



C/2023/905

15.11.2023

STRESZCZENIE DECYZJI KOMISJI

z dnia 5 września 2023 r.

dotyczące decyzji wydanej na podstawie art. 3 rozporządzenia (UE) 2022/1925

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

(notyfikowanej jako dokument C(2023)6104)

(Jedynie tekst w języku angielskim jest autentyczny)

(C/2023/905)

W dniu 5.9.2023 r. Komisja przyjęła decyzję na podstawie art. 3 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/1925⁽¹⁾. Zgodnie z przepisami art. 44 rozporządzenia (UE) 2022/1925 Komisja podaje niniejszym do wiadomości nazwy stron oraz najważniejsze elementy decyzji z uwzględnieniem uzasadnionego interesu przedsiębiorstw w zakresie ochrony ich tajemnic handlowych.

1. WPROWADZENIE

- 1) W załączonej decyzji o wskazaniu („decyzja”), na podstawie dokonanej przez Komisję oceny informacji przekazanych przez Amazon⁽²⁾, wskazano Amazon.com („Amazon”) jako strażnika dostępu na podstawie art. 3 rozporządzenia (UE) 2022/1925 („akt o rynkach cyfrowych”) w odniesieniu do dwóch podstawowych usług platformowych, które stanowią ważny punkt dostępu dla użytkowników biznesowych umożliwiając dotarcie do użytkowników końcowych.

2. PROCEDURA

- 2) W dniu 3 lipca 2023 r. Amazon powiadomił Komisję, na podstawie art. 3 ust. 3 akapit pierwszy aktu o rynkach cyfrowych, że osiąga progi określone w art. 3 ust. 2 aktu o rynkach cyfrowych w odniesieniu do następujących podstawowych usług platformowych: (i) usługi pośrednictwa internetowego świadczonej za pośrednictwem „Amazon Store” oraz (ii) internetowej usługi reklamowej *Amazon Advertising*.
- 3) W dniu 24 lipca 2023 r. Komisja skierowała do firmy Amazon pismo dotyczące dokonanego przez tę firmę powiadomienia („pismo”), w którym przedstawiła swoje wstępne stanowisko w sprawie wspomnianego powiadomienia.
- 4) W dniu 31 lipca 2023 r. Amazon przedstawił swoje uwagi na piśmie w odpowiedzi na pismo Komisji.

3. RAMY PRAWNE

- 5) W akcie o rynkach cyfrowych ustanowiono zestaw wąsko zdefiniowanych obiektywnych kryteriów, które decydują o uznaniu dużej platformy internetowej za strażnika dostępu. Dane przedsiębiorstwo wskazuje się jako strażnika dostępu w odniesieniu do co najmniej jednej podstawowej usługi platformowej świadczonej przez to przedsiębiorstwo, stanowiącej ważny punkt dostępu, za pośrednictwem którego użytkownicy biznesowi docierają do użytkowników końcowych, o czym mowa w art. 3 ust. 1 lit. b) aktu o rynkach cyfrowych.
- 6) Zgodnie z art. 3 ust. 1 aktu o rynkach cyfrowych Komisja wskazuje przedsiębiorstwo jako strażnika dostępu, jeżeli spełnia ono trzy łączne wymogi, mianowicie: a) wywiera znaczący wpływ na rynek wewnętrzny, b) świadczy podstawową usługę platformową będącą ważnym punktem dostępu, za pośrednictwem którego użytkownicy biznesowi docierają do użytkowników końcowych, oraz c) zajmuje ugruntowaną i trwałą pozycję w zakresie prowadzonej przez siebie działalności lub można przewidzieć, że zajmie taką pozycję w niedalekiej przyszłości. Art. 3 ust. 2 zawiera domniemanie, że wymogi te są spełnione w przypadku osiągnięcia określonych progów ilościowych, mianowicie obrotu lub kapitalizacji rynkowej, a także liczby użytkowników końcowych i biznesowych danej podstawowej usługi platformowej w każdym z trzech ostatnich lat obrotowych.

⁽¹⁾ Rozporządzenie 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 (akt o rynkach cyfrowych) (Dz.U. L 265 z 12.10.2022, s. 1).

⁽²⁾ Powiadomienie z dnia 3 lipca 2023 r. dokonane na podstawie art. 3 ust. 3 aktu o rynkach cyfrowych.

4. OCENA KOMISJI

- 7) Po dokonaniu oceny informacji przekazanych przez firmę Amazon Komisja stwierdziła, że niżej wymienione usługi będące przedmiotem powiadomienia stanowią podstawowe usługi platformowe w rozumieniu art. 2 aktu o rynkach cyfrowych, z których każda indywidualnie stanowi ważny punkt dostępu, za pośrednictwem którego użytkownicy biznesowi docierają do użytkowników końcowych, o czym mowa w art. 3 ust. 1 lit. b) aktu o rynkach cyfrowych:
- a. świadczona przez Amazon usługa pośrednictwa internetowego – *Amazon marketplace*;
 - b. świadczona przez Amazon internetowa usługa reklamowa – *Amazon Advertising*.
- 8) W odniesieniu do platformy *Amazon marketplace*, zgodnie z informacjami przekazanymi przez Amazon, Komisja uważa, że Amazon świadczy za pośrednictwem „Amazon Store” usługę pośrednictwa internetowego dla sprzedawców zewnętrznych („Amazon marketplace”), która spełnia definicję określoną w art. 2 pkt 2 aktu o rynkach cyfrowych. W związku z tym platforma *Amazon marketplace* stanowi usługę pośrednictwa internetowego i podstawową usługę platformową.
- 9) Jeśli chodzi o „Amazon Prime”, Komisja nie zgadza się z twierdzeniem firmy Amazon, że „Amazon Prime” jest jedynie programem członkowskim ⁽³⁾. „Amazon Prime” jest raczej płatną usługą fakultatywną obejmującą pakiet korzyści, takich jak dostęp do „Prime Video” i „Amazon Music” oraz bezpłatne i szybsze dostawy. Komisja nie może również zgodzić się z twierdzeniem firmy Amazon, że niektóre z tych korzyści mogą stanowić odrębne usługi, podczas gdy inne są nierozdzielnie związane z jej usługą pośrednictwa internetowego uznana za podstawową usługą platformową ⁽⁴⁾. W związku z tym w decyzji stwierdzono, że „Amazon Prime” nie wchodzi w skład podstawowej usługi platformowej *Amazon marketplace*.
- 10) Komisja uważa ponadto, że usługa pośrednictwa internetowego *Amazon marketplace* uznana za podstawową usługę platformową stanowi pojedynczą podstawową usługę platformową pomimo istnienia specyficznych dla danego kraju domen, pod którymi funkcjonują lokalne sklepy, które są prowadzone przez Amazon i do których można uzyskać dostęp za pośrednictwem specjalnych istniejących i przyszłych domen unijnych i pozaunijnych. W odniesieniu do tych domen Komisja uważa, że domeny, pod którymi jest lub będzie prowadzona platforma *Amazon marketplace* i za których pośrednictwem wspomniana usługa jest lub będzie oferowana, same w sobie nie przesądzają o tym, czy usługa ta jest oferowana użytkownikom biznesowym i końcowym w Unii. Komisja uważa, że aby przepisy aktu o rynkach cyfrowych były skuteczne, powinny one mieć zastosowanie do podstawowych usług platformowych, które są skierowane do użytkowników biznesowych i użytkowników końcowych mających siedzibę lub miejsce pobytu na obszarze rynku wewnętrznego ⁽⁵⁾. W decyzji stwierdzono, że sytuacja taka będzie miała miejsce, w przypadku gdy oczywiste jest, że przedsiębiorstwo „kieruje swoją działalność” do użytkowników biznesowych mających siedzibę w UE lub użytkowników końcowych mających siedzibę lub miejsce pobytu w Unii, niezależnie od tego, czy działalność tę kieruje się do wspomnianych użytkowników za pośrednictwem specjalnych domen unijnych czy pozaunijnych.
- 11) Jeżeli chodzi o usługę *Amazon Advertising*, w decyzji uznano, że pomimo faktu, iż podstawowe usługi platformowe *Amazon Advertising* i *Amazon marketplace* są do pewnego stopnia świadczone w sposób zintegrowany, *Amazon Advertising* jest podstawową usługą platformową odrębną od podstawowej usługi platformowej *Amazon marketplace*. Jest to również zgodne z alternatywnym możliwym rozgraniczeniem dokonany przez firmę Amazon, przedstawionym w jej powiadomieniu. W decyzji stwierdzono ponadto, że internetowa usługa reklamowa *Amazon Advertising* obejmuje wszystkie usługi, narzędzia, komponenty, interfejsy i funkcje reklamowe, które wchodzi z sobą w interakcję, a których ostatecznym celem jest zapewnienie, aby użytkownicy końcowi mieli kontakt z reklamą prezentowaną w ramach własnych usług firmy Amazon i w ramach przestrzeni reklamowej osób trzecich.
- 12) Ustalenia zawarte w decyzji opierają się na informacjach dostępnych Komisji według stanu na dzień wydania decyzji. Jeżeli nastąpi istotna zmiana stanu faktycznego, na podstawie którego podjęto decyzję, lub jeżeli decyzję podjęto na podstawie niekompletnych, nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd informacji, Komisja może ponownie rozpatrzyć lub zmienić tę decyzję na podstawie art. 4 ust. 1 aktu o rynkach cyfrowych.

⁽³⁾ Formularz GD, pkt 16.

⁽⁴⁾ Odpowiedź firmy Amazon z dnia 31 lipca 2023 r. na pismo Komisji z dnia 24 lipca 2023 r., s. 2 i 3.

⁽⁵⁾ Motywy 7 i 8 aktu o rynkach cyfrowych.

5. WNIOSKI

- 13) Z powodów przedstawionych powyżej w przedmiotowej decyzji wskazano firmę Amazon jako strażnika dostępu w odniesieniu do: (i) świadczonej przez Amazon usługi pośrednictwa internetowego – *Amazon marketplace*; (ii) świadczonej przez Amazon internetowej usługi reklamowej – *Amazon Advertising*.
