nieodłącznie związana z inną usługą”.

92 W pierwszej kolejności należy zauważyć, że w niniejszej sprawie w motywach 165 i 166 zaskarżonej decyzji Komisja oceniła, czy usługa Messenger odpowiada definicji NIICS przewidzianej w DMA, i doszła do wniosku, że tak jest, stosując kryteria przewidziane w kodeksie łączności elektronicznej, do którego odsyła DMA.

93 Komisja wskazała bowiem w motywie 166 zaskarżonej decyzji, że usługa Messenger odpowiada definicjom usługi łączności interpersonalnej i NIICS przewidzianym w art. 2 pkt 5 i 7 kodeksu łączności elektronicznej, ponieważ usługa ta umożliwia interpersonalną i interaktywną wymianę informacji między skończoną liczbą osób i nie łączy się z publicznie nadawanymi zasobami numeracyjnymi.

94 Jak wskazała Komisja w motywie 167 zaskarżonej decyzji, w toku postępowania administracyjnego skarżąca nie zakwestionowała zresztą tego, że usługa Messenger odpowiadała definicjom przewidzianym w art. 2 pkt 5 i 7 kodeksu łączności elektronicznej, a stanowisko to powtórzyła ona w swoich pismach i w odpowiedzi na pytanie Sądu na rozprawie.

95 W drugiej kolejności należy zauważyć, że Komisja słusznie wskazała w motywach 169 i 172 zaskarżonej decyzji, że okoliczność, iż usługę Messenger można uznać za świadczoną w sposób zintegrowany z PUP w rodzaju internetowego serwisu społecznościowego Facebook, ponieważ stanowi ona funkcję komunikatora internetowego tego serwisu społecznościowego, nie stoi na przeszkodzie temu, by usługę tę można było postrzegać jako PUP w rodzaju NIICS, odrębną od tego internetowego serwisu społecznościowego.

96 Przede wszystkim bowiem, jak wskazano w pkt 79 powyżej, pkt D 2 lit. c) ppkt (i) załącznika do DMA przewiduje, że przedsiębiorstwo świadczące PUP uznaje za odrębne usługi usługi, które są przez nie oferowane w sposób zintegrowany, ale które nie należą do tej samej kategorii PUP na podstawie art. 2 pkt 2 DMA.

97 Ponadto okoliczność, że NIICS taką jak usługę Messenger można uznać za odrębną PUP, chociaż jest ona w pewnym stopniu świadczona w sposób zintegrowany z innymi PUP, nie stoi w sprzeczności z DMA.

98 W tym względzie należy zauważyć, że prawodawca Unii przewidział ten właśnie rodzaj konfiguracji. Motyw 64 DMA wskazuje bowiem, że strażnicy dostępu często świadczą NIICS jako element swojego ekosystemu platform, co dodatkowo zwiększa bariery wejścia dla alternatywnych dostawców takich usług i podnosi ponoszone przez użytkowników końcowych koszty zmiany. Prawodawca Unii był zatem w pełni świadomy złożoności składu niektórych ekosystemów platform, obejmujących w szczególności usługi komplementarne, które mogły się łączyć lub być wzajemnie połączone, a w szczególności zwykłego charakteru świadczenia NIICS, takich jak usługa Messenger, jako elementu takich ekosystemów.

99 Komisja słusznie zatem uznała, że okoliczność, iż usługę Messenger można uznać za świadczoną w sposób zintegrowany z PUP w rodzaju internetowego serwisu społecznościowego Facebook, ponieważ stanowi ona funkcję komunikatora internetowego tego serwisu, nie stoi na przeszkodzie temu, by można było ją uznać za PUP w rodzaju NIICS odrębną od tego internetowego serwisu społecznościowego.

100 Skarżąca podnosi jednak, że zaskarżona decyzja narusza prawo w zakresie, w jakim Komisja nie uwzględniła okoliczności, że usługa odpowiadająca definicji NIICS przewidzianej w kodeksie łączności elektronicznej mogła jednocześnie odpowiadać definicji PUP w rodzaju NIICS

i definicji PUP w rodzaju internetowego serwisu społecznościowego, stanowiąc integralną część tego serwisu społecznościowego, oraz że należało dokonać oceny in concreto warunków świadczenia tej NIICS, w celu ustalenia, której PUP usługa ta najlepiej odpowiada. Gdyby Komisja prawidłowo zinterpretowała kryteria prawne przewidziane w DMA w celu rozgraniczenia PUP, dokonałaby takiej oceny w odniesieniu do usługi Messenger.

101 Jednakże z zaskarżonej decyzji wynika, że w niniejszym przypadku Komisja nie ograniczyła się do stwierdzenia, iż usługa Messenger odpowiada definicji NIICS w rozumieniu kodeksu łączności elektronicznej, aby dojść do wniosku, że usługę tę należy uznać PUP w rodzaju NIICS w rozumieniu DMA. Stwierdziwszy bowiem w motywie 166 zaskarżonej decyzji, że usługa Messenger odpowiada definicji NIICS w rozumieniu kodeksu łączności, i wyjaśniwszy w tym kontekście w motywach 167–169 zaskarżonej decyzji powody, dla których usługa ta nie może być objęta wyjątkiem przewidzianym dla usług, które umożliwiają interpersonalną i interaktywną komunikację wyłącznie jako podrzędną funkcję dodatkową, która jest nieodłącznie związana z inną usługą, Komisja kontynuowała swoją ocenę, dokonując w szczególności w motywach 176–190 zaskarżonej decyzji konkretnej analizy warunków i okoliczności świadczenia usługi Messenger.

102 W związku z tym przede wszystkim Komisja, w motywie 177 zaskarżonej decyzji, wskazała, że ze sposobu, w jaki usługa Messenger była świadczona, a w szczególności z faktu, że Meta opracowała odrębną i autonomiczną aplikację dla tej usługi w odniesieniu do urządzeń mobilnych, stanowiącą punkt wejścia do usługi Messenger dla [*poufne*] większości użytkowników, jak zostało to wskazane w pkt 42 powyżej, wynika, że usługa ta ewoluowała, aby oferować użytkownikowi inne doświadczenie niż Facebook i stać się autonomiczną NIICS. Następnie w motywach 177–180 zaskarżonej decyzji Komisja uznała, że przekazy Meta skierowane do jej inwestorów, publiczne przekazy handlowe, przekazy dla użytkowników i sprawozdania finansowe potwierdzają, że sama Meta postrzegała usługę Messenger jako niezależną usługę, jak wskazano w pkt 59 powyżej. Wreszcie w motywie 181 zaskarżonej decyzji Komisja stwierdziła, że dostarczając i promując konkretne narzędzia umożliwiające przedsiębiorstwom kontaktowanie się z użytkownikami w ramach usługi Messenger, Meta postrzegała usługę Messenger jako niezależną platformę w ramach swojego ekosystemu, jak wskazano w pkt 44 powyżej.

103 Komisja doszła do wniosku, że usługa Messenger stanowi odrębną usługę, z której konsumenci mogą korzystać i z której korzystają oddzielnie, w związku z czym należy ją uznać za PUP w rodzaju NIICS odrębną i niezależną od internetowego serwisu społecznościowego Facebook.

104 W tych okolicznościach należy stwierdzić, że w niniejszym przypadku, nawet przy założeniu, iż argumentacja skarżącej przedstawiona w pkt 100 powyżej jest zasadna, argumentacja ta nie może prowadzić do stwierdzenia nieważności zaskarżonej decyzji na podstawie rozpatrywanej skargi, ponieważ Komisja w każdym razie przeprowadziła konkretną analizę warunków i okoliczności świadczenia usługi Messenger.

105 Ta ocena in concreto warunków świadczenia usługi Messenger użytkownikom została ponadto zakwestionowana przez skarżącą w ramach części pierwszej zarzutu pierwszego.

106 Główną argumentację skarżącej przedstawioną w pkt 100 powyżej oraz argumenty przedstawione na jej poparcie należy zatem uznać za bezskuteczne.

107 W świetle powyższych rozważań część drugą zarzutu pierwszego należy oddalić jako w części bezzasadną, a w części bezskuteczną.

W przedmiocie części trzeciej zarzutu pierwszego, dotyczącej podważenia domniemania, zgodnie z którym usługa Messenger stanowiła ważny punkt dostępu

108 Skarżąca podnosi, że nawet przy założeniu, że Komisja nie popełniła błędu, uznając Messenger za PUP w rodzaju NIICS, nie zinterpretowała ona i nie zastosowała prawidłowo art. 3 ust. 1 lit. b) i art. 3 ust. 9 DMA, stwierdzając, że usługa ta, indywidualnie, stanowiła ważny punkt dostępu.

109 Ta część trzecia zarzutu składa się z trzech zarzutów szczegółowych.

– W przedmiocie pierwszego zarzutu szczegółowego, dotyczącego obalenia domniemania przewidzianego w art. 3 ust. 2 lit. b) DMA

110 Skarżąca podnosi, że Komisja nie wykazała w zaskarżonej decyzji, iż usługa Messenger stanowi ważny punkt dostępu w rozumieniu art. 3 ust. 1 lit. b) DMA. W tym względzie twierdzi ona w szczególności, że Komisja pominęła lub niesłusznie odrzuciła dowody przedstawione przez skarżącą w celu obalenia domniemania przewidzianego w art. 3 ust. 2 lit. b) DMA.

111 Komisja, popierana przez Republikę Francuską, kwestionuje argumentację skarżącej.

112 Jak wskazano w pkt 38 powyżej, zgodnie z art. 3 ust. 1 DMA przedsiębiorstwo wskazuje się jako strażnika dostępu, jeżeli spełnia ono łącznie trzy przesłanki, w tym przesłankę dotyczącą świadczenia PUP będącej ważnym punktem dostępu.

113 Zgodnie z art. 3 ust. 2 lit. b) DMA uznaje się, że przedsiębiorstwo spełnia przesłankę dotyczącą świadczenia PUP będącej ważnym punktem dostępu, aby wskazać je jako strażnika dostępu, jeżeli w ostatnim roku obrotowym z przedmiotowej PUP korzystało co najmniej 45 mln aktywnych miesięcznie użytkowników końcowych mających siedzibę lub miejsce pobytu w Unii oraz co najmniej 10 000 aktywnych rocznie użytkowników biznesowych z siedzibą w Unii.

114 Artykuł 3 ust. 5 DMA przewiduje, że domniemania, o których mowa w art. 3 ust. 2 DMA, mogą zostać obalone, jeżeli przedsiębiorstwo przedstawi „wraz z powiadomieniem, dostatecznie uzasadnione argumenty w celu wykazania, że na zasadzie wyjątku, choć osiągnęło wszystkie progi określone w [tymże] ust. 2, to ze względu na okoliczności, w których świadczy odpowiednią [PUP], nie spełnia wymogów wymienionych w [art. 3 ust. 1 DMA]”.

115 W niniejszym przypadku należy zbadać, czy – jak twierdzi skarżąca – Komisja błędnie stwierdziła, że przedstawione przez skarżącą argumenty nie były dostatecznie uzasadnione w rozumieniu art. 3 ust. 5 DMA, aby podważyć w wyraźny sposób domniemanie przewidziane w art. 3 ust. 2 lit. b) DMA.

116 W pierwszej kolejności skarżąca wskazuje, że w toku postępowania administracyjnego wykazała, iż usługa Messenger dotyczyła jedynie [*0–5*] % połączeń business-to-consumer (zwanych dalej „B2C”) w Europejskim Obszarze Gospodarczym (EOG), przy czym głównymi środkami stosowanymi przez użytkowników biznesowych w celu skontaktowania się z użytkownikami końcowymi były telefon i poczta elektroniczna. Ocena tego elementu w zaskarżonej decyzji jest zdaniem skarżącej ewidentnie błędna i nie została wystarczająco uzasadniona.

117 W tym względzie, po pierwsze, należy zauważyć, że art. 3 ust. 5 DMA nie przewiduje wyczerpującego wykazu dowodów, które można przedstawić w celu obalenia domniemań przewidzianych w ust. 2 tego artykułu, lecz ogranicza się do odesłania do „okoliczności,

w których świadczy [się] odpowiednią [PUP]” [zob. podobnie wyrok z dnia 17 lipca 2024 r., Bytedance/Komisja, T-1077/23, odwołanie w toku, EU:T:2024:478, pkt 50). Ponadto w motywie 23 DMA wyjaśniono, że „Komisja, oceniając przedstawione jej [na podstawie art. 3 ust. 5 akapit pierwszy DMA] dowody i argumenty, powinna uwzględniać jedynie te elementy, które są bezpośrednio związane z kryteriami ilościowymi, czyli z wpływem przedsiębiorstwa świadczącego [PUP] na rynek wewnętrzny, poza przychodami lub kapitalizacją rynkową, takie jak wielkość przedsiębiorstwa w wartościach bezwzględnych i liczba państw członkowskich, w których przedsiębiorstwo to jest obecne; to, o ile liczba faktycznych użytkowników biznesowych i użytkowników końcowych przekracza wartości progowe, i znaczenie [PUP] przedsiębiorstwa z uwzględnieniem ogólnej skali działalności odpowiedniej [PUP]; oraz liczba lat, w których progi zostały osiągnięte”. Wykaz wymienionych w tym motywie elementów, które mogą zostać uwzględnione, nie jest wyczerpujący [zob. podobnie wyrok z dnia 17 lipca 2024 r., Bytedance/Komisja, T-1077/23, odwołanie w toku, EU:T:2024:478, pkt 49].

118 Po drugie, z motywu 23 DMA wynika, że aby można je było uwzględnić, argumenty i dowody przedstawione przez odnośne przedsiębiorstwo powinny być „bezpośrednio związane z kryteriami ilościowymi”, przy czym wyrażenie „kryteria ilościowe” odnosi się do progów ilościowych określonych w art. 3 ust. 2 DMA (wyrok z dnia 17 lipca 2024 r., Bytedance/Komisja, T-1077/23, odwołanie w toku, EU:T:2024:478, pkt 47). Takie argumenty i dowody są bezpośrednio związane z tymi progami ilościowymi, jeżeli zmierzają do obalenia konkretnie i specyficznie jednego z trzech domniemań przewidzianych w art. 3 ust. 2 DMA (zob. podobnie wyrok z dnia 17 lipca 2024 r., Bytedance/Komisja, T-1077/23, odwołanie w toku, EU:T:2024:478, pkt 326).

119 Nie można zatem a priori wykluczyć, że dowody dotyczące znaczenia usługi Messenger we wszystkich połączeniach B2C są istotne dla poparcia okoliczności, w jakich świadczona jest ta PUP, pod warunkiem że dowody te są „bezpośrednio związane” w rozumieniu motywu 23 DMA z progami ilościowymi określonymi w art. 3 ust. 2 lit. b) tego rozporządzenia.

120 Należy jednak stwierdzić, że Komisja zbadała argumenty skarżącej oparte na podnoszonym niewielkim znaczeniu usługi Messenger w kontekście wszystkich połączeń B2C w EOG i słusznie stwierdziła, że argumenty te nie były dostatecznie uzasadnione, aby podważyć w wyraźny sposób domniemanie przewidziane w art. 3 ust. 2 lit. b) DMA.

121 W tym względzie standard dowodowy wymagany w celu podważenia domniemań przewidzianych w art. 3 ust. 2 DMA został określony przez samego prawodawcę Unii, który wymaga od odnośnego przedsiębiorstwa, na którym spoczywa ciężar dowodu, aby przedstawiło dostatecznie uzasadnione argumenty podważające w wyraźny sposób owe domniemania (wyrok z dnia 17 lipca 2024 r., Bytedance/Komisja, T-1077/23, odwołanie w toku, EU:T:2024:478, pkt 61). Z wyrażeń „na zasadzie wyjątku” i „w wyraźny sposób” zawartych w art. 3 ust. 5 DMA wynika jednoznacznie, że wymagany od danego przedsiębiorstwa standard dowodowy jest wysoki, w tym znaczeniu, że przedstawione przez to przedsiębiorstwo argumenty powinny pozwalać na wykazanie z wysokim stopniem prawdopodobieństwa, iż przewidziane w art. 3 ust. 2 DMA domniemania zostały podważone (wyrok z dnia 17 lipca 2024 r., Bytedance/Komisja, T-1077/23, odwołanie w toku, EU:T:2024:478, pkt 71).

122 W niniejszym przypadku Komisja stwierdziła zaś, że argumenty przedstawione przez skarżącą w toku postępowania administracyjnego nie były przekonujące, ponieważ cytowana przez nią wartość, o której mowa w pkt 116 powyżej, była oparta na metodzie obliczeniowej stosowanej przez Komisję w dziedzinie prawa konkurencji, bez wyjaśnienia jej znaczenia w kontekście

obalenia przedmiotowego domniemania. Tak więc Komisja nie popełniła błędu w ocenie, wskazując w motywie 226 zaskarżonej decyzji, że skarżąca nie przedstawiła danych ani wyjaśnień na poparcie swoich argumentów w tym względzie.

123 Ponadto w motywie 227 zaskarżonej decyzji Komisja słusznie wskazała, że argumenty wskazane w pkt 116 powyżej zostały podważone przez okoliczność, że skarżąca dostarczała narzędzia powszechnie wykorzystywane przez użytkowników biznesowych w celu skontaktowania się z użytkownikami końcowymi przy użyciu usługi Messenger, co świadczy o znaczeniu usługi Messenger jako kanału komunikacyjnego B2C.

124 Ponadto należy stwierdzić, jak uczyniła to Komisja w motywie 220 zaskarżonej decyzji, że usługa Messenger znacząco przekroczyła przewidziany w art. 3 ust. 2 lit. b) DMA próg dotyczący użytkowników biznesowych, ponieważ liczba przedsiębiorstw korzystających z tej usługi była wyższa niż [*poufne*] mln w każdym z lat 2020–2022, natomiast próg ten został ustalony na 10 000 . Zgodnie zaś z motywem 23 DMA to, o ile liczba użytkowników biznesowych przekracza wartości progowe, ma istotne znaczenie w ramach analizy argumentów przedsiębiorstwa mających na celu podważenie domniemania wynikającego z art. 3 ust. 2 lit. b) DMA.

125 Wreszcie jeśli chodzi o podnoszony przez skarżącą w tym kontekście brak uzasadnienia, należy stwierdzić, że motywy 226–228 zaskarżonej decyzji zawierają wyjaśnienia, które ukazują w sposób jasny i jednoznaczny rozumowanie Komisji dotyczące oddalenia argumentów skarżącej. Uzasadnienie to spełnia zatem wymogi wynikające z art. 296 TFUE, przypomniane w pkt 53 powyżej.

126 W drugiej kolejności skarżąca podnosi, że Komisja nie uwzględniła w wystarczającym stopniu okoliczności, iż nawet w węższej kategorii „usług komunikatora internetowego” istniał szeroki wachlarz usług innych niż usługa Messenger, takich jak serwisy społecznościowe (TikTok, X i Snapchat), usługi konferencji na odległość (Microsoft Teams, Zoom) i NIICS (WhatsApp, Signal i Telegram). Podkreśla ona również istnienie możliwości korzystania przez użytkowników końcowych z wielu platform (multi-homing), ponieważ 73 % użytkowników końcowych korzysta z więcej niż jednej usługi komunikatora internetowego. Zgodnie z podejściem Komisji, polegającym na uwzględnieniu jedynie usług w ramach odpowiedniej kategorii PUP, mianowicie w niniejszym przypadku kategorii NIICS, nie uwzględnia się faktu, że korzystanie z usługi Messenger pozostaje w cieniu korzystania z poczty elektronicznej, przy czym w szczególności w 2020 r. 67 mln rozmów B2C odbywało się codziennie za pośrednictwem wiadomości przesyłanych pocztą elektroniczną, podczas gdy jedynie [*0–5*] mln rozmów B2C odbywało się przy użyciu usługi Messenger.

127 W tym względzie należy przypomnieć, że ciężar dowodu w ramach obalenia domniemań przewidzianych w art. 3 ust. 2 DMA spoczywa na skarżącej. Przedstawione przez nią argumenty i dowody dotyczyły zaś jedynie istnienia innych usług, a także możliwości korzystania przez użytkowników końcowych z wielu platform (multi-homing) w ogólności. W szczególności argumenty te nie zostały poparte dokładnymi danymi dotyczącymi korzystania z tych różnych usług oraz szczególnych i konkretnych cech możliwości korzystania przez użytkowników końcowych z wielu platform (multi-homing), mianowicie w szczególności jego intensywności, czyli czasu poświęconego przez użytkownika na każdą z przedmiotowych usług. Jeśli chodzi o dane liczbowe dotyczące możliwości korzystania przez użytkowników końcowych z wielu platform (multi-homing) przytoczone przez skarżącą, mianowicie okoliczność, że 73 % użytkowników końcowych korzystało z więcej niż jednej usługi komunikatora internetowego, Komisja mogła uznać, że nie jest ona dostatecznie uzasadniona, aby podważyć w wyraźny sposób

domniemanie przewidziane w art. 3 ust. 2 lit. b) DMA, ponieważ wspomniana liczba dotyczyła wyłącznie użytkowników w Niemczech w danym roku, mianowicie 2021 r., a zatem nie była wystarczająca do oceny sytuacji Unii jako całości.

128 Ponadto, jeśli chodzi o znaczenie poziomów wykorzystania usług poczty elektronicznej, takich jak Microsoft Outlook i Gmail, na które powołuje się skarżąca, argumenty przedstawione w tym względzie przez skarżącą nie wystarczają do podważenia różnic między tymi usługami a usługą Messenger. W szczególności NIICS skarżącej nie pozwala ani użytkownikom biznesowym, ani użytkownikom końcowym na swobodne komunikowanie się z użytkownikami innych usług, w przeciwieństwie do poczty elektronicznej, która umożliwia wysyłanie i odbieranie wiadomości od innych dostawców tej usługi.

129 W trzeciej kolejności skarżąca podnosi, że usługa Messenger jest usługą powszechnie wykorzystywaną w kontekście consumer-to-consumer (dalej „C2C"), co podważa domniemanie, zgodnie z którym stanowi ona ważny punkt dostępu.

130 W tym względzie z motywu 15 DMA wynika, iż to, że istnieje możliwość, iż dane przedsiębiorstwo świadczące PUP pełni rolę pośrednika nie tylko między użytkownikami biznesowymi a użytkownikami końcowymi, lecz także między różnymi użytkownikami końcowymi, na przykład w przypadku NIICS, nie wyklucza stwierdzenia, że takie przedsiębiorstwo jest lub może być ważnym punktem dostępu.

131 W konsekwencji sama okoliczność, że PUP posiada, poza cechami B2C, cechy C2C, jak w niniejszym przypadku, nie pozwala nie uznać jej za ważny punkt dostępu.

132 W czwartej kolejności skarżąca podnosi, że połączenia B2C w ramach usługi Messenger mogą zostać nawiązane wyłącznie przez użytkowników końcowych, w związku z czym użytkownicy biznesowi nie mogą wykorzystywać usługi Messenger jako ważnego punktu dostępu w celu dotarcia do wspomnianych użytkowników.

133 Należy zauważyć, że skarżąca opiera się w tym względzie na załączniku A.28 do skargi, aby podnieść, że użytkownicy końcowi muszą wyrazić zgodę na otrzymywanie wiadomości od użytkowników biznesowych. Jednakże, jak potwierdziła skarżąca na rozprawie, załącznik ten został przedstawiony po raz pierwszy w skardze i nie został przekazany Komisji w toku postępowania administracyjnego. Odnośne przedsiębiorstwo nie może zaś przedstawić na podstawie art. 3 ust. 5 DMA po raz pierwszy przed Sądem argumentów lub dowodów, których nie przedstawiło w toku postępowania administracyjnego, w celu obalenia domniemań przewidzianych w art. 3 ust. 2 DMA (wyrok z dnia 17 lipca 2024 r., Bytedance/Komisja, T-1077/23, odwołanie w toku, EU:T:2024:478, pkt 234). Załącznik A.28 do skargi jest zatem niedopuszczalny.

134 W każdym razie przewidziana w art. 3 ust. 1 lit. b) DMA możliwość „dociera[nia] do użytkowników końcowych" nie oznacza, że użytkownicy biznesowi muszą koniecznie mieć możliwość nawiązania kontaktów ze wspomnianymi użytkownikami. Ani art. 3 DMA, ani definicja aktywnych użytkowników biznesowych zawarta w pkt E załącznika do DMA, obejmująca użytkowników biznesowych, którzy „co najmniej raz w roku skorzystali z konta biznesowego lub w inny sposób zainicjowali komunikację za pośrednictwem [NIICS] lub w jakikolwiek sposób uczestniczyli w takiej komunikacji, by w sposób bezpośredni komunikować się z użytkownikiem końcowym", wymagają, aby taka możliwość istniała.

135 Niniejszego przypadku dotyczy to tym bardziej, że – jak wskazała Komisja w motywie 222 zaskarżonej decyzji – usługa Messenger daje możliwość zainicjowania rozmowy w reakcji na reklamę za pośrednictwem funkcji „kliknij, żeby wysłać wiadomość", umożliwiającej „przekierowanie do rozmowy w ramach usługi Messenger", który to środek może zachęcać użytkowników końcowych do skontaktowania się z użytkownikami biznesowymi.

136 W piątej kolejności skarżąca podnosi, że w projekcie sprawozdania Organu Europejskich Regulatorów Łączności Elektronicznej (BEREC) w sprawie regulacji ex ante dotyczących cyfrowych strażników dostępu z dnia 11 marca 2021 r. zaproponowano, aby NIICS nie były jeszcze uznawane za PUP świadczone przez strażników dostępu.

137 Dokument ten nie dotyczy jednak konkretnego przypadku Meta i odnośnych usług, w związku z czym nie podważa on zindywidualizowanej oceny Meta i wspomnianych usług zawartej w zaskarżonej decyzji. W każdym razie ostateczna wersja tego sprawozdania nie zawiera już zastrzeżeń co do uznania NIICS za ważne punkty dostępu.

138 W szóstej kolejności skarżąca kwestionuje niektóre dodatkowe argumenty Komisji zawarte w motywach 222 i 227 zaskarżonej decyzji, dotyczące w istocie znaczenia dodatkowych narzędzi łączności udostępnionych użytkownikom biznesowym w celu komunikowania się przy użyciu usługi Messenger z użytkownikami końcowymi.

139 W tym względzie należy zauważyć, że z motywu 222 zaskarżonej decyzji wynika, iż okoliczność, że przedsiębiorstwo dostarcza takie dodatkowe narzędzia, nie została sama w sobie uznana przez Komisję za rozstrzygającą, lecz stanowi jedynie argument wzmacniający oddalenie w motywach 220–223 zaskarżonej decyzji argumentów i dowodów przedstawionych przez skarżącą w ramach obalania domniemania przewidzianego w art. 3 ust. 2 lit. b) DMA.

140 Ponadto skarżąca nie kwestionuje tego, że Meta oferuje wyżej wymienione narzędzia użytkownikom biznesowym. Z jednej strony ogranicza się ona do twierdzenia, że wspomniane przedsiębiorstwa nie są w stanie nawiązać połączenia w ramach usługi Messenger. Argument ten został już oddalony w pkt 133–135 powyżej. Z drugiej strony podnosi ona, że takie narzędzia są powszechnie udostępniane przez inne serwisy społecznościowe w odniesieniu do ich funkcji komunikatora internetowego. Skarżąca nie wyjaśnia jednak, w jaki sposób sam fakt, że inne przedsiębiorstwa udostępniają podobne narzędzia, pozwalałby obalić domniemanie przewidziane w art. 3 ust. 2 lit. b) DMA.

141 W siódmej kolejności, zdaniem skarżącej, podejście Komisji prowadzi do nierównego traktowania usługi Messenger w porównaniu z innymi przedsiębiorstwami i ich usługami podlegającymi również postępowaniom z DMA, mianowicie usługą przeglądarki internetowej świadczoną przez Samsung i usługą iMessage świadczoną przez Apple, ponieważ w odniesieniu do tych usług Komisja zaakceptowała argumenty podobne do tych, które przedstawiła skarżąca. Jeśli chodzi o usługę Gmail świadczoną przez Alphabet i usługę Outlook świadczoną przez Microsoft, podejście Komisji jest niespójne, ponieważ instytucja ta uznała, że w odniesieniu do tych usług zostały przedstawione wystarczająco uzasadnione argumenty, aby obalić domniemanie przewidzianego w art. 3 ust. 2 lit. b) DMA, niezależnie od tego, że z usług tych korzystało kilka milionów użytkowników biznesowych i użytkowników końcowych.

142 Jednakże, po pierwsze, skarżąca nie wyjaśniła, w jaki sposób jej sytuacja, jeśli chodzi o usługę Messenger, jest porównywalna z sytuacją przedsiębiorstw świadczących innego rodzaju PUP, takich jak Samsung, jeśli chodzi o jego przeglądarkę internetową.

143 Po drugie, co się tyczy usługi iMessage świadczoną przez Apple, usługę Gmail świadczoną przez Alphabet i usługę Outlook świadczoną przez Microsoft, skarżąca nie wykazała, że pomijając fakt, iż chodziło o ten sam rodzaj PUP, ich sytuacja była porównywalna z sytuacją charakteryzującą usługę Messenger. Ponadto porównanie dokonane przez skarżącą z usługami Alphabet Gmail i Outlook świadczonymi przez Microsoft opiera się wyłącznie na okoliczności, że usługi te obejmują pewną liczbę użytkowników biznesowych i użytkowników końcowych, bez uwzględnienia wszystkich okoliczności, w jakich usługi te były świadczone.

144 W świetle powyższego należy oddalić argumenty przedstawione przez skarżącą w celu obalenia domniemania przewidzianego w art. 3 ust. 2 lit. b) DMA.

145 Pierwszy zarzut szczegółowy części trzeciej zarzutu pierwszego należy zatem oddalić jako bezzasadny.

– W przedmiocie drugiego zarzutu szczegółowego, dotyczącego wymogu, aby usługa Messenger stanowiła „indywidualnie" ważny punkt dostępu

146 Skarżąca podnosi, że w art. 3 ust. 9 DMA termin „indywidualnie" oznacza, że każdą PUP należy oceniać oddzielnie i odrębnie, w tym w odniesieniu do ustalania liczby użytkowników końcowych do celów oceny progów przewidzianych w art. 3 ust. 2 lit. b) DMA. Utrzymuje ona w istocie, że Komisja była wobec tego zobowiązana zastosować metodę liczenia użytkowników końcowych usługi Messenger uwzględniającą jedynie użytkowników końcowych, którzy wykorzystywali tę usługę inaczej niż jako funkcję komunikatora internetowego w ramach internetowego serwisu społecznościowego Facebook. Według niej odmienne podejście przyjęte przez Komisję w zaskarżonej decyzji sprowadza się do uwzględnienia użytkowników innej PUP i w ten sposób prowadzi do podwójnego liczenia użytkowników.

147 Ponadto, co się tyczy liczby aktywnych użytkowników biznesowych, zdaniem skarżącej Komisja nie mogła ograniczyć się do oparcia się na danych dotyczących jednego tygodnia w 2020 r.

148 Komisja, popierana przez Republikę Francuską, kwestionuje argumentację skarżącej.

149 Jak wskazano w pkt 113 powyżej, zgodnie z art. 3 ust. 2 lit. b) DMA domniemywa się, że przedsiębiorstwo spełnia przesłankę dotyczącą świadczenia PUP będącej ważnym punktem dostępu, jeżeli w ostatnim roku obrotowym ze wspomnianej PUP korzystało co najmniej 45 mln aktywnych miesięcznie użytkowników końcowych mających siedzibę lub miejsce pobytu w Unii oraz co najmniej 10 000 aktywnych rocznie użytkowników biznesowych z siedzibą w Unii.

150 Zgodnie z art. 3 ust. 9 DMA „[w] przypadku każdego przedsiębiorstwa wskazanego jako strażnik dostępu na podstawie ust. 4 lub 8 Komisja zamieszcza w decyzji o wskazaniu wykaz odpowiednich [PUP] świadczonych w ramach tego przedsiębiorstwa, z których każda indywidualnie stanowi ważny punkt dostępu dla użytkowników biznesowych, za pośrednictwem którego docierają oni zgodnie z ust. 1 lit. b) do użytkowników końcowych".

151 W pierwszej kolejności należy zauważyć, że termin „indywidualnie" zawarty w art. 3 ust. 9 DMA nie oznacza, że Komisja była zobowiązana do zastosowania metody liczenia użytkowników końcowych usługi Messenger, która to metoda uwzględniałaby wyłącznie użytkowników końcowych, którzy wykorzystywali tę usługę inaczej niż jako funkcję komunikatora internetowego w ramach internetowego serwisu społecznościowego Facebook.

152 Artykuł 2 pkt 20 DMA przewiduje bowiem, że „użytkownik końcowy” oznacza „osobę fizyczną lub prawną, która korzysta z [PUP] w charakterze innym niż użytkownik biznesowy”. Zgodnie z art. 2 pkt 21 DMA użytkownik biznesowy oznacza „osobę fizyczną lub prawną działającą w celach handlowych lub zawodowych, która korzysta z [PUP] do celów związanych z dostarczaniem towarów użytkownikom końcowym lub świadczeniem usług na rzecz użytkowników końcowych lub w toku dostarczania towarów takim użytkownikom lub świadczenia usług na ich rzecz”.

153 Motyw 20 DMA stanowi, że:

„[…] Aktywnych użytkowników końcowych i aktywnych użytkowników biznesowych należy identyfikować i obliczać ich liczbę w taki sposób, aby odpowiednio odzwierciedlić rolę i zasięg danej [PUP]. Aby zagwarantować strażnikom dostępu pewność prawa, w załączniku do niniejszego rozporządzenia należy wskazać elementy służące określeniu liczby aktywnych użytkowników końcowych i aktywnych użytkowników biznesowych poszczególnych [PUP] […]”.

154 Co się tyczy aktywnych użytkowników końcowych NIICS, tabela zawarta w pkt E załącznika do DMA, zatytułowanym „Szczegółowe definicje”, uściśla, że użytkownikami tymi są ci użytkownicy, którzy „którzy co najmniej raz w miesiącu zainicjowali komunikację za pośrednictwem [NIICS] lub w jakikolwiek sposób uczestniczyli w takiej komunikacji”.

155 Tak więc, na podstawie definicji „użytkownika końcowego” NIICS zawartej w załączniku do DMA, skorzystanie z usługi Messenger, mianowicie zainicjowanie połączenia lub uczestniczenie w nim przy użyciu usługi Messenger raz w miesiącu, niezależnie od korzystania z jakiejkolwiek innej usługi lub PUP, wystarcza, aby zostać uznanym za aktywnego użytkownika końcowego do celów art. 3 ust. 2 lit. b) DMA. Uwzględnienie, jak proponuje skarżąca, jedynie części tych użytkowników, w szczególności tych, którzy posiadają nieaktywne konto na Facebooku, lub tych, którzy korzystali „wyłącznie z usługi Messenger”, nie pozwala na to, „aby odpowiednio odzwierciedlić rolę i zasięg” usługi Messenger, jak zaleca motyw 20 DMA.

156 W drugiej kolejności z motywu 197 zaskarżonej decyzji wynika, że Komisja uwzględniła liczbę aktywnych miesięcznie użytkowników końcowych usługi Messenger. Zatem Komisja wzięła pod uwagę użytkowników, którzy korzystali z usługi Messenger, zaś okoliczność, czy korzystali oni, czy też nie korzystali również z innej usługi, w szczególności z internetowego serwisu społecznościowego Facebook, nie miała żadnego znaczenia.

157 W tym względzie, jak wskazano w pkt 98 powyżej, motyw 64 DMA wyraźnie odnosi się do faktu, że strażnicy dostępu często świadczą NIICS jako element swojego ekosystemu platform. Może się zatem zdarzyć, że NIICS jest świadczona w sposób zintegrowany z PUP w rodzaju internetowego serwisu społecznościowego i że w takiej konfiguracji część użytkowników końcowych korzysta z obu PUP. Niezależnie od tej konfiguracji pkt D 2 lit. c) ppkt (i) załącznika do DMA nakłada na przedsiębiorstwa świadczące PUP obowiązek uznania usług, które oferują w sposób zintegrowany, ale które nie należą do tej samej kategorii PUP zdefiniowanych w art. 2 pkt 2 DMA, za odrębne PUP (patrz pkt 79 powyżej). Ponadto pkt A 3 załącznika do DMA przewiduje, że „ta sama osoba fizyczna lub prawna może jednocześnie być »aktywnym użytkownikiem końcowym« i »aktywnym użytkownikiem biznesowym« różnych [PUP]”. Komisja zatem prawidłowo zastosowała te przepisy, licząc aktywnych użytkowników końcowych usługi Messenger bez uwzględniania faktu, czy ci sami użytkownicy korzystali, czy też nie korzystali z PUP w rodzaju internetowego serwisu społecznościowego Facebook.

158 W trzeciej kolejności, co się tyczy argumentu skarżącej, zgodnie z którym Komisja nie mogła ograniczyć się do oparcia się, do celów obliczenia liczby aktywnych użytkowników biznesowych usługi Messenger, na liczbie użytkowników biznesowych tej usługi w jednym tygodniu 2020 r., należy zauważyć, że to do danego przedsiębiorstwa należy zidentyfikowanie i obliczenie liczby aktywnych użytkowników końcowych i aktywnych użytkowników biznesowych, jak wynika z pkt A 1 załącznika do DMA. Jak wyjaśniono w pkt 4.1 i 4.2 załącznika I do rozporządzenia wykonawczego Komisji (UE) 2023/814 z dnia 14 kwietnia 2023 r. w sprawie szczegółowych zasad dotyczących prowadzenia przez Komisję niektórych postępowań na podstawie [DMA] (Dz.U. 2023, L 102, s. 6), dane te należało zawrzeć w powiadomieniu. Ponadto o ile w pierwszej kolejności do danego przedsiębiorstwa należy dokonanie najlepszego możliwego oszacowania w odniesieniu do określenia liczby użytkowników biznesowych i użytkowników końcowych, o tyle nic nie stoi na przeszkodzie, aby od przedsiębiorstwa świadczącego PUP Komisja zażądała przekazania wszystkich informacji niezbędnych do zidentyfikowania aktywnych użytkowników biznesowych lub aktywnych użytkowników końcowych oraz do określenia ich liczby.

159 W niniejszym przypadku to sama skarżąca przedstawiła wraz ze swoim powiadomieniem przedmiotowe dane dotyczące września 2020 r., które na żądanie Komisji zostały ekstrapolowane na lata 2020–2022. Ponadto w motywie 199 zaskarżonej decyzji Komisja wskazała, że skarżąca nie przedstawiła żadnego innego oszacowania ani żadnych innych danych, na których takie oszacowanie mogłoby się opierać.

160 W świetle powyższego Komisja słusznie uznała w motywie 202 zaskarżonej decyzji, że określenie liczby aktywnych użytkowników biznesowych usługi Messenger opierało się na najlepszym możliwym szacunku, i mogła stwierdzić na tej podstawie, że próg przewidziany w art. 3 ust. 2 lit. b) DMA został osiągnięty w odniesieniu do użytkowników biznesowych.

161 W czwartej kolejności należy oddalić argument skarżącej dotyczący rzekomego zniechęcania technologicznego. W tym względzie skarżąca podnosi, że metoda przyjęta przez Komisję w celu określenia liczby aktywnych użytkowników końcowych usługi Messenger zniechęca do rozwoju dodatkowych autonomicznych funkcji w ramach usługi, ponieważ można je uznać za odrębne PUP podlegające obowiązkom wynikającym z DMA. Skarżąca nie wyjaśnia jednak wystarczająco z prawnego punktu widzenia powodów, dla których taki skutek odstraszający, przy założeniu, że zostałby wykazany, powinien zostać uwzględniony w ramach procesu wskazywania przedsiębiorstwa jako strażnika dostępu w rozumieniu DMA. W tym względzie prawdą jest, że – jak wynika w szczególności z motywu 107 DMA – celem DMA jest zapewnienie kontestowalnego i uczciwego sektora cyfrowego w ogóle, a w szczególności PUP, z myślą o promowaniu, w szczególności, innowacyjności. Należy jednak stwierdzić, że art. 3 DMA, dotyczący wskazania strażników dostępu, nie przewiduje uwzględnienia innowacyjności technologicznej wśród kryteriów tego wskazania.

162 Drugi zarzut szczegółowy części trzeciej zarzutu pierwszego należy zatem oddalić jako bezzasadny.

– W przedmiocie trzeciego zarzutu szczegółowego, opartego na tym, że Komisja błędnie nie rozpoczęła badania rynku

163 Skarżąca podnosi, że Komisja nie mogła stwierdzić, iż usługa Messenger stanowi ważny punkt dostępu, bez rozpoczęcia badania rynku na podstawie art. 17 ust. 1 lub 3 DMA. Zdaniem skarżącej, jako że przedstawiła ona wystarczająco uzasadnione argumenty, z których wynika, że usługa Messenger nie stanowi indywidualnie ważnego punktu dostępu, DMA i zasada dobrej

administracji wymagały od Komisji przeprowadzenia bardziej szczegółowego badania wszystkich istotnych okoliczności. Ponadto zdaniem skarżącej Komisja naruszyła prawo i popełniła błąd w ocenie, sugerując, że art. 17 ust. 1 DMA dotyczy rozpoczęcia badania rynku wyłącznie w sytuacjach, gdy PUP nie osiągnęła progów ilościowych określonych w art. 3 ust. 2 DMA.

164 Komisja, popierana przez Republikę Francuską, kwestionuje argumenty skarżącej.

165 Zgodnie z art. 17 ust. 1 DMA Komisja „może przeprowadzić badanie rynku w celu ustalenia, czy przedsiębiorstwo świadczące [PUP] powinno zostać wskazane jako strażnik dostępu na podstawie art. 3 ust. 8, lub w celu zidentyfikowania [PUP], które należy wymienić w decyzji o wskazaniu zgodnie z art. 3 ust. 9" oraz „dąży do zakończenia badania rynku w terminie 12 miesięcy od daty [rozpoczęcia tego badania rynku]".

166 Zgodnie z art. 17 ust. 3 DMA „[j]eżeli przedsiębiorstwo świadczące [PUP] osiągnęło progi ustanowione w art. 3 ust. 2, ale przedstawiło zgodnie z art. 3 ust. 5 dostatecznie uzasadnione argumenty podważające w wyraźny sposób domniemanie określone w art. 3 ust. 2, Komisja dąży do zakończenia badania rynku w terminie 5 miesięcy od daty [rozpoczęcia tego badania rynku]".

167 Z brzmienia przepisów wymienionych odpowiednio w pkt 165 i 166 powyżej wynika, że dotyczą one odmiennych sytuacji.

168 W przypadku, o którym mowa w art. 17 ust. 1 DMA, należy zbadać, czy przedsiębiorstwo powinno zostać wskazane na podstawie art. 3 ust. 8 DMA, lub określić PUP, które powinny zostać wymienione w decyzji o wskazaniu na podstawie art. 3 ust. 9 DMA, niezależnie od faktu, że wspomniane przedsiębiorstwo lub wspomniane PUP nie osiągają progów określonych w art. 3 ust. 2 DMA. Zawarte w art. 17 ust. 1 DMA odesłanie do art. 3 ust. 9 DMA obejmuje zatem sytuacje, gdy niektóre PUP świadczone przez dane przedsiębiorstwo osiągają wspomniane progi, natomiast inne PUP ich nie osiągają. W takich przypadkach Komisja może rozpocząć badanie rynku na podstawie art. 17 ust. 1 DMA w celu dokonania oceny, czy usługi te spełniają wymogi określone w art. 3 ust. 1 DMA.

169 Natomiast przypadek, o którym mowa w art. 17 ust. 3 DMA, ma zastosowanie do przedsiębiorstw świadczących PUP, które osiągają progi określone w art. 3 ust. 2 DMA. W takim przypadku należy zbadać, czy przedsiębiorstwo przedstawiło dostateczne uzasadnione argumenty na podstawie art. 3 ust. 5 DMA, mianowicie argumenty mające wykazać, że na zasadzie wyjątku, choć osiągnęło wszystkie progi określone w przedmiotowym przepisie, to ze względu na okoliczności, w jakich świadczy PUP, nie spełnia wymogów wymienionych w art. 3 ust. 1 DMA.

170 Przedsiębiorstwa świadczące PUP, które osiągają progi przewidziane w art. 3 ust. 2 DMA, jak ma to miejsce w przypadku skarżącej w odniesieniu do usługi Messenger, nie są zatem objęte zakresem stosowania art. 17 ust. 1 DMA.

171 Co się tyczy argumentu, zgodnie z którym Komisja powinna była rozpocząć badanie rynku na podstawie art. 17 ust. 3 DMA, należy stwierdzić, że – jak wynika z analizy pierwszego i drugiego zarzutu szczegółowego części trzeciej zarzutu pierwszego – Komisja słusznie uznała, iż skarżąca nie przedstawiła dostatecznie uzasadnionych argumentów, aby wykazać, że na zasadzie wyjątku, choć osiągnęła wszystkie progi określone w art. 3 ust. 2 DMA, to ze względu na okoliczności, w jakich świadczy usługę Messenger, nie spełniała ona wymogów wymienionych w art. 3 ust. 1 DMA. Tak więc przewidziane w art. 17 ust. 3 DMA przesłanki rozpoczęcia badania rynku nie zostały w każdym razie spełnione, a zatem argument skarżącej należy oddalić.

172 Co się tyczy podnoszonego braku uzasadnienia zaskarżonej decyzji ze względu na brak wyjaśnienia powodów, które skłoniły Komisję do nierozpoczynania badania rynku, należy zauważyć w odniesieniu do zastosowania art. 17 ust. 1 DMA, że w motywach 215–218 zaskarżonej decyzji Komisja wyjaśniła powody, dla których nie miała obowiązku rozpoczęcia badania rynku na podstawie tego przepisu, który nie dotyczy przypadku usługi Messenger, jak potwierdzono w pkt 170 powyżej. Co się tyczy uzasadnienia decyzji Komisji o nierozpoczynaniu badania rynku na podstawie art. 17 ust. 3 DMA, w motywach 215–232 zaskarżonej decyzji Komisja, jak wskazano w pkt 115–144 powyżej, oceniła argumenty skarżącej przedstawione na podstawie art. 3 ust. 5 DMA i doszła do wniosku, że argumenty te nie zostały dostatecznie uzasadnione, aby podważyć w wyraźny sposób domniemania określone w art. 3 ust. 2 DMA, i że można je zatem oddalić bez rozpoczynania badania rynku na podstawie art. 17 ust. 3 DMA. Ponieważ zgodnie z orzecznictwem przytoczonym w pkt 53 powyżej wyjaśnienia te są jasne i jednoznaczne, argumentację skarżącej należy oddalić.

173 Ponadto należy oddalić argumenty skarżącej oparte na podnoszonej nierówności w porównaniu z traktowaniem świadczonych przez Microsoft usług Bing, Edge i Microsoft Advertising oraz świadczonej przez Apple usługi iMessage w decyzjach o rozpoczęciu w odniesieniu do nich badania rynku na podstawie art. 17 ust. 3 DMA.

174 Jak wskazano bowiem w pkt 64 i 65 powyżej, z jednej strony Komisja jest zobowiązana do przeprowadzenia zindywidualizowanej analizy okoliczności właściwych dla każdej sprawy, przy czym nie jest ona związana wcześniejszymi decyzjami dotyczącymi innych podmiotów gospodarczych lub innych PUP, a z drugiej strony ogólna zasada równego traktowania ma zastosowanie do porównywalnych sytuacji.

175 W niniejszym zaś przypadku, przede wszystkim, z brzmienia art. 3 ust. 5 DMA wynika, że Komisja „może” rozpocząć badanie rynku w okolicznościach przewidzianych w art. 17 ust. 3 DMA, co oznacza, że dysponuje ona w tym względzie zakresem uznania.

176 Następnie, jeśli chodzi o usługi Bing, Edge i Microsoft Advertising, które zresztą nie należą do tej samej kategorii PUP co usługa Messenger, skarżąca nie wyjaśniła powodów, dla których miałyby one znajdować się w sytuacji porównywalnej z sytuacją usługi Messenger.

177 Wreszcie, co się tyczy usługi iMessage, należy zauważyć, że Komisja postanowiła rozpocząć badanie rynku dotyczące tej usługi, stwierdziwszy, że Apple przedstawiło dostateczne uzasadnione argumenty, podważając w wyraźny sposób domniemania przewidziane w art. 3 ust. 2 DMA. Jak wskazano zaś w pkt 115–144 powyżej, skarżąca nie przedstawiła takich argumentów.

178 Należy zatem oddalić trzeci zarzut szczegółowy, a tym samym część trzecią zarzutu pierwszego.

W przedmiocie części czwartej zarzutu pierwszego, dotyczącej naruszenia prawa do obrony

179 Skarżąca podnosi, że Komisja naruszyła jej prawo do obrony, wprowadzając nowe dowody, na których oparła się w zaskarżonej decyzji, bez dania skarżącej możliwości ustosunkowania się do nich w ramach postępowania administracyjnego.

180 Komisja, popierana przez Republikę Francuską, kwestionuje argumenty skarżącej.

181 Niezależnie od okoliczności, że decyzje wydane na podstawie art. 3 ust. 5 akapit drugi DMA, takie jak zaskarżona decyzja, nie zostały wymienione w art. 34 ust. 1 DMA, zatytułowanym „Prawo do bycia wysłuchanym i prawo dostępu do akt", do sądu Unii należy zagwarantowanie strażnikom dostępu całościowego prawa do obrony, w tym prawa do bycia wysłuchanym (zob. podobnie wyrok z dnia 17 lipca 2024 r., Bytedance/Komisja, T-1077/23, odwołanie w toku, EU:T:2024:478, pkt 340–343).

182 Prawo do bycia wysłuchanym gwarantuje każdej osobie możliwość użytecznego i skutecznego przedstawienia jej stanowiska w trakcie postępowania administracyjnego i przed wydaniem jakiejkolwiek decyzji, która mogłaby negatywnie wpłynąć na jej interesy (wyrok z dnia 17 lipca 2024 r., Bytedance/Komisja, T-1077/23, odwołanie w toku, EU:T:2024:478, pkt 344 i przytoczone tam orzecznictwo).

183 Komisja nie może zatem twierdzić, że włączając do wstępnej opinii „główne potencjalne kwestie sporne w niektórych kluczowych kwestiach zawartych w powiadomieniu" i „główne argumenty, na podstawie których [jej] wstępne ustalenia […] odbiegały od ustaleń przedstawionych przez [skarżącą] w powiadomieniu", wykroczyła ona poza poziom ochrony prawa do bycia wysłuchanym przewidziany w DMA. Skoro bowiem prawo do bycia wysłuchanym rozciąga się na wszystkie okoliczności faktyczne i prawne, które stanowią podstawę procesu decyzyjnego, na Komisji spoczywał obowiązek wysłuchania skarżącej w tych kwestiach.

184 O ile prawo do bycia wysłuchanym rozciąga się na wszystkie okoliczności faktyczne i prawne, które stanowią podstawę procesu decyzyjnego, o tyle nie obejmuje ono ostatecznego stanowiska, jakie organ administracji zamierza zająć (wyrok z dnia 17 lipca 2024 r., Bytedance/Komisja, T-1077/23, odwołanie w toku, EU:T:2024:478, pkt 349 i przytoczone tam orzecznictwo).

185 W niniejszym przypadku z akt sprawy wynika, że przed wydaniem zaskarżonej decyzji skarżącej wielokrotnie wysłuchano. Przede wszystkim przed złożeniem powiadomienia między skarżącą a Komisją odbyło się co najmniej sześć spotkań, które miały miejsce w dniach 26 października, 8 grudnia i 15 grudnia 2022 r. oraz 9 stycznia, 16 maja i 6 czerwca 2023 r. Ponadto z akt sprawy wynika, że w okresie poprzedzającym złożenie wspomnianego powiadomienia do skarżącej zostało skierowanych co najmniej siedem żądań udzielenia informacji. Następnie, po złożeniu powiadomienia, które nastąpiło w dniu 3 lipca 2023 r., Komisja przekazała skarżącej w dniu 26 lipca 2023 r. wstępną opinię i umożliwiła jej przedstawienie jej stanowiska, co skarżąca uczyniła w dwóch pismach, z dnia, odpowiednio, 3 sierpnia i 13 sierpnia 2023 r.

186 Skarżąca podnosi jednak, że pomimo wymiany stanowisk, o której mowa w pkt 185 powyżej, nie miała ona możliwości przedstawienia uwag w przedmiocie argumentów i dowodów wskazanych w przypisach 144–148, 151, 154, 158 i 193–195 zaskarżonej decyzji, które służą za podstawę motywów 177, 179, 180, 221 i 222 wspomnianej decyzji.

187 W pierwszej kolejności, w przypisach 144–148 i 151 zaskarżonej decyzji, zawartych w motywie 177 tej decyzji, Komisja wspomniała o argumentach i dowodach na poparcie jej stanowiska, zgodnie z którym usługa Messenger ewoluowała i stała się NIICS odrębną od PUP w rodzaju internetowego serwisu społecznościowego Facebook. Zatem we wspomnianych przypisach Komisja wskazała, że odrębne aplikacje usługi Messenger zostały opracowane dla urządzeń mobilnych z systemami operacyjnymi iOS i Android (przypis 144), dla systemów Windows i iMac (przypis nr 145), dla iPadów (przypis 146) i dla urządzeń rzeczywistości rozszerzonej skarżącej (przypis 147) oraz że istnieje strona internetowa skarżącej poświęcona usłudze Messenger (przypis 148). Ponadto w przypisie 151 Komisja przytoczyła publiczne

oświadczenie dyrektora generalnego skarżącej, w którym wskazał on usługę Messenger jako przykład w celu zilustrowania swojego argumentu, zgodnie z którym niektóre funkcje Facebooka zostały rozwinięte i stały się „odrębnym doświadczeniem”.

188 Motyw 177 zaskarżonej decyzji wpisuje się w ramy dokonanej przez Komisję oceny, zgodnie z którą usługa Messenger stanowi PUP w rodzaju NIICS, nie zaś zwykłą funkcję komunikatora internetowego PUP w rodzaju internetowego serwisu społecznościowego Facebook. Dokładniej rzecz ujmując, we wspomnianym motywie Komisja uznała, że usługa Messenger ewoluowała i stała się NIICS odrębną od PUP w rodzaju internetowego serwisu społecznościowego Facebook.

189 Otóż ewoluowanie usługi Messenger, która stała się odrębną PUP w rodzaju NIICS, było dyskutowane w toku postępowania administracyjnego. W szczególności argumenty zawarte w motywie 177 zaskarżonej decyzji zostały zawarte w pkt 39 lit. d) opinii wstępnej. Skarżąca odpowiedziała na te argumenty w szczególności w pkt 3.9 lit. a) ppkt (ii) pisma z dnia 3 sierpnia 2023 r. Skarżąca miała zatem możliwość przedstawienia swoich uwag w przedmiocie stanowiska Komisji, uzasadnionego w szczególności dowodami wskazanymi w przypisach 144–148 i 151, zgodnie z którymi usługa Messenger faktycznie ewoluowała i stała się odrębną PUP.

190 W każdym razie rozpatrywane przypisy miały charakter dodatkowy w stosunku do dowodów mających na celu wykazanie, że usługa Messenger ewoluowała i stała się odrębną PUP. W motywach 176–182 zaskarżonej decyzji Komisja, stwierdzając, że usługa Messenger stanowiła odrębną PUP, oparła się bowiem na innych argumentach i dowodach, w odniesieniu do których skarżąca nie podnosi, że nie miała możliwości przedstawienia swoich uwag, w szczególności na argumentach i dowodach wymienionych w przypisach 149, 150, 152, 153, 155–157 i 160 zaskarżonej decyzji oraz w motywach 176–182 tej decyzji.

191 W drugiej kolejności, w przypisie 154 do zaskarżonej decyzji, zawartym w motywie 179 tej decyzji, jako argument Komisja przytoczyła stronę internetową Facebook dotyczącą możliwości wykorzystania usługi Messenger jako kanału komunikacyjnego na Instagramie zamiast funkcji Instagram Direct.

192 Motyw 179 zaskarżonej decyzji wpisuje się w ramy dokonanej przez Komisję oceny, zgodnie z którą Meta w swoich własnych przekazach handlowych, a także w przekazach dla inwestorów i użytkowników, postrzegała, przedstawiała i pozycjonowała usługę Messenger jako odrębną PUP. Dokładniej rzecz ujmując, we wspomnianym motywie Komisja stwierdziła w szczególności, że ze wspomnianych przekazów wynika, iż rzekomo nierozerwalne powiązanie między usługą Messenger a internetowym serwisem społecznościowym Facebook nie jest – wbrew temu, co twierdzi skarżąca – tak istotne, biorąc pod uwagę istnienie podobnych powiązań między wspomnianą NIICS a innymi usługami świadczonymi przez Meta, w szczególności między usługą Messenger a Instagramem.

193 W tym względzie, po pierwsze, należy zauważyć, że powiązanie między usługą Messenger a Facebookiem było omawiane w toku postępowania administracyjnego. W pkt 39 lit. d) in fine opinii wstępnej Komisja zakwestionowała bowiem twierdzenie skarżącej dotyczące wspomnianego powiązania. Ponadto w żądaniach udzielenia informacji z dnia 9 marca i dnia 30 maja 2023 r. Komisja zadała skarżącej pytania dotyczące możliwości korzystania z usługi Messenger na Instagramie. Skarżąca miała zatem możliwość przedstawienia uwag w przedmiocie ustaleń faktycznych zawartych w motywie 179 zaskarżonej decyzji, dotyczących możliwości korzystania z usługi Messenger do komunikowania się na Instagramie oraz konsekwencji, jakie można z tego wyciągnąć w odniesieniu do powiązania między usługą Messenger a Facebookiem.

194 Po drugie, wniosek Komisji zawarty w motywie 179, zgodnie z którym powiązanie między Facebookiem a usługą Messenger nie było tak istotne, jak utrzymywała skarżąca, opierał się na innych argumentach i dowodach, w odniesieniu do których skarżąca nie podnosi, że nie miała możliwości przedstawienia swoich uwag, w szczególności na argumentach i dowodach zawartych w przypisach 152, 153, 155 i 156 zaskarżonej decyzji.

195 Po trzecie, jak wynika z pkt 23 odpowiedzi skarżącej na żądanie udzielenia informacji z dnia 9 marca 2023 r. oraz z pkt 23 lit. c) jej odpowiedzi na żądanie udzielenia informacji z dnia 30 maja 2023 r. w ramach postępowania administracyjnego, skarżąca nie zakwestionowała możliwości wykorzystania usługi Messenger jako kanału komunikacyjnego na Instagramie zamiast funkcji Instagram Direct.

196 W trzeciej kolejności, w przypisie 158 do zaskarżonej decyzji, zawartym w motywie 180 wspomnianej decyzji, jako dowód Komisja przytoczyła publiczne oświadczenie skarżącej pochodzące z telekonferencji na temat wyników (*earnings call*), w którym wspomniano, że usługa Messenger daje poważną szansę na monetyzację.

197 Motyw 180 zaskarżonej decyzji wpisuje się w ramy dokonanej przez Komisję oceny, zgodnie z którą Meta w swoich własnych przekazach handlowych, a także w przekazach dla inwestorów i użytkowników, postrzegała, przedstawiała i pozycjonowała usługę Messenger jako odrębną PUP. Dokładniej rzecz ujmując, w motywie tym Komisja stwierdziła w szczególności, że w przekazach skierowanych do inwestorów skarżąca podkreślała możliwości monetyzacji usługi Messenger jako takiej, odnosząc się do narzędzi reklamowych „kliknij, żeby wysłać wiadomość” i odpłatnej poczty.

198 W tym względzie, po pierwsze, kwestia strategii pozycjonowania usługi Messenger jako odrębnej usługi, która wynikała w szczególności z przekazów Meta skierowanych do inwestorów, była dyskutowana w toku postępowania administracyjnego. W pkt 39 lit. d) wstępnej opinii Komisja stwierdziła bowiem, że Meta opracowała strategię zmierzającą do pozycjonowania usługi Messenger jako odrębnej usługi, w oparciu o informacje o charakterze handlowym i finansowym przekazywane przez Meta jej użytkownikom i inwestorom. I tak, w przypisie 59 do opinii wstępnej, Komisja przytoczyła przykład takiego przekazu, mianowicie formularz 10-K za rok podatkowy zakończony w dniu 31 grudnia 2022 r., wspomniany również w przypisie 157 do zaskarżonej decyzji. Skarżąca ustosunkowała się do tego argumentu w szczególności w pkt 3.9 pisma z dnia 3 sierpnia 2023 r.

199 Po drugie, w motywie 180 zaskarżonej decyzji Komisja – opierając się na dowodzie wspomnianym w przypisie 157 do zaskarżonej decyzji, w odniesieniu do którego skarżąca nie podnosi, że nie miała możliwości przedstawienia swoich uwag – stwierdziła, że w swojej strategii Meta pozycjonowała usługę Messenger jako odrębną PUP.

200 Po trzecie, jak wynika z pkt 3.9 pisma skarżącej z dnia 3 sierpnia 2023 r., w ramach postępowania administracyjnego nie zakwestionowała ona tego, że Meta opracowała strategię polegającą na pozycjonowaniu usługi Messenger jako odrębnej usługi, lecz jedynie zakwestionowała znaczenie uwzględnienia wspomnianej strategii dla uznania usługi Messenger za NIICS do celów DMA.

201 W czwartej kolejności, w przypisie 193 do zaskarżonej decyzji, zawartym w motywie 221 wspomnianej decyzji, jako dowód Komisja przytoczyła badanie przeprowadzone przez Statistę oraz sprawozdanie BEREC w sprawie postrzegania i zachowań konsumentów w Unii Europejskiej na cyfrowych platformach komunikacyjnych. Co się tyczy badania przeprowadzonego przez

Statistę, skarżąca podnosi, że Komisja, nie dając jej możliwości przedstawienia uwag, wykorzystała ten dowód, aby wykazać, że usługa Messenger przekroczyła „w bardzo szerokim zakresie" progi ilościowe mające zastosowanie do celów wskazania jej jako ważnego punktu dostępu.

202 Motyw 221 zaskarżonej decyzji stanowi część analizy obalenia domniemania przewidzianego w art. 3 ust. 2 lit. b) DMA, przy czym Komisja stwierdziła, że usługa Messenger jest jedną z najczęściej używanych w Unii usług łączności elektronicznej.

203 W tym względzie, po pierwsze, kwestia pozycji usługi Messenger w stosunku do innych usług łączności była dyskutowana w toku postępowania administracyjnego. W pkt 47 lit. b) opinii wstępnej Komisja zauważyła bowiem, że zgodnie ze sprawozdaniami publicznymi i innymi publicznie dostępnymi źródłami Meta jest jednym z dostawców usług łączności najczęściej używanych w Unii. Ponadto w przypisie 77 do opinii wstępnej Komisja przywołała sprawozdanie BEREC, o którym mowa w przypisie 193 do zaskarżonej decyzji. Skarżąca przedstawiła uwagi w przedmiocie tego dowodu, w szczególności w pkt 3.17 pisma z dnia 3 sierpnia 2023 r.

204 Po drugie, okoliczność, że usługa Messenger przekroczyła „w bardzo szerokim zakresie" progi ilościowe, została wykazana na podstawie przekazanych Komisji przez skarżącą danych dotyczących użytkowników biznesowych i użytkowników końcowych wspomnianej usługi, zaś sprawozdanie Statisty posłużyło wyłącznie do potwierdzenia tych innych dowodów. Ponadto oddalenie przez Komisję argumentu skarżącej, zgodnie z którym usługa Messenger nie stanowiła ważnego punktu dostępu, nie opiera się wyłącznie na okoliczności, że usługa ta znacznie przekraczała obowiązujące progi, lecz opiera się również na argumentach i dowodach, w odniesieniu do których skarżąca nie podnosi, że nie miała możliwości przedstawienia swoich uwag, w szczególności na sprawozdaniu BEREC, które wykazuje, że usługa Messenger jest drugą aplikacją komunikacyjną w badanych państwach, po WhatsAppie, a także na cechującym usługę Messenger znacznym poziomie penetracji wśród użytkowników końcowych w Unii.

205 W piątej kolejności, co się tyczy motywu 222 zaskarżonej decyzji, który opiera się na dowodach zawartych w przypisach 194 i 195 tej decyzji, należy zauważyć, że również on stanowi część analizy obalenia domniemania przewidzianego w art. 3 ust. 2 lit. b) DMA. W szczególności Komisja stwierdziła, że usługa Messenger oferowała użytkownikom biznesowym narzędzia umożliwiające im komunikowanie się z użytkownikami końcowymi. W przypisie 194 Komisja przywołała stronę internetową Meta, potwierdzającą, że przedmiotowe narzędzia są oferowane. Komisja stwierdziła również, że Meta oferowała przedsiębiorstwom narzędzia reklamowe mające na celu ukierunkowanie użytkowników na rozmowę w ramach usługi Messenger i że takie kampanie stanowiły dla Meta istotne źródło dochodów. W przypisie 195, na poparcie twierdzenia, zgodnie z którym narzędzia reklamowe „kliknij, żeby wysłać wiadomość" w ramach usługi Messenger stanowiły dla Meta znaczące źródło dochodów, Komisja przytoczyła publiczne oświadczenie pochodzące z telekonferencji na temat wyników, a także oświadczenie dyrektora generalnego skarżącej zawarte w artykule prasowym.

206 W tym względzie, po pierwsze, kwestia narzędzi, które Meta oferowała użytkownikom biznesowym w ramach usługi Messenger, była dyskutowana w toku postępowania administracyjnego. W pkt 47 lit. a) i b) wstępnej opinii Komisja wskazała już bowiem, że skarżąca oferowała użytkownikom biznesowym narzędzia w ramach usługi Messenger. Skarżąca ustosunkowała się do tego dowodu w szczególności w pkt 3.16 lit. d) pisma z dnia 3 sierpnia 2023 r.

207 Po drugie, skarżąca nie podnosi, że nie miała możliwości przedstawienia uwag w przedmiocie treści motywu 222 zaskarżonej decyzji, zgodnie z którym oferowała dodatkowe narzędzia do połączenia z pocztą.

208 Po trzecie, jak wynika z pkt 3.16 lit. d) pisma z dnia 3 sierpnia 2023 r., w ramach postępowania administracyjnego skarżąca zakwestionowała jedynie znaczenie uwzględnienia okoliczności, że oferowała użytkownikom biznesowym narzędzia w ramach usługi Messenger, nie zaś samą tę okoliczność.

209 W świetle powyższego należy stwierdzić, że prawo skarżącej do bycia wysłuchaną nie zostało naruszone. Należy zatem oddalić część czwartą zarzutu pierwszego jako bezzasadną, a tym samym oddalić zarzut pierwszy w całości.

W przedmiocie zarzutu drugiego, dotyczącego uznania usługi Marketplace za PUP stanowiącą ważny punktu dostępu

210 Zarzut drugi dzieli się na pięć części:

– pierwsza z nich dotyczy tego, że Komisja nie zinterpretowała prawidłowo art. 2 pkt 5 DMA ani nie zastosowała go prawidłowo, wskazując Marketplace jako PUP w rodzaju UPI, biorąc pod uwagę w szczególności kryterium prawne oceny definicji UPI rozwinięte przez Komisję w motywie 266 zaskarżonej decyzji, zgodnie z którym aby usługa odpowiadała tej definicji, ważne jest, aby przedsiębiorstwa miały „w praktyce możliwość" oferowania towarów lub usług konsumentom;

– druga – tego, że nawet gdyby Sąd miał uznać w ramach części pierwszej zarzutu, że kryterium prawne określone w motywie 266 zaskarżonej decyzji było prawidłowe, w decyzji tej nie wykazano, że usługa Marketplace spełniała to kryterium, w szczególności ze względu na to, że Komisja niesłusznie nie uwzględniła zmian, które nastąpiły w dniu 30 stycznia 2023 r., poprzez które Meta zakończyła oferowanie przedsiębiorstwom we Francji i w Niemczech możliwości korzystania z ich profesjonalnej strony na Facebooku w celu dokonywania odesłań do niektórych kategorii „przedmiotów", mianowicie pojazdów i nieruchomości, w ramach usługi Marketplace;

– trzecia – tego, że Komisja nie uwzględniła zmian, które nastąpiły w dniu 31 lipca 2023 r., w wyniku których użytkownicy usługi Marketplace nie mogli publikować więcej niż 20 ogłoszeń w każdej kategorii „przedmiotów" w miesiącu i nie więcej niż 5 ogłoszeń w każdej z następujących kategorii: „pojazdy", „części i akcesoria samochodowe" oraz „domy na sprzedaż lub na wynajem" (dalej jako „zmiany z dnia 31 lipca 2023 r."), o których Komisja została poinformowana przez skarżącą przed wydaniem zaskarżonej decyzji;

– czwarta – tego, że Komisja błędnie stwierdziła, iż usługa Marketplace stanowi indywidualnie ważny punkt dostępu, oddalając argumenty i dowody przedstawione przez skarżącą w toku postępowania administracyjnego na podstawie art. 3 ust. 5 DMA, jako niepodważające w wyraźny sposób domniemań przewidzianych w art. 3 ust. 2 DMA, i to bez rozpoczynania badania rynku na podstawie art. 17 ust. 1 lub 3 DMA;

– piąta – tego, że Komisja wprowadziła nowe dowody po raz pierwszy w zaskarżonej decyzji, naruszając istotny wymóg proceduralny.

211 Sąd uważa za stosowne rozpocząć od analizy argumentów dotyczących ram czasowych uwzględnionych przez Komisję w zaskarżonej decyzji w celu uznania usługi Marketplace za UPI oraz niewystarczającego charakteru uzasadnienia zaskarżonej decyzji w odniesieniu do zmian z dnia 31 lipca 2023 r.

212 W ramach części drugiej i trzeciej zarzutu drugiego skarżąca podnosi w szczególności, że ze względu na nieuwzględnienie istotnych okoliczności faktycznych dotyczących usługi Marketplace, które miały miejsce w okresie od stycznia 2023 r. do momentu wydania zaskarżonej decyzji, w szczególności zmian wprowadzonych w dniu 30 stycznia i zmian z dnia 31 lipca 2023 r., lub przynajmniej nieprzypisanie im wystarczającego znaczenia zaskarżona decyzja jest obarczona naruszeniami prawa i oczywistymi błędami w ocenie.

213 W szczególności Komisja niesłusznie uznała, że aby ustalić, czy usługa Marketplace może zostać wyznaczona jako PUP w rodzaju UPI, nie była zobowiązana uwzględnić zmian wprowadzonych w usłudze Marketplace, które zostały wdrożone w 2023 r., przed wydaniem zaskarżonej decyzji. Zdaniem skarżącej Komisja, przyjmując to podejście, naruszyła prawo, ponieważ art. 2 pkt 2 i 5 DMA należy interpretować w ten sposób, że stosowanie tych przepisów powinno opierać się na wszystkich dowodach istniejących w chwili wskazania. Ponadto według skarżącej Komisja naruszyła ciążący na niej obowiązek zbadania sprawy w sposób staranny i bezstronny, tak aby w chwili wydania decyzji dysponować możliwie najbardziej kompletnymi i wiarygodnymi informacjami.

214 Ponadto skarżąca podnosi, że zaskarżona decyzja jest niewystarczająco uzasadniona w odniesieniu do wskazania usługi Marketplace jako PUP w rodzaju UPI. Oprócz tego skarżąca podnosi, że nie uwzględniając zmian z dnia 31 lipca 2023 r., Komisja uchybiła ciążącemu na niej obowiązkowi dobrej administracji. W odpowiedzi na środek organizacji postępowania z dnia 28 marca 2025 r., którym Sąd wezwał strony do zajęcia stanowiska w kwestii, czy zaskarżona decyzja zawiera wystarczające uzasadnienie w odniesieniu do zmian z dnia 31 lipca 2023 r., skarżąca dodała, że zaskarżona decyzja nie zawiera żadnego poważnego uzasadnienia wyjaśniającego, dlaczego w następstwie zmian z dnia 31 lipca 2023 r. Komisja uznała, że może nadal istnieć znaczna liczba użytkowników biznesowych w ramach usługi Marketplace, a tym bardziej dlaczego lub w jakim zakresie liczba takich użytkowników uzasadnia uznanie tej usługi za ważny punkt dostępu dla tych ostatnich.

215 Ponadto skarżąca podnosi, że zmiany z dnia 31 lipca 2023 r. skutkowały tym, że żadnego użytkownika usługi Marketplace nie można już było uznawać za „power sellera” w rozumieniu wskaźnika zastosowanego w zaskarżonej decyzji w celu zidentyfikowania użytkowników biznesowych usługi Marketplace, czyli użytkowników, mających siedzibę lub znajdujących się w Unii, którzy utworzyli co najmniej 28 ogłoszeń w trakcie co najmniej jednego miesiąca w roku finansowym i których co najmniej 80 % ogłoszeń należy do tej samej kategorii (zwanych dalej „power sellerami”). Zmiany te ograniczyły bowiem liczbę ogłoszeń do 20 w tej samej kategorii ogłoszeń i do 5 w każdej z kategorii „pojazdów”, „części i akcesoriów samochodowych” oraz „domów na sprzedaż lub na wynajem” w tym samym miesiącu. Tak więc w dniu wydania zaskarżonej decyzji usługa Marketplace nie miała już użytkowników biznesowych, zgodnie z podejściem Komisji opartym na wskaźniku dotyczącym „power sellerów”, na którym ona sama postanowiła się oprzeć. Zatem zaskarżona decyzja nie została uzasadniona wystarczająco pod względem prawnym w odniesieniu do wykorzystania B2C usługi Marketplace w następstwie tych zmian.

216 Co się tyczy ram czasowych zastosowanych w celu uznania usługi Marketplace za UPI, w swojej odpowiedzi na skargę Komisja podtrzymała stanowisko wyrażone w motywie 256 zaskarżonej decyzji, zawartym w pkt 5.6.1 tej decyzji, a poświęconym kwalifikacji i odgraniczeniu usługi Marketplace, zgodnie z którym to stanowiskiem do celów dokonania wskazania na podstawie art. 3 DMA powinna ona uwzględnić informacje z trzech ostatnich lat obrotowych poprzedzających sporne wskazanie, a mianowicie lat 2020–2022. W konsekwencji, zgodnie z tym motywem, okoliczność, że Meta wdrożyła zmiany w styczniu 2023 r. i że zamierzała wdrożyć inne zmiany, z których wszystkie miały na celu ograniczenie możliwości korzystania z usługi Marketplace przez użytkowników biznesowych, nie ma wpływu na wniosek Komisji, zgodnie z którym usługa Marketplace nie była platformą wyłącznie C2C.

217 Ponadto Komisja wskazała, że faktycznie uwzględniła wszystkie dowody, którymi dysponowała w chwili wydania zaskarżonej decyzji, w szczególności zmiany z dnia 31 lipca 2023 r., aby sprawdzić, czy usługa Marketplace stanowiła UPI na podstawie art. 2 pkt 5 DMA. Zdaniem Komisji argumentacja skarżącej dotycząca ram czasowych istotnych dla oceny uznania za PUP jest zatem bezskuteczna.

218 Co się tyczy uzasadnienia zaskarżonej decyzji dotyczącego zmian z dnia 31 lipca 2023 r., Komisja podnosi, że w zaskarżonej decyzji w sposób wystarczający przedstawiła powody uzasadniające jej stanowisko. W szczególności w odpowiedzi na środek organizacji postępowania z dnia 28 marca 2025 r. Komisja wskazała, że w motywach 256–262 tej decyzji zostały wyjaśnione powody, dla których zmiany z dnia 31 lipca 2023 r. nie zmieniły niczego w dokonanej przez nią ocenie okoliczności, że skarżąca umożliwiała użytkownikom biznesowym korzystanie z usługi Marketplace w celu oferowania przedmiotów konsumentom, a zatem okoliczności, że usługa Marketplace stanowiła UPI.

219 Artykuł 3 ust. 1 DMA stanowi, że przedsiębiorstwo wskazuje się jako strażnika dostępu, jeżeli spełnia ono łącznie trzy następujące wymogi:

„a) wywiera znaczący wpływ na rynek wewnętrzny;

b) świadczy podstawową usługę platformową będącą ważnym punktem dostępu […];

c) zajmuje ugruntowaną i trwałą pozycję w zakresie prowadzonej przez siebie działalności lub można przewidzieć, że zajmie taką pozycję w niedalekiej przyszłości”.

220 Zgodnie z art. 3 ust. 2 lit. b) DMA uznaje się, że przedsiębiorstwo spełnia wymóg przewidziany w ust. 1 lit. b) tego artykułu, jeżeli świadczy PUP, z której w ostatnim roku obrotowym korzystało co najmniej 45 mln aktywnych miesięcznie użytkowników końcowych mających siedzibę lub miejsce pobytu w Unii oraz co najmniej 10 000 aktywnych rocznie użytkowników biznesowych z siedzibą w Unii, przy czym użytkowników tych identyfikuje się i oblicza się ich liczbę na podstawie metodyki i wskaźników określonych w załączniku.

221 Zgodnie z art. 3 ust. 2 lit. c) DMA domniemywa się, że przedsiębiorstwo spełnia wymóg przewidziany w ust. 1 lit. c) tego artykułu, jeżeli progi, o których mowa w ust. 1 lit. b) tego artykułu, zostały osiągnięte w każdym z ostatnich trzech lat obrotowych.

222 W świetle wyżej wskazanych przepisów prawdą jest, jak podnosi w istocie Komisja w motywie 265 zaskarżonej decyzji, że kwestia, czy przedsiębiorstwo osiąga progi przewidziane w art. 3 ust. 2 lit. c) DMA, wymaga badania retrospektywnego obejmującego trzy ostatnie lata obrotowe poprzedzające wskazanie.

223 W tym względzie należy przypomnieć, że DMA przewiduje system regulacji ex ante, zgodnie z którym użytkownikom biznesowym i użytkownikom końcowym korzystającym z PUP świadczonych przez strażników dostępu, wskazanych jako tacy przez Komisję, należy zapewnić pewne zabezpieczenia regulacyjne (zob. podobnie motyw 7 DMA). I tak zgodnie z art. 3 ust. 10 DMA przedsiębiorstwo wskazane jako strażnik jest zobowiązany wypełnić obowiązki ustanowione w art. 5–7 tego rozporządzenia w terminie 6 miesięcy od dnia, w którym PUP została wymieniona w decyzji o wskazaniu.

224 Otóż kwestia uznania za PUP w rozumieniu art. 2 pkt 2 DMA, obejmująca ocenę jakościową związaną z charakterem PUP, różni się od kwestii, czy przedsiębiorstwo osiąga progi ilościowe przewidziane w art. 3 ust. 2 DMA w odniesieniu do tej usługi, która – przy założeniu, że zostały one osiągnięte – pozwala domniemywać, że wymogi przewidziane w ust. 1 tego artykułu zostały spełnione.

225 W szczególności, wbrew temu, co zostało przewidziane w odniesieniu do oceny kwestii, czy progi ilościowe przewidziane w art. 3 ust. 2 DMA zostały osiągnięte, prawodawca Unii nie przewidział, by oceny uznania usługi za PUP na podstawie art. 2 pkt 2 DMA należało dokonywać na podstawie informacji dotyczących okresu poprzedzającego rok wskazania.

226 Należy zauważyć – wobec braku takiego ograniczenia czasowego w ramach zakwalifikowania usługi – że zgodność z prawem aktu Unii ocenia się na podstawie stanu faktycznego i prawnego istniejącego w chwili wydania tego aktu (zob. wyroki: z dnia 18 lipca 2013 r., Schindler Holding i in./Komisja, C-501/11 P, EU:C:2013:522, pkt 31 i przytoczone tam orzecznictwo; z dnia 4 października 2024 r., García Fernández i in./Komisja i SRB, C-541/22 P, EU:C:2024:820, pkt 327 i przytoczone tam orzecznictwo). Ponadto Komisja jest zobowiązana, w interesie dobrej administracji, do przeprowadzenia swojego badania w sposób staranny i bezstronny, tak aby w chwili wydania decyzji końcowej dysponować w tym celu możliwie najbardziej kompletnymi i wiarygodnymi informacjami (zob. podobnie i analogicznie wyroki: z dnia 14 maja 2020 r., Agrobet CZ, C-446/18, EU:C:2020:369, pkt 43, 44 i przytoczone tam orzecznictwo; z dnia 10 listopada 2022 r., Komisja/Valencia Club de Fútbol, C-211/20 P, EU:C:2022:862, pkt 78 i przytoczone tam orzecznictwo).

227 W istocie w odpowiedzi na pytania Sądu w tym względzie zadane na rozprawie Komisja wyjaśniła, że jej zdaniem zmiany wprowadzone w usłudze Marketplace od stycznia 2023 r. i przed wydaniem zaskarżonej decyzji były rzeczywiście istotne dla kwestii, czy usługa Marketplace stanowiła PUP. I tak wskazała ona, że nie podtrzymuje już zawartego w motywie 256 zaskarżonej decyzji stanowiska, streszczonego w pkt 216 powyżej, dotyczącego ram czasowych istotnych dla oceny uznania usługi za PUP.

228 Należy dodać, że pierwotne stanowisko Komisji zawarte w motywie 256 zaskarżonej decyzji nie było zresztą zgodne z art. 3 ust. 3 rozporządzenia wykonawczego 2023/814, który przewiduje w szczególności obowiązek przekazania bez zbędnej zwłoki przez powiadamiające przedsiębiorstwo, kiedy Komisja przeprowadza przegląd powiadomienia, informacji o wszelkich istotnych zmianach stanu faktycznego przedstawionego w powiadomieniu.

229 W tych okolicznościach należy w pierwszej kolejności stwierdzić, że w zaskarżonej decyzji Komisja wybrała błędne pod względem prawnym ramy czasowe, aby ocenić, czy usługę Marketplace należy uznać za PUP w rodzaju UPI, ponieważ w jej stanowisku zawartym w motywie 256 zaskarżonej decyzji nastąpiło pomylenie ram czasowych istotnych dla zbadania tego, czy próg wskazany w art. 3 ust. 2 lit. c) został osiągnięty, które są ograniczone do ostatnich trzech lat obrotowych poprzedzających wskazanie, z ramami czasowymi istotnymi dla oceny uznania usługi za PUP, na podstawie art. 2 pkt 2 DMA, w odniesieniu do których prawodawca Unii nie przewidział takiego badania retrospektywnego.

230 W drugiej kolejności należy zbadać wpływ tego naruszenia prawa na zgodność z prawem zaskarżonej decyzji, ponieważ Komisja podnosi tytułem ewentualnym, że pomimo wszystko uwzględniła zmiany z dnia 31 lipca 2023 r., stwierdzając, iż w chwili wydania zaskarżonej decyzji usługa Marketplace stanowiła PUP w rodzaju UPI w rozumieniu art. 2 pkt 2 DMA.

231 Zgodnie z orzecznictwem błąd w części zaskarżonego aktu zawierającej rozumowanie nie pociąga za sobą stwierdzenia nieważności tego aktu, jeżeli w szczególnych okolicznościach danego przypadku błąd ten nie mógł mieć decydującego wpływu na wynik (wyrok z dnia 17 lipca 2024 r., Bytedance/Komisja, T-1077/23, odwołanie w toku, EU:T:2024:478, pkt 112 i przytoczone tam orzecznictwo).

232 W tym względzie należy zbadać, czy zawarte w zaskarżonej decyzji uzasadnienie dotyczące zmian z dnia 31 lipca 2023 r. ma charakter wystarczający, która to kwestia została podniesiona w ramach części trzeciej zarzutu drugiego (zob. pkt 214 i 215 powyżej).

233 W motywie 247 zaskarżonej decyzji Komisja przypomniała, że art. 2 pkt 5 DMA definiuje UPI jako usługi pośrednictwa internetowego w rozumieniu art. 2 pkt 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/1150 z dnia 20 czerwca 2019 r. w sprawie propagowania sprawiedliwości i przejrzystości dla użytkowników biznesowych korzystających z usług pośrednictwa internetowego (Dz.U. 2019, L 186, s. 57). Zgodnie z tym ostatnim przepisem usługa, aby spełniać definicję UPI, musi, wśród innych przesłanek, umożliwiać użytkownikom biznesowym oferowanie towarów lub usług konsumentom, z zamiarem ułatwienia inicjowania transakcji bezpośrednich między tymi użytkownikami biznesowymi a konsumentami, niezależnie od tego, gdzie te transakcje są ostatecznie zawierane (dalej jako „druga przesłanka definicji UPI”).

234 W ramach uznania usługi Marketplace za UPI w rozumieniu art. 2 pkt 5 DMA Komisja posłużyła się wskaźnikiem dotyczącym „power sellerów” w celu zidentyfikowania użytkowników biznesowych usługi Marketplace.

235 I tak Komisja wyjaśniła w motywie 258 zaskarżonej decyzji, że w dniu wydania tej decyzji użytkownicy biznesowi mogli działać w celach handlowych lub zawodowych, publikując ogłoszenia dotyczące produktów i usług skierowane do konsumentów w ramach usługi Marketplace za pośrednictwem swojego osobistego profilu na Facebooku. Chociaż skarżąca nie dokonała „oficjalnej identyfikacji” tych użytkowników, Komisja uznała, że duża liczba ogłoszeń tego samego rodzaju może wskazywać, iż użytkownik działa w ramach działalności zawodowej lub handlowej i że takich użytkowników należy również uznać za użytkowników biznesowych. W tym względzie Komisja zauważyła, że skarżąca wykorzystywała do celów wewnętrznych podobny wskaźnik dotyczący „power sellerów” w celu zidentyfikowania użytkowników, którzy publikują dużą liczbę ogłoszeń lub publikują je z dużą częstotliwością, i wskazała, że w oparciu

o wskaźnik dotyczący „power sellerów”, zgodnie z danymi liczbowymi przedstawionymi przez skarżącą, liczba tych użytkowników biznesowych wyniosła [>*100 000*] w 2020 r., [>*100 000*] w 2021 r. i [>*100 000*] w 2022 r.

236 W motywie 259 zaskarżonej decyzji Komisja uznała, że argument skarżącej, zgodnie z którym użytkownicy końcowi mogli zgodnie z prawem utworzyć znaczną liczbę ogłoszeń w tej samej kategorii w jednym miesiącu z powodów niehandlowych, nie ma istotnego znaczenia, ponieważ nie wyklucza to w każdym razie, że użytkownicy biznesowi korzystają z usługi Marketplace za pośrednictwem swojego profilu osobistego, aby publikować ogłoszenia w celach handlowych lub zawodowych. Komisja stwierdziła, że nawet przy założeniu, iż niektórzy użytkownicy końcowi mogą tworzyć dużą liczbę ogłoszeń z powodów niehandlowych, dane oparte na serwerze pośredniczącym takim jak wykorzystywany w wewnętrznym systemie skarżącej identyfikują liczbę użytkowników, która znacznie przekracza próg aktywnych użytkowników biznesowych określony w art. 3 ust. 2 lit. b) DMA.

237 W motywie 260 zaskarżonej decyzji Komisja wskazała, że w konsekwencji zmiany wprowadzone przez skarżącą w usłudze Marketplace od stycznia 2023 r. nie miały wpływu na okoliczność, że użytkownicy biznesowi mogli nadal prowadzić działalność w ramach usługi Marketplace za pośrednictwem swojego profilu osobistego. Zdaniem Komisji wniosek ten jest prawdziwy, nawet jeżeli zmiany skutkowały tym, że pewna liczba użytkowników biznesowych, którzy publikowali ogłoszenia za pośrednictwem swojej profesjonalnej strony na Facebooku, opuściła platformę lub publikowała swoje ogłoszenia za pośrednictwem swojego profilu osobistego. W każdym razie jej zdaniem zdecydowana większość użytkowników biznesowych usługi Marketplace publikowała ogłoszenia towarów za pośrednictwem swojego profilu osobistego.

238 Ponadto w motywie 261 zaskarżonej decyzji Komisja przedstawiła trzy zrzuty ekranu, które jej zdaniem stanowiły niedawne przykłady, pośród innych, ogłoszeń publikowanych w ramach usługi Marketplace przez użytkowników biznesowych za pośrednictwem swojego profilu osobistego.

239 W motywie 262 zaskarżonej decyzji Komisja wskazała, że to, czy użytkownika należy uznać za użytkownika biznesowego ze względu na liczbę i częstotliwość ogłoszeń opublikowanych przez niego w ramach usługi Marketplace, zależy od okoliczności każdego przypadku. Komisja wskazała, że w tym względzie użytkownicy tworzący miesięcznie 20 ogłoszeń dotyczących mebli lub 5 ogłoszeń dotyczących domów na sprzedaż lub na wynajem, zależnie od przyszłych ograniczeń, które Meta właśnie wdrażała, nadal będą mogli być uważani za użytkowników biznesowych, w zależności od okoliczności faktycznych.

240 Jak wskazano w pkt 53 powyżej, zgodnie utrwalonym orzecznictwem uzasadnienie, jakiego wymaga art. 296 akapit drugi TFUE, powinno być dostosowane do charakteru rozpatrywanego aktu i przedstawiać w sposób jasny i jednoznaczny rozumowanie instytucji, która wydała akt, pozwalając zainteresowanym poznać podstawy podjętej decyzji, a właściwemu sądowi dokonać jej kontroli. Wymóg uzasadnienia należy oceniać w świetle okoliczności danego przypadku, w szczególności treści aktu, charakteru podniesionych argumentów, a także interesu, jaki w uzyskaniu wyjaśnień mogą mieć adresaci aktu lub inne osoby, których dotyczy on bezpośrednio i indywidualnie. Nie jest wymagane, aby uzasadnienie wyszczególniało wszystkie istotne elementy faktyczne i prawne, ponieważ ocena, czy uzasadnienie aktu spełnia wymogi art. 296 akapit drugi TFUE, powinna opierać się nie tylko na jego brzmieniu, ale także uwzględniać okoliczności jego wydania, jak również całość przepisów prawa regulującego daną dziedzinę.

241 Z orzecznictwa wynika również, że uzasadnienie rozstrzygnięcia wydanego przez instytucję lub organ Unii powinno być w szczególności pozbawione sprzeczności, aby umożliwić zainteresowanym zapoznanie się z rzeczywistymi powodami wydania tego rozstrzygnięcia w celu obrony ich praw przed właściwym sądem, a temu ostatniemu przeprowadzenie kontroli [zob. wyrok z dnia 22 stycznia 2025 r., Norddeutsche Landesbank – Girozentrale/SRB (Składki ex ante 2022), T-407/22, niepublikowany, EU:T:2025:56, pkt 193 i przytoczone tam orzecznictwo].

242 To w świetle powyższych rozważań należy zbadać, czy zawarte w zaskarżonej decyzji uzasadnienie dotyczące zmian z dnia 31 lipca 2023 r. ma wystarczający charakter.

243 W pierwszej kolejności należy stwierdzić, że zmiany z dnia 31 lipca 2023 r. zostały potraktowane w zaskarżonej decyzji w sposób co najwyżej marginalny.

244 Po pierwsze, rozumowanie zawarte w motywie 262 zaskarżonej decyzji jest niejasne i hipotetyczne. Po dokonaniu nawiązania do przyszłych ograniczeń, które Meta właśnie wdrażała w odniesieniu do możliwości wykorzystywania przez użytkowników Facebooka swojego profilu osobistego do celów zawodowych – co zdaniem Komisji należy rozumieć jako nawiązanie do zmian z dnia 31 lipca 2023 r. – Komisja zauważa bowiem, że użytkownicy ci „mogliby nadal być uznawani za użytkowników biznesowych, w zależności od okoliczności faktycznych”.

245 W motywie 262 zaskarżonej decyzji Komisja nie przedstawiła zaś żadnej konkretnej analizy zmian z dnia 31 lipca 2023 r. na poparcie wyciągniętego przez siebie wniosku, iż usługa Marketplace spełniała drugą przesłankę definicji UPI, pomimo wprowadzenia tych zmian.

246 Ponadto zgodnie z motywem 262 zaskarżonej decyzji kwestia, czy użytkownika należy uznać za użytkownika biznesowego ze względu na liczbę i częstotliwość publikowanych przez niego ogłoszeń, „zależy od okoliczności każdego przypadku”. Komisja nie precyzuje zaś okoliczności, które w niniejszym przypadku uznała za istotne dla wykluczenia wpływu zmian z dnia 31 lipca 2023 r., w związku z czym jej uzasadnienie pozostaje niekompletne.

247 Po drugie, w odpowiedzi z dnia 3 sierpnia 2023 r. na opinię wstępną oraz w pismach procesowych przed Sądem skarżąca wskazała, czemu Komisja nie zaprzeczyła, że zmiany z dnia 31 lipca 2023 r. skutkowały tym, iż nie istniał już żaden użytkownik biznesowy usługi Marketplace zidentyfikowanego na podstawie wskaźnika dotyczącego „power sellerów”, używanego przez Komisję.

248 Jak bowiem wskazano w pkt 215 powyżej, zmiany z dnia 31 lipca 2023 r. przewidywały ograniczenie liczby ogłoszeń, które użytkownik mógł opublikować, mianowicie maksymalnie 20 ogłoszeń w tej samej kategorii ogłoszeń w miesiącu, która to maksymalna liczba ogłoszeń była niższa od progu, powyżej którego taki użytkownik był uznawany za „power sellera”.

249 Jak wskazano zaś w pkt 234 powyżej, to sama Komisja postanowiła oprzeć się na wskaźniku dotyczącym „power sellerów” w celu zidentyfikowania użytkowników biznesowych usługi Marketplace.

250 Tak więc motyw 262 zaskarżonej decyzji nie pozwala zrozumieć w sposób jasny i jednoznaczny powodów, dla których Komisja doszła do wniosku, że druga przesłanka definicji UPI, dotycząca korzystania z usługi przez użytkowników biznesowych, była spełniona w dniu wydania zaskarżonej decyzji.

251 Po trzecie, wciąż w motywie 262 zaskarżonej decyzji, Komisja potraktowała zmiany z dnia 31 lipca 2023 r. jako „przyszłe ograniczenia, które Meta właśnie wdrażała”.

252 W tym względzie z akt sprawy wynika, że na etapie administracyjnym skarżąca należycie poinformowała Komisję o charakterze i zakresie zmian z dnia 31 lipca 2023 r., a także o ich wpływie na kryterium, na którym Komisja zdecydowała się oprzeć w celu zidentyfikowania użytkowników biznesowych usługi Marketplace.

253 W powiadomieniu z dnia 3 lipca 2023 r. skarżąca poinformowała bowiem Komisję, że właśnie wdraża decyzję o ograniczeniu liczby ogłoszeń, które użytkownik końcowy może opublikować w ramach usługi Marketplace maksymalnie 20 ogłoszeń miesięcznie w kategorii „przedmioty” i 5 ogłoszeń w kategoriach „pojazdy” i „domy na sprzedaż lub na wynajem”. Wskazała ona zatem, że po dokonaniu tych zmian nie będzie już „power sellerów” w ramach usługi Marketplace.

254 Następnie w odpowiedzi z dnia 3 sierpnia 2023 r. na opinię wstępną skarżąca poinformowała Komisję o charakterze i dokładnym zakresie zmian, które właśnie wdrożyła w dniu 31 lipca 2023 r.

255 W konsekwencji w dniu wydania zaskarżonej decyzji Komisja była poinformowana o tym, że zmiany z dnia 31 lipca 2023 r. nie były przyszłymi ograniczeniami, które Meta właśnie wdrażała, lecz ograniczeniami, które Meta już wdrożyła, po zapowiedzeniu ich w powiadomieniu. Jak zostało zaś stwierdzone w pkt 219–229 powyżej, Komisja była zobowiązana do ich uwzględnienia.

256 Zaskarżona decyzja nie zawiera zaś rozumowania pozwalającego zrozumieć, dlaczego pomimo wspomnianych informacji Komisja potraktowała te zmiany w motywie 262 tej decyzji jako stanowiące „przyszłe ograniczenia, które Meta właśnie wdrażała”.

257 Z tych wszystkich względów motyw 262 zaskarżonej decyzji nie przedstawia w sposób jasny i jednoznaczny powodów, dla których w następstwie zmian z dnia 31 lipca 2023 r. Komisja uznała, że usługa Marketplace spełniała drugą przesłankę definicji UPI.

258 W drugiej kolejności, wbrew temu, co twierdzi Komisja w odpowiedzi na środek organizacji postępowania z dnia 28 marca 2025 r., pozostałe motywy zaskarżonej decyzji nie mogą zaradzić temu niewystarczającemu charakterowi uzasadnienia.

259 W odpowiedzi na środek organizacji postępowania z dnia 28 marca 2025 r. Komisja podnosi, że w motywach 256–261 zaskarżonej decyzji przedstawiono powody, dla których zmiany z dnia 31 lipca 2023 r. w żaden sposób nie zmieniły jej stanowiska, zgodnie z którym Meta umożliwiała użytkownikom biznesowym korzystanie z usługi Marketplace w celu oferowania przedmiotów konsumentom, a zatem usługa Marketplace spełniała drugą przesłankę definicji UPI.

260 Samo twierdzenie, że użytkownik może działać w celach komercyjnych, publikując ogłoszenia w ramach usługi Marketplace za pośrednictwem swojego osobistego profilu na Facebooku, nawet jeżeli towarzyszą mu dwa zrzuty ekranu po zmianach z dnia 31 lipca 2023 r., nie pozwala jednak zrozumieć w sposób jasny i jednoznaczny, dlaczego w następstwie zmian z dnia 31 lipca 2023 r. Komisja uznała, że usługa Marketplace spełniała drugą przesłankę definicji UPI.

261 Ponadto nie można zgodzić się z argumentem Komisji, zgodnie z którym we wstępnej opinii poinformowała ona już skarżącą o swoim stanowisku w odniesieniu do zmian z dnia 31 lipca 2023 r., kiedy zmiany te nie zostały jeszcze wdrożone. W opinii tej Komisja wskazała bowiem, że nie wydaje się, by przyszłe zmiany, które Meta właśnie wdrażała, aby zapobiec korzystaniu z usługi

Marketplace przez użytkowników biznesowych, mogły zmienić uznanie usługi Marketplace za UPI, ponieważ „nie uniemożliwiają one użytkownikom wykorzystywania ich profilu osobistego do celów handlowych lub zawodowych, aby dostarczać towary lub świadczyć usługi albo dążyć do dostarczania towarów lub świadczenia usług na rzecz użytkowników końcowych”. Należy zaś zauważyć, że z tych samych powodów, leżących u podstaw wniosku zawartego w pkt 260 powyżej, motyw przedstawiony we wspomnianej opinii nie stanowi jasnego i jednoznacznego uzasadnienia pozwalającego skarżącej i Sądowi zrozumieć, dlaczego po zmianach z dnia 31 lipca 2023 r. druga przesłanka definicji UPI została spełniona.

262 Należy zatem stwierdzić, że skarżąca nie jest w stanie poznać podstaw uznania usługi Marketplace za UPI w następstwie zmian z dnia 31 lipca 2023 r. i że nie jest możliwe dokonanie przez sąd Unii kontroli w tym względzie, w związku z czym uzasadnienie zaskarżonej decyzji w tej kwestii nie spełnia wymogów orzecznictwa przypomnianych w pkt 240 i 241 powyżej.

263 Wniosku tego nie podważają pozostałe argumenty Komisji.

264 Po pierwsze, Komisja podnosi, że użytkownika można uznać za użytkownika biznesowego w zależności od okoliczności, ponieważ mógłby on, przestrzegając ograniczenia liczby ogłoszeń nałożonego zmianami z dnia 31 lipca 2023 r., opublikować 240 nowych ogłoszeń rocznie w tej samej kategorii. Co więcej, zdaniem Komisji jedno ogłoszenie mogło dotyczyć sprzedaży kilku przedmiotów lub kilku wariantów przedmiotów.

265 Jednakże w zaskarżonej decyzji nie wspomniano ani o możliwości publikowania przez użytkownika 240 ogłoszeń rocznie w tej samej kategorii, ani o hipotetycznym twierdzeniu, zgodnie z którym użytkownik mógłby, w zależności od okoliczności, być użytkownikiem biznesowym, publikując tylko jedno ogłoszenie dotyczące wystawienia na sprzedaż dużej liczby przedmiotów. W każdym razie, jak zostało zauważone w pkt 247 powyżej, skarżąca wskazała, a Komisja temu nie zaprzeczyła, że zmiany z dnia 31 lipca 2023 r. skutkowały tym, iż w ramach usługi Marketplace nie było już żadnego użytkownika biznesowego na podstawie wskaźnika dotyczącego „power sellerów”, który Komisja sama postanowiła przyjąć w celu ich zidentyfikowania. Argument ten nie może zatem podważyć wniosku zawartego w pkt 262 powyżej, zgodnie z którym uzasadnienie zaskarżonej decyzji w odniesieniu do uwzględnienia zmian z dnia 31 lipca 2023 r. nie spełnia wymogów orzecznictwa przypomnianych w pkt 240 i 241 powyżej.

266 Po drugie, o ile prawdą jest, jak twierdzi Komisja, że zwykła formalna zmiana warunków mających zastosowanie do użytkowników biznesowych nie wystarcza co do zasady, aby wykluczyć, że dana usługa stanowi UPI, o tyle okoliczność ta nie zwalnia Komisji z obowiązku przedstawienia odpowiednich i wystarczających powodów, aby wyjaśnić, w jaki sposób uwzględniła taką zmianę, tym bardziej że jak wskazano w pkt 247 powyżej – zdaniem skarżącej, czemu Komisja nie zaprzeczyła – wspomniane zmiany skutkowały tym, że w ramach usługi Marketplace nie było już żadnego użytkownika biznesowego na podstawie wskaźnika dotyczącego „power sellerów” wykorzystanego przez Komisję w zaskarżonej decyzji w celu ich zidentyfikowania.

267 Po trzecie, Komisja podnosi, że próg 10 000 użytkowników biznesowych określony w art. 3 ust. 2 lit. b) DMA został znacznie przekroczony w każdym z trzech ostatnich lat obrotowych poprzedzających wskazanie. Zatem zdaniem Komisji nie jest oczywiste, że zwykłe ograniczenie do 20 ogłoszeń miesięcznie w każdej kategorii „przedmiotów”, z maksymalnie 5 ogłoszeniami w każdej

z kategorii „pojazdów”, „części i akcesoriów samochodowych” oraz „domów na sprzedaż lub na wynajem”, może wyeliminować tylu użytkowników biznesowych w ramach usługi Marketplace, jak i że ich liczba nie przekroczy już wspomnianego progu 10 000.

268 Do Komisji należało zaś wyjaśnienie w zaskarżonej decyzji, w jaki sposób usługa Marketplace mogła, w następstwie zmian z dnia 31 lipca 2023 r., zostać uznana za usługę spełniającą drugą przesłankę definicji UPI. Jednakże, jak wskazano w pkt 244 i 245 powyżej, z zaskarżonej decyzji nie wynika, że Komisja przeprowadziła konkretną analizę wspomnianych zmian. Ponadto, jak zostało stwierdzone w pkt 219–229 powyżej, Komisja nie mogła w ramach uznania usługi Marketplace za PUP w rodzaju UPI ograniczyć się do informacji dotyczących trzech ostatnich lat obrotowych poprzedzających wskazanie. Zatem okoliczność, że przedmiotowy próg został znacznie przekroczony w trakcie tych lat obrotowych, nie stanowi wystarczającego powodu uzasadniającego wniosek, iż usługa Marketplace spełniała w dniu wydania zaskarżonej decyzji drugą przesłankę definicji UPI.

269 Dodatkowe argumenty Komisji należy zatem oddalić.

270 W świetle całości powyższych rozważań należy uwzględnić, po pierwsze, części drugą i trzecią zarzutu drugiego, w zakresie, w jakim Komisja naruszyła prawo przy określaniu ram czasowych mających zastosowanie do uznania usługi Marketplace za UPI, ponieważ uznała ona, że była zobowiązana uwzględnić jedynie informacje z trzech ostatnich lat obrotowych poprzedzających wskazanie, a po drugie, część trzecią zarzutu drugiego, w zakresie, w jakim Komisja naruszyła ciążący na niej obowiązek uzasadnienia w odniesieniu do podstaw uznania usługi Marketplace za UPI pomimo zmian z dnia 31 lipca 2023 r.

271 Należy zatem stwierdzić nieważność art. 2 lit. f) zaskarżonej decyzji, bez konieczności badania pozostałych argumentów podniesionych przez skarżącą na poparcie zarzutu drugiego, i oddalić skargę w pozostałym zakresie.

W przedmiocie kosztów

272 Zgodnie z art. 134 § 3 regulaminu postępowania w razie częściowego tylko uwzględnienia żądań każdej ze stron każda z nich pokrywa własne koszty.

273 Ponieważ w niniejszej sprawie żądania każdej ze stron zostały uwzględnione tylko częściowo, Sąd uważa, że słuszna ocena okoliczności sprawy wymaga, by każda z nich pokryła własne koszty.

274 Zgodnie z art. 138 § 1 regulaminu postępowania państwa członkowskie, które przystąpiły do sprawy w charakterze interwenienta, pokrywają własne koszty. W związku z tym Republika Francuska winna pokryć własne koszty.

Z powyższych względów

LE TRIBUNAL (ósma izba rozpoznająca sprawy w składzie pięciu sędziów)

orzeka, co następuje:

1) **Stwierdza się nieważność art. 2 lit. f) decyzji Komisji C(2023) 6105 final z dnia 5 września 2023 r. wskazującej Meta jako strażnika dostępu zgodnie z art. 3 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/1925 w sprawie kontestowalnych i uczciwych rynków w sektorze cyfrowym.**

2) **W pozostałym zakresie skarga zostaje oddalona.**

3) **Meta Platforms, Inc., Komisja Europejska i Republika Francuska pokrywają własne koszty.**

van der Woude De Baere Petrlík

Kecsmár Kingston

Wyrok ogłoszono na posiedzeniu jawnym w Luksemburgu w dniu 3 czerwca 2026 r.

Podpisy

Spis treści

Okoliczności powstania sporu . . . 2

Żądania stron . . . 4

Co do prawa . . . 4

W przedmiocie żądania pominięcia danych wobec opinii publicznej . . . 4

W przedmiocie zachowania przez skarżącą interesu prawnego we wniesieniu skargi o stwierdzenie nieważności zaskarżonej decyzji w zakresie, w jakim usługa Marketplace została w niej uznana za PUP stanowiącą ważny punkt dostępu . . . 6

W przedmiocie zarzutu pierwszego, dotyczącego uznania usługi Messenger za PUP stanowiącą ważny punktu dostępu . . . 7

W przedmiocie części pierwszej zarzutu, dotyczącej oceny in concreto usługi Messenger i uznania jej za PUP w rodzaju NIICS . . . 8

– W przedmiocie pierwszego zarzutu szczegółowego, opartego na tym, że zdaniem skarżącej Komisja pominęła, błędnie zinterpretowała lub przeinaczyła dowody przedstawione przez skarżącą . . . 8

– W przedmiocie drugiego zarzutu szczegółowego, opartego na podnoszonej dyskryminującej i arbitralnej ocenie usługi Messenger . . . 12

– W przedmiocie trzeciego zarzutu szczegółowego, dotyczącego podnoszonego naruszenia załącznika do DMA . . . 14

W przedmiocie części drugiej zarzutu pierwszego, dotyczącej kryteriów prawnych mających zastosowanie w celu uznania usługi takiej jak usługa Messenger za PUP w rodzaju NIICS . . . 15

W przedmiocie części trzeciej zarzutu pierwszego, dotyczącej podważenia domniemania, zgodnie z którym usługa Messenger stanowiła ważny punkt dostępu . . . 19

– W przedmiocie pierwszego zarzutu szczegółowego, dotyczącego obalenia domniemania przewidzianego w art. 3 ust. 2 lit. b) DMA . . . 19

– W przedmiocie drugiego zarzutu szczegółowego, dotyczącego wymogu, aby usługa Messenger stanowiła „indywidualnie” ważny punkt dostępu . . . 24

– W przedmiocie trzeciego zarzutu szczegółowego, opartego na tym, że Komisja błędnie nie rozpoczęła badania rynku . . . 26

W przedmiocie części czwartej zarzutu pierwszego, dotyczącej naruszenia prawa do obrony 28

W przedmiocie zarzutu drugiego, dotyczącego uznania usługi Marketplace za PUP stanowiącą ważny punktu dostępu . . . 33

W przedmiocie kosztów . . . 42