Journal officiel
de l'Union européenne

FR
Série C

C/2023/905

15.11.2023

RÉSUMÉ DE LA DÉCISION DE LA COMMISSION

du 5 septembre 2023

relatif à une décision adoptée en vertu de l'article 3 du règlement (UE) 2022/1925

(Affaires DMA.100018 – AMAZON – ONLINE INTERMEDIATION SERVICES – MARKETPLACES; DMA.100016 – AMAZON – ONLINE ADVERTISING SERVICES)

[notifiée sous le numéro C(2023) 6104 final]

(Le texte en langue anglaise est le seul faisant foi)

(C/2023/905)

Le 5 septembre 2023, la Commission a adopté une décision en vertu de l'article 3 du règlement (UE) 2022/1925 du Parlement européen et du Conseil [1]. Conformément aux dispositions de l'article 44 du règlement (UE) 2022/1925, la Commission publie ci-après les noms des parties intéressées et l'essentiel de la décision, en tenant compte de l'intérêt légitime des entreprises à ce que leurs secrets d'affaires ne soient pas divulgués.

1. INTRODUCTION

(1) La décision de désignation ci-jointe (ci-après la «décision») désigne Amazon.com (ci-après «Amazon») comme étant un contrôleur d'accès conformément à l'article 3 du règlement (UE) 2022/1925 (ci-après le «règlement sur les marchés numériques»), en ce qui concerne deux services de plateforme essentiels qui constituent un point d'accès majeur permettant aux entreprises utilisatrices d'atteindre leurs utilisateurs finaux, sur la base de l'évaluation, par la Commission, des informations fournies par Amazon [2].

2. PROCÉDURE

(2) Le 3 juillet 2023, conformément à l'article 3, paragraphe 3, premier alinéa, du règlement sur les marchés numériques, Amazon a informé la Commission qu'elle atteignait les seuils fixés à l'article 3, paragraphe 2, dudit règlement en ce qui concerne les services de plateforme essentiels suivants: i) son service d'intermédiation en ligne fourni par l'intermédiaire d'«Amazon Store»; et ii) son service de publicité en ligne «Amazon Advertising».

(3) Le 24 juillet 2023, la Commission a adressé à Amazon une lettre concernant sa notification (ci-après la «lettre») pour lui exposer ses observations préliminaires sur cette dernière.

(4) Le 31 juillet 2023, Amazon a présenté des observations écrites en réponse à la lettre de la Commission.

3. CADRE JURIDIQUE

(5) Le règlement sur les marchés numériques établit une série de critères objectifs définis de façon restrictive pour qualifier une grande plateforme en ligne de contrôleur d'accès. La désignation doit être faite en ce qui concerne un ou plusieurs services de plateforme essentiels fournis par l'entreprise qui constituent un point d'accès majeur permettant aux entreprises utilisatrices d'atteindre leurs utilisateurs finaux au sens de l'article 3, paragraphe 1, point b), du règlement sur les marchés numériques.

(6) Conformément à l'article 3, paragraphe 1, du règlement sur les marchés numériques, la Commission désigne une entreprise comme étant un contrôleur d'accès si cette entreprise remplit trois conditions cumulatives, à savoir: a) elle a un poids important sur le marché intérieur; b) elle fournit un service de plateforme essentiel qui constitue un point d'accès majeur permettant aux entreprises utilisatrices d'atteindre leurs utilisateurs finaux; et c) elle jouit d'une position solide et durable, dans ses activités, ou jouira, selon toute probabilité, d'une telle position dans un avenir proche. L'article 3, paragraphe 2, du règlement sur les marchés numériques prévoit que ces exigences sont réputées satisfaites lorsque certains seuils quantitatifs sont atteints par le chiffre d'affaires ou la capitalisation boursière de l'entreprise, ainsi que par le nombre d'utilisateurs finaux et d'entreprises utilisatrices d'un service de plateforme essentiel donné au cours de chacun des trois derniers exercices.

[1] Règlement (UE) 2022/1925 du Parlement européen et du Conseil du 14 septembre 2022 relatif aux marchés contestables et équitables dans le secteur numérique et modifiant les directives (UE) 2019/1937 et (UE) 2020/1828 (règlement sur les marchés numériques) (JO L 265 du 12.10.2022, p. 1).

[2] Notification du 3 juillet 2023 effectuée conformément à l'article 3, paragraphe 3, du règlement sur les marchés numériques.

4. **APPRÉCIATION DE LA COMMISSION**

(7) Après avoir évalué les informations fournies par Amazon, la Commission a conclu que les services suivants mentionnés dans la notification constituent des services de plateforme essentiels au sens de l'article 2 du règlement sur les marchés numériques et constituent, individuellement, un point d'accès majeur permettant aux entreprises utilisatrices d'atteindre leurs utilisateurs finaux selon les termes de l'article 3, paragraphe 1, point b), dudit règlement:

a. «Amazon Marketplace», le service d'intermédiation en ligne d'Amazon;

b. «Amazon Advertising», le service de publicité en ligne d'Amazon.

(8) En ce qui concerne «Amazon Marketplace», en se fondant sur les informations communiquées par l'entreprise, la Commission considère qu'Amazon fournit, par l'intermédiaire d'«Amazon Store», un service d'intermédiation en ligne pour les vendeurs tiers (la «place de marché Amazon») qui répond à la définition donnée à l'article 2, paragraphe 2, du règlement sur les marchés numériques. Par conséquent, la place de marché Amazon constitue un service d'intermédiation en ligne et un service de plateforme essentiel.

(9) En ce qui concerne «Amazon Prime», la Commission ne partage pas l'avis d'Amazon, qui prétend qu'«Amazon Prime» n'est qu'un programme d'adhésion ([3]). En réalité, «Amazon Prime» est un service optionnel payant qui regroupe une série d'avantages, tels que l'accès à «Prime Video», «Amazon Music» et une livraison gratuite et plus rapide. La Commission ne peut pas non plus accueillir l'affirmation d'Amazon selon laquelle certains de ces avantages peuvent constituer des services distincts, tandis que d'autres sont inextricablement liés aux services de plateforme essentiels que constituent ses services d'intermédiation en ligne ([4]). Par conséquent, la décision considère qu'«Amazon Prime» n'est pas une composante du service de plateforme essentiel «Amazon Marketplace».

(10) La Commission considère en outre que le service d'intermédiation en ligne «Amazon Marketplace» constitue un service de plateforme essentiel unique en dépit de l'existence de domaines par pays pour les boutiques localisées qu'Amazon exploite et auxquelles il est possible d'accéder en passant par des domaines spécifiques de l'UE et de pays tiers actuels ou futurs. À ce propos, la Commission considère que les domaines dans lesquels la place de marché Amazon est ou sera exploitée et le service est ou sera proposé ne suffisent pas en eux-mêmes à déterminer si ce service est proposé aux entreprises utilisatrices et aux utilisateurs finaux dans l'Union. La Commission estime que, pour produire effet, les dispositions du règlement sur les marchés numériques devraient s'appliquer aux services de plateforme essentiels qui ciblent les entreprises utilisatrices et les utilisateurs finaux établis ou situés dans le marché intérieur ([5]). Aux termes de la décision, tel sera le cas lorsqu'il sera manifeste que l'entreprise «dirige ses activités» vers des entreprises utilisatrices établies dans l'Union, ou vers des utilisateurs finaux établis ou situés dans l'Union, indépendamment du fait que ces activités sont menées à partir de domaines spécifiques de l'UE ou de pays tiers.

(11) En ce qui concerne «Amazon Advertising», la décision considère que, bien que les services de plateforme essentiels «Amazon Advertising» et «Amazon Market place» soient, dans une certaine mesure, fournis de manière intégrée, il s'agit de deux services de plateforme essentiels distincts. Cette position rejoint également la description alternative plausible proposée par Amazon dans sa notification. En outre, selon la décision, le service publicitaire en ligne «Amazon Advertising» comprend tous les services, outils, composantes, interfaces et fonctionnalités publicitaires qui interagissent les uns avec les autres et dont l'objectif ultime est d'exposer les utilisateurs finaux à des publicités sur les propres services d'Amazon et l'inventaire publicitaire de tiers.

(12) Les constatations exposées dans la décision sont fondées sur les informations dont disposait la Commission au moment de l'adoption. En cas de changement important de l'un des faits sur lesquels repose la décision, ou si cette décision repose sur des informations incomplètes, inexactes ou dénaturées, la Commission peut revoir ou modifier celle-ci en vertu de l'article 4, paragraphe 1, du règlement sur les marchés numériques.

([3]) Formulaire GD, point 16.
([4]) Réponse d'Amazon datée du 31 juillet 2023 à la lettre de la Commission du 24 juillet 2023, p. 2 et 3.
([5]) Considérants 7 et 8 du préambule du règlement sur les marchés numériques.

5. **CONCLUSIONS**

(13) Pour les raisons exposées ci-dessus, la décision désigne Amazon comme étant un contrôleur d'accès en ce qui concerne: i) «Amazon Marketplace», le service d'intermédiation en ligne d'Amazon; ii) «Amazon Advertising», le service de publicité en ligne d'Amazon.