

STRESZCZENIE DECYZJI KOMISJI**z dnia 17 grudnia 2020 r.****uznającej koncentrację za zgodną z rynkiem wewnętrznym oraz z funkcjonowaniem Porozumienia EOG****(Sprawa M.9660 – Google/Fitbit)***(notyfikowana jako dokument nr C(2020) 9105)***(Jedynie tekst w języku angielskim jest autentyczny)****(Tekst mający znaczenie dla EOG)**

(2021/C 194/05)

W dniu 17 grudnia 2020 r. Komisja przyjęła decyzję w sprawie połączenia przedsiębiorstw na podstawie rozporządzenia Rady (WE) nr 139/2004 z dnia 20 stycznia 2004 r. w sprawie kontroli koncentracji przedsiębiorstw ⁽¹⁾, w szczególności art. 8 ust. 2 tego rozporządzenia. Pełny tekst decyzji w autentycznej wersji językowej sprawy w wersji nieopatrzonej klauzulą poufności, w stosownym przypadku w wersji wstępnej, znajduje się na stronie internetowej Dyrekcji Generalnej ds. Konkurencji pod następującym adresem:

https://ec.europa.eu/competition/index_en.html

1. WPROWADZENIE

- (1) W dniu 1 listopada 2019 r. przedsiębiorstwo Google ogłosiło, że przejmie kontrolę nad przedsiębiorstwem Bigbit. Transakcję zgłoszono Komisji w dniu 15 czerwca 2020 r.
- (2) Decyzją z dnia 4 sierpnia 2020 r. Komisja stwierdziła, że proponowana transakcja wzbudza poważne wątpliwości co do zgodności z rynkiem wewnętrznym, i wszczęła postępowanie zgodnie z art. 6 ust. 1 lit. c) rozporządzenia w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw („decyzja o wszczęciu postępowania”).
- (3) W dniu 1 grudnia 2020 r. decyzję skonsultowano z państwami członkowskimi na posiedzeniu Komitetu Doradczego ds. Koncentracji, który wydał opinię pozytywną. W sprawozdaniu przedłożonym w dniu 4 grudnia 2020 r. urzędnik przeprowadzający spotkanie wyjaśniające wydał pozytywną opinię na temat postępowania.

2. RYNKI WŁAŚCIWE

- (4) W decyzji określono następujące rynki właściwe:
 - (a) urządzenia do noszenia na nadgarstku – rynek ten można potencjalnie podzielić dodatkowo na następujące segmenty: (i) urządzenia do monitorowania aktywności fizycznej i inteligentne zegarki; (ii) urządzenia do monitorowania aktywności fizycznej i inteligentne zegarki z łącznością GPS i bez takiej łączności; (iii) inteligentne zegarki z łącznością komórkową i bez takiej łączności; oraz (iv) inteligentne zegarki w wersji podstawowej i pełnej. Zakres geograficzny obejmuje co najmniej cały obszar EOG, jeżeli nie cały świat;
 - (b) systemy operacyjne: (i) dostarczanie licencjonowanych systemów operacyjnych dla inteligentnych urządzeń mobilnych; oraz (ii) dostarczanie licencjonowanych systemów operacyjnych dla urządzeń do noszenia na nadgarstku – rynek ten można potencjalnie podzielić na segmenty odpowiadające potencjalnym segmentom rynku urządzeń do noszenia na nadgarstku wymienionym w poprzedniej literze. Zakres geograficzny rynku licencjonowanych systemów operacyjnych dla inteligentnych urządzeń mobilnych obejmuje cały świat z wyłączeniem Chin, natomiast zakres geograficzny rynku licencjonowanych systemów operacyjnych dla urządzeń do noszenia na nadgarstku obejmuje co najmniej cały obszar EOG, jeżeli nie cały świat, z wyłączeniem Chin;
 - (c) sklepy z aplikacjami: (i) prowadzenie sklepów z aplikacjami dla danej platformy systemu operacyjnego inteligentnych urządzeń mobilnych (w szczególności sklepów z aplikacjami dla systemu Android); oraz (ii) prowadzenie sklepów z aplikacjami dla danej platformy systemu operacyjnego urządzeń do noszenia na nadgarstku (w szczególności sklepów z aplikacjami dla urządzeń Wear OS i Fitbit). Zakres geograficzny rynków sklepów z aplikacjami dla danej platformy systemu operacyjnego inteligentnych urządzeń mobilnych (np. sklepów z aplikacjami dla systemu Android) oraz urządzeń do noszenia na nadgarstku (np. sklepów z aplikacjami Wear OS i Fitbit) obejmuje cały świat z wyłączeniem Chin;

⁽¹⁾ Dz.U. L 24 z 29.1.2004, s. 1.

- (d) ogólne usługi wyszukiwania. Rynek świadczenia ogólnych usług wyszukiwania ma zasięg krajowy;
- (e) reklamy internetowe: (i) świadczenie usług dotyczących reklamy internetowej w wynikach wyszukiwania – rynek ten można potencjalnie podzielić na następujące segmenty: świadczenie usług dotyczących reklamy internetowej w wynikach wyszukiwania na komputerach stacjonarnych lub świadczenie takich usług w aplikacjach mobilnych; oraz (ii) świadczenie usług w zakresie reklamy internetowej z rodzaju reklamy graficznej – rynek ten można potencjalnie podzielić na następujące segmenty: świadczenie usług w zakresie reklamy internetowej z rodzaju reklamy graficznej na komputerach stacjonarnych lub świadczenie takich usług w aplikacjach mobilnych, świadczenie usług w zakresie reklamy internetowej z rodzaju reklamy graficznej na portalach społecznościowych i poza nimi, świadczenie usług w zakresie reklamy internetowej z rodzaju reklamy graficznej polegającej na wyświetlaniu klipów wideo lub innego rodzaju. Wskazane rynki mają zasięg krajowy, który odpowiada granicom językowym w ramach EOG;
- (f) usługi technologii reklamowych: (i) świadczenie usług platformy strony podażowej (ang. *Supply Side Platform*, SSP); (ii) świadczenie usług platformy strony popytowej (ang. *Demand Side Platform*, DSP); (iii) świadczenie usług sieciowych dotyczących reklamy w wynikach wyszukiwania oraz usług sieciowych dotyczących reklam graficznych; (iv) świadczenie usług adserwera; oraz (v) świadczenie usług analitycznych. Zasięg geograficzny wskazanych rynków obejmuje co najmniej EOG;
- (g) aplikacje związane ze zdrowym stylem życia i sprawnością fizyczną – rynek ten można potencjalnie dodatkowo podzielić na segmenty według funkcjonalności i platformy (komputer, inteligentne urządzenie mobilne lub urządzenie do noszenia na nadgarstku). Wskazane rynki mają zasięg co najmniej krajowy;
- (h) usługi w zakresie płatności mobilnych – rynek ten można potencjalnie podzielić dodatkowo na następujące segmenty: (i) płatności mobilne zbliżeniowe/offline; oraz (ii) płatności mobilne zdalne/online (obejmujące usługi pośrednictwa w płatnościach lub nieobejmujące takich usług), a także podzielić na segmenty w zależności od wykorzystywanej platformy (inteligentne urządzenie mobilne lub urządzenie do noszenia na nadgarstku). Wskazane rynki mają zasięg co najmniej krajowy;
- (i) inne aplikacje i usługi cyfrowe: (i) aplikacje nawigacyjne podające informacje o kolejnych etapach trasy w czasie rzeczywistym; (ii) usługi wirtualnych asystentów; (iii) usługi dystrybucji cyfrowych nagrań muzycznych; oraz (iv) cyfrowe usługi tłumaczeniowe, przy czym rynki te mogą mieć różne segmenty. Zakres geograficzny rynku (i) aplikacji nawigacyjnych obejmuje co najmniej EOG, jeżeli nie cały świat, natomiast rynku (ii) usług wirtualnych asystentów; (iii) usług dystrybucji cyfrowych nagrań muzycznych; oraz (iv) cyfrowych usług tłumaczeniowych jest co najmniej krajowy;
- (j) cyfrowa opieka zdrowotna: (i) świadczenie usług w chmurze i usług związanych z analizą danych; (ii) usługi monitorowania stanu zdrowia pacjentów; (iii) dostarczanie danych na potrzeby badań medycznych i dowodów skuteczności pochodzących z badań prowadzonych w warunkach rzeczywistej praktyki klinicznej (ang. *real world evidence*); oraz (iv) programy na rzecz poprawy kondycji psychicznej i fizycznej pracowników (ang. *corporate wellness programmes*). Zakres geograficzny rynku (i) świadczenia usług w chmurze i usług związanych z analizą danych obejmuje co najmniej EOG; (ii) usług monitorowania stanu zdrowia pacjentów obejmuje co najmniej EOG, jeżeli nie cały świat; (iii) dostarczania danych na potrzeby badań medycznych i dowodów skuteczności pochodzących z badań prowadzonych w warunkach rzeczywistej praktyki klinicznej obejmuje co najmniej EOG; (iv) programów na rzecz poprawy kondycji psychicznej i fizycznej pracowników obejmuje co najmniej EOG.

3. OCENA WPLYWU NA KONKURENCJĘ

- (5) Komisja oceniła horyzontalne skutki transakcji dla baz danych (i możliwości gromadzenia danych), tj. Fitbita jako źródła danych użytkowników do możliwego wykorzystania w (i) usługach związanych z reklamą internetową; (ii) ogólnych usługach wyszukiwania; oraz (iii) usługach cyfrowej opieki zdrowotnej. Poza tym nie ma żadnych rynków, na które koncentracja wywiera wpływ horyzontalny.
- (6) Ponadto transakcja tworzy stosunki wertykalne między działalnością przedsiębiorstw Google i Fitbit. Komisja oceniła skutki wertykalne transakcji dla możliwego zamknięcia dostępu do danych użytkowników Fitbita ze szkodą dla podmiotów działających w sektorze cyfrowej opieki zdrowotnej, zamknięcia dostępu do Wear OS ze szkodą dla dostawców urządzeń do noszenia na nadgarstku, zamknięcia dostępu do aplikacji/usług Google'a ze szkodą dla dostawców urządzeń do noszenia na nadgarstku, zamknięcia dostępu do Google Play ze szkodą dla dostawców urządzeń do noszenia na nadgarstku oraz zamknięcia dostępu do sklepu Fitbit App Gallery ze szkodą dla dostawców urządzeń do noszenia na nadgarstku.
- (7) Transakcja tworzy również stosunki konglomeracyjne między działalnością przedsiębiorstw Google i Fitbit. Komisja oceniła skutki konglomeracyjne transakcji pod względem wykorzystania pozycji Google'a w odniesieniu do systemu operacyjnego Android na rynku urządzeń do noszenia na nadgarstku.
- (8) Ponadto Komisja oceniła możliwe problemy wynikające z dostępu Google'a do szczególnie chronionych informacji handlowych.

3.1. Skutki horyzontalne

- (9) Chociaż w tradycyjnym sensie transakcja nie wywiera wpływu horyzontalnego na żaden z rynków w odniesieniu do baz danych i możliwości gromadzenia danych, Komisja uważa, że transakcja doprowadzi do połączenia baz danych (i możliwości gromadzenia danych) stron pod kontrolą Google'a.
- (10) Komisja zbadała, czy połączenie danych (i możliwości gromadzenia danych) Fitbita i Google'a wywołałoby antykonkurencyjne, horyzontalne, nieskoordynowane skutki poprzez wzmocnienie pozycji rynkowej Google'a w odniesieniu do świadczenia (i) usług dotyczących reklamy internetowej w wynikach wyszukiwania i reklamy graficznej oraz usług technologii reklamowych; (ii) ogólnych usług wyszukiwania; lub (iii) usług cyfrowej opieki zdrowotnej.
- (11) Na podstawie podejścia przyjętego w sprawie Apple/Shazam⁽²⁾ Komisja zauważa, że istnieją pewne ograniczenia prawne dotyczące łączenia zbiorów danych – takie jak obowiązujące przepisy UE w zakresie ochrony danych, a w szczególności ogólne rozporządzenie o ochronie danych („RODO”) oraz przepisy unijne dotyczące prywatności i ochrony poufności komunikacji, w szczególności dyrektywa o e-prywatności.
- (12) Komisja uważa, że chociaż przed transakcją Fitbit nie konkuruje na tych samych rynkach co Google, transakcja zapewniłaby Google'owi kontrolę nad istotnym składnikiem aktywów, tj. nad danymi Fitbita, co jeszcze bardziej wzmocniłoby dominację Google'a na rynkach świadczenia usług dotyczących reklamy internetowej w wynikach wyszukiwania⁽³⁾. Komisja podtrzymuje swoje wątpliwości, które przedstawiono w decyzji przyjętej na podstawie art. 6 ust. 1 lit. c), co do zgodności transakcji z rynkiem wewnętrznym w związku ze wzmocnieniem pozycji dominującej Google'a na rynku reklamy internetowej w wynikach wyszukiwania (i jego możliwych segmentach), reklamy internetowej z rodzaju reklamy graficznej (i jego możliwych segmentach), a także usług „technologii reklamowych”.
- (13) Zdaniem Komisji takie zastrzeżenia istnieją ze względu na: (i) przydatność danych (i możliwości gromadzenia danych) uzyskanych przez Google'a w wyniku transakcji w kontekście serwowania i wyświetlania reklam; (ii) pozycję Google'a na rynkach właściwych związanych ze świadczeniem usług dotyczących reklamy internetowej w wynikach wyszukiwania i ich podrynkach/segmentach; (iii) wzmocnienie pozycji rynkowej Google'a i ograniczenie ekspansji konkurentów na wspomnianych rynkach w wyniku połączenia danych; oraz (iv) brak czynników wyrównawczych takich jak wejście na rynek lub siła nabywczą.
- (14) Jeżeli chodzi o rynek usług w zakresie reklamy internetowej z rodzaju reklamy graficznej i jego możliwe podsegmenty, a także „usługi technologii reklamowych”, Komisja uważa, że pomimo posiadania pewnego stopnia władzy rynkowej pozycja Google'a na tych rynkach jest znacznie słabsza niż na rynkach reklamy internetowej w wynikach wyszukiwania, biorąc pod uwagę udział Google'a w rynku oraz fakt, że nie można wykluczyć, iż rynek reklamy internetowej z rodzaju reklamy graficznej charakteryzuje się istnieniem barier wejścia i ekspansji oraz brakiem wyrównawczej siły nabywczej.
- (15) Komisja uważa, że transakcja prawdopodobnie nie doprowadzi do żadnego znaczącego zakłócenia efektywnej konkurencji w następstwie ewentualnych skutków horyzontalnych wynikających z połączenia baz danych użytkowników Google'a i Fitbita oraz możliwości gromadzenia danych tych przedsiębiorstw do wykorzystania w obszarze ogólnych usług wyszukiwania. Stwierdzono, że Google posiada pozycję dominującą na każdym krajowym rynku świadczenia ogólnych usług wyszukiwania od 2008 r., z wyjątkiem Czech, w którym to państwie Google posiada pozycję dominującą od 2011 r. Wyniki badania rynku sugerują jednak, że dane Fitbita – mimo iż zapewniają potencjalnie wartościowy wkład w rynki ogólnych usług wyszukiwania – są mniej przydatne w kontekście wyszukiwania ogólnego niż w kontekście ukierunkowanej reklamy internetowej w wynikach wyszukiwania.
- (16) Jeżeli chodzi o Fitbit jako źródło danych możliwych do wykorzystania w ramach usług cyfrowej opieki zdrowotnej, Komisja uważa, że transakcja prawdopodobnie nie doprowadzi do żadnego znaczącego zakłócenia efektywnej konkurencji w następstwie skutków horyzontalnych wynikających z połączenia baz danych użytkowników Google'a i Fitbita oraz możliwości gromadzenia danych tych przedsiębiorstw. Wynika to z faktu, że strony nie są ani rzeczywistymi, ani potencjalnymi konkurentami, jeżeli chodzi o gromadzenie lub wprowadzanie do obrotu danych dotyczących zdrowia i kondycji fizycznej użytkowników. Jeżeli chodzi o rzeczywistą konkurencję, żadna ze stron nie

⁽²⁾ Decyzja Komisji z dnia 6 września 2018 r. w sprawie M.8788 – Apple/Shazam, motywy 225–235.

⁽³⁾ Zgodnie z pkt 36 wytycznych w sprawie oceny horyzontalnego połączenia przedsiębiorstw połączenie może znacznie utrudnić skuteczną konkurencję, jeżeli powstałe w wyniku połączenia przedsiębiorstwo zyskuje taki stopień kontroli nad składnikiem aktywów, że ekspansja lub wejście przedsiębiorstw konkurencyjnych mogą być utrudnione. W przedmiotowej sprawie takimi aktywami są dane Fitbita.

wprowadza obecnie do obrotu swoich danych użytkowników, lecz przepływ danych jest skutkiem decyzji użytkowników o ich aktywnym udostępnianiu osobom trzecim (aplikacjom i stronom internetowym), które oferują im usługi o wartości dodanej. Jeżeli chodzi o potencjalną konkurencję, Komisja oceniła wpływ transakcji, badając przesłanki jej przeprowadzenia i rozważając obecną sytuację na rynku usług cyfrowej opieki zdrowotnej. W tym zakresie Komisja ustaliła, że cyfrowa opieka zdrowotna w oczywisty sposób nie stanowi głównej przesłanki przeprowadzenia transakcji oraz że w sektorze cyfrowej opieki zdrowotnej działa wiele podmiotów (w szczególności w odniesieniu do usług w chmurze i usług związanych z analizą danych, usług monitorowania stanu zdrowia pacjentów, dostarczania danych na potrzeby badań medycznych i dowodów skuteczności pochodzących z badań prowadzonych w warunkach rzeczywistej praktyki klinicznej oraz programów na rzecz poprawy kondycji psychicznej i fizycznej pracowników, w które to usługi lub programy zaangażowana jest jedna ze stron).

3.2. Skutki wertykalne

3.2.1. Zamknięcie dostępu do danych Fitbita ze szkodą dla podmiotów działających w sektorze cyfrowej opieki zdrowotnej (zamknięcie dostępu do czynników produkcji)

- (17) Zdaniem Komisji na podstawie wyników badania rynku nie można wykluczyć, że po przeprowadzeniu transakcji przedsiębiorstwo Google będzie miało techniczną zdolność do zaangażowania się w zamknięcie dostępu do czynników produkcji poprzez ograniczenie dostępu do internetowego interfejsu programowania aplikacji. Dane dotyczące zdrowia użytkowników są co do zasady dostępne z wielu źródeł danych, natomiast dane użytkowników Fitbita są dostępne wyłącznie za pośrednictwem internetowego interfejsu programowania aplikacji, przy czym szereg podmiotów działających w sektorze cyfrowej opieki zdrowotnej uzyskuje dostęp do takich danych za pośrednictwem internetowego interfejsu programowania aplikacji w celu świadczenia usług na rzecz użytkowników Fitbita i uzyskiwania danych w zamian za te usługi.
- (18) Ponadto na podstawie wyników badania rynku Komisja stwierdza, że nie można wykluczyć, iż po przeprowadzeniu transakcji przedsiębiorstwo Google będzie miało bodziec do ograniczenia dostępu do internetowego interfejsu programowania aplikacji Fitbita.
- (19) Ograniczenie dostępu do internetowego interfejsu programowania aplikacji Fitbita po przeprowadzeniu transakcji może mieć wpływ na powodzenie podmiotów rozpoczynających działalność gospodarczą. Ponadto Komisja uważa, że w przypadku ograniczenia lub uniemożliwienia dostępu do internetowego interfejsu programowania aplikacji przynajmniej część użytkowników Fitbita straci dostęp do co najmniej jednej aplikacji, która może być dla nich bardzo atrakcyjna.
- (20) W związku z tym Komisja podtrzymuje swoje zastrzeżenia, które przedstawiono w decyzji przyjętej na podstawie art. 6 ust. 1 lit. c), co do zgodności transakcji z rynkiem wewnętrznym w wyniku zamknięcia dostępu do czynników produkcji dla dostawców usług cyfrowej opieki zdrowotnej spowodowanego ograniczeniem przez podmiot powstałym w wyniku połączenia dostępu tych dostawców do internetowego interfejsu programowania aplikacji, a tym samym ich dostępu do danych użytkowników Fitbita.

3.2.2. Zamknięcie dostępu do Wear OS ze szkodą dla dostawców urządzeń do noszenia na nadgarstku (zamknięcie dostępu do czynników produkcji)

- (21) Komisja stwierdziła, że po przeprowadzeniu transakcji przedsiębiorstwo Google nie będzie miało zdolności do wstrzymania ani utrudnienia dostępu do Wear OS dla konkurentów Fitbita działających na rynku niższego szczebla. Komisja uważa, że najwięksi dostawcy inteligentnych zegarków są w pełni zintegrowani pionowo, tj. ich inteligentne zegarki działają wyłącznie na ich własnych (zastrzeżonych) systemach operacyjnych. Ponadto udział urządzeń Wear OS w rynku niższego szczebla w odniesieniu do dostaw inteligentnych zegarków stale spadał w ciągu ostatnich trzech lat i osiągnął poziom poniżej lub blisko 5 %. Urządzenia Wear OS stanowią zatem jedynie niewielką część sprzedawanych obecnie konsumentom urządzeń do noszenia na nadgarstku i można wykluczyć, że Wear OS jest zasadniczym elementem lub znaczącym źródłem zróżnicowania produktów.
- (22) Komisja uważa, że przedsiębiorstwo Google nie miałoby bodźca do zaangażowania się w strategię zamknięcia dostępu do czynników produkcji w odniesieniu do Wear OS, a transakcja nie zmieni znacząco motywacji tego przedsiębiorstwa, które nadal będzie dążyć do jak najszerzej dystrybucji Wear OS. Wynika to z faktu, że Fitbit posiada jedynie niewielki udział w rynku w rozwijającym się segmencie inteligentnych zegarków. Ponadto Google czerpie korzyści z korzystania przez licencjobiorców z Wear OS poprzez utrzymywanie użytkowników w ekosystemie Androida.
- (23) Niezależnie od tego, czy Google ma zdolność albo bodziec do zamknięcia konkurentom działającym na rynku niższego szczebla dostępu do Wear OS, jest mało prawdopodobne, by taka strategia wywarła jakkolwiek istotny wpływ na konkurencję (w 2019 r. jedynie około [5–10] % wszystkich inteligentnych zegarków na świecie miało zainstalowany system Wear OS).

3.2.3. *Zamknięcie dostępu do różnych aplikacji Google'a ze szkodą dla dostawców urządzeń do noszenia na nadgarstku (zamknięcie dostępu do czynników produkcji)*

- (24) Komisja uważa, że przedsiębiorstwo Google nie miałooby zdolności do zaangażowania się w strategię zamknięcia dostępu do czynników produkcji. Komisja zauważa, że w przeszłości aplikacje Google'a zdecydowanie nie stanowiły istotnego czynnika produkcji w kontekście urządzeń do noszenia na nadgarstku. Żadna z aplikacji Google'a (Google Search, Google Assistant, Google Fit, Google Play, Google Play Music i następcą tej aplikacji – YouTube Music, Google Maps, Google Translate) nie jest obecnie dostępna na urządzeniach innych niż urządzenia z systemem Wear OS lub dopiero od bardzo niedawna są one dostępne na Apple Watch.
- (25) Komisja uważa, że po przeprowadzeniu transakcji przedsiębiorstwo Google nie miałooby bodźca do zaangażowania się w strategię zamknięcia dostępu do czynników produkcji w odniesieniu do aplikacji Google'a. Wynika to z tego, że: (i) Fitbit ma jedynie niewielki udział w rynku w rozwijającym się segmencie inteligentnych zegarków; (ii) przedsiębiorstwo Google czerpie korzyści z korzystania z jego aplikacji przez licencjodawców; (iii) zakres, w jakim przedsiębiorstwo Google opracowałooby aplikacje Google'a dla platform zewnętrznych w przypadku braku transakcji, pozostaje niejasny; oraz (iv) na podstawie strategii przyjętej przez Google'a w sferze inteligentnych urządzeń mobilnych Komisja oczekuje, że przedsiębiorstwo to będzie raczej promować swoje aplikacje Google'a, niż zamykać do nich dostęp, gdy konkurencyjne platformy urządzeń do noszenia na ciele osiągną wystarczający rozmiar.
- (26) Niezależnie od tego, czy Google ma zdolność albo bodziec do zamknięcia konkurentom działającym na rynku niższego szczebla dostępu do aplikacji Google'a, jest mało prawdopodobne, by taka strategia wywarła jakikolwiek istotny wpływ na konkurencję. Najpopularniejsze obecnie inteligentne zegarki nie są wyposażone w system Wear OS, a co za tym idzie – nie mają obecnie dostępu do aplikacji Google'a. Nawet jeżeli aplikacje Google'a nabiorą stopniowo większego znaczenia w ciągu najbliższych dwóch do trzech lat, jest mało prawdopodobne, aby ich znaczenie wzrosło do tego stopnia, że hipotetyczna strategia zamknięcia dostępu wykluczyłaby konkurentów z sektora urządzeń do noszenia na ciele.

3.2.4. *Zamknięcie dostępu do Google Play ze szkodą dla dostawców urządzeń do noszenia na nadgarstku (zamknięcie dostępu do czynników produkcji)*

- (27) Komisja uważa, że podmiot powstały w wyniku połączenia miałoby częściową zdolność do zaangażowania się w strategię zamknięcia dostępu w odniesieniu do Google Play (*). W sprawie dotyczącej Google Android uznano, że w latach 2011–2016 przedsiębiorstwo Google posiadało dominującą pozycję, jeżeli chodzi o prowadzenie sklepów z aplikacjami dla systemu Android, na rynku światowym (z wyłączeniem Chin), przy czym nie istnieją żadne przesłanki wskazujące, że w przedmiotowej sprawie należałoby przyjąć inne stanowisko. Chociaż respondenci uczestniczący w badaniu rynku uważają, że producenci oryginalnego sprzętu do noszenia na ciele nie dysponują skutecznymi strategiami przeciwdziałania, Komisja zauważa, że platforma Android oferuje wiele kanałów dystrybucji. Jest to spowodowane tym, że: (i) producenci oryginalnego sprzętu z systemem Android mogą preinstalować aplikacje towarzyszące dla urządzeń do noszenia na ciele na urządzeniach mobilnych i w ten sposób zapewnić dostępność tych aplikacji dla użytkowników; (ii) aplikacje towarzyszące mogą być również udostępniane za pośrednictwem sklepów z aplikacjami innych niż Play, w tym sklepów z aplikacjami należących do twórców (tj. producentów oryginalnego sprzętu) oraz do podmiotów zewnętrznych; oraz (iii) nawet jeżeli niektórzy producenci oryginalnego sprzętu z systemem Android nie preinstalują obecnie swoich aplikacji towarzyszących ani nie prowadzą alternatywnego sklepu z aplikacjami, mogliby zacząć stosować te strategie, gdyby przedsiębiorstwo Google zaczęło wdrażać strategię zamknięcia dostępu.
- (28) W każdym razie Komisja zauważa, że reguły konkurencji, w szczególności art. 102 TFUE oraz art. 54 Porozumienia EOG, będą nadal miały zastosowanie do podmiotu powstałego w wyniku połączenia po przeprowadzeniu transakcji, niezależnie od wyniku niniejszej oceny na podstawie rozporządzenia w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw.
- (29) Jeżeli chodzi o bodźce, Komisja uważa, że jest mało prawdopodobne, by przedsiębiorstwo Google wdrożyło strategię zamknięcia dostępu za pośrednictwem Play Store. Wynika to z faktu, że (i) przynajmniej producenci oryginalnego sprzętu obejmującego smartfony z systemem Android mogliby obejść wszelkiego rodzaju strategię zamknięcia dostępu, preinstalując swoje aplikacje towarzyszące lub korzystając z własnego sklepu z aplikacjami, a zatem skutek byłby ograniczony do niezintegrowanych producentów oryginalnego sprzętu do noszenia na ciele; oraz (ii) jest mało prawdopodobne, aby bardziej ograniczone strategie zamknięcia dostępu (np. pogorszenie oceny lub pozycji konkurencyjnych „aplikacji towarzyszących” na urządzeniach do noszenia na ciele w Play Store lub opóźnienie ich zatwierdzenia w przypadku aktualizacji lub nowych wersji) miały znaczący wpływ na skłonność użytkowników do zmiany. Ponadto, jeżeli chodzi o skutki dla reputacji, najsukuczniejsza strategia zamknięcia dostępu (tj. odmowa dostępu do Google Play) zostałaby prawdopodobnie zauważona przez organy, twórców aplikacji i użytkowników.

(*) Google Play to sklep z aplikacjami dla systemu Android prowadzony przez przedsiębiorstwo Google i uruchomiony przez to przedsiębiorstwo w 2008 r. Play Store jest częścią usług mobilnych Google'a (Google Mobile Services, „GMS”), tj. pakietu aplikacji i usług Google'a, na które przedsiębiorstwo to udziela łącznej licencji.

- (30) Niezależnie od tego, czy Google ma zdolność albo bodziec do zamknięcia konkurentom działającym na rynku niższego szczebla dostępu do Wear OS, Komisja uważa, iż taka strategia zamknięcia dostępu w odniesieniu do Google Play nie miałaby istotnego wpływu na konkurencję, ponieważ nie prowadziłaby do znaczącego pogorszenia perspektyw sprzedaży konkurentów Fitbita z sektora urządzeń do noszenia na ciele.

3.2.5. *Zamknięcie dostępu do Google Search ze szkodą dla dostawców urządzeń do noszenia na nadgarstku (zamknięcie dostępu do czynników produkcji)*

- (31) Komisja uważa, że pomimo dominującej pozycji Google'a na rynku ogólnych usług wyszukiwania ⁽⁵⁾ po przeprowadzeniu transakcji podmiot powstały w wyniku połączenia nie miałby zdolności do zamknięcia dostępu konkurencyjnym producentom urządzeń do noszenia na ciele poprzez dyskryminację na korzyść Fitbita w wynikach wyszukiwania w Google Search. Trzy główne kanały dystrybucji urządzeń do noszenia na ciele obejmują sklepy stacjonarne (sklepy fizyczne), sprzedaż przez internet na stronach internetowych podmiotów zajmujących się odsprzedażą oraz sprzedaż przez internet na własnych stronach internetowych producentów oryginalnego sprzętu. Jak wynika z badania rynku, sprzedaż w sklepach stacjonarnych stanowiła najważniejszy kanał dystrybucji, strony internetowe podmiotów zajmujących się odsprzedażą stanowiły drugi co do ważności kanał dystrybucji, zaś sprzedaż przez internet na własnych stronach internetowych producentów oryginalnego sprzętu do noszenia na ciele stanowiła jedynie niewielki odsetek sprzedaży. Komisja uważa, że nawet w przypadku tego kanału dystrybucji ruch pochodzący z wyników wyszukiwania w Google Search nie ma zbyt dużego znaczenia.

- (32) Komisja uważa, że po przeprowadzeniu transakcji przedsiębiorstwo Google nie miałoby bodźca do dyskryminacji na korzyść Fitbita w wynikach wyszukiwania w Google Search. Mimo że poprzez dyskryminację konkurentów Fitbita w wynikach wyszukiwania w Google Search Google prawdopodobnie rzeczywiście zwiększy sprzedaż urządzeń Fitbita do noszenia na nadgarstku, potencjalny wzrost udziału tego przedsiębiorstwa w rynku urządzeń do noszenia na nadgarstku i związane z tym zyski będą prawdopodobnie bardzo ograniczone ze względu na niewielkie znaczenie Google Search dla sprzedaży urządzeń do noszenia na nadgarstku. Szereg czynników wskazuje, że przedsiębiorstwo Google poniosłoby znaczne straty z tytułu dyskryminowania konkurentów przedsiębiorstwa Fitbit w wynikach wyszukiwania w Google Search. W szczególności taka strategia zakłóciłaby działanie algorytmu wyszukiwania Google'a.

- (33) Niezależnie od tego, czy podmiot powstały w wyniku połączenia miałby zdolność albo bodziec do odmowy dostępu do wyników Google Search konkurującym producentom oryginalnego sprzętu do noszenia na ciele, Komisja uważa, że taka strategia nie wywarłaby żadnego istotnego wpływu na konkurencję. Wynika to z faktu, że sprzedaż w sklepach stacjonarnych i za pośrednictwem podmiotów zajmujących się odsprzedażą internetową to najważniejsze kanały dystrybucji stosowane przez producentów oryginalnego sprzętu do noszenia na ciele, natomiast sprzedaż za pośrednictwem własnych stron internetowych tych producentów stanowi najmniej istotny kanał dystrybucji.

3.2.6. *Zamknięcie dostępu do sklepów z aplikacjami Fitbita ze szkodą dla twórców aplikacji (zamknięcie dostępu do czynników produkcji)*

- (34) Jeżeli chodzi o zdolność, zdaniem Komisji – biorąc pod uwagę fakt, że Fitbit App Gallery jest sklepem oferującym na wyłączność aplikacje na urządzenia do noszenia na ciele Fitbita – przedsiębiorstwo Fitbit posiada 100 % udziału w sklepach z aplikacjami dla urządzeń do noszenia na ciele Fitbita. Komisja uważa jednak, że zgodnie ze wszelkimi rozsądnymi definicjami rynku aplikacji Fitbit App Gallery nie stanowi istotnego czynnika produkcji dla twórców aplikacji, którzy są osobami trzecimi. Dlatego też po przeprowadzeniu transakcji podmiot powstały w wyniku połączenia nie miałby możliwości zamknięcia dostępu do Fitbit Gallery dla konkurencyjnych twórców aplikacji.

- (35) Jeżeli chodzi o bodźce, ograniczając dostęp do konkurencyjnych aplikacji dla urządzeń Fitbita, przedsiębiorstwo Google prawdopodobnie rzeczywiście zwiększy poziom wykorzystania swoich aplikacji przez użytkowników Fitbita. Jednak potencjalne zwiększenie udziałów w rynku aplikacji Google'a i związane z tym zyski będą prawdopodobnie bardzo ograniczone. Ma to związek z faktem, że (i) korzystanie z aplikacji na urządzeniach do noszenia na ciele jest ograniczone; (ii) korzystanie z aplikacji Google'a na urządzeniach Fitbita stanowiłoby jedynie niewielką część wszystkich aplikacji używanych na urządzeniach do noszenia na ciele oraz (iii) w przypadku zamknięcia dostępu dla konkurencyjnych aplikacji nie jest jasne, czy doprowadziłoby to do równoważnego wzrostu korzystania z aplikacji dostarczanych przez Google. Kilka czynników wskazuje, że przedsiębiorstwo Google poniosłoby znaczne straty z powodu odmowy dostępu do urządzeń do noszenia na ciele Fitbita konkurencyjnym aplikacjom, głównie dlatego, że ograniczenie dostępu do konkurencyjnych aplikacji sprawiłoby, że urządzenia do noszenia na ciele Fitbita stałyby się stosunkowo mniej atrakcyjne dla klientów.

⁽⁵⁾ Przy udziale w rynku wynoszącym powyżej 90 % w niemal wszystkich państwach EOG z wyjątkiem Czech (84,4 %) w 2019 r. Google zajmuje dominującą pozycję na rynku ogólnych usług wyszukiwania.

- (36) Niezależnie od tego, czy podmiot powstały w wyniku połączenia ma zdolność albo bodziec do odmowy dostępu do urządzeń do noszenia na ciele Fitbita konkurencyjnym twórcom aplikacji, Komisja uważa, że taka strategia nie miałaby żadnego istotnego wpływu na konkurencję. Zamknięcie dostępu do Fitbit App Gallery dla konkurencyjnych twórców aplikacji wywarłoby wpływ jedynie na niewielką część produkcji globalnej rynkowej, a zatem nie miałoby żadnego istotnego wpływu na konkurencję.

3.3. Skutki konglomeracyjne

3.3.1. Wzmocnienie pozycji przedsiębiorstwa Google na rynku urządzeń do noszenia na nadgarstku poprzez system operacyjny Android

- (37) Komisja uważa, że podmiot powstały w wyniku połączenia miałby zdolność do zaangażowania się w strategię zamknięcia dostępu do systemu Android z następujących powodów: (i) istnieje duży zbiór wspólnych klientów korzystających ze smartfonów z Androidem i urządzeń do noszenia na ciele kompatybilnych z Androidem (wyłączając jedynie użytkowników produktów marki Apple, tj. iPhone'a i Apple Watch'a lub iPhone'a sparowanego z urządzeniem do noszenia na ciele opracowanym przez osobę trzecią); (ii) Google kontroluje system Android i posiada dominującą pozycję na rynku w zakresie dostaw licencjonowanych systemów operacyjnych dla inteligentnych urządzeń mobilnych; (iii) chociaż utrudnienie dostępu nie wydaje się możliwe w ramach obecnego modelu biznesowego Androida, Google kontroluje Androida i może zmienić swój model biznesowy; oraz (iv) Google może zapobiec próbom obejścia utrudnienia dostępu podejmowanym przez producentów oryginalnego sprzętu obejmującego smartfony z systemem Android.
- (38) W szczególności Komisja uważa, że przedsiębiorstwo Google mogłoby utrudnić dostęp do interfejsów programowania aplikacji systemu Android oferowanych producentom oryginalnego sprzętu będącymi stronami trzecimi, zastrzegając niektóre funkcje tylko dla własnych urządzeń do noszenia na nadgarstku. Komisja uważa, że Google ma możliwość zastosowania środków technicznych lub umownych, aby doprowadzić do takiego utrudnienia dostępu. Ewentualnie przedsiębiorstwo Google może kontynuować włączanie obecnych funkcji do systemu Android opartego na oprogramowaniu typu *open source* – Android Open Source Project (AOSP), jednak może wstrzymać wszelkie przyszłe zmiany w AOSP i wdrożyć takie ulepszenia w warstwie zastrzeżonej do użytku przez przedsiębiorstwo Fitbit.
- (39) Komisja uważa, że producenci oryginalnego sprzętu obejmującego smartfony z systemem Android mają do dyspozycji bardzo ograniczone strategie przeciwdziałania, które nie zapobiegają możliwości realizacji strategii utrudnienia dostępu przez Google. Jest to spowodowane tym, że nawet jeżeli producenci oryginalnego sprzętu posiadaliby zdolności techniczne do zniesienia utrudnienia dostępu do interfejsu programowania aplikacji, przedsiębiorstwo Google może ostatecznie uniemożliwić tym producentom korzystanie z wersji AOSP Androida, w związku z czym straciliby oni dostęp do usług mobilnych Google'a, w tym do pakietu aplikacji mobilnych Google'a.
- (40) Komisja uważa, że przedsiębiorstwo Google wykazuje bodziec do utrudnienia interoperacyjności w odniesieniu do systemu Android, ponieważ: (i) reputacja przedsiębiorstwa Google niekoniecznie zostałaby nadszarpnięta; (ii) kwantyfikacja przedstawiona przez stronę zgłaszającą, oparta na standardowych ramach rachunku integracji pionowej, nie wykazuje w przekonujący sposób, że strategia utrudnienia dostępu byłaby nieopłacalna dla Google'a. W oparciu o wyniki badania rynku Komisja uważa, że mogą istnieć kolejne elementy, które mogłyby zwiększyć bodziec Google'a. Na przykład przedsiębiorstwo Google mogłoby wykorzystać urządzenia Fitbita do dystrybucji swoich aplikacji i usług, zwiększając w ten sposób zyski z dodatkowej sprzedaży urządzeń Fitbita.
- (41) Komisja uważa, że strategia utrudnienia dostępu mogłaby mieć znaczący wpływ na konkurencję poprzez zmniejszenie perspektyw sprzedaży konkurentów Fitbita z branży urządzeń do noszenia na ciele.
- (42) W związku z tym Komisja podtrzymuje swoje zastrzeżenia przedstawione w decyzji na podstawie art. 6 ust. 1 lit. c) dotyczące zgodności transakcji z rynkiem wewnętrznym w związku z wykorzystaniem przez przedsiębiorstwo Google pozycji dominującej w zakresie dostaw licencjonowanych systemów operacyjnych dla inteligentnych urządzeń mobilnych na rynku dostaw urządzeń do noszenia na nadgarstku (i jego możliwych podsegmentach).

3.4. Dostęp do szczególnie chronionych informacji handlowych

- (43) Komisja oceniła również skutki transakcji w kontekście dostępu do szczególnie chronionych informacji handlowych (z uwagi na fakt, że Fitbit umożliwia swoim użytkownikom połączenie kont Fitbita z szeregiem aplikacji osób trzecich, Fitbit może wówczas uzyskać dostęp do dodatkowych informacji na temat odpowiednich aplikacji osób trzecich) oraz oceniła, czy może to prowadzić do jakichkolwiek niehoryzontalnych, nieskoordynowanych skutków antykonkurencyjnych.
- (44) Komisja stwierdziła, że po przeprowadzeniu transakcji podmiot powstały w wyniku połączenia prawdopodobnie nie miałby ani zdolności, ani bodźca, aby w znaczący sposób utrudnić efektywną konkurencję z konkurencyjnymi aplikacjami osób trzecich w wyniku dostępu do szczególnie chronionych informacji handlowych oraz że w każdym razie skutki takiej strategii nie byłyby znaczące.

4. ZOBOWIĄZANIA PODJĘTE PRZEZ STRONY

- (45) Aby rozwiązać obawy dotyczące konkurencji wynikające z transakcji, strona zgłaszająca podjęła zobowiązania zarówno na etapie pierwszym, jak i w drugim.
- (46) Zobowiązania składają się z trzech elementów:
- a) zobowiązania do niewykorzystywania żadnych danych zmierzonych dotyczących ciała ani danych dotyczących lokalizacji odnoszących się do zdrowia i aktywności fizycznej do celów reklamowych oraz do utrzymania rozdzielania danych („zobowiązanie dotyczące reklam”);
 - b) zobowiązania do utrzymania dostępu dla stron trzecich – pod warunkiem uzyskania zgody użytkownika i bez opłat za dostęp – do serii danych zmierzonych dotyczących ciała („zobowiązanie dotyczące dostępu do internetowych interfejsów programowania aplikacji”);
 - c) zobowiązania do dalszego licencjonowania bezpłatnych, publicznych interfejsów programowania aplikacji umożliwiających interoperacyjność między urządzeniami do noszenia na ciele opracowanymi przez osoby trzecie a systemem operacyjnym Android na smartfonach, które to interfejsy będą oferować co najmniej podstawowe funkcje interfejsów programowania aplikacji istniejące w systemie operacyjnym Android w dniu wejścia w życie („zobowiązanie dotyczące interfejsów programowania aplikacji systemu Android”).

4.1. Zobowiązania wstępne

4.1.1. Zobowiązanie dotyczące reklam

- (47) W ramach zobowiązania dotyczącego reklam przedsiębiorstwo Google zobowiązuje się, że przez okres dziesięciu lat od zatwierdzenia koncentracji przez Komisję (i) nie będzie wykorzystywać żadnych danych zmierzonych dotyczących ciała ani danych dotyczących lokalizacji odnoszących się do zdrowia i aktywności fizycznej do celów reklam Google’a oraz (ii) że będzie utrzymywać możliwe do skontrolowania rozdzielanie zmierzonych danych dotyczących ciała oraz danych dotyczących lokalizacji odnoszących się do zdrowia i aktywności fizycznej od wszelkich zbiorów danych Google’a dostępnych do wykorzystania przez reklamy Google’a.
- (48) Zobowiązanie dotyczące reklam zostało pierwotnie przedłożone na etapie pierwszym. Komisja stwierdziła, że nawet jeżeli pod względem koncepcyjnym zobowiązanie przewidujące utworzenie podlegającego ścisłym zasadom dostępu silosu do przechowywania danych mogłoby być odpowiednie do wyeliminowania wskazanych przez Komisję obaw dotyczących konkurencji, nadal nie jest jasne, czy w praktyce zobowiązanie z etapu pierwszego skutecznie rozwiązałoby poważne wątpliwości wskazane w decyzji o wszczęciu postępowania, z następujących głównych powodów: (i) nie było jasne, czy zakres danych chronionych przez zobowiązanie do zachowania silosu danych jest wystarczający; (ii) definicja pojęcia „reklamy Google’a” była zbyt wąska; (iii) szczegóły systemu ochrony danych były niewystarczające, aby Komisja mogła ocenić skuteczność zobowiązania do zachowania silosu danych; oraz (iv) czas trwania był niewystarczający. Zobowiązanie dotyczące reklam przedłożone na etapie drugim zawiera ulepszenia we wszystkich czterech aspektach.

4.1.2. Zobowiązanie dotyczące dostępu do internetowych interfejsów programowania aplikacji

- (49) W ramach zobowiązania dotyczącego dostępu do internetowych interfejsów programowania aplikacji przedsiębiorstwo Google zobowiązuje się, przez okres pięciu lat od zatwierdzenia koncentracji, do utrzymywania dostępu dla użytkowników interfejsów programowania aplikacji do wspieranych danych zmierzonych dotyczących ciała pod warunkiem uzyskania zgody użytkownika i bez opłat za dostęp, z zastrzeżeniem:
- (1) dalszego przestrzegania przez użytkowników interfejsów programowania aplikacji zasad świadczenia usługi na platformie Fitbita (w przypadku przyznania dostępu za pośrednictwem internetowych interfejsów programowania aplikacji Fitbita) lub zasad świadczenia usługi i polityki danych użytkownika usług (w przypadku przyznania dostępu za pośrednictwem odpowiedniego interfejsu programowania aplikacji Google’a). Przedsiębiorstwo Google może zablokować dostęp w przypadku naruszenia tych warunków; oraz
 - (2) dalszego przestrzegania przez użytkowników interfejsów programowania aplikacji wymogów dotyczących prywatności i bezpieczeństwa. Przedsiębiorstwo Google może zablokować dostęp w przypadku naruszenia tych wymogów lub tymczasowo zawiesić dostęp, jeśli przedsiębiorstwo Google ma uzasadnione przekonanie o naruszeniu tych wymogów.

4.1.3. Zobowiązanie dotyczące interfejsów programowania aplikacji systemu Android

- (50) W ramach zobowiązania dotyczącego interfejsów programowania aplikacji systemu Android Google zobowiązuje się, przez okres dziesięciu lat od zatwierdzenia koncentracji przez Komisję, do:
- (1) dalszego bezpłatnego licencjonowania publicznych interfejsów programowania aplikacji dla producentów oryginalnego sprzętu z systemem Android, oferujących podstawowe funkcje, które urządzenia do noszenia na nadgarstku mogą wykorzystywać do współpracy ze smartfonami z systemem Android;

- (2) udostępniania interfejsów programowania aplikacji bez różnicowania ich dostępności lub funkcjonalności w zależności od tego, czy dostęp do nich uzyskuje urządzenie do noszenia na nadgarstku lub aplikacja towarzysząca twórców, czy też urządzenie do noszenia na nadgarstku lub aplikacja towarzysząca osoby trzeciej;
- (3) nieutrudniania dostępu do interfejsów programowania aplikacji w sposób polegający na ograniczeniu ich funkcjonalności dla urządzeń do noszenia na nadgarstku opracowanych przez osobę trzecią w stosunku do urządzeń do noszenia na nadgarstku opracowanych przez twórcę; oraz
- (4) dalszego bezpłatnego publicznego udostępniania dokumentacji dla programistów dotyczącej wyżej wymienionych interfejsów programowania aplikacji.

4.2. Zmienione zobowiązania etapu drugiego

- (51) Zmienione zobowiązania w ramach etapu drugiego obejmują te same trzy elementy co pierwotne zobowiązania w ramach etapu drugiego, z następującymi ulepszeniami.

4.2.1. Zobowiązanie dotyczące reklam

- (52) Definicje: zmieniono i dopracowano szereg definicji, głównie w celu uniknięcia obchodzenia przepisów i zapewnienia, aby zobowiązanie dotyczące reklam było dostosowane do przyszłych wyzwań.
- (53) Monitorowanie: wyjaśniono i udoskonalono rolę pełnomocnika ds. monitorowania w weryfikacji środków technicznych wprowadzonych w celu zapewnienia zgodności z zasadą rozdzielania danych.
- (54) Wariant *opt-in*: użytkownicy z EOG będą mieli możliwość wyrażenia zgody na wykorzystanie lub odmowy wykorzystania przez usługi Google'a – inne niż reklamy Google'a – wszelkich danych zmierzonych dotyczących ciała.
- (55) Czas trwania: Komisja może podjąć decyzję o przedłużeniu okresu obowiązywania o maksymalnie dodatkowe dziesięć lat, uzasadniwszy konieczność takiego przedłużenia w ostatnim roku początkowego dziesięcioletniego okresu.

4.2.2. Zobowiązanie dotyczące dostępu do internetowych interfejsów programowania aplikacji

- (56) Definicje: zmieniono i dopracowano szereg definicji, głównie w celu uniknięcia obchodzenia przepisów i zapewnienia, aby zobowiązanie dotyczące dostępu do internetowych interfejsów programowania aplikacji było dostosowane do przyszłych wyzwań.
- (57) Dostosowanie do przyszłych wyzwań: zobowiązanie zawiera mechanizm aktualizacji, który ma na celu odtworzenie działań, które przedsiębiorstwo Fitbit podjęłoby samodzielnie. W oparciu o mechanizm aktualizacji nowe typy danych będą udostępniane poprzez internetowe interfejsy programowania aplikacji w ciągu jednego roku do dwóch lat, jeżeli zakwalifikują się do kategorii wspieranych danych zmierzonych dotyczących ciała i co najmniej trzech z pięciu największych producentów oryginalnego sprzętu do noszenia na ciele udostępni równoważny typ danych.
- (58) Przegląd *ex ante* warunków przedsiębiorstwa Google i przedsiębiorstwa Fitbit przez pełnomocnika ds. monitorowania: przedsiębiorstwo Google musi poinformować o proponowanych zmianach na dziesięć dni przed datą, gdy staną się one skuteczne lub – w przypadku, gdy zmiany są pilne – jak najszybciej i nie później niż pięć dni od tej daty.
- (59) Zakres danych: dostęp do internetowych interfejsów programowania aplikacji obejmuje również dane użytkowników spoza EOG dla każdego użytkownika interfejsu programowania aplikacji, który posiada aplikację lub stronę internetową udostępnioną użytkownikom z EOG.
- (60) Czas trwania: przedłużony z pięciu do dziesięciu lat.

4.2.3. Zobowiązanie dotyczące interfejsów programowania aplikacji systemu Android

- (61) Definicje: zmieniono i dopracowano szereg definicji, głównie w celu uniknięcia obchodzenia przepisów i zapewnienia, aby zobowiązanie dotyczące interfejsów programowania aplikacji systemu Android było dostosowane do przyszłych wyzwań.
- (62) Zakres: lista funkcji podstawowych została rozszerzona zgodnie z informacją zwrotną uczestników rynku oraz wyjaśniono, że zobowiązanie obejmuje również ulepszenia, w tym wynikające z aktualizacji i naprawy błędów.

- (63) Dostosowanie do przyszłych wyzwań: niedyskryminowanie producentów oryginalnego sprzętu do noszenia na nadgarstku (i) poprzez wstrzymanie, odmowę lub opóźnienie dostępu do funkcji interfejsów programowania aplikacji systemu Android (AOSP lub usługi mobilne Google'a), które przedsiębiorstwo Google udostępnia ogólnie bez opłat za dostęp innym twórcom aplikacji na smartfony z systemem Android, jak również niedyskryminowanie w odniesieniu do (ii) zmiany, zastąpienia lub wycofania interfejsów programowania aplikacji systemu Android; (iii) dostępu do usługi Developer Previews oraz (iv) dostępu do dokumentacji dla programistów.
- (64) Obchodzenie przepisów: (i) Google Play Store lub (ii) ostrzeżenia/komunikaty o błędach nie mogą być wykorzystywane do obchodzenia przepisów.

4.3. Ocena zaproponowanych zobowiązań

- (65) Komisja uważa, że, aby zaproponowane zobowiązania mogły zostać przyjęte, muszą one być w stanie zapewnić zgodność koncentracji z rynkiem wewnętrznym dzięki zapobieganiu znacznym zakłóceniom efektywnej konkurencji na wszystkich właściwych rynkach, na których zidentyfikowano obawy dotyczące konkurencji. W tym przypadku zobowiązania musiały wyeliminować obawy dotyczące konkurencji zidentyfikowane przez Komisję w odniesieniu do: (i) świadczenia usług w zakresie reklamy internetowej w wynikach wyszukiwania w różnych krajach EOG i w Zjednoczonym Królestwie; (ii) rynków cyfrowej opieki zdrowotnej w krajach EOG i w Zjednoczonym Królestwie oraz (iii) interoperacyjności z systemem operacyjnym Android.
- (66) W decyzji stwierdza się, że ostateczne zobowiązania w pełni uwzględniają kwestie konkurencji związane z transakcją. Komisja stwierdza również, że ostateczne zobowiązania można skutecznie wdrożyć w krótkim czasie.

Wnioski

Z powodów wymienionych powyżej Komisja stwierdziła w decyzji, że – pod warunkiem wypełnienia zobowiązań przedstawionych przez stronę zgłaszającą – transakcja nie doprowadzi do istotnego utrudnienia efektywnej konkurencji na rynku wewnętrznym ani na jego znacznej części. W związku z powyższym w decyzji uznaje się koncentrację za zgodną z rynkiem wewnętrznym zgodnie z art. 2 ust. 2 i art. 8 ust. 2 rozporządzenia w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw oraz art. 57 Porozumienia o Europejskim Obszarze Gospodarczym.
