



Dansk udgave

Meddelelser og oplysninger

63. årgang

8. december 2020

Indhold

II Meddelelser

MEDDELELSER FRA DEN EUROPÆISKE UNIONS INSTITUTIONER, ORGANER, KONTORER OG AGENTURER

Europa-Kommissionen

2020/C 424/01	Meddelelse fra Kommissionen Retningslinjer for gennemsigtighed i rangordningen i henhold til Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2019/1150	1
2020/C 424/02	Beslutning om ikke at gøre indsigelse mod en anmeldt fusion (Sag M.10007 — Telefónica/Banco Bilbao Vizcaya Argentaria/Movistar Money Colombia JV) ⁽¹⁾	27

IV Oplysninger

OPLYSNINGER FRA DEN EUROPÆISKE UNIONS INSTITUTIONER, ORGANER, KONTORER OG AGENTURER

Europa-Kommissionen

2020/C 424/03	Euroens vekselkurs — 7. december 2020	28
2020/C 424/04	Meddelelse om afslutning af foranstaltningerne over for et tredjeland, som den 21. april 2016 blev underrettet om, at det muligvis ville blive identificeret som et ikke-samarbejdende tredjeland i henhold til Rådets forordning (EF) nr. 1005/2008 om en EF-ordning, der skal forebygge, afværge og standse ulovligt, urapporteret og ureguleret fiskeri	29
2020/C 424/05	Meddelelse fra Kommissionen om ændring af EU-retningslinjerne for statsstøtte i landbrugs- og skovbrugssektoren og i landdistrikter 2014-2020 for så vidt angår deres anvendelsesperiode og om midlertidig tilpasning af retningslinjerne for at tage højde for virkningen af covid-19-pandemien ⁽¹⁾	30

DA

⁽¹⁾ EØS-relevant tekst.

V Øvrige meddelelser

PROCEDURER VEDRØRENDE GENNEMFØRELSEN AF DEN FÆLLES HANDELSPOLITIK

Europa-Kommissionen

2020/C 424/06	Meddelelse om udløbet af visse antidumpingforanstaltninger	32
---------------	--	----

PROCEDURER VEDRØRENDE GENNEMFØRELSEN AF KONKURRENCEPOLITIKKEN

Europa-Kommissionen

2020/C 424/07	Anmeldelse af en planlagt fusion (Sag: M.10089 — Phillips 66/Fortress Investment Group/Pester Marketing) Behandles eventuelt efter den forenklede procedure ⁽¹⁾	33
2020/C 424/08	Anmeldelse af en planlagt fusion (Sag: M.9982 — Ford/GFT) Behandles eventuelt efter den forenklede procedure ⁽¹⁾	35
2020/C 424/09	Anmeldelse af en planlagt fusion (Sag: M.10083 — China Baowu/Taiyuan Iron & Steel Group) Behandles eventuelt efter den forenklede procedure ⁽¹⁾	36
2020/C 424/10	Anmeldelse af en planlagt fusion (Sag: M.9983 — Magna/GFT Bordeaux) Behandles eventuelt efter den forenklede procedure ⁽¹⁾	37
2020/C 424/11	Anmeldelse af en planlagt fusion (Sag: M.10055 — MIRA/Romanian assets of CEZ) Behandles eventuelt efter den forenklede procedure ⁽¹⁾	38

ANDET

Europa-Kommissionen

2020/C 424/12	Offentliggørelse af en ansøgning om godkendelse af en væsentlig ændring af varespecifikationen i henhold til artikel 50, stk. 2, litra b), i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) nr. 1151/2012 om kvalitetsordninger for landbrugsprodukter og fødevarer	39
2020/C 424/13	Offentliggørelse af en ansøgning om godkendelse af en væsentlig ændring af varespecifikationen i henhold til artikel 50, stk. 2, litra a), i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) nr. 1151/2012 om kvalitetsordninger for landbrugsprodukter og fødevarer	43

⁽¹⁾ EØS-relevant tekst.

II

(Meddelelser)

MEDDELELSER FRA DEN EUROPÆISKE UNIONS INSTITUTIONER, ORGANER,
KONTORER OG AGENTURER

EUROPA-KOMMISSIONEN

MEDDELELSE FRA KOMMISSIONEN

Retningslinjer for gennemsigtighed i rangordningen i henhold til Europa-Parlamentets og Rådets
forordning (EU) 2019/1150

(2020/C 424/01)

Indholdsfortegnelse

	<i>Side</i>
1. INDLEDNING	3
1.1. Formål med retningslinjerne	3
1.2. Gennemsigtighed i rangordning — baggrund	4
1.3. Mål og generelle overvejelser	4
1.3.1. Brugerorienteret tilgang	4
1.3.2. Individuel vurdering og teknologineutral tilgang	5
1.3.3. Den rette detaljeringsgrad	5
2. ART OG OMFANG AF KRAVENE I ARTIKEL 5	6
2.1. Integreerede tjenester	6
2.1.1. Betalt rangordning	6
2.1.2. Beskrivelse af rangordning	7
2.1.2.1. Generel tilgang	7
3. HVAD ER DE VIGTIGSTE PARAMETRE, OG HVORDAN UDVÆLGES DE?	8
3.1. Eksempler på rangordningsparametre	8
3.2. Udvælgelse af de vigtigste parametre	8
3.3. Særlige overvejelser ved fastlæggelsen af de vigtigste parametre	9
3.3.1. Personalisering	9
3.3.2. Forbrugeres søgeadfærd og -hensigt	10
3.3.3. Brugerens historie	10
3.3.4. Standardindstillinger samt sorterings- og filtreringsmekanismer	10
3.3.5. Tilstedeværelse på tværs af platforme	11
3.3.6. Andre eksterne faktorer	11
3.3.7. Anmeldelser fra tredjeparter	11

3.3.8.	Randomisering	11
3.3.9.	Rensning/oprydning	12
3.3.10.	Forbindelse til tilknyttede tjenester	12
3.3.11.	Anvendelse af udbydernes tekniske værktøjer	12
3.3.12.	Virkningen af maskinindlæring	12
3.3.13.	Evaluering af websteder	13
3.3.14.	Foranstaltninger for at undgå manipulation af rangordning i ond tro	13
3.3.15.	Brugeranmeldelser	13
3.3.16.	Udbydernes foranstaltninger til bekæmpelse af ulovligt indhold	13
4.	HVORDAN MAN VÆLGER DE VIGTIGSTE PARAMETRE OG STADIG FORHINDRER MANIPULATION AF RANGORDNINGEN I OND TRO	13
5.	KRAV OM SPECIFIKKE BESKRIVELSER — DIREKTE OG INDIREKTE VEDERLAG	14
5.1.	Generel tilgang	14
5.2.	Direkte vederlag	15
5.3.	Indirekte vederlag	15
6.	HVORDAN SKAL DE VIGTIGSTE PARAMETRE BESKRIVES?	15
6.1.	Generel tilgang	16
6.2.	Detaljeringsniveau	16
6.3.	Detaljeringsniveau for direkte og indirekte vederlag	16
6.4.	Krav om, at beskrivelsen skal være affattet i et almindeligt og forståeligt sprog	17
6.5.	Præsentationsredskaber	17
7.	BESKRIVELSE AF DE VIGTIGSTE PARAMETRE	17
7.1.	Onlineformidlingstjenester	17
7.2.	Søgemaskiner	18
8.	HVORNÅR SKAL BESKRIVELSEN AF DE VIGTIGSTE PARAMETRE ÆNDRES?	18
8.1.	Ajourføring af beskrivelserne	18
8.2.	Midlertidige ændringer	19
8.3.	Forsøg	19
9.	SKRIDT, DER SKAL TAGES VED AJOURFØRINGEN AF BESKRIVELSEN AF DE VIGTIGSTE PARAMETRE	20
9.1.	Krav om, at onlineformidlingstjenester meddeler foreslåede ændringer	20
9.2.	Krav om, at udbydere af onlinesøgemaskiner skal ajourføre beskrivelser	20
10.	SPECIFIKKE FORPLIGTELSE FOR UDBYDERE AF ONLINESØGEMASKINER TIL AT GIVE VIRKSOMHEDSWEBSTEDSBRUGERE MULIGHED FOR AT KONTROLLERE INDHOLDET AF ANMELDELSER FRA TREDJEMAND	20

1. INDLEDNING

1.1. Formål med retningslinjerne

1. Disse retningslinjer har til formål at gøre det lettere for udbydere af onlineformidlingstjenester ⁽¹⁾ og udbydere af onlinesøgemaskiner ⁽²⁾ at efterleve og håndhæve kravene i artikel 5 i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2019/1150 af 20. juni 2019 om fremme af retfærdighed og gennemsigtighed for brugere af onlineformidlingstjenester ⁽³⁾ (i det følgende benævnt »forordningen«). I overensstemmelse med forordningens artikel 5, stk. 7, og betragtning 28 sigter disse retningslinjer også mod at bistå udbydere med at anvende kravene og hjælpe med at optimere den måde, hvorpå de vigtigste parametre, der afgør rangordningen, identificeres og præsenteres for erhvervsbrugere og virksomhedswebstedbrugere ⁽⁴⁾.
2. I henhold til artikel 5, stk. 1 og 2 skal udbyderne i det væsentlige fastsætte de vigtigste parametre, der ligger til grund for rangordningen, og årsagerne til den relative betydning af disse parametre i forhold til andre parametre.
3. I artikel 2, nr. 8), defineres »rangordning« som »den relative fremtrædende placering af de varer eller tjenesteydelser, der tilbydes via onlineformidlingstjenester, eller den relevans, der tildeles søgeresultater af onlinesøgemaskiner, som de præsenteres, opstilles eller kommunikeres af henholdsvis udbydere af onlineformidlingstjenester eller udbydere af onlinesøgemaskiner, uanset hvilke teknologiske midler der anvendes til en sådan præsentation, opstilling eller kommunikation.«
4. I henhold til artikel 5, stk. 5, skal hver enkelt udbyder levere en beskrivelse, der giver brugerne en passende forståelse af, hvorvidt — og i så fald hvordan og i hvilket omfang — rangordningsmekanismen tager højde for følgende: a) egenskaber for de varer og tjenester, der tilbydes til forbrugerne gennem onlineformidlingstjenester eller onlinesøgemaskinen b) relevansen af disse egenskaber for disse forbrugere og c) hvad angår onlinesøgemaskiner, designegenskaber for webstedet, der anvendes af virksomhedswebstedbrugere.
5. Som forklaret i betragtning 24 og 26 har den beskrivelse, som udbyderne skal levere, til formål at forbedre forudsigeligheden og hjælpe brugerne med at forbedre præsentationen af deres varer og tjenesteydelser eller en egenskab ved disse varer og tjenesteydelser.
6. Samtidig er sigtet med forordningen at nå dette mål uden at forpligte udbyderne til at røbe algoritmer eller andre oplysninger, der med rimelig sikkerhed ville kunne resultere i vildledning af forbrugerne, eller i, at forbrugerne lider skade gennem manipulering af søgeresultaterne (artikel 5, stk. 6). Udbydere af onlineformidlingstjenester eller af onlinesøgemaskiner pålægges ikke at oplyse nærmere detaljer om, hvordan deres rangordningsmekanismer, herunder algoritmer, fungerer, og deres evne til at reagere på manipulation af rangordning i ond tro bør heller ikke forringes (betragtning 27).
7. I betragtning af de delvist divergerende retlige krav til udbydere af onlineformidlingstjenester på den ene side og udbydere af onlinesøgemaskiner på den anden, som er fastsat i bestemmelserne i artikel 5, og i lyset af de pågældende tjenesteydelsers forskellige karakter, vil indholdet af den krævede beskrivelse af de vigtigste rangordningsparametre nødvendigvis variere mellem de to typer tjenester. Som det anerkendes i betragtning 25, kan indholdet, herunder antallet og typen af de vigtigste parametre, også variere betydeligt mellem udbydere af onlineformidlingstjenester.

⁽¹⁾ »Udbydere af onlineformidlingstjenester« defineres i forordningens artikel 2, nr. 3), som »enhver fysisk eller juridisk person, der leverer, eller tilbyder at levere, onlineformidlingstjenester til erhvervsbrugere«. »Onlineformidlingstjenester« defineres i artikel 2, nr. 2), som »tjenester, der opfylder samtlige følgende krav: a) de er informationssamfundstjenester som defineret i artikel 1, stk. 1, litra b), i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv (EU) 2015/1535, b) de gør det muligt for erhvervsbrugere at tilbyde varer eller tjenesteydelser til forbrugere med henblik på at lette iværksættelse af direkte transaktioner mellem disse erhvervsbrugere og forbrugere, uanset hvor disse transaktioner i sidste ende indgår c) de leveres til erhvervsbrugere på grundlag af kontraktlige forhold mellem udbyderen af disse tjenester og erhvervsbrugere, som tilbyder deres varer eller tjenesteydelser til forbrugere.«

⁽²⁾ »Udbydere af onlinesøgemaskiner« defineres i forordningens artikel 2, nr. 6), som »enhver fysisk eller juridisk person, der leverer, eller tilbyder at levere, onlinesøgemaskiner til forbrugere«. »Onlinesøgemaskiner« defineres i artikel 2, nr. 5), som: »en digital tjeneste, som giver brugerne mulighed for at indtaste forespørgsler for at foretage søgninger på principielt alle websteder eller alle websteder på et bestemt sprog på grundlag af en forespørgsel om et hvilket som helst emne ved hjælp af et søgeord, en stemmesøgning, en sætning eller andet input, og som fremviser resultater i et hvilket som helst format, hvor der kan findes oplysninger om det ønskede indhold.«

⁽³⁾ EUT L 186 af 11.7.2019, s. 57.

⁽⁴⁾ Kort sagt anvendes udtrykket »udbydere« i disse retningslinjer både om udbydere af onlineformidlingstjenester og udbydere af onlinesøgemaskiner, medmindre andet er angivet. På samme måde henviser begrebet »brugere« til både erhvervsbrugere og virksomhedswebstedbrugere som defineret i forordningens artikel 2, nr. 1) og 7), igen medmindre andet er anført. Medmindre andet er anført, er de artikler og betragtninger, der henvises til i disse retningslinjer, dem, der er fastsat i forordningen.

8. Vejledningen i disse retningslinjer bør ikke anvendes mekanisk, men under behørig hensyntagen til de relevante fakta og omstændigheder i hvert enkelt tilfælde. De eksempler, der gives, er rent illustrative og sigter alene mod at fremme forståelsen. Når de beskriver specifikke situationer, bør de ikke fortolkes som en begrænsning af den pågældende forpligtelses rækkevidde til den beskrevne særlige situation. Der kan desuden gives eksempler på en bestemt sektor, men begreberne kan overføres og forstås således, at de finder anvendelse på tilsvarende metoder/situationer, der anvendes/foreligger i andre sektorer.
9. Retningslinjerne er ikke retligt bindende. De berører ikke udbydernes eget ansvar for at sikre overensstemmelse med kravene i artikel 5 og medlemsstaternes kompetente myndigheders og domstoles beføjelser og ansvar med hensyn til håndhævelse af disse krav i overensstemmelse med bestemmelserne i forordningen og andre bestemmelser i EU-retten. Det er i sidste instans alene EU-Domstolen, der kan fortolke kravene.
10. Kommissionen vil fortsat overvåge anvendelsen af kravene i artikel 5 som præciseret i disse retningslinjer og kan beslutte at revidere dem, hvis det er nødvendigt i lyset af den fremtidige udvikling og ny viden.

1.2. Gennemsigtighed i rangordning — baggrund

11. Rangordning defineres i artikel 2, nr. 8), og kan i det væsentlige betragtes som en form for datadrevet, algoritmisk beslutningstagning. Når udbydere præsenterer, opstiller eller kommunikerer oplysninger om varer eller tjenesteydelser til forbrugere eller søgeresultater, »rangordner« de resultater på grundlag af visse parametre.
12. Som forklaret i betragtning 24 og 26 har udbydernes rangordning af varer og tjenesteydelser betydelig indvirkning på forbrugernes valgmuligheder og dermed på den kommercielle succes for de brugere, der tilbyder disse varer og tjenesteydelser til forbrugerne. Da økonomien i stigende grad går online, bliver rangordning i søgninger og onlineformidlingstjenester stedse mere afgørende for iværksætteri, og EU-virksomhedernes kommercielle succes vil i stigende grad afhænge af, at de er synlige og søgbare online.
13. Udbydere udformer deres rangordningsmetoder, herunder proprietære algoritmer, på forskellige måder. Disse tilgange til rangordning tilpasses ofte og offentliggøres generelt ikke. Set fra forbrugernes synspunkt kan søgeresultaternes kvalitet bruges til at skelne mellem forskellige tjenester, og de nærmere detaljer i rangordningens funktionsmåde kan derfor være en udbyders konkurrencemæssige fordel eller forretningshemmelighed. Virksomheder, der handler online, kender derfor ikke altid årsagerne til deres placering i rangordningen og ved heller ikke, om og hvordan de kan forbedre deres resultater, eventuelt med hjælp fra en betalt rangordning, til trods for at deres evne til at nå ud til kunderne er kritisk afhængig af denne viden.
14. Selv om forordningen ikke begrænser valget af de rangordningsparametre, som udbydere måtte ønske at anvende, sigter artikel 5 derfor mod at forbedre forudsigeligheden for brugerne.

1.3. Mål og generelle overvejelser

15. Som det fremgår af betragtning 24 og 26, er formålet med udbydernes beskrivelse, jf. artikel 5, at **forbedre forudsigeligheden** og hjælpe brugerne med at **forbedre præsentationen** af deres varer og tjenesteydelser eller en egenskab ved disse varer og tjenesteydelser. I betragtning 24 forklares det, at forudsigelighed indebærer, at tjenesteydere fastlægger rangordningen på en ikke-vilkårlig måde.
16. Der kan udledes en række »generelle betragtninger« af denne standard for forudsigelighed, som kan hjælpe udbydere med at efterleve kravene i artikel 5 og lette håndhævelsen heraf:

1.3.1. Brugerorienteret tilgang

17. I betragtning af ovennævnte mål om at forbedre forudsigeligheden og beskytte brugernes legitime interesser samt kravet om, at brugerne skal have en »passende forståelse« (betragtning 27), bør udbydere give meningsfulde forklaringer på deres rangordningsmekanismer og navnlig de vigtigste parametre, der anvendes. For at oplysningerne kan give mening for brugerne, bør der tages hensyn til de gennemsnitlige brugere af en given tjeneste, deres art, tekniske kapacitet og behov, idet disse kan variere betydeligt for forskellige typer tjenester.

18. For så vidt angår udbydere af onlineformidlingstjenester skal de krævede oplysninger i henhold til artikel 5, stk. 1, indgå i deres vilkår og betingelser. I artikel 3, stk. 1, litra a), kræves det, at vilkår og betingelser er udarbejdet i et almindeligt og forståeligt sprog.

19. For så vidt angår udbydere af onlinesøgemaskiner kræves det ligeledes i artikel 5, stk. 2, at oplysningerne om de vigtigste parametre er affattet i et almindeligt og forståeligt sprog.

1.3.2. *Individuel vurdering og teknologineutral tilgang*

20. Udbydere fastsætter individuelt, hvilke foranstaltninger de skal træffe for at opfylde kravene i artikel 5. Hvis de udbyder flere tjenester, bør de i princippet gøre dette særskilt for hver tjeneste, der er omfattet af forordningen. På samme måde bør brugere, kompetente myndigheder og domstole basere sig på en individuel vurdering fra sag til sag af, om disse krav overholdes. Denne individuelle tilgang er særligt vigtig, da visse udbydere leverer flere tjenester (onlineformidling og/eller onlinesøgning) som en del af en enkelt selskabsstruktur eller endog en enkelt brugergrænseflade, mens den beskrivelse, der er nødvendig for, at brugerne kan forstå de anvendte rangordningsmekanismer, kan variere afhængigt af den pågældende tjeneste.

21. Endvidere fremgår det af artikel 2, nr. 8), der definerer begrebet »rangordning«, at de teknologiske midler, som udbydere anvender til at præsentere, opstille eller kommunikere de varer eller tjenesteydelser, som brugerne tilbydes gennem de her omhandlede tjenester, er irrelevante. Derfor bør den individuelle vurdering foretages på en teknologisk neutral måde, i den forstand at den særlige teknologi, der anvendes som led i rangordningen, ikke er afgørende.

1.3.3. *Den rette detaljeringsgrad*

22. De beskrivelser, som udbydere skal levere i overensstemmelse med artikel 5, bør give de berørte brugere en reel merværdi. I henhold til artikel 5, stk. 1 og 2, skal udbydere ikke blot give oplysninger om de vigtigste parametre, men også om årsagerne til de vigtigste parametres relative betydning i forhold til andre parametre. I henhold til artikel 5, stk. 5, skal brugerne desuden kunne opnå en »passende forståelse« af, hvorvidt og i så fald hvordan og i hvilket omfang der tages hensyn til tre særlige faktorer ⁽⁵⁾. Det betyder, at beskrivelsen skal omfatte mere end blot en simpel opremsning af de vigtigste parametre og indeholde mindst et »andet lag« af forklarende oplysninger ⁽⁶⁾. Udbydere kan f.eks. overveje at beskrive virksomhedens interne »tankeproces«, som blev anvendt til at identificere de »vigtigste parametre«, som en måde, hvorpå man også kan udlede årsagerne til deres relative betydning«.

23. I betragtning 27 præciseres det, at den krævede beskrivelse kan være generel, men at den bør give brugerne en passende forståelse, og at den i det mindste bør være baseret på »faktiske data om relevansen af de anvendte rangordningsparametre«. Det præciseres også i denne betragtning, at selv om offentliggørelse af nærmere detaljer om, hvordan rangordningsmekanismer fungerer, herunder algoritmer, ikke er påkrævet, kan kommercielle interesser aldrig føre til afslag på at oplyse om de vigtigste parametre, der afgør rangordningen i henhold til artikel 5.

24. I henhold til artikel 5, stk. 1 og 2, skal udbydernes beskrivelse vedrøre alle de vigtigste parametre eller de parametre, der har størst betydning for rangordningen. Denne forpligtelse gælder derfor også faktorer som midlertidige ændringer, vilkårlighed eller personalisering, i det omfang sådanne faktorer udgør de vigtigste parametre.

25. For mange oplysninger kan dog rent faktisk betyde, at brugerne slet ikke får nogen brugbare oplysninger. På den ene side bør udbydere derfor identificere og på passende vis forklare de vigtigste rangordningsparametre, mens de på den anden side ikke må overbebyrde brugerne med for lange eller komplicerede beskrivelser eller beskrivelser af andre parametre end de vigtigste. Hvis der ikke gives for detaljerede oplysninger, undgår eller mindsker man også risikoen for at vildlede forbrugerne eller for, at de lider skade, jf. artikel 5, stk. 6.

⁽⁵⁾ Betragtning 25 afspejler de virkninger, der skal opnås med benchmarket for »passende forståelse«: »Beskrivelsens indhold, herunder de vigtigste parametres antal og art, kan derfor variere kraftigt afhængigt af de pågældende specifikke onlineformidlingstjenester, men bør give erhvervsbrugere en passende forståelse af, hvordan rangordningsmekanismen tager hensyn til de særlige kendetegn ved de varer eller tjenesteydelser, der tilbydes af erhvervsbrugeren, og deres relevans for forbrugerne af de specifikke onlineformidlingstjenester«.

⁽⁶⁾ I betragtning 25 beskrives i denne forbindelse flere eksempler på elementer i en rangordningsmekanisme, der skal hjælpe erhvervsbrugere med at opnå den nødvendige passende forståelse, herunder: De »indikatorer, der anvendes til måling af kvaliteten af erhvervsbrugeres varer eller tjenesteydelser«, »anvendelse af redigeringsprogrammer og deres evne til at påvirke rangordningen af disse varer eller tjenesteydelser«, »i hvilken grad vederlag indvirker på rangordningen« og »samt elementer, der ikke eller kun i begrænset udstækning vedrører selve varen eller tjenesteydelsen, som f.eks. præsenteringsmæssige karakteristika for onlinetilbud«.

2. ART OG OMFANG AF KRAVENE I ARTIKEL 5

2.1. Integrerede tjenester

26. Kravene i artikel 5 gælder for udbydere af onlineformidlingstjenester og onlinesøgemaskiner. Hvis udbydere af onlinesøgemaskiner er (vertikalt eller horisontalt) integreret, kan en del af det, de tilbyder, også være onlineformidlingstjenester. På samme måde kan »sammenslutninger« af udbydere af onlineformidlingstjenester tilbyde flere onlineformidlingstjenester i en enkelt selskabsstruktur. Som forklaret ovenfor finder forpligtelserne i artikel 5 i så fald i princippet anvendelse separat på hver onlinesøgemaskine og hver onlineformidlingstjeneste, da det ellers normalt ikke vil være muligt at levere relevante forklaringer til de berørte brugere. I den forbindelse kunne der opstå følgende problemer.
27. *Tjenester, der tilbydes gennem forskellige enheder.* Hvis udbydere tilbyder tjenester gennem forskellige enheder, bør de vurdere, om der kan være behov for særskilte forklaringer for hver enhed. Hvis tjenesten fungerer på samme måde på alle enheder, og de samme vigtige parametre anvendes på en enkelt rangordningsmekanisme, synes der i henhold til artikel 5 generelt ikke at være krav om nogen separat forklaring. Hvis tjenesten imidlertid fungerer uafhængigt og forskelligt på forskellige enheder på en sådan måde, at de vigtigste parametre ikke er de samme, synes der i princippet at være krav om en separat forklaring.
28. *Tjenester, der opererer på tværs af grænserne og gennem smidige brugergrænseflader.* Der kan være situationer, hvor en udbyder driver en »webbutiksfacade«, som er integreret i en onlinemarkedspladstjeneste (en type onlineformidlingstjenester), og hvor onlineformidlingstjenester eller onlinesøgemaskiner opererer i forskellige områder med forskellige eller endog flere domænenavne. Hvis tjenesteydere medtager en sådan webbutiksfacade, der er integreret i deres onlinemarkedspladstjeneste, bør de vurdere, om de er en del af denne markedspladstjeneste, eller om der er tale om en særskilt aktivitet. Dette er relevant for afgørelsen af, hvorvidt og hvordan webbutiksfadens funktion skal med i en beskrivelse i henhold til artikel 5. Afhængigt af situationen kan det være nødvendigt med en eller flere beskrivelser, og tilstedeværelsen af disse webbutiksfacader skal måske beskrives på forskellige måder. Det samme gælder brugen af forskellige eller flere domænenavne.
29. *Syndikering eller undersyndikering af søgeresultater.* En anden mulig situation er, at en udbyder af onlinesøgemaskiner anvender syndikering eller undersyndikering af søgeresultater, herunder »outsourcing« af de relevante aktiviteter til tredjeparts onlinesøgemaskiner⁽⁷⁾. Selv om søgeresultaterne reelt indhentes fra tredjemandsudbydere af onlinesøgemaskiner, fritager det ikke de pågældende udbydere af onlinesøgemaskiner fra at opfylde forpligtelsen i artikel 5, for så vidt som den relevante aktivitet er omfattet af denne bestemmelses anvendelsesområde.
30. *Integration af erhvervsbrugeres tilbud på tredjeparters onlineformidlingstjenester.* En anden situation, der kan opstå i praksis, er, hvor en udbyder af onlineformidlingstjenester integrerer erhvervsbrugeres tilbud på tredjeparters onlineformidlingstjenester, f.eks. »metasøgemaskiner«, der integrerer links til erhvervsbrugeres tilbud hos »onlinerejsebureauer«. Hvor det er relevant, bør udbyderne vurdere, hvorvidt og hvordan disse tilbud skal medtages i en beskrivelse i henhold til artikel 5. Afhængigt af situationen kan en eller flere af disse beskrivelser være nødvendige, og tilstedeværelsen af disse tilbud skal måske beskrives på forskellige måder.
31. *Brug af »køb-knapper« på de sociale medier.* Såkaldte »køb-knapper«, der anvendes af fagfolk, kan integreres i sociale onlinemedietjenester. Hvis det er tilfældet, bør udbyderne vurdere, om disse »køb-knapper« er en del af bredere onlineformidlingstjenester eller en særskilt aktivitet, der kan udgøre onlineformidlingstjenester i sig selv. Dette er relevant med henblik på at fastslå, hvorvidt og hvordan køb-knappernes funktion skal medtages i en beskrivelse i henhold til artikel 5. Afhængigt af situationen kan det være nødvendigt med en eller flere af disse beskrivelser, og tilstedeværelsen af disse køb-knapper skal måske beskrives på forskellige måder.

2.1.1. Betalt rangordning

32. Hvis direkte eller indirekte vederlag er en af de vigtigste parametre, der afgør rangordningen (»betalt rangordning«), er der i henhold til artikel 5, stk. 3, en udtrykkelig forpligtelse til at beskrive sådanne betalte rangordningsmuligheder og indvirkningen af et sådant vederlag på rangordningen — hvis sådanne muligheder er blandt de vigtigste parametre, der afgør rangordningen.

(7) Yderligere oplysninger kan f.eks. fås her: https://en.wikipedia.org/wiki/Search_syndication.

33. Ifølge artikel 2, nr. 8), handler rangordning om »den relative fremtrædende placering af de varer eller tjenesteydelser, der tilbydes via onlineformidlingstjenester«⁽⁸⁾. Bannere eller reklamer kan i visse tilfælde aktivt påvirke den »relative fremtrædende placering« af den vare eller tjeneste, som brugerne tilbyder. Hvor dette er tilfældet, og de øvrige krav i artikel 2, nr. 8), også er opfyldt, og relevansen af denne parameter desuden er af en sådan art, at den kan betegnes som en »vigtig parameter«, finder artikel 5, stk. 3, anvendelse. I andre tilfælde finder artikel 5, stk. 3, ikke anvendelse på en sådan reklame. Det forhold, at de samme onlinereklameværktøjer eller onlinereklameudvekslinger, der er udelukket fra forordningens anvendelsesområde⁽⁹⁾, kan anvendes til at fremme reklamer på eller uden for platformen, bør generelt ikke betragtes som en afgørende faktor i denne forbindelse.

Illustrativt eksempel

En udbyder af mobil-apps betaler en udbyder af onlineannonceringstjenester (reklamenetværk, annonceringsværktøjer og udvekslinger) for at forbedre sin apps relative fremtrædende placering i en mobil-app-butik ved hjælp af »betalt rangordning« og for samtidig at promovere denne app ved hjælp af en bannerreklame på en række tredjepartswebsteder, der er en del af den samme onlineannonceringstjenesteudbyders reklamenetværk. Den blotte omstændighed, at den samme reklameteknologi, der blev anvendt til at placere bannerreklamer på tredjemands websteder, kan anvendes til at promovere appen direkte i de pågældende onlineformidlingstjenester eller onlinesøgemaskiner, udelukker ikke »reklamer« for denne app i sidstnævnte tjenester fra anvendelsesområdet for artikel 5. Promovering af appen i den relevante udbyders egne onlineformidlingstjenester eller onlinesøgemaskiner kan i princippet udgøre »betalt rangordning«.

34. Eftersom artikel 5, stk. 3, finder anvendelse på alle udbydere, der er omhandlet her, gælder det samme for udbydere af onlinesøgemaskiner, i forbindelse med hvilken »betalt rangordning« kan omfatte reklamemuligheder, som indebærer en fremtrædende placering af virksomhedswebstedbrugeres websteder eller digitale applikationer på den pågældende søgemaskine.

2.1.2. Beskrivelse af rangordning

2.1.2.1. Generel tilgang

35. Det følger af artikel 2, nr. 8), at begrebet »den relative fremtrædende placering« vedrører, hvordan varer og tjenesteydelser udbydes via onlineformidlingstjenester under forskellige omstændigheder⁽¹⁰⁾. Dette bekræftes i betragtning 24, hvori det hedder, at »[v]ed rangordning forstås den relative fremtrædende placering af erhvervsbrugeres tilbud eller den relevans, der tildeles søgeresultater, som de præsenteres, opstilles eller kommunikerer af udbydere af onlineformidlingstjenester ... som fremkommer ved anvendelse af algoritmiske sekvenserings-, rangordnings- eller revisionsmekanismer, visuelle fremhævninger eller andre fremhævningsværktøjer eller kombinationer heraf«.
36. Den algoritmiske sekvensering af resultaterne af en søgning er således blot et eksempel på, hvordan varer eller tjenesteydelser kan præsenteres, opstilles eller kommunikerer som led i en rangordningsmekanisme, der er omfattet af artikel 5. I denne forbindelse kan varer og tjenesteydelser således præsenteres, opstilles eller kommunikerer til forbrugerne på en lang række måder. Disse omfatter »standardbestilling« af varer og tjenesteydelser, som forbrugerne kan navigere mellem uden brug af søgninger, gennem gnidningsløs brug af forskellige onlineformidlingstjenester ved at bruge »køb-knapper« (se ovenfor), visuel eksponering (herunder i onlineformidlingstjenester i form af kort eller fortegnelser), fremhævelse, leadgenerering og redaktionel indgriben osv.
37. Afhængigt af hvad forbrugerne ser, når de leder efter varer og tjenesteydelser på en bestemt tjeneste, der er omfattet af forordningen, kan de præsenterede, opstillede eller kommunikerede oplysninger være grundlæggende eller komplicerede. På det mest grundlæggende niveau kan dette f.eks. være en vareliste uden andre funktioner. For andre tjenester kan dette være mere varieret, og forbrugerne kan se en lang række forskellige varer eller tjenesteydelser, som er grupperet på en lang række forskellige måder, når de besøger en bestemt side på tjenesten, eller når de anvender forskellige »filtre«. Udbydere af onlineformidlingstjenester kan f.eks. kombinere bestilte lister

⁽⁸⁾ Understregning tilføjet.

⁽⁹⁾ Forordningens artikel 1, stk. 3.

⁽¹⁰⁾ Som led i kravene til gennemsigtighed i rangordningen er udbydere også forpligtede til at beskrive de vigtigste parametres »relative betydning«; dette behandles i afsnit 6.2.

over søgeresultater med betalte rangordningsresultater og redaktionelle elementer såsom anprisninger, alle i en enkelt, smidig grænseflade. Eller de kan differentiere de bestilte lister ved f.eks. at anvende forskellige mærkninger, anmærkninger eller overskrifter i forskellige placeringer på siden (dvs. uanset »placeringen« af de pågældende produkter eller tjenesteydelser på listen).

38. I betragtning af rangordningens varierende kompleksitet og i betragtning af det brede anvendelsesområde for det teknologineutrale begreb »relative fremtrædende placering« bør udbyderne tage hensyn til alle relevante aspekter ved rangordningen, når de fastlægger, hvad de »vigtigste parametre« er for deres specifikke tjeneste.

3. HVAD ER DE VIGTIGSTE PARAMETRE, OG HVORDAN UDVÆLGES DE?

3.1. Eksempler på rangordningsparametre

39. Når udbyderne har foretaget en individuel vurdering af, hvad det er for parametre, der afgør »rangordningen« som defineret i artikel 2, nr. 8), skal de identificere de vigtigste parametre, jf. artikel 5, stk. 1 og 2. Eksempler på typer af rangordningsparametre findes i bilag A.

3.2. Udvalgelse af de vigtigste parametre

40. For visse tjenester kan der være tale om et stort antal rangordningsparametre. For andre kan det være mere begrænset. Især når der er mange parametre, skal udbyderen vælge de mest relevante (se betragtning 24). Mere specifikt skal de pågældende udbydere i henhold til artikel 5, stk. 1, vedrørende onlineformidlingstjenester opgive »de vigtigste parametre for afgørelse af rangordning« samt »årsagerne til den relative betydning af disse vigtigste parametre i forhold til andre parametre«. I henhold til artikel 5, stk. 2, vedrørende onlinesøgemaskiner skal de pågældende udbydere opgive »de vigtigste parametre, som individuelt eller kollektivt har størst betydning for afgørelsen af rangordningen« og »den relative betydning af disse vigtigste parametre vigtigste parametre«.
41. Med henblik på at fastslå, hvilke parametre der er vigtigst for »afgørelsen« (artikel 5, stk. 1) eller har »tørst betydning« for afgørelsen af rangordningen (artikel 5, stk. 2) og skal betragtes som de »vigtigste«, kan udbyderne overveje, hvad der overhovedet lå bag udformningen af algoritmen i første omgang. Om det f.eks. var ønsket om at sikre, at forbrugerne finder varer eller tjenesteydelser, som er lokale, billige, af høj kvalitet osv. Denne tilgang afspejler et af målene i artikel 5, som forklares i betragtning 24: »hjælpe erhvervsbrugere med at forbedre præsentationen af deres varer og tjenesteydelser eller visse iboende egenskaber ved disse varer eller tjenesteydelser«. Som en god praksis kan disse interne overvejelser i virksomheden kombineres med overvejelser om, hvad udbyderen anser for at være den bedste form for resultat for sin tjeneste. På samme måde kan udbyderen overveje, hvad der ville gøre tjenesternes forbrugere mest tilfredse. Det kan f.eks. være, hvad udbyderen gør for at tjene forbrugernes interesser i forbindelse med sin tjeneste, såsom at overveje, hvorfor han har valgt de filtre, som forbrugerne kan anvende til at sortere resultaterne fra udbyderens tjenester, eller andre lignende teknikker.
42. Når en udbyder identificerer et stort antal rangordningsparametre, kan han overveje at inddele dem i flere brede kategorier og derefter, hvilke underkategorier eller nuancer der hører under dem. Hvis der er tale om mange forskellige kategorier af parametre, kan udbyderne overveje at arbejde sig baglæns for at fjerne dem, der kun spiller en perifer rolle i forbindelse med rangordningen. Der vil så kun være de vigtigste parametre tilbage, og de vil så skulle kategoriseres og underkategoriseres i det fornødne omfang. På den måde kan udbyderen fastlægge og forklare den »relative betydning« af de identificerede »vigtigste parametre«.
43. En god praksis, der kan hjælpe brugerne med at forstå, hvordan rangordning fungerer, er at undersøge de mere uventede elementer, der ligger til grund for den. Det kan også være faktorer, som en bruger kan anse for at være irrelevante, fordi de ikke vedrører kvaliteten af den vare eller tjenesteydelse, som de tilbyder via tjenesten.
44. En god praksis er at højne brugernes forståelse ved at medtage en detaljeret beskrivelse af den interne proces, som udbyderen har gennemført i sin virksomhed, og som fik den pågældende udbyder til at konkludere, hvad de »vigtigste« parametre er. Dette kan også hjælpe udbyderne med at opfylde kravet i artikel 5, stk. 5, om at give brugerne mulighed for at opnå »en passende forståelse« af bestemte faktorer vedrørende rangordningen (se afsnit 6.2 nedenfor).
45. På samme måde kan udbydere, når de træffer beslutning om, hvad de vigtigste parametre er, overveje, hvad det vil være mest hensigtsmæssigt at vide for de berørte brugere. For erhvervsbrugere tjener gennemsigtigheden i rangordningen til at højne forudsigeligheden og hjælpe dem med at forbedre præsentationen af deres varer og tjenesteydelser eller visse iboende egenskaber ved disse varer eller tjenesteydelser. For virksomhedswebstedbrugere er formålet at give dem en passende forståelse af, hvorvidt og i bekræftende fald i hvilket omfang der tages hensyn til visse udformningsmæssige karakteristika ved det anvendte websted, f.eks. optimering til visning på mobile telekommunikationsenheder.

46. Det er vigtigt at bemærke, at der for så vidt angår »relativ betydning« ikke findes noget krav om, at den nøjagtige vægtning af de vigtigste parametre eller udbydernes algoritmer skal offentliggøres (jf. artikel 5, stk. 6, og betragtning 27). Udbydere bør dog i et vist omfang indfange den iboende dynamiske karakter af (typisk algoritmestyrer) rangordning i en mere statisk beskrivelse. Midlertidige ændringer, der kan forudses og er regelmæssige, såsom salgsfremmende foranstaltninger eller vejrets indflydelse, kan derfor principielt beskrives generelt, uden at det nødvendigvis medfører et behov for at tilpasse beskrivelsen af rangordningen, hver gang den midlertidige ændring indtræffer. Væsentlige ændringer af rangordningsmekanismerne, der fører til, at de »vigtigste parametre« ændres, herunder »evolutionære« ændringer, der opstår over tid som følge af en vis grad af dyb læring, vil udløse et behov for at tilpasse beskrivelsen ⁽¹⁾.
47. På et mere generelt plan bør de vigtigste identificerede parametre være en reel afspejling af, hvad der bestemmer rangordningen under den pågældende mekanisme. De parametre, der beskrives som de vigtigste, bør være dem, der reelt er de vigtigste i rangordningen. Det er derfor irrelevant, hvorvidt parametrene er faktorer, der kan påvirkes af brugerne. På samme måde kan udbydere ikke blot henvise til, at rangordningen er baseret på algoritmer, der anvender kunstig intelligens. Yderligere oplysninger om forholdet mellem maskinindlæring og forpligtelsen til at offentliggøre de vigtigste parametre findes i 3.3.1.2 nedenfor.

3.3. Særlige overvejelser ved fastlæggelsen af de vigtigste parametre

48. I den vurdering, der er nødvendig for at identificere de vigtigste rangordningsparametre, kan udbydere og andre parter i overensstemmelse med ovennævnte generelle principper specifikt tage hensyn til følgende forhold.

3.3.1. Personalisering

49. Personaliseret rangordning af tilbud er et udbredt fænomen. Selv om rangordningsresultaterne hypotetisk set kan være forskellige for de enkelte forbrugere, gælder de parametre, der anvendes til at personalisere resultaterne (som der kan være flere af), normalt på samme måde for alle varer eller tjenesteydelser, som brugerne udbyder på de pågældende tjenester. Med andre ord er de parametre, der personaliserer resultaterne, objektivt fastlagt på forhånd, også selv om anvendelsen af dem resulterer i, at én forbruger ser en anden rangordning end en anden, der anvender den samme onlineformidlingstjeneste eller onlinesøgemaskine.
50. Som forklaret i betragtning 24 indebærer forudsigelighed, at udbydere af onlineformidlingstjenester fastsætter rangordningen på en ikke-vilkårlig måde. Hvis det er en vigtig parameter, kan en forklaring på anvendelsen af personalisering, dens vigtigste karakteristika samt dens indvirkning på rangordningen, herunder volatiliteten (dvs. størrelsen af forskellen mellem rangordningen for forskellige forbrugere) ⁽¹²⁾, bidrage til at forbedre forudsigeligheden og undgå risikoen for, at rangordningen fastlægges vilkårligt. Udbydere kan derfor blive nødt til at overveje, hvordan og i hvilket fald i hvilket omfang personaliseringen påvirker rangordningen for deres specifikke onlineformidlingstjenester eller onlinesøgemaskiner.
51. Dette kan kræve, at udbydere analyserer den potentielt meget lange liste over faktorer, der anvendes til denne personalisering, såsom personlige profiler, interesser, søgeadfærd, deres faktiske geografiske opholdssted, tidspunkt på den dag, hvor søgningen finder sted, deres brug af cookie-blokering eller andre tekniske værktøjer og mere generelt de mange data, der ligger hos den specifikke forbruger, samt deres brug af standardindstillinger (dvs. deres mulighed for at ophæve standardindstillinger eller anvende filtreringsmekanismer (se 3.3.4 nedenfor)).
52. Da visse udbydere måske forsøger at indfange et bestemt publikum til et bestemt formål for at differentiere deres respektive forretningsmodeller ⁽¹³⁾, kan de også overveje sammensætningen af de forbrugere, der benytter de specifikke tjenester, når de overvejer personaliseringens indvirkning på rangordningen.

⁽¹¹⁾ For udbydere af onlineformidlingstjenester, som skal angive de vigtigste parametre og dertil knyttede begrundelser i deres vilkår og betingelser, finder kravene i artikel 3 som nævnt ovenfor anvendelse på sådanne ændringer af vilkår og betingelser.

⁽¹²⁾ Dette kan variere fra f.eks. flere produkter eller tjenester, hvor der kun ganske få gange sker en marginal ændring i deres relative fremtrædende placering, til helt andre produkter eller tjenester, der regelmæssigt vises for forskellige forbrugere.

⁽¹³⁾ Se også ARBEJDSDOKUMENT FRA KOMMISSIONENS TJENESTEGRENE KONSEKVENSANALYSE Ledsagedokument til Forslag til Europa-Parlamentets og Rådets forordning om fremme af retfærdighed og gennemsigtighed for brugere af onlineformidlingstjenester, SWD/2018/138, afsnit 1.6, 2.2 og 7.1.

53. Udbydere bør overveje, om og i givet fald hvordan forbrugere kan bruge og bruger privatlivsindstillinger for deres tjenester, eftersom brugen af sådanne indstillinger kan påvirke muligheden for at personalisere rangordningen.

Illustrativt eksempel

En onlinemarkedsplads »personaliserer« rangordningen ved at tildele de enkelte forbrugere op til 10 000 foruddefinerede »elementer«. Udbyderen mener, at dette kan være meget effektivt til at sortere hans erhvervsbrugeres tilbud (dvs. i rangordning), selv om effektiviteten af personaliseringsmekanismen er stærkt påvirket af de privatlivsindstillinger, som forbrugere bruger. Afhængigt af antallet, heterogeniteten og privatlivsindstillingerne for de forbrugere, der er aktive på den pågældende tjeneste, kan der derfor være stor forskel på rangordningsresultaterne. Desuden kan udbyderen have udformet sin rangordningsmekanisme, så den vægter andre faktorer som f.eks. betalt rangordning højere i situationer eller på tidspunkter, hvor personalisering er mindre effektivt. I en sådan situation kan det være nødvendigt for udbyderen at medtage disse faktuelle oplysninger i beskrivelsen af de vigtigste parametre, der afgør rangordningen, og årsagerne til deres relative betydning, således at erhvervsbrugere kan forstå rangordningsmekanismen korrekt, uden at de dog overbebyrdes eller forvirres med en liste over tusindvis af enkeltelementer ved den anvendte mekanisme.

3.3.2. *Forbrugeres søgeadfærd og -hensigt*

54. Hvis det er relevant for at opfylde kravene i artikel 5, navnlig for så vidt angår den påkrævede beskrivelse af de vigtigste parametre, kan udbydere overveje, hvordan og i givet fald i hvilket omfang forbrugernes søgeadfærd påvirker rangordningen, eventuelt som et element i personaliseret rangordning (se 3.3.1 ovenfor).

3.3.3. *Brugerens historie*

55. Hvis det er relevant for at opfylde kravene i artikel 5, navnlig for så vidt angår den krævede beskrivelse af de vigtigste parametre, kan udbydere overveje, hvordan og i givet fald i hvilket omfang visse faktorer, som ikke er direkte relateret til de varer eller tjenesteydelser, som en bruger tilbyder via de pågældende tjenester, såsom en brugers historiske eller hidtidige resultater, påvirker rangordningen.

Illustrativt eksempel

I butikker, der sælger mobilapplikationer, kan udviklere eller udgivere bedømmes uafhængigt af deres applikationer, således at f.eks. en ny applikation fra en erfaren udvikler med et eksisterende udbud i den pågældende applikationsbutik klarer sig bedre end applikationen fra en nystartet udvikler. I dette tilfælde skal den pågældende udbyder, for så vidt som disse faktorer udgør de vigtigste parametre, der bestemmer rangordningen, sikre, at erhvervsbrugeren forstår, at det forholder sig sådan. Udbyderen kan, hvor det er relevant, også informere erhvervsbrugere om mulige »korrektionsmekanismer«, såsom midlertidige reklamefremstød for nye aktørers apps.

3.3.4. *Standardindstillinger samt sorterings- og filtreringsmekanismer*

56. Som en form for personalisering kan indstillinger, der kan omarrangeres, ophæves eller »tilsidesættes« af forbrugere, der bruger sorterings- eller filtreringsværktøjer, have stor betydning for rangordningen af erhvervsbrugeres udbud af varer og tjenesteydelser. Disse mekanismer kan være de »vigtigste parametre« i sig selv, f.eks. hvor forbrugere tit bruger dem, og de er særligt relevante for rangordningen. Hvis det er tilfældet, kan det f. eks. være vigtigt for erhvervsbrugere at forstå, om rangordningen efter anvendelse af filteret er baseret på alle tilbud, eller om rangordningen så afhænger af, om udbuddet af varer eller tjenesteydelser opfylder bestemte kriterier for at komme med, f.eks. et minimumsantal af anmeldelser, så varer eller tjenesteydelser, der henvises til under standardindstillingerne, skal vises med et »kvalitetsfilter«. Det samme gælder for, i hvor høj grad de forskellige filtre eventuelt påvirker rangordningen.

57. I betragtning af den logisk større betydning af den anvendte parameter (dvs. filteret) i specifikke filtreringsmekanismer (f.eks. pris eller anmeldelser), kan andre parametre, der anvendes ud over filteret, også blive vigtigere med hensyn til den vægtning, der anvendes på dem, i forhold til en situation, hvor der ikke anvendes et filter. Denne højere vægtning kan nemlig være nødvendig for at sikre en effektiv rangordning af et stort antal tilbud, der måske ikke afviger væsentligt fra hinanden med hensyn til elementer som f.eks. pris eller anmeldelser (dvs. filteret). Sådanne andre parametre kan i så fald efter omstændighederne udgøre de »vigtigste parametre« i henhold til artikel 5. Ud over disse situationer kan det være vigtigt for erhvervsbrugere at forstå de mulige følger af anvendelsen af filtre for den relative vægt af andre parametre end det anvendte filter.

3.3.5. Tilstedeværelse på tværs af platforme

58. Der er ofte en tendens til, at erhvervsbrugere udbyder deres varer eller tjenesteydelser på tværs af forskellige onlineformidlingstjenester samtidig for at maksimere salget (»multi-homing«). Desuden findes der uafhængige tredjepartsudbydere, som indsamler brugeranmeldelser af virksomheder. I praksis kan nogle udbydere betragte erhvervsbrugeres aktiviteter eller tilstedeværelse på tredjepartstjenester som en indikator for erhvervsbrugeres kvalitet eller relevans for de pågældende onlineformidlingstjenester. Hvis det er tilfældet, og relevansen af denne faktor for rangordningen er af en sådan art, at den betragtes som en »vigtig parameter«, bør disse udbydere oplyse brugerne om, at og hvordan denne faktor tages i betragtning ved bedømmelsen.

3.3.6. Andre eksterne faktorer

59. Brugere og de varer og tjenesteydelser, som de tilbyder, kan også vurderes ud fra andre faktorer, som er eksterne i forhold til de givne onlineformidlingstjenester eller onlinesøgemaskiner. Faktorer som stjerner til vurdering af hoteller, »mærkeappel« målt ved hjælp af rundspørger blandt modefagfolk, tredjepartstillidsmærker, der tildeles en erhvervsbrugers egen detailwebshop (f.eks. »betroet butik«), eller branchepriser (f.eks. »bedste café i x«) eller omtale i tredjepartsmedier (f.eks. avisreportager eller artikler i magasiner) kan være relevante for rangordningen som »vigtigste parametre«. I så fald skal sådanne faktorer også beskrives.

60. Omvendt kan det ikke udelukkes, at det i visse tilfælde kan være »overraskende« for nogle erhvervsbrugere eller virksomhedswebstedbrugere, at visse eksterne faktorer, der synes at have stor betydning i betragtning af tjenesteydelsens art, ikke tages i betragtning ved rangordningen. For eksempel kan det betragtes som overraskende for brugerne, hvis der f.eks. ikke tages hensyn til resultaterne vedrørende privatlivsrettigheder på websteder på en søgemaskine, der er fokuseret på beskyttelse af privatlivets fred, eller som ikke tager hensyn til mærkning af fødevarer på en sundhedsorienteret markedsplads. Beskrivelsen af årsagerne til den relative betydning af de vigtigste parametre eller af den vigtigste parameter, som tilsammen har størst betydning for rangordningen og den relative betydning af disse vigtigste parametre, bør være tilstrækkelig klar til, at brugerne kan forstå, at der ikke tages hensyn til disse andre faktorer ved rangordningen.

61. Udbydere af onlineformidlingstjenester og onlinesøgemaskiner bør også som god praksis overveje, om beskrivelsen bør henvise til sektorreglerne, som direkte eller indirekte kan påvirke fastlæggelsen af rangordningsparametre. Dette omfatter regler i EU-retten og national ret, der afspejler forskellige mål af almen interesse inden for forskellige sektorer.

3.3.7. Anmeldelser fra tredjeparter

62. Hvis tredjemandes anmeldelser af udbud af varer og tjenesteydelser er relevante for rangordningen som de »vigtigste parametre«, skal der i de beskrivelser, som de pågældende udbydere leverer, også tages hensyn til denne faktor. En sådan relevans kan beskrives med hensyn til dens potentielle betydning i individuelle sager og med hensyn til eventuelle løbende virkninger, der f.eks. kan skyldes et stort antal anmeldelser eller udbydernes politikker om de typer ulovligt indhold, som tredjeparternes anmeldelser kan vedrøre. For så vidt angår den særskilte forpligtelse for onlinesøgemaskiner til at undersøge indholdet af anmeldelser i henhold til artikel 5, stk. 4, se afsnit 10.

3.3.8. Randomisering

63. I praksis kan visse udbydere anvende teknikker til at omorganisere den relative fremtrædende placering, der gives til tilbud om varer og tjenesteydelser på en (delvist) vilkårlig måde, f.eks. for at genopfriske søgningerne på en startside. Randomisering kan også anvendes til f.eks. at gøre rangordning mere dynamisk for at skelne mellem de relevante onlineformidlingstjenester eller onlinesøgemaskiner. Når sådanne faktorer udgør de »vigtigste parametre«, skal de pågældende tjenesteydere tage hensyn til dette i deres beskrivelser. De kan f.eks. forklare, hvordan sådanne teknikker er anvendt (med henvisning til hvornår de anvendes, hvor længe de anvendes, hvor meget de anvendes osv.), og hvad deres indvirkning er. Sådanne forklaringer kan give en faktabaseret indikation af

»omfanget«, dvs. størrelsen af randomiseringens potentielle indvirkning på rangordningen, hvilket også vil gøre det lettere for brugerne at forstå betydningen af at indføre rangordningsoptimeringsteknikker for forskellige onlineformidlingstjenester og onlinesøgemaskiner, hvor de kan være til stede.

3.3.9. Rensning/oprydning

64. Nogle udbydere kan redigere eller »rydde op i« tilbud om varer og tjenesteydelser fra brugerne, således som de præsenteres, opstilles eller kommunikerer på deres tjenester. De kan f.eks. »behandle« eller ændre beskrivelsen af udbud af varer, der har været på deres onlineformidlingstjeneste i lang tid, uden at de er blevet købt, så de betegnes som »gamle« og dermed kommer lavere ned i rangordningen. Hvis sådanne faktorer udgør de »vigtigste parametre«, skal der udleveres en beskrivelse af den relevante praksis. Dette kan være vigtigt af hensyn til forudsigeligheden, ikke mindst i lyset af denne praksis' potentielt store betydning for rangordningen og dermed for brugernes kommercielle succes.

3.3.10. Forbindelse til tilknyttede tjenester

65. I visse tilfælde udformer udbyderne deres rangordningsmekanisme således, at brugernes anvendelse af tilknyttede tjenester fra samme udbyder (som udbydes sammen med de relevante onlineformidlingstjenester eller onlinesøgemaskiner eller dem, der udbydes separat) kan påvirke disse brugeres rangordning. Denne situation kan være et eksempel på indirekte vederlag, hvilket kræver en yderligere beskrivelse, jf. artikel 5, stk. 3. Selv bortset herfra kan anvendelsen af tilknyttede tjenester også være en af de vigtigste parametre i fastlæggelsen af rangordningen, jf. artikel 5, stk. 1 og 2. Hvis det er tilfældet, skal udbyderne med en passende grad af detaljer redegøre for, at dette er tilfældet, således at brugerne kan beslutte, om de vil benytte sig af disse tilknyttede tjenester, vel vidende, at tjenesterne f.eks. ikke blot er lette at bruge (dvs. at de alle er tilgængelige fra den samme udbyder i en slags »kvikskranke«), men at brugen af dem kan være af stor betydning for optimering af omsætningen. Dette kan f.eks. være tilfældet, når opfyldelsestjenester, der tilbydes af den relevante udbyder, klarer sig bedre end almindelige kurer- eller posttjenester med hensyn til hurtighed, idet leveringstiden er en »vigtig parameter«, der afgør rangordningen. Det kan derfor være vigtigt at forstå omfanget og virkningen af at bruge tilknyttede tjenester som de »vigtigste parametre« for at forbedre forudsigeligheden for brugerne.

3.3.11. Anvendelse af udbydernes tekniske værktøjer

66. Som det er tilfældet med tilknyttede tjenester, kan nogle udbydere tilbyde brugerne tekniske værktøjer, eventuelt mod vederlag, og de er derfor omfattet af artikel 5, stk. 3. Anvendelsen eller virkningen af sådanne værktøjer kan ligeledes påvirke rangordningen, og — hvis relevansen er af en sådan art, at denne faktor udgør en »vigtig parameter« i henhold til artikel 5, stk. 1 og 2 — derfor kræves samme fremgangsmåde som beskrevet i det foregående afsnit.
67. Under visse omstændigheder kan brugen af et dataanalyseredskab på en onlineformidlingstjeneste eller en onlinesøgemaskine gøre det muligt for brugerne at forbedre deres rangordning væsentligt. For så vidt som denne faktor er en »vigtig parameter«, vil det i dette tilfælde være vigtigt for udbyderne at forklare, om indvirkningen på rangordningen blot skyldes den viden, der er indhentet og efterfølgende anvendt af brugerne, eller om det er den blotte omstændighed, at de anvender analyseværktøjet, der også tages i betragtning. I sidstnævnte tilfælde kan brugen af analyseværktøjet være en form for indirekte vederlag, i hvilket tilfælde de specifikke krav i artikel 5, stk. 3, også finder anvendelse. Vigtigheden af et sådant analyseredskab kan f.eks. skyldes, at den nye viden er enestående og sætter brugerne i stand til at forbedre deres varer eller tjenesteydelser, ud over hvad disse brugere kan gøre på grundlag af deres egne undersøgelser eller andre markedsløsninger, eller fordi værktøjet kan bidrage til at optimere deres onlinetilstedeværelse, både på eller uden for platforme.

3.3.12. Virkningen af maskinindlæring

68. Udbyderne skal afgøre, om maskinindlæring er en »vigtig parameter«. Hvis det er tilfældet, kan det, selv om det er dynamisk, blive omfattet af en mere »statisk« beskrivelse. I overensstemmelse med de vejledende principper for en brugerorienteret tilgang, som sikrer den rette detaljeringsgrad, kan udbyderne fokusere på at forklare det forventede »omfang«, dvs. maskinindlæringens indvirkning på rangordningen. Dette kan omfatte, hvorvidt den påvirker alle de vigtigste parametre i lige høj grad og f.eks. give en indikation af, hvor hurtigt og hvor ofte maskinindlæring kan føre til, at de vigtigste parametre ændres. Hvis sådanne vigtige parametre rent faktisk ændres som følge af maskinindlæring, skal udbyderne tilpasse den beskrivelse, der kræves i henhold til artikel 5.

3.3.13. Evaluering af websteder

69. En udbyder af en onlinesøgemaskine kan tage hensyn til visse kendetegn ved websteder for at vurdere dem med hensyn til, hvor stor tillid brugerne har til dem, eller vurdere deres sikkerhed, ægthed, popularitet eller teknologiske træk. Hvis en udbyder gør dette, bør udbyderen overveje og forklare, i hvilket omfang vedkommendes vurdering af webstedets karakteristika påvirker rangordningen, for så vidt som sådanne faktorer udgør »vigtige parametre«.
70. Dette indebærer, at udbydere fra sag til sag vurderer, hvad de gør for at evaluere websteder, og hvordan dette påvirker rangordningen. Dette kan f.eks. omfatte, hvordan udbydere giver point til websteder, som beregnes ud fra flere variabler, f.eks. om brugerne har tillid til et websted, og om det har en historik med udveksling af links eller misinformation. Kvaliteten af indholdet, eller hvor autoritativt webstedet er, kan derfor være relevant for, hvordan det klarer sig i rangordningen. Alternativt kan man fokusere på webstedets popularitet målt på f.eks. antallet af unikke besøgende og sidevisninger i en given periode. På samme måde kan visse tekniske aspekter tages i betragtning, f.eks. indlæsningshastighed, mobilvenlighed, domænealder eller webstedets sikkerhed og adgangen til det.
71. Hvis visse af et websteds karakteristika er vigtigere end andre, og vurderingen af disse aspekter afspejles i rangordningen i en sådan grad, at det kan betegnes som en »vigtig parameter«, er det vigtigt for brugerne, at de forstår dette. Dette bør også afspejles i beskrivelsens detaljeringsgrad, så det sikres, at brugerne har tilstrækkelig klarhed.

3.3.14. Foranstaltninger for at undgå manipulation af rangordning i ond tro

72. Udbydere har tendens til at anvende avancerede mekanismer til at forebygge svig, som kan udgøre »vigtige parametre« i henhold til artikel 5.
73. Udbydere bør derfor nøje vurdere, om de skal beskrive de grundlæggende elementer i deres mekanismer til bekæmpelse af svig. Disse mekanismer kan pr. definition ikke offentliggøres i detaljer uden potentielt at underminere deres formål og effektivitet, men udbydere bør som minimum oplyse om deres eksistens og give oplysninger på højt niveau om, hvordan de kan påvirke rangordningen — når disse udgør »vigtige parametre«.

3.3.15. Brugeranmeldelser

74. Hvis forbrugeranmeldelser er en »vigtig parameter« for en given rangordningsmekanisme, bør de pågældende udbydere medtage denne faktor i de beskrivelser, de skal levere i henhold til artikel 5, med en tilstrækkelig detaljeringsgrad og tydelighed. Man kan f.eks. forklare, at anmeldelserne genereres på den relevante onlineformidlingstjeneste eller onlinesøgemaskine, eller det kan være anmeldelser, der hostes uden for disse tjenester. I sådanne tilfælde kan det også være vigtigt for brugerne at vide, hvilke foranstaltninger der eventuelt træffes for at kontrollere ægtheden af sådanne anmeldelser.

3.3.16. Udbyderes foranstaltninger til bekæmpelse af ulovligt indhold

75. Når udbydere træffer foranstaltninger til at bekæmpe ulovligt indhold på nettet, skal de overveje, hvilken virkning disse foranstaltninger kan have på rangordningen, og hvad der eventuelt skal medtages i beskrivelsen af »vigtigste parametre« i henhold til artikel 5. Indvirkningen på rangordningen kan variere mellem udbydere, men generelt kan både tilstedeværelse og midlertidig tilstedeværelse af ulovligt indhold samt fjernelse af ulovligt indhold have en direkte indvirkning på synligheden af erhvervsbrugeres legitime tilbud. Når sådanne foranstaltninger udgør »vigtige parametre«, bør udbydere i deres beslutning om, hvad der skal beskrives, overveje, hvilke oplysninger og hvilken gennemsigtighed med hensyn til f.eks. typer og forekomst af ulovligt indhold på den pågældende tjeneste, der kan hjælpe erhvervsbrugere til bedre at forstå, hvordan de pågældende rangordningsmekanismer fungerer.

4. HVORDAN MAN VÆLGER DE VIGTIGSTE PARAMETRE OG STADIG FORHINDRER MANIPULATION AF RANGORDNINGEN I OND TRO

76. I artikel 5, stk. 6, anerkendes det, at udbydere »ikke er forpligtet til at røbe algoritmer eller andre oplysninger, der med rimelig sikkerhed ville kunne resultere i vildledning af forbrugerne eller i, at forbrugerne lider skade gennem manipulering af søgeresultaterne«.

77. Denne bestemmelse bør læses sammen med betragtning 27, hvor det anerkendes, at »[f]or at sikre, at målet for denne forordning nås, bør hensynet til de kommercielle interesser hos udbydere af onlineformidlingstjenester eller onlinesøgemaskiner derfor aldrig føre til afslag på at oplyse om de vigtigste parametre, der afgør rangordningen«⁽¹⁴⁾.
78. Der er derfor visse grænser for oplysningskravene i forbindelse med rangordningen i artikel 5. Disse grænser vedrører imidlertid ikke udbyderes kommercielle interesser som sådan, men snarere potentielle negative virkninger for forbrugerne. Ikke desto mindre har udbyderne flere garantier for deres »kommercielle interesser«.
79. For det første kræves det kun i artikel 5, at der skal leveres en beskrivelse af de vigtigste parametre (samt grundene til deres relative betydning), uden at udbyderne i detaljer skal oplyse om, hvordan deres rangordningsmekanismer fungerer (betragtning 27).
80. For det andet og som det fremgår af artikel 1, stk. 5, og artikel 5, stk. 6, berører forordningen i almindelighed og artikel 5 i særdeleshed ikke direktiv 2016/943/EU⁽¹⁵⁾ (direktivet om forretningshemmeligheder).
81. For at forklare dette andet punkt er det vigtigt at bemærke, at i artikel 2, stk. 1, i direktivet om forretningshemmeligheder defineres en »forretningshemmelighed« som oplysningskrav, der opfylder alle følgende krav: a) de er hemmelige i den forstand, at de ikke i deres helhed eller i den præcise konfiguration eller sammensætning af deres komponenter er almindeligt kendt blandt eller umiddelbart tilgængelige for personer i de kredse, der normalt beskæftiger sig med den pågældende type oplysninger b) de har handelsværdi, fordi de er hemmelige c) de er af den person, som lovligt kontrollerer oplysningerne, under de givne omstændigheder blevet underkastet rimelige foranstaltninger til hemmeligholdelse.
82. Udbyderne kan derfor ikke nægte at offentliggøre f.eks. de vigtigste parametre ud fra det ene argument, at de aldrig har afsløret nogen af deres tidligere parametre, eller at de pågældende oplysninger er kommercielt følsomme.
83. For det tredje kan udbyderne gribe ind over for tredjeparters manipulation af rangordningen i ond tro, herunder over for risikoen for vildledning af forbrugerne (se betragtning 27).
84. I denne forbindelse skal det bemærkes, at denne mulighed vedrører manipulation i ond tro, ligesom der i artikel 5, stk. 6, henvises til, at udbydere ikke er forpligtet til at videregive oplysninger, der »med rimelig sikkerhed« ville kunne resultere i vildledning af forbrugerne eller i, at forbrugerne lider skade. Det er derfor nødvendigt at finde en balance mellem at imødegå manipulerende og skadelig adfærd på den ene side og sikre den gennemsigtighed, der kræves i henhold til artikel 5, på den anden.

5. KRAV OM SPECIFIKKE BESKRIVELSER — DIREKTE OG INDIREKTE VEDERLAG

85. Artikel 5, stk. 3, pålægger som forklaret i betragtning 25 specifikt udbyderne at beskrive brugernes mulighed for at påvirke rangordningen mod direkte eller indirekte betaling af vederlag, hvis en sådan mulighed indgår i en »vigtig parameter«.
86. Som anført i artikel 5, stk. 3, skal udbydere i sådanne tilfælde opgive følgende i deres beskrivelse i overensstemmelse med kravene i artikel 5, stk. 1 eller 2, alt efter hvad der er relevant for den pågældende udbyder:
- a. en redegørelse for enhver mulighed for, at erhvervsbrugere aktivt kan påvirke rangordningen mod vederlag samt
 - b. en redegørelse for den relative indvirkning af et sådant vederlag.
- 5.1. **Generel tilgang**
87. I den konsekvensanalyse, som Kommissionen har foretaget i forbindelse med sit forslag til forordningen, blev der konstateret en mangel på meningsfuld ansvarlighed og forudsigelighed for erhvervsbrugere og virksomhedswebstedbrugere med hensyn til de rangordningsmekanismer, udbyderne anvender. I tilfælde af betalt rangordning anerkendte man, at det kan være en fordel for virksomheder og især små virksomheder at forstå, hvordan disse

⁽¹⁴⁾ Understregning tilføjet.

⁽¹⁵⁾ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv (EU) 2016/943 af 8. juni 2016 om beskyttelse af fortrolig knowhow og fortrolige forretningsoplysninger (forretningshemmeligheder) mod ulovlig erhvervelse, brug og videregivelse (EUT L 157 af 15.6.2016, s. 1).

muligheder fungerer. Det vil kunne sætte dem i stand til enten at vælge ikke at deltage, hvis det er usandsynligt, at den deraf følgende rangordning er tilfredsstillende, hvilket vil spare dem omkostningerne ved at deltage, eller vælge at deltage og opnå øget eksponering ⁽¹⁶⁾.

88. I denne henseende skal begrebet »vederlag« forstås i bred forstand. I betragtning 25 beskrives det som »betalinger foretaget med det hovedformål eller eneste formål at forbedre rangordningen samt indirekte vederlag i form af en erhvervsbrugers accept af yderligere forpligtelser af enhver art, der kan have dette som praktisk virkning, som f.eks. anvendelse af tilknyttede tjenester eller premieelementer«. Desuden gives der i betragtning 25 et eksempel på, hvad forklaringen på de relative virkninger af vederlaget kan omfatte, nemlig »i hvilken grad vederlag indvirker på rangordningen«.
89. God praksis i forbindelse med meddelelse af de oplysninger, der kræves i henhold til artikel 5, stk. 3, kan være en kombination af en skriftlig forklaring og teknologiske værktøjer som f.eks. en dynamisk simulation af de forventede virkninger af vederlag på rangordningen.

5.2. Direkte vederlag

90. Direkte vederlag er beskrevet som »betalinger foretaget med det hovedformål eller eneste formål at forbedre rangordningen« ⁽¹⁷⁾. Udbyderne bør derfor overveje, hvilke muligheder brugerne tilbydes for at betale for at forbedre deres rangordning, og hvordan disse muligheder fungerer. Eksempler på mulige former for direkte vederlag findes i bilag B.

5.3. Indirekte vederlag

91. Indirekte vederlag beskrives som »vederlag i form af en erhvervsbrugers accept af yderligere forpligtelser af enhver art, der kan have dette [forbedret rangordning] som praktisk virkning« ⁽¹⁸⁾. Udbyderne bør derfor overveje, hvilke muligheder brugerne får, som kan have den praktiske virkning at forbedre rangordningen, og hvordan sådanne muligheder fungerer.
92. Anvendelsen af tilknyttede tjenester såsom brugernes betaling, spærring, opfyldelse osv. kan af forskellige årsager påvirke rangordningen af deres varer eller tjenesteydelser. Den beskrivelse, der kræves i henhold til artikel 5, bør omfatte disse mulige anvendelser af tilknyttede tjenester, hvis de indebærer indirekte vederlag som omhandlet i artikel 5, stk. 3, og udgør »vigtige parametre«. Hvis en eller flere af disse virkninger på resultatet af rangordningen skyldes erhvervsbrugerens blotte deltagelse i en bestemt tilknyttet tjeneste — uanset enhver indirekte virkning, som denne måtte have på brugerens resultater målt ved hjælp af andre parametre — kan de yderligere forpligtelser i henhold til artikel 5, stk. 3, finde anvendelse. Andre eksempler på mulige former for indirekte vederlag findes i bilag B.

6. HVORDAN SKAL DE VIGTIGSTE PARAMETRE BESKRIVES?

93. I artikel 5, stk. 5, kræves det, at beskrivelserne af de »vigtigste parametre«, jf. artikel 5, stk. 1, 2, og 3, skal være »tilstrækkelige til at give erhvervsbrugere eller virksomhedswebstedbrugere en passende forståelse af, hvorvidt — og i så fald hvordan og i hvilket omfang — rangordningsmekanismen tager højde for følgende:
- egenskaber for de varer og tjenester, der tilbydes til forbrugerne gennem onlineformidlingstjenester eller onlinesøgemaskinen
 - relevansen af disse egenskaber for disse forbrugere
 - hvad angår onlinesøgemaskiner, designegenskaber for webstedet, der anvendes af virksomhedswebstedbrugere« ⁽¹⁹⁾.

⁽¹⁶⁾ Ibid 5.

⁽¹⁷⁾ Forordningens betragtning 25.

⁽¹⁸⁾ Forordningens betragtning 25, ord indsat for at skabe klarhed.

⁽¹⁹⁾ Understregning tilføjet.

94. Generelt er det vigtigt at bemærke, at hvis brugerne får en passende forståelse af, hvordan rangordningen fungerer, vil de kunne konkurrere på mere lige vilkår, når de fastlægger deres salgsstrategier. Disse strategier kan potentielt omfatte både optimering af varer og tjenester og investering i onlinesynlighed, herunder søgemaskineoptimering og betalt rangordning. Brugere bør med rimelighed kunne beslutte, om de vil investere mere i bestemte elementer af deres varer og tjenester, og hvordan de eventuelt skal investere i »rangordningsstrategier«.

6.1. Generel tilgang

95. Udbydere af onlineformidlingstjenester skal i overensstemmelse med artikel 5, stk. 1, angive »årsagerne til de vigtigste parametres relative betydning i forhold til andre parametre«. Tilsvarende skal udbydere af onlinesøgemaskiner i henhold til artikel 5, stk. 2, anføre »den relative betydning af disse vigtige parametre«⁽²⁰⁾.

96. Dette indebærer, at udbydere beskriver, hvorfor de specifikke parametre er valgt som de vigtigste parametre (se afsnit 3.2 ovenfor). En god praksis kan være, at udbydere forklarer, hvordan og hvad der i deres individuelle vurdering har fået dem til at afgøre, hvordan »relativ betydning« bestemmes for deres tjenester, og hvad de »vigtigste parametre« er.

6.2. Detaljeringsniveau

97. Udbydere bør fastlægge et passende detaljeringsniveau ud fra formålet med forpligtelsen i artikel 5 og medtage så mange detaljer som nødvendigt og passende for deres specifikke professionelle brugergrundlag uden at overbebyrde eller forvirre brugerne. Detaljeringsniveauet bør ikke blot være en simpel opremsning af de vigtigste parametre, men skal mindst indeholde et »andet lag« af forklarende oplysninger.

98. Udbydere bør ikke opgive for korte beskrivelser eller beskrivelser, der kan være vildledende. Hvis en udbyder f. eks. beslutter, at »kvalitet« er en vigtig parameter, og ved, at der skal en kompliceret analyse af flere faktorer til for at bestemme, hvad »kvalitet« er, bør beskrivelsen afspejle dette forhold, samtidig med at den skal være affattet i et almindeligt og forståeligt sprog. Hvis man blot skriver, at den vigtigste parameter kan påvirkes af »søgehistorik«, kan dette på samme måde anses for ikke at være tilstrækkeligt specifikt, navnlig når udbyderen ved, at der kun tages hensyn til visse særlige elementer i søgehistorikken.

99. Ved udarbejdelsen af beskrivelsen af de vigtigste parametre, herunder de underliggende årsager til deres relative betydning, er det vigtigt, at udbydere udtrykker sig klart og undgår at skabe forvirring. Hvis en af de vigtigste parametre f.eks. er »kvalitet«, bør udbydere overveje at beskrive nøjagtigt, hvad »kvaliteten« består i med henblik på deres rangordningsmekanismer, da det er sandsynligt, at det forstås og måles forskelligt fra tjeneste til tjeneste. Et andet eksempel kan være, hvor en parameter er baseret på et opnået pointtal, hvor udbydere bør overveje at beskrive, hvilke faktorer der tages i betragtning ved tildelingen af point. Disse beskrivelser bør så vidt muligt henvise til objektive faktorer, f.eks. produktkategorier eller prisenheder/-intervaller. Når der henvises til anmeldelser, kan vægten af forskellige typer anmeldelser i brugerens samlede pointtal og rangordning ligeledes være forskelligt afhængigt af f.eks. den specifikke vare eller tjenesteydelse, som forbrugeren leder efter. Et eksempel kan være restauranter, der tilbyder både servering i restauranten og mad ud af huset, hvor forskellige faktorer kan være mere eller mindre vigtige. Hvis det er relevant, bør dette forklares, så beskrivelsen ikke blot indeholder indlysende oplysninger. Det samme gælder for et scenario, hvor nyere anmeldelser vægtes højere end ældre.

100. Hvis det er relevant for at opfylde kravene i artikel 5, kan udbydere også medtage forklaringer af, hvordan en intern virksomhedsstrategi kan påvirke forbrugernes syn på tjenesten, f.eks. hvor de vigtigste parametre kan blive påvirket af en forøgelse af udbuddet af visse varer baseret på udbydernes egen vurdering af, hvad der bliver den næste store forbrugertendens. Beskrivelsen bør være tilstrækkeligt detaljeret om, hvad der tages i betragtning i forbindelse med sådanne beslutninger, således at brugerne får fyldestgørende forklaringer på de vigtigste parametre.

6.3. Detaljeringsniveau for direkte og indirekte vederlag

101. Hvis de vigtigste parametre omfatter muligheden for at påvirke rangordningen mod vederlag, bør de pågældende udbydere overveje, hvordan de har udformet disse muligheder. I sådanne tilfælde kan det være god praksis at lade beskrivelsen af de »betalte rangordningsløsninger« og af deres indvirkning ledsage af en redegørelse for den forretningsmæssige begrundelse for denne valgmulighed og dens potentielle indvirkning.

⁽²⁰⁾ Understregning tilføjet.

102. I de tilfælde, hvor det er relevant, kan beskrivelsen af de betalte rangordningsløsninger som en god praksis krydshenvises til de beskrivelser, der er fastsat i henhold til artikel 7, stk. 3, litra c), og artikel 7, stk. 3, litra d), om forskelsbehandling. Forskelsbehandling kan potentielt udgøre en »vigtig parameter« i henhold til artikel 5. Ud over beskrivelsen i denne bestemmelse vil krydshenvisningen føre brugerne hen til de »primære økonomiske, handelsmæssige eller juridiske årsager« bag den forskelsbehandling af udbyderes egne tjenester eller varer, som udbyderne skal fastsætte i henhold til artikel 7, stk. 1.

6.4. **Krav om, at beskrivelsen skal være affattet i et almindeligt og forståeligt sprog**

103. Som tidligere nævnt skal beskrivelserne af de vigtigste rangordningsparametre, jf. artikel 5, stk. 1 og 2, sammenholdt med artikel 3, stk. 1, affattes i et almindeligt og forståeligt sprog.
104. Hver enkelt udbyder bør vurdere, om beskrivelsen opfylder dette krav. Overvejelser om, hvordan beskrivelsen præsenteres, vil generelt også bidrage til, at beskrivelsen bliver klar og læsbar.
105. Udbyderne bør også tage hensyn til, hvem deres publikum er, når de udarbejder beskrivelsen. I visse tilfælde kan det være hensigtsmæssigt og nødvendigt med flere tekniske beskrivelser, hvis beskrivelserne er beregnet til professionelle brugere. Med forbehold af kravet om, at sproget skal være almindeligt og forståeligt, kan det i princippet antages, at fagfolk kræver og er i stand til at forstå mere detaljerede og mere tekniske oplysninger end forbrugerne.

6.5. **Præsentationsredskaber**

106. Hver udbyder skal vælge, hvordan beskrivelsen af de vigtigste rangordningsparametre bedst kan tilpasses. Dette kan kræve, at vedkommende overvejer teknikker, der ikke blot giver en skriftlig beskrivelse, men også omfatter supplerende foranstaltninger, der kan hjælpe brugerne med at opnå en passende forståelse af, hvordan den pågældende rangordningsmekanisme fungerer. Disse supplerende foranstaltninger kan tilpasses forskellige brugeres forskellige behov.
107. For at forklare virkningen af »direkte og indirekte vederlag« på rangordningen i situationer, hvor dette udgør en »vigtig parameter«, kan en skriftlig forklaring f.eks. kombineres med teknologiske redskaber som en dynamisk simulation af de forventede virkninger af vederlag på rangordning og omfanget af denne simulations virkning. Det skal i princippet fremgå af forklaringen, hvad virkningerne af at anvende de forskellige teknikker hver for sig eller i kombination med andre/den normale prioriteringsmekanisme er, hvis det er sådan, at de forskellige muligheder fungerer på den pågældende tjeneste. Det kan være nyttigt for udbydere at overveje, om dette kan gøres ved at henvise til et grundscenarie.
108. Basisteknikker kan hjælpe brugerne med at navigere gennem de anførte oplysninger. Dette kan være så enkelt som at anvende en klar struktur med overskrifter og underoverskrifter, som kan linke til de supplerende foranstaltninger, der er beskrevet ovenfor.
109. Udbydere kan overveje at anvende tilgængelige værktøjer eller afprøve en mulig tilgang med et brugerpanel for at sikre, at beskrivelsen forstås på den tilsigtede måde, at indarbejde en metode til at indhente tilbagemeldinger fra brugerne om, hvorvidt beskrivelsen er nyttig og indeholder den rette mængde detaljer. En anden måde at få disse tilbagemeldinger på kan være at teste beskrivelsen på et repræsentativt brugerpanel. Selv om sådanne foranstaltninger ikke er specifikt påkrævet, kan de bidrage til at sikre, at udbyderne overholder kravene i artikel 5.

7. **BESKRIVELSE AF DE VIGTIGSTE PARAMETRE**

7.1. **Onlineformidlingstjenester**

110. I henhold til artikel 5, stk. 1, skal udbydere af onlineformidlingstjenester medtage beskrivelsen af de vigtigste parametre, herunder årsagerne til disse vigtige parametres relative betydning, i deres vilkår og betingelser.
111. Det skal bemærkes, at »vilkår og betingelser« er et bredt begreb. Det defineres i artikel 2, nr. 10), som omfattende: »alle de vilkår og betingelser eller specifikationer, uanset deres betegnelse eller form, som regulerer kontraktforholdet« mellem en udbyder af sådanne tjenester og brugerne, som er ensidigt fastsat af den pågældende udbyder. Med andre ord kan beskrivelsen antage forskellige former og skal stadig anses for at være indeholdt i udbyderens vilkår og betingelser i overensstemmelse med artikel 5, stk. 1.

112. Selv om beskrivelsen af de vigtigste rangordningsparametre skal indgå i vilkårene og betingelserne, kan udbydere af onlineformidlingstjenester vælge, hvordan de bedst kommunikerer til deres erhvervsbrugere og giver den krævede beskrivelse en fremtrædende plads. De kan f.eks. lede erhvervsbrugere til den nøjagtige placering af beskrivelsen og/eller medtage den i afsnit med spørgsmål og svar, vejledninger, retningslinjer, pop-up-vinduer, videobeskeder eller andet. Oplysningerne bør dog ikke være inkonsekvente eller spredt ud over forskellige værktøjer eller medier, hvis dette betyder, at oplysningerne ikke længere er let tilgængelige eller klare og forståelige.
113. Med forbehold af de individuelle løsninger, som udbydere kan tilbyde, kan de overveje at etablere et enkelt kontaktsted (f.eks. i et »bruger-dashboard«), der kan udarbejde referencer til eller indekserer alle de relevante informationsværktøjer for at gøre rede for gennemsigtighed i rangordningen. Alternativt kan oplysningerne gengives på tværs af forskellige informationsværktøjer — forudsat at de retlige krav i artikel 3 og 5 er opfyldt.
114. I overensstemmelse med artikel 3, stk. 1, litra b), skal vilkårene og betingelserne for udbydere af onlineformidlingstjenester være let tilgængelige for erhvervsbrugere i alle faser af deres forbindelse, herunder før de indgår en kontrakt med disse udbydere. Alle disse oplysninger bør derfor også være tilgængelige for potentielle erhvervsbrugere.

7.2. Søgemaskiner

115. I henhold til artikel 5, stk. 2, skal udbydere af onlinesøgemaskiner levere en *»let og offentligt tilgængelig beskrivelse (...) på udbydernes onlinesøgemaskiner«*.
116. Dette indebærer, at beskrivelsens placering skal være let tilgængelig på søgemaskinens websted. Det kan være en placering, der ikke kræver, at brugerne logger ind eller registrerer sig for at kunne læse beskrivelsen.
117. Inden for de grænser, der er fastsat i artikel 5, stk. 2, er det op til udbyderen af onlinesøgemaskinen at vurdere og afgøre, hvor han placerer den krævede beskrivelse af rangordningen. Her kan udbyderen overveje, hvad tjenestens brugere gør for at finde en løsning, der svarer til dette handlemønster. Hvis brugerne f.eks. benytter tjenesten, fordi den giver et resultat efter ét klik, kan samme princip anvendes på beskrivelsen. Dette kan betyde, at hvis der gives adgang til en beskrivelse via et link, bør linket lede direkte til beskrivelsen og ikke kræve yderligere navigering for at finde den.
118. På samme måde kan udbyderen af en onlinesøgemaskine også overveje de metoder, der med held bruges på tjenesten til at rette brugernes opmærksomhed mod særlige elementer, der allerede findes. Dette kan f.eks. ske ved brug af ikoner, faner eller bannere. En tilsvarende metode kan derfor sikre, at beskrivelsen er let tilgængelig og placeret på en måde, som tjenestens brugere forventer eller er vant til.
119. Udbydere af onlinesøgemaskiner kan også overveje, hvordan brugerne får adgang til deres tjenester. Hvis dette f. eks. sker ved hjælp af stemmeassistenter, kan udbydere overveje, hvordan brugerne af deres tjenester finder en løsning med hensyn til at få adgang til andre oplysninger om tjenesten. Hvis dette er effektivt, kan udbydere måske gøre det samme for at give virksomhedswebstedbrugere mulighed for at finde beskrivelsen på samme måde.

8. HVORNÅR SKAL BESKRIVELSEN AF DE VIGTIGSTE PARAMETRE ÆNDRES?

8.1. Ajourføring af beskrivelserne

120. Selv om det kun er artikel 5, stk. 2, der indeholder et udtrykkeligt krav om, at beskrivelsen af de vigtigste rangordningsparametre skal holdes ajour, følger et tilsvarende krav implicit af artikel 5, stk. 1. Sidstnævnte bestemmelse kræver nemlig en beskrivelse af de vigtigste parametre *for afgørelse* af rangordning — ikke de vigtigste parametre, der *har afgjort* rangordningen. I denne situation skal beskrivelsen desuden fremgå af vilkår og betingelser for tjenesten, som tjenesteyderen løbende ajourfører. Ellers kan målet om at forbedre forudsigeligheden ikke nås, og beskrivelsen vil ikke være baseret på faktiske data, hvilket er i modstrid med betragtning 27.

121. Udbydere skal derfor ajourføre de nødvendige beskrivelser. Med henblik herpå bør de regelmæssigt overveje, om de stadig opfylder dette lovkrav, eller om beskrivelserne skal ajourføres. Udbydere kan frit indrette deres egne systemer for at afgøre, om, hvornår og i givet fald hvordan de vil gøre det, under hensyntagen til elementer som f. eks. hvor hyppigt der sker ændringer, sådanne ændrings indvirkning, og hvornår forsøg (f.eks. A/B-testning) og andre teknikker (f.eks. maskinindlæring), der anvendes på deres tjenester, kan udløse ændringer af de »vigtigste parametre«, som afgør rangordningen.
122. Hvis resultatet af den individuelle vurdering viser, at beskrivelsen af de vigtigste rangordningsparametre skal ajourføres, skal udbydere af onlineformidlingstjenester forud meddele erhvervsbrugere disse ændringer i overensstemmelse med artikel 3 (se 9.1 nedenfor). Der findes ikke et sådant krav for udbydere af onlinesøgemaskiner, da de skal sikre, at deres beskrivelser er offentligt tilgængelige (artikel 5, stk. 2).

8.2. Midlertidige ændringer

123. Udbydere bør fra sag til sag afgøre, hvorvidt ændringer af deres rangordningsmekanismer, herunder midlertidige ændringer, medfører en ændring af de »vigtigste parametre« og kræver en ændring af disses beskrivelser for at sikre overholdelse af artikel 5.
124. Udbydere bør ikke gå ud fra, at den midlertidige karakter af ændringer af parametre, vægtning eller andre rangordningselementer nødvendigvis betyder, at beskrivelsen af de vigtigste parametre ikke behøver at blive ændret. For eksempel kan enkeltstående begivenheder som f.eks. sportsbegivenheder øge forbrugernes efterspørgsel betydeligt, hvilket kan føre til midlertidige ændringer af de vigtigste parametre, der ligger til grund for rangordningen. Det samme gælder for salgsmomenter som f.eks. »Black Friday«, ferieperioder eller sæsonbestemte udsalg til f.eks. jul. Når udbydere ændrer deres »standard«-rangordningsmetoder i disse situationer, f.eks. ved at lægge større vægt på visse parametre (såsom »leveringshastighed«, »pris« eller andre begreber såsom »mærkeappell« eller »kvalitet«, eventuelt en kombination af flere faktorer), tilføje nye eller fjerne andre, og disse ændringer påvirker de vigtigste parametre, bør udbydere tilpasse beskrivelsen heraf.
125. Det kan også være god praksis, at udbydere i deres beskrivelse af de vigtigste rangordningsparametre forsøger at gøre rede for eventuelle »regelmæssige« dynamiske elementer i deres rangordningsmekanismer. Det forhold, at disse er »regelmæssige« forekommende, kan betyde, at de er en »vigtig parameter« eller en årsag til de vigtigste parametres relative betydning. For eksempel ønsker en udbyder af en online-e-handelsmarkedsplads måske en strukturel styrkelse af vægtningen af parameteren »pris« i forbindelse med et bestemt tilbagevendende udsalg.

8.3. Forsøg

126. Hvis udbydere anvender forsøg, herunder A/B-test af ændringer eller udvikling af nye mekanismer til bekæmpelse af svig, skal de i hvert enkelt tilfælde overveje, om og i givet fald hvordan dette påvirker rangordningen af deres tjenester, og navnlig om det kræver en ændring af beskrivelsen af de vigtigste rangordningsparametre i henhold til artikel 5. Generelt kan udbydere i denne forbindelse overveje elementer såsom forsøgenes hyppighed og virkning samt størrelsen af det testpublikum eller den geografiske region, der er berørt af forsøgene.
127. I tilfælde, hvor forsøgene er »direkte« (dvs. at »testpublikummet« ikke nødvendigvis adskiller sig fra »resten« af brugergrundlaget), kan forsøgene påvirke den relative fremtrædende placering af de varer og tjenesteydelser, der udbydes af alle brugere. Som et første skridt kan udbydere derfor være nødt til at overveje, om deres forsøg udføres i et reelt isoleret testmiljø. Hvis de enkelte forsøg ikke isoleres, kan udbydere navnlig overveje a), om forsøget i sig selv påvirker rangordningen, og i bekræftende fald, om den parameter, der testes, er en »vigtig parameter«, som skal beskrives, og b) hvorvidt og hvornår den fulde gennemførelse af forsøget vil betyde, at den parameter, der testes, ændrer deres prioriteringsmekanisme og bliver en »vigtig parameter«, som skal beskrives.

9. SKRIDT, DER SKAL TAGES VED AJOURFØRINGEN AF BESKRIVELSEN AF DE VIGTIGSTE PARAMETRE**9.1. Krav om, at onlineformidlingstjenester meddeler foreslåede ændringer**

128. Beskrivelsen af de vigtigste parametre, der afgør rangordningen, skal indgå i vilkårene og betingelserne for udbydere af onlineformidlingstjenester (artikel 5, stk. 1). Når disse udbydere ønsker at ændre deres vilkår og betingelser, skal de i henhold til artikel 3, stk. 2, mindst 15 dage før de tages i anvendelse, meddele deres erhvervsbrugere de foreslåede ændringer. Den eneste undtagelse fra anvendelsen af meddelelsesfristen er, hvis udbyderen af onlineformidlingstjenester: a) er underlagt en retlig eller reguleringsmæssig forpligtelse til at ændre sine vilkår og betingelser på en måde, som gør det umuligt at overholde meddelelsesfristen, eller b) undtagelsesvis skal ændre sine vilkår og betingelser for at imødegå en uforudset og overhængende fare vedrørende beskyttelsen af onlineformidlingstjenesterne, forbrugere eller erhvervsbrugere mod svig, malware, spam, brud på datasikkerheden eller andre cybersikkerhedsrisici. Desuden finder meddelelsesfristen ikke anvendelse på ændringer af rent redaktionel karakter (dvs. ændringer, der ikke ændrer indholdet eller betydningen af vilkårene og betingelserne). Begrebet »redaktionelle ændringer« udelukker nødvendigvis ændringer af »vigtige parametre«, da disse ændrer indholdet eller betydningen af vilkårene og betingelserne.
129. Hvis beskrivelsen af de vigtigste parametre ændres, gælder der i princippet en meddelelsesfrist på mindst 15 dage for erhvervsbrugere, inden ændringerne kan træde i kraft. Det er vigtigt at bemærke, at det lovbestemte minimumskrav er en meddelelsesfrist på 15 dage. I henhold til artikel 3, stk. 2, kræves der længere meddelelsesfrister, hvis det er nødvendigt for, at erhvervsbrugere kan foretage tekniske eller kommercielle tilpasninger for at bringe sig i overensstemmelse med de pågældende ændringer.
130. I henhold til artikel 3, stk. 2, skal udbydere af onlineformidlingstjenester desuden oplyse erhvervsbrugere på et varigt medium om sådanne foreslåede ændringer. I forordningen defineres »varigt medium« som: »et instrument, der gør det muligt for erhvervsbrugere at lagre oplysninger, der er rettet personligt til dem, på en måde, som tillader fremtidig brug i et tidsrum, der er afpasset efter oplysningernes formål, og som giver mulighed for uændret gengivelse af de lagrede oplysninger« ⁽²¹⁾.
131. For at skabe større klarhed kan udbydere af onlineformidlingstjenester sikre, at ændringerne i beskrivelsen af de vigtigste parametre er lette at finde. Bedste praksis i denne henseende kan omfatte en særlig side, der giver adgang til tidligere versioner af beskrivelserne eller indeholder en liste over de ændringer, der er foretaget over tid. Et eksempel på god praksis, der kan hjælpe erhvervsbrugere til at opnå en tilstrækkelig forståelse, er at gøre rede for de praktiske konsekvenser af ændringerne.

9.2. Krav om, at udbydere af onlinesøgemaskiner skal ajourføre beskrivelser

132. I henhold til artikel 5, stk. 2, skal udbydere af onlinesøgemaskiner sørge for, at beskrivelsen af de vigtigste rangordningsparametre holdes ajour.
133. Hvad angår eventuelle ajourføringer af beskrivelserne, henvises der til den bedste praksis i 9.1 ovenfor.

10. SPECIFIKKE FORPLIGTELSE FOR UDBYDERE AF ONLINESØGEMASKINER TIL AT GIVE VIRKSOMHEDSWEBSTEDSBRUGERE MULIGHED FOR AT KONTROLLERE INDHOLDET AF ANMELDELSER FRA TREDJEMAND

134. I henhold til artikel 5, stk. 4, skal udbydere af onlinesøgemaskiner give virksomhedswebstedbrugere mulighed for at kontrollere tredjeparters anmeldelser, hvis disse har fået udbyderen til at ændre rækkefølgen eller fjerne det relevante websted.
135. I betragtning 26 forklares det, at denne forpligtelse vil bidrage til at begrænse potentielt misbrug i form af konkurrencebegrænsende anmeldelser, og at den afspejler de potentielle vanskeligheder, som udbydere af onlinesøgemaskiner kan have ved at underrette alle relevante virksomhedswebstedbrugere om, at der ikke foreligger et kontraktforhold.

⁽²¹⁾ Forordningens artikel 2, nr. 13).

BILAG I

Illustrative eksempler på rangordningsparametre

Sitemappets kvalitet

Indlæsningshastighed

Sikkerhed (f.eks. HTTPS)

Billeder (f.eks. type, antal og kvalitet)

Forbrugeranmeldelser (f.eks. antal, rangordning, nylige)

Interaktion mellem den handlende og forbrugeren (f.eks. besvarelse af spørgsmål, lydhørhed)

Historik for tvistbilæggelse (f.eks. antal forbrugerklager, fundne løsninger)

Afsluttede salg (f.eks. antal, nylige)

Pris

Internettrafik, resultater af søgninger

»Offline«-indikatorer for servicekvalitet (f.eks. antal stjerner til hoteller, leveringsevne, hvor velkendte steder, varemærker osv. er i samfundet)

Tillidsskabende foranstaltninger (f.eks. deltagelse i platformenes spærringstjenester, registreret identitet, branchecertificeringsordninger/ikoner, databeskyttelsesmærkninger/certificering)

»Pointtal« for databeskyttelse, f.eks. baseret på en app-butiks gennemgang af appsenes politikker for beskyttelse af privatlivets fred

Webtilgængelighed

Mulighed for tilpasning til (flere) enheder

Indholdets kvalitet (f.eks. baseret på links til webstedet, mængden af indhold, sproglig kvalitet, antal sprog osv.)

Mærkning af nøgleord (positivt — antal, detaljeringniveau og negativ — »overlæsning«)

Overskriftens nøjagtighed og relevans (f.eks. varemærke, tekniske specifikationer osv.)

Dato for indtræden på markedet

Præcise svar, f.eks. med hensyn til de udbudte produkter eller tjenester, eller som svar på OSS

Betalt rangordning (herunder via onlineformidlingstjenester på onlinesøgemaskiner)

— bud

— kvaliteten af reklamen, baggrund

— annoncørens troværdighed

Størrelsen af udbuddet (f.eks. bredden af udbuddet af produkter eller tjenesteydelser eller separat angivelse af køb foretaget i appen i app-butikkernes rangordning)

Redaktionelle processer og specifikke udvælgelseskriterier (f.eks. platformbaserede apps eller kunstprojekter)

Indstillingsalgoritmer (vedrørende f.eks. spam, friskhed og kvalitet)

Procentdel af afinstalleringer af mobil-app

Afvisningsprocent

A/B-testning (virkningen kan påvirkes af visse elementer såsom tidspunkt — spidsbelastning, varighed og stikprøvestørrelse)

Randomisering

Personalisering

— omfanget af personaliseringen (antal og typer af funktioner, der kommer i spil), uanset om og hvordan den afhænger af brugernes privatlivsindstillinger osv.

— geografisk placering, tidspunkt for søgningen

-
- brugerens søgehistorik, købshistorik
 - ophævelse af standardindstillingerne
 - virkning af filtre (og resterende parametre)
-

Tilstedeværelse på flere platforme (f.eks. negative virkninger for rangordningen af lavere priser på konkurrerende platforme, »pointtal« på sociale medier, antal henvisninger/links til webstedet, henvisningshyppighed, omdømmet for de henvisende websteder eller blogs)

»Mærkeappel« for nye erhvervsbrugere, der måles ved hjælp af faktorer, som ligger uden for de pågældende onlineformidlingstjenester (f.eks. undersøgelser blandt en specialiseret gruppe)

Tilbuddets styrke, f.eks.:

- sammenlignelig konkurrencedygtighed (f.eks. vurderinger, forbrugeranmeldelser)
 - relevans
 - tilgængelighed
 - sporing af afvisninger
 - annulleringer
 - dobbeltreservationer (sektorspecifik)
-

Omregningskurser

Geografisk nærhed

Provisionens størrelse

Manglende deltagelse i bestemte programmer (som medfører en lavere placering i rangordningen) eller deltagelse i et bestemt program/køb af supplerende tjenester (hvilket fører til en bedre placering i rangordningen)

Erhvervsbrugers lagerbeholdning

Sæsonbetonede og midlertidige afvigelser (f.eks. salgsarrangement af én dags varighed)

National tilgang (grænseoverskridende kulturforskelle)

Særlig metode til vægtning af brugeranmeldelser (f.eks. brug af betroede bedømmere)

Eksperimenter (f.eks. platforme, der proaktivt skubber nye virksomheder på markedet frem)

Et websteds »mobilvenlighed«

Redaktionelle indgreb (redaktørens »foretrukne«, »dagens tilbud«, ændringer af søgeresultater, der er specifikke for en enkelt erhvervsbruger eller virksomhedswebstedsbruger, uanset om de er »manuelle/menneskelige« eller »algoritmiske« osv.)

Oprydningsspraksis (f.eks. sletning af gamle apps)

Klik-igennem-satser

Adgangsregler

Mekanismer til forebyggelse af svig

Bundtede tjenester for erhvervsbrugere eller virksomhedswebstedsbrugere (f.eks. gratis forsendelse, politik for nem returnering osv.)

Kvaliteten af beskrivelsen af tilbuddet (skriftlig beskrivelse, brug af billeder osv.)

Brug af muligheder for at øge synligheden/midlertidig fremme af synligheden (f.eks. brug af en sådan mekanisme til at generere yderligere indtægter og/eller lette lancering eller markedsintroduktion af produkter/tjenesteydelser), eventuelt kombineret med eller i form af mekanismer eller tiltag, der reducerer betydningen af »ellers gældende« parametre for den relative fremtrædende visning.

Betydningen af omdømme/tillid baseret på f.eks. brugeranmeldelser eller -vurderinger

Indholdets kvalitet, herunder regelmæssig ajourføring af indholdet

Brug af klare og korte titler

Hastighed og brugervenlighed på alle enheder

Antal poster, der passer på køberens forespørgsel

Domænets alder

Indholdets egenart

Input fra brugeren (ord, der er indtastet eller fremsagt, køn, alder, kultur, sprog, adresse, tidligere interaktioner osv.)

»Objektive« platform-eksterne data (dato, tid, vejr osv.)

Personoplysninger vedrørende andre brugere (synes godt om, mest søgte ord, mest solgte produkter osv.)

Antal »delinger«/antal visninger/antal »gem«, »foretrukne«

Teknologiske midler/medie (dvs. hvordan forbrugeren får adgang til rangordningen)

Flere links

Vederlag

Forretningsforbindelse med erhvervsbrugeren (den historiske relations varighed, privilegerede forretningsforbindelser, eventuelle investeringer i tilknytning til platformen osv.)

Kvaliteten af kundeservice

Annuleringsprocent

Markedsrelaterede træk (generel efterspørgsel, konkurrencedygtige priser, sammenligneligt udbud osv.)

Negative kriterier som f.eks. antallet af forbrugerklager eller antagelser om, at forbrugerne ikke bryder sig om visse træk

Pointtal for løsning af forbrugerproblemer

Paritet (f.eks. sammenligning af andelen af mellemmand med andelen for andre distributionskanaler)

Forholdet mellem antal besøgende og køb

Applikationen svarer ikke (Application Not-Responding — ANR)

Fastholdelse

Installeringer og links tilbage til eksterne websteder

Lagertilgængelighed

Produktets kvalitet og egenskaber

Produktets relevans for sortimentet

Filtre, som forbrugerne anvender til at indsnævre deres søgning

Søgerelateret input (listeindhold, listeattributter, nøgleord/mærker/etiketter)

Relevans baseret på overensstemmelsen mellem slutbrugerens og erhvervsbrugerens input

Tilbuddets popularitet

Slutbrugerens foretrukne rangordningsrækkefølge (seneste, mest relevante, bedst anmeldte osv.)

Lovkrav (herunder svig/bekæmpelse af forfalskninger)

Ny på listen

Præference for erhvervsbrugere, der vælger muligheden for at anvende MFN-klausuler, f.eks. hvis disse ikke pålægges generelt

Tilbud, der slutter snart

Nærmeste først

Auktion vs. køb nu

Varemærke

Produktets stand (nyt vs. brugt)

Eksempel på specifikke parametre, der kan anvendes i hotelbranchen:

Minimumstilgængelighed angivet af indlogeringsstedet

Antal overnatninger for indlogeringsstedet

Tjenester og faciliteter (f.eks. spising, parkering, fitnessfaciliteter, reception og concierge-tjenester, Wi-Fi og erhvervscentre, nærhed til transport og lokale attraktioner)

Antallet af reservationer i forhold til antallet af besøg på siden for det pågældende indlogeringssted på platformen (reservationsprocent)

Hotelllets kvalitet i forhold til den annoncerede kvalitet

Bekræftelse af reservation af hotel eller restaurant

Afstanden fra restauranten til kunden eller tidligere brugermønstre

Politikker (vedrørende f.eks. tidlig indtjekning, sen afrejse og annulleringsrettigheder)

Ejendomsrelaterede (antal og kvalitet af forbrugeranmeldelser, provisionsniveau, rettidigheden af fakturabetalinger, kampagner, deltagelse i loyalitetsprogrammer osv.)

Rejsens formål (arbejde/ferie)

BILAG II

Illustrative eksempler på direkte og indirekte vederlag

En erhvervsbruger betaler en højere provision for at få en mere fremtrædende relativ placering, f.eks. ved auktioner, der gennemføres som led i premium- og partnerprogrammer

Erhvervsbrugeres eller virksomhedswebstedbrugeres periodiske pligt til betalt rangordning eller fælles salgsfremmende foranstaltninger inden for eller på de pågældende onlineformidlingstjenester eller onlinesøgemaskiner

Direkte betaling for anbefalinger fra den relevante udbyder af onlineformidlingstjenester eller onlinesøgemaskiner eller prioriteret placering

Direkte betaling for at fremme synligheden af erhvervsider på de sociale medier, onlineoplysningstjenester eller andre onlineformidlingstjenester

Direkte (engangs-) betaling for øget synlighed i bestemte perioder

(Regelmæssig) direkte betaling, der fører til et produkt, der har en fremtrædende plads i en rangordning

Loyalitetsprogrammer eller premiumprogrammer

Erhvervsbrugere kan betale for visse premiumfunktioner gennem loyalitets- eller premiumprogrammer, som platformene tilbyder. Blot det at være medlem af sådanne programmer frem for eventuelle objektive virkninger af medlemskabet på resultater, der måles under forskellige hovedparametre (f.eks. leveringshastighed i forbindelse med e-handel), kan indirekte forbedre en erhvervsbrugers rangordning på grund af konfigurationen af de rangordningsmekanismer, der kan begunstige de virksomheder, der er medlemmer.

Køb i apps

Køb i apps er ekstra indhold eller abonnementer i apps på mobile enheder eller desktopcomputere, der er tilgængelige, efter at selve appen er downloadet. Ikke alle apps tilbyder køb i appen, men nogle eller alle funktioner i en app kan kræve, at brugerne foretager et engangskøb i appen eller tegner et (betalt) abonnement. Eksempler omfatter ekstra funktioner i appen, premiumversioner og reklamefri versioner osv.

Erhvervsbrugere, der tilbyder apps med køb i appen, betaler normalt provision til platformen ved disse køb. Dette kan forbedre synligheden af deres apps i søgeresultaterne. I nogle tilfælde kan der endda henvises til køb i appen i rangordningen, som foretages af udbydere af app-butikker, som er adskilt fra og supplerer den underliggende app, hvilket ligeledes øger den samlede »relative fremtrædende placering« af den pågældende app.

Accessoriske tjenester

I lighed med loyalitets- eller premiumprogrammer kan den blotte omstændighed, at den relevante udbyder af onlineformidlingstjenester leverer accessoriske tjenester, såsom forskudsbetaling, spærring, opfyldelse, cloud-tjenester, rabatter, logistik, forsikring osv., påvirke rangordningen.

Belønnings-/incitamentstrukturer

Belønningsprogrammer, der giver kreditter til gratis annoncering på onlineplatforme — hvilket påvirker den relative fremtrædende placering — til gengæld for, at f.eks. erhvervsbrugere udvider deres udbud af produkter eller tjenester på de pågældende onlineformidlingstjenester, for så vidt angår bredden og/eller omfanget, eller til gengæld for, at man forpligter sig til at foretage prisnedsættelser i løbet af bestemte perioder, hvor den deraf følgende øgede relative fremtrædende placering ikke blot skyldes de relative prisforskelle — hvor prisen er en vigtig parameter

Tillidsmærkning

Licensafgifter for tillidsmærker, hvor den relevante udbyder af onlineformidlingstjenester eller af onlinesøgemaskiner på den ene eller anden måde er knyttet til det specifikke tillidsmærke

Eneret

Aftaler om eneret, hvis de kan føre til en bedre rangordning. Dette kan være tilfældet, hvis sådanne aftaler er frivillige — i modsætning til aftaler, som erhvervsbrugere af onlineformidlingstjenester pålægges ensidigt — og kun anvendes af en undergruppe af erhvervsbrugere.

Overskudsdeling

Der kan være tale om indirekte vederlag i en situation med overskudsdeling, når godtgørelsen f.eks. udbetales som en procentdel af de links, der klikkes på på den henvisende onlinesøgemaskine. En virksomhed kan f.eks. få en højere placering på listen over søgeresultater, hvis den accepterer at give udbyderen af onlinesøgemaskinen mulighed for at vise virksomhedens indhold i en nyhedstjeneste eller en podcasttjeneste, som den samme udbyder driver.

Adgang til og brug af data

Erhvervsbrugere kan aftale at give bedre adgang til eller andre kontraktlige/juridiske rettigheder vedrørende de data, de genererer ved at bruge onlineformidlingstjenesterne, til udbydere af disse tjenester. En sådan kontraktlig forpligtelse vedrørende data kan, hvis den kun indgås af en undergruppe af erhvervsbrugere, påvirke rangordningen på forskellige måder, herunder som følge af gode råd til optimering for at opnå en bedre placering i rangordningen eller viden, som udbyderen tilbyder til gengæld. Disse data er værdifulde oplysninger, der også kan give onlineformidlingstjenester en stærk kommerciel eller konkurrencemæssig fordel, herunder når de selv aktivt sælger på de samme onlineformidlingstjenester.

Kombinerede tilbud/kommercielle forbindelser

Vederlag er en del af bredere kommercielle aftaler med udbydere af onlineformidlingstjenester. I en sådan situation kan direkte betaling for en enkelt tjeneste, som endog kan være uafhængig af de pågældende onlineformidlingstjenester eller onlinesøgemaskiner, påvirke den pågældende virksomheds status — og muligvis rangordningen — på tværs af flere af eller alle de tjenesteydelser, der udveksles mellem de to enheder.

Beslutning om ikke at gøre indsigelse mod en anmeldt fusion**(Sag M.10007 — Telefónica/Banco Bilbao Vizcaya Argentaria/Movistar Money Colombia JV)****(EØS-relevant tekst)**

(2020/C 424/02)

Den 2. december 2020 besluttede Kommissionen ikke at gøre indsigelse mod ovennævnte anmeldte fusion og erklære den forenelig med det indre marked. Beslutningen er truffet efter artikel 6, stk. 1, litra b), i Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 ⁽¹⁾. Beslutningens fulde ordlyd foreligger kun på spansk og vil blive offentliggjort, efter at eventuelle forretningshemmeligheder er udeladt. Den vil kunne ses:

- under fusioner på Kommissionens websted for konkurrence (<http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/>). Dette websted giver forskellige muligheder for at finde de konkrete fusionsbeslutninger, idet de er opstillet efter bl.a. virksomhedens navn, sagsnummer, dato og sektor,
- i elektronisk form på EUR-Lex-webstedet (<http://eur-lex.europa.eu/homepage.html?locale=da>) under dokument nr. 32020M10007. EUR-Lex giver online-adgang til EU-retten.

⁽¹⁾ EUT L 24 af 29.1.2004, s. 1.

IV

(Oplysninger)

OPLYSNINGER FRA DEN EUROPÆISKE UNIONS INSTITUTIONER, ORGANER,
KONTORER OG AGENTURER

EUROPA-KOMMISSIONEN

Euroens vekselkurs ⁽¹⁾

7. december 2020

(2020/C 424/03)

1 euro =

Valuta	Kurs	Valuta	Kurs		
USD	amerikanske dollar	1,2128	CAD	canadiske dollar	1,5537
JPY	japanske yen	126,30	HKD	hongkongske dollar	9,3999
DKK	danske kroner	7,4433	NZD	newzealandske dollar	1,7252
GBP	pund sterling	0,91215	SGD	singaporeanske dollar	1,6212
SEK	svenske kroner	10,2018	KRW	sydkoreanske won	1 316,88
CHF	schweiziske franc	1,0802	ZAR	sydafrikanske rand	18,4244
ISK	islandske kroner	152,70	CNY	kinesiske renminbi yuan	7,9310
NOK	norske kroner	10,6328	HRK	kroatiske kuna	7,5400
BGN	bulgarske lev	1,9558	IDR	indonesiske rupiah	17 214,85
CZK	tjekkiske koruna	26,482	MYR	malaysiske ringgit	4,9385
HUF	ungarske forint	359,49	PHP	filippinske pesos	58,421
PLN	polske zloty	4,4670	RUB	russiske rubler	89,7900
RON	rumænske leu	4,8735	THB	thailandske bath	36,669
TRY	tyrkiske lira	9,5053	BRL	brasilianske real	6,2124
AUD	australske dollar	1,6374	MXN	mexicanske pesos	24,0901
			INR	indiske rupee	89,6285

⁽¹⁾ Kilde: Referencekurs offentliggjort af Den Europæiske Centralbank.

Meddelelse om afslutning af foranstaltningerne over for et tredjeland, som den 21. april 2016 blev underrettet om, at det muligvis ville blive identificeret som et ikke-samarbejdende tredjeland i henhold til Rådets forordning (EF) nr. 1005/2008 om en EF-ordning, der skal forebygge, afværge og standse ulovligt, urapporteret og ureguleret fiskeri

(2020/C 424/04)

Europa-Kommissionen (Kommissionen) har afsluttet de foranstaltninger vedrørende bekæmpelse af IUU-fiskeri over for Kiribati, som blev indledt den 21. april 2016 med Kommissionens afgørelse C/2016/2254 ⁽¹⁾ om underretning af Kiribati om, at landet efter Kommissionens opfattelse muligvis kunne identificeres som et ikke-samarbejdende tredjeland i henhold til Rådets forordning (EF) nr. 1005/2008 om en EF-ordning, der skal forebygge, afværge og standse ulovligt, urapporteret og ureguleret fiskeri (IUU-forordningen).

1. Retlig ramme

I henhold til artikel 32 i IUU-forordningen bør Kommissionen underrette tredjelände om, at de muligvis kan identificeres som ikke-samarbejdende lande. En sådan underretning er foreløbig. Underretningen af tredjelände om, at de muligvis kan identificeres som ikke-samarbejdende lande, er baseret på de kriterier, der er fastsat i IUU-forordningens artikel 31.

Kommissionen bør træffe alle de foranstaltninger, der er anført i artikel 32, over for sådanne lande. I meddelelsen bør Kommissionen især gøre rede for de vigtigste kendsgerninger og overvejelser, der ligger til grund for identifikationen, gøre landene opmærksomme på, at de har mulighed for at reagere på meddelelsen og for at fremsende materiale, der modbeviser en sådan identifikation, eller eventuelt en handlingsplan med forbedringer og oplysninger om, hvilke foranstaltninger der allerede er truffet for at afhjælpe situationen.

Kommissionen bør give de pågældende tredjelände tilstrækkelig tid til at besvare meddelelsen og en rimelig frist til at afhjælpe situationen.

2. Fremgangsmåde

Den 21. april 2016 underrettede Kommissionen Kiribati om, at landet muligvis kunne identificeres som et ikke-samarbejdende tredjeland, når det gælder bekæmpelse af ulovligt, urapporteret og ureguleret fiskeri (IUU-fiskeri).

Med henblik på at undgå identifikation som et ikke-samarbejdende land opfordrede Kommissionen Kiribati til at samarbejde med Kommissionen på grundlag af en foreslået handlingsplan for at rette op på de mangler, der var konstateret.

Kommissionen indledte en dialog med Kiribati. Landet svarede med mundtlige og skriftlige kommentarer, som Kommissionen vurderede og tog hensyn til. Kommissionen fortsatte med at indhente og efterprøve alle de oplysninger, som den anså for nødvendige.

Kiribati har indført de nødvendige foranstaltninger til at forebygge IUU-fiskeri og til at forebygge, at sådant fiskeri finder sted i fremtiden, og afhjælpe enhver handling eller undladelse, som har ført til meddelelsen om, at landet muligvis kan identificeres som et ikke-samarbejdende land, når det gælder bekæmpelsen af IUU-fiskeri.

3. Konklusion

Under de givne omstændigheder og efter at have gennemgået ovennævnte overvejelser, konkluderer Kommissionen derfor, at foranstaltningerne over for Kiribati i henhold til artikel 32 i IUU-forordningen for så vidt angår landets opfyldelse af sine folkeretlige forpligtelser som flag-, havne-, kyst- eller afsætningsstat og de foranstaltninger, landet har truffet for at forebygge, afværge og standse IUU-fiskeri, hermed afsluttes. Kommissionen har fremsendt en officiel meddelelse til de relevante kompetente myndigheder.

At foranstaltningerne afsluttes som ovenfor nævnt udelukker ikke, at Kommissionen eller Rådet senere kan træffe foranstaltninger i tilfælde af, at faktuelle forhold afslører, at landet ikke opfylder de folkeretlige forpligtelser, det som flag-, havne-, kyst- eller afsætningsstat har til at træffe foranstaltninger til at forebygge, afværge og standse IUU-fiskeri.

⁽¹⁾ [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016D0423\(01\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016D0423(01)&from=EN)

Meddelelse fra Kommissionen om ændring af EU-retningslinjerne for statsstøtte i landbrugs- og skovbrugssektoren og i landdistrikter 2014-2020 for så vidt angår deres anvendelsesperiode og om midlertidig tilpasning af retningslinjerne for at tage højde for virkningen af covid-19-pandemien

(EØS-relevant tekst)

(2020/C 424/05)

Sagsforløb

1. EU-retningslinjerne for statsstøtte i landbrugs- og skovbrugssektoren og i landdistrikter 2014-2020 ⁽¹⁾ (i det følgende benævnt »retningslinjerne«) gælder indtil den 31. december 2020.
2. Den 8. september 2018 iværksatte Kommissionen en revision af retningslinjerne med henblik på at erstatte dem med nye retningslinjer for perioden 2021-2027. Udformningen af disse nye retningslinjer vil i høj grad afhænge af de regler, der gælder for støtte til udvikling af landdistrikterne i den foreslåede forordning om støtte til strategiske planer, der skal udarbejdes af medlemsstaterne inden for rammerne af den fælles landbrugspolitik ⁽²⁾. Lovgivningsproceduren for vedtagelse af denne forordning er imidlertid endnu ikke afsluttet, og den grundlæggende retsakt og de hermed forbundne delegerede retsakter og gennemførelsesbestemmelser vil ikke blive vedtaget i et stykke tid endnu. For at gøre det muligt for Kommissionen fortsat at vurdere statsstøttesager på grundlag af de nuværende retningslinjer, og samtidig gøre det muligt at afslutte revisionen af dem efter vedtagelsen af reformen af den fælles landbrugspolitik, er det hensigtsmæssigt at forlænge retningslinjernes anvendelsesperiode indtil den 31. december 2022.
3. I betragtning af covid-19-udbruddets økonomiske og finansielle konsekvenser for virksomhederne er det nødvendigt at tilpasse retningslinjerne midlertidigt for så vidt angår forudsætningerne for virksomhedernes støtteberettigelse i henhold til retningslinjerne. Derfor bør virksomheder, der ikke var kriseramte pr. 31. december 2019, men blev kriseramte i perioden fra 1. januar 2020 til 30. juni 2021, fortsat være støtteberettigede i henhold til disse retningslinjer.
4. I retningslinjerne foretages derfor følgende ændringer:
5. Punkt 26 affattes således:

»(26) Disse retningslinjer finder ikke anvendelse på kriseramte virksomheder, med forbehold af de undtagelser, der anføres i dette punkt. Kommissionen finder, at når en virksomhed er kriseramt, er det selve virksomhedens overlevelse, der er i fare, og den kan derfor ikke betragtes som et velegnet instrument til at fremme andre overordnede politiske mål, før der er skabt sikkerhed for dens levedygtighed. Hvis støttemodtageren er kriseramt efter definitionen i punkt 35, nr. 15, vil støtten derfor blive vurderet på grundlag af den senest gældende udgave af Fællesskabets rammebestemmelser for statsstøtte til redning og omstrukturering af kriseramte virksomheder. Dette princip gælder dog ikke for støtte til kompensation for skader forårsaget af naturkatastrofer og usædvanlige begivenheder efter afsnit 1.2.1.1 og 2.1.3 i del II i disse retningslinjer, som er forenelig med det indre marked efter traktatens artikel 107, stk. 2, litra b). Hvis en landbrugs- eller skovbrugsvirksomhed er blevet kriseramt på grund af de risikobegivenheder, der er omhandlet i afsnit 1.2.1.2, 1.2.1.3, 1.2.1.5, 2.1.3, 2.8.1 eller 2.8.5 i del II i disse retningslinjer, kan der efter disse retningslinjer ydes støtte til kompensation for eller genopretning af tab eller skader forårsaget af disse risikobegivenheder og til dækning af omkostningerne ved udryddelse af skadegørere, og støtte hertil vil stadig kunne blive anset for at være forenelig med det indre marked efter traktatens artikel 107, stk. 3, litra c). Desuden bør der af folkesundhedshensyn og under hensyn til, at der er tale om en nødsituation, under visse omstændigheder ses bort fra en virksomheds økonomiske situation i forbindelse med støtte til destruktion og fjernelse af døde dyr efter afsnit 1.2.1.4 og støtte til udryddelsesforanstaltninger ved dyresygdomme efter punkt 375 i afsnit 1.2.1.3. i del II i disse retningslinjer. Virksomheder, der ikke var kriseramte pr. 31. december 2019, men blev kriseramte i perioden fra 1. januar 2020 til 30. juni 2021, vil fortsat være støtteberettigede i henhold til disse retningslinjer.«

⁽¹⁾ EUT C 204 af 1.7.2014, s. 1.

⁽²⁾ Forslag til Europa-Parlamentets og Rådets forordning om regler for støtte til strategiske planer, der udarbejdes af medlemsstaterne under den fælles landbrugspolitik og finansieres gennem Den Europæiske Garantifond for Landbruget (EGFL) og Den Europæiske Landbrugsfond for Udvikling af Landdistrikterne (ELFUL), og om ophævelse af Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) nr. 1305/2013 og Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) nr. 1307/2013 (COM(2018) 392 final).

6. Punkt 737 affattes således:

»(737) Disse retningslinjer anvendes indtil den 31. december 2022. Kommissionen kan beslutte at revidere eller ændre disse retningslinjer på et hvilket som helst tidspunkt, hvis det skulle vise sig nødvendigt af konkurrencepolitiske årsager eller af hensyn til andre EU-politikker på f.eks. landbrugs- og landdistriktsområdet, folkesundhedsområdet eller dyresundhedsområdet, plantebeskyttelses- eller miljøområdet, på grund af internationale forpligtelser eller af anden gyldig grund.«

V

(Øvrige meddelelser)

PROCEDURER VEDRØRENDE GENNEMFØRELSEN AF DEN FÆLLES
HANDELSPOLITIK

EUROPA-KOMMISSIONEN

Meddelelse om udløbet af visse antidumpingforanstaltninger

(2020/C 424/06)

I tilslutning til offentliggørelsen af en meddelelse om det forestående udløb ⁽¹⁾, efter hvilken der ikke er modtaget nogen behørigt begrundet anmodning om fornyet behandling, skal Kommissionen meddele, at nedennævnte antisubsidieforanstaltning udløber.

Denne meddelelse offentliggøres i overensstemmelse med artikel 11, stk. 2, i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2016/1036 af 8. juni 2016 om beskyttelse mod dumpingimport fra lande, der ikke er medlemmer af Den Europæiske Union ⁽²⁾.

Vare	Oprindelses- eller eksportland(e)	Foranstaltninger	Henvisning	Udløbsdato ⁽¹⁾
Sømløse rør af jern eller stål	Folkerepublikken Kina	Antidumpingtold	Kommissionens gennemførelsesforordning (EU) 2015/2272 af 7. december 2015 om indførelse af en endelig antidumpingtold på importen af visse sømløse rør af jern eller stål med oprindelse i Folkerepublikken Kina efter en udløbsundersøgelse i henhold til artikel 11, stk. 2, i Rådets forordning (EF) nr. 1225/2009 (EUT L 322 af 8.12.2015, s. 21).	9.12.2020

⁽¹⁾ Foranstaltningen udløber ved midnat på den i denne kolonne angivne dato.

⁽¹⁾ EUT C 82 af 12.3.2020, s. 5.

⁽²⁾ EUT L 176 af 30.6.2016, s. 21.

PROCEDURER VEDRØRENDE GENNEMFØRELSEN AF
KONKURRENCEPOLITIKKEN

EUROPA-KOMMISSIONEN

Anmeldelse af en planlagt fusion

(Sag: M.10089 — Phillips 66/Fortress Investment Group/Pester Marketing)

Behandles eventuelt efter den forenklede procedure

(EØS-relevant tekst)

(2020/C 424/07)

1. Den 1. december 2020 modtog Kommissionen i overensstemmelse med artikel 4 i Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 ⁽¹⁾ anmeldelse af en planlagt fusion.

Anmeldelsen vedrører følgende virksomheder:

- Phillips 66 Company («Phillips 66», USA)
- Fortress Investment Group LLC («Fortress», USA), der kontrolleres af SoftBank Group Corp. («SoftBank», Japan)
- Pester Marketing tankstation- og nærbutiksvirksomhed («Pester Marketing», USA).

Phillips 66 og Fortress erhverver indirekte fælles kontrol, jf. fusionsforordningens artikel 3, stk. 1, litra b), over Pester Marketing.

Den planlagte fusion gennemføres gennem opkøb af aktiver.

2. De deltagende virksomheder er aktive på følgende områder:

- Phillips 66: forarbejdning, transport, oplagring og markedsføring af brændstoffer og produkter på verdensplan gennem en portefølje af integrerede midstream-, kemikalie-, raffinerings- og marketingsvirksomheder
- Fortress: global investerings- og kapitalforvaltning
- Pester Marketing: ejer og driver tankstationer, der sælger motorbrændstof og dagligvarer i Rocky Mountain-regionen samt de sydvest- og midtvestlige regioner i USA.

3. Efter en foreløbig gennemgang af sagen finder Kommissionen, at den anmeldte fusion muligvis er omfattet af fusionsforordningen. Den har dog endnu ikke taget endelig stilling hertil.

Det bemærkes, at denne sag eventuelt vil blive behandlet efter den forenklede procedure i overensstemmelse med Kommissionens meddelelse om en forenklet procedure for behandling af bestemte fusioner efter Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 ⁽²⁾.

4. Kommissionen opfordrer alle interesserede tredjeparter til at fremsætte eventuelle bemærkninger til den planlagte fusion.

Alle bemærkninger skal være Kommissionen i hænde senest 10 dage efter offentliggørelsen af denne meddelelse. Angiv altid referencen:

M.10089 — Phillips 66/Fortress Investment Group/Pester Marketing.

⁽¹⁾ EUT L 24 af 29.1.2004, s. 1 («fusionsforordningen»).

⁽²⁾ EUT C 366 af 14.12.2013, s. 5.

Bemærkningerne kan sendes til Kommissionen pr. e-mail, fax eller brev. Benyt venligst følgende kontaktoplysninger:

E-mail: COMP-MERGER-REGISTRY@ec.europa.eu

Fax +32 22964301

Postadresse:

European Commission
Directorate-General for Competition
Merger Registry
1049 Bruxelles/Brussel
BELGIEN

Anmeldelse af en planlagt fusion**(Sag: M.9982 — Ford/GFT)****Behandles eventuelt efter den forenklede procedure****(EØS-relevant tekst)**

(2020/C 424/08)

1. Den 30. november 2020 modtog Kommissionen i overensstemmelse med artikel 4 i Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 ⁽¹⁾ anmeldelse af en planlagt fusion.

Anmeldelsen vedrører følgende virksomheder:

- Ford-Werke GmbH (»FWG«, Tyskland), der kontrolleres af Ford Motor Company (»FMC«, USA), der tilhører Ford-koncernen (USA)
- GETRAG FORD Transmissions GmbH (»GFT«, Tyskland), der kontrolleres i fællesskab af FMC og Magna International Inc. (»MAGNA«).

FWG erhverver enekontrol, jf. fusionsforordningens artikel 3, stk. 1, litra b), over hele GFT.

Den planlagte fusion gennemføres gennem opkøb af aktier.

2. De deltagende virksomheder er aktive på følgende områder:

- FMC (Ford-koncernen): design, fremstilling, markedsføring og reparation af hele udbuddet fra Ford, dvs. biler, lastbiler, SUV-køretøjer, eldrevne køretøjer samt luksuskøretøjer af mærket Lincoln. FMC leverer finansielle tjenesteydelser gennem Ford Motor Credit Company og udvikler også elektrificerede og selvkørende køretøjer samt mobilitetsløsninger
- GFT: udvikling, fremstilling og salg af gearkasser til lette køretøjer, herunder på to produktionsanlæg i Tyskland og Det Forenede Kongerige.

3. Efter en foreløbig gennemgang af sagen finder Kommissionen, at den anmeldte fusion muligvis er omfattet af fusionsforordningen. Den har dog endnu ikke taget endelig stilling hertil.

Det bemærkes, at denne sag eventuelt vil blive behandlet efter den forenklede procedure i overensstemmelse med Kommissionens meddelelse om en forenklet procedure for behandling af bestemte fusioner efter Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 ⁽²⁾.

4. Kommissionen opfordrer alle interesserede tredjeparter til at fremsætte eventuelle bemærkninger til den planlagte fusion.

Alle bemærkninger skal være Kommissionen i hænde senest 10 dage efter offentliggørelsen af denne meddelelse. Angiv altid referencen:

M.9982 — Ford/GFT.

Bemærkningerne kan sendes til Kommissionen pr. e-mail, fax eller brev. Benyt venligst følgende kontaktoplysninger:

E-mail: COMP-MERGER-REGISTRY@ec.europa.eu

Fax +32 22964301

Postadresse:

European Commission
Directorate-General for Competition
Merger Registry
1049 Bruxelles/Brussel
BELGIEN

⁽¹⁾ EUT L 24 af 29.1.2004, s. 1 (»fusionsforordningen«).

⁽²⁾ EUT C 366 af 14.12.2013, s. 5.

Anmeldelse af en planlagt fusion
(Sag: M.10083 — China Baowu/Taiyuan Iron & Steel Group)
Behandles eventuelt efter den forenklede procedure

(EØS-relevant tekst)

(2020/C 424/09)

1. Den 30. november 2020 modtog Kommissionen i overensstemmelse med artikel 4 i Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 ⁽¹⁾ anmeldelse af en planlagt fusion.

Anmeldelsen vedrører følgende virksomheder:

- China Baowu Steel Group Corporation Limited («China Baowu», Kina)
- Taiyuan Iron and Steel (Group) Company Ltd. («TISCO», Kina).

China Baowu erhverver enekontrol, jf. fusionsforordningens artikel 3, stk. 1, litra b), over hele TISCO.

Den planlagte fusion gennemføres gennem opkøb af aktier.

2. De deltagende virksomheder er aktive på følgende områder:

- China Baowu: hovedsageligt aktiv inden for fremstilling og salg af stålprodukter
- TISCO: hovedsageligt aktiv inden for fremstilling og salg af stålprodukter.

3. Efter en foreløbig gennemgang af sagen finder Kommissionen, at den anmeldte fusion muligvis er omfattet af fusionsforordningen. Den har dog endnu ikke taget endelig stilling hertil.

Det bemærkes, at denne sag eventuelt vil blive behandlet efter den forenklede procedure i overensstemmelse med Kommissionens meddelelse om en forenklet procedure for behandling af bestemte fusioner efter Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 ⁽²⁾.

4. Kommissionen opfordrer alle interesserede tredjeparter til at fremsætte eventuelle bemærkninger til den planlagte fusion.

Alle bemærkninger skal være Kommissionen i hænde senest 10 dage efter offentliggørelsen af denne meddelelse. Angiv altid referencen:

M.10083 — China Baowu/Taiyuan Iron & Steel Group

Bemærkningerne kan sendes til Kommissionen pr. e-mail, fax eller brev. Benyt venligst følgende kontaktoplysninger:

E-mail: COMP-MERGER-REGISTRY@ec.europa.eu

Fax +32 222964301

Postadresse:

European Commission
Directorate-General for Competition
Merger Registry
1049 Bruxelles/Brussel
BELGIEN

⁽¹⁾ EUT L 24 af 29.1.2004, s. 1 («fusionsforordningen»).

⁽²⁾ EUT C 366 af 14.12.2013, s. 5.

Anmeldelse af en planlagt fusion
(Sag: M.9983 — Magna/GFT Bordeaux)
Behandles eventuelt efter den forenkede procedure

(EØS-relevant tekst)

(2020/C 424/10)

1. Den 30. november 2020 modtog Kommissionen i overensstemmelse med artikel 4 og efter henvisning i henhold til artikel 4, stk. 5, i Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 ⁽¹⁾ anmeldelse af en planlagt fusion.

Anmeldelsen vedrører følgende virksomheder:

- Magna International Inc. (»MAGNA«, Canada)
- Produktionsanlæg i Bordeaux (»målvirksomheden«, Frankrig), der tilhører GETRAG FORD Transmissions GmbH (»GFT«, Tyskland).

MAGNA erhverver enekontrol, jf. fusionsforordningens artikel 3, stk. 1, litra b), over hele målvirksomheden.

Den planlagte fusion gennemføres gennem opkøb af aktiver.

2. De deltagende virksomheder er aktive på følgende områder:

- MAGNA er global leverandør til bilindustrien, der designer, udvikler, fremstiller og leverer motorsystemer, udstyr til køretøjs-montage, moduler og komponenter primært til fabrikanter af originaludstyr til personbiler og lette erhvervskøretøjer
- Målvirksomheden er en fabrik, der fremstiller manuelle gearkasser. Den ligger i Bordeaux i Frankrig og drives i øjeblikket af GFT.

3. Efter en foreløbig gennemgang af sagen finder Kommissionen, at den anmeldte fusion muligvis er omfattet af fusionsforordningen. Den har dog endnu ikke taget endelig stilling hertil.

Det bemærkes, at denne sag eventuelt vil blive behandlet efter den forenkede procedure i overensstemmelse med Kommissionens meddelelse om en forenklet procedure for behandling af bestemte fusioner efter Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 ⁽²⁾.

4. Kommissionen opfordrer alle interesserede tredjeparter til at fremsætte eventuelle bemærkninger til den planlagte fusion.

Alle bemærkninger skal være Kommissionen i hænde senest 10 dage efter offentliggørelsen af denne meddelelse. Angiv altid referencen:

M.9983 — Magna/GFT Bordeaux.

Bemærkningerne kan sendes til Kommissionen pr. e-mail, fax eller brev. Benyt venligst følgende kontaktoplysninger:

E-mail: COMP-MERGER-REGISTRY@ec.europa.eu

Fax +32 22964301

Postadresse:

European Commission
Directorate-General for Competition
Merger Registry
1049 Bruxelles/Brussel
BELGIEN

⁽¹⁾ EUT L 24 af 29.1.2004, s. 1 (»fusionsforordningen«).

⁽²⁾ EUT C 366 af 14.12.2013, s. 5.

Anmeldelse af en planlagt fusion
(Sag: M.10055 — MIRA/Romanian assets of CEZ)
Behandles eventuelt efter den forenklede procedure

(EØS-relevant tekst)

(2020/C 424/11)

1. Den 1. december 2020 modtog Kommissionen i overensstemmelse med artikel 4 i Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 ⁽¹⁾ anmeldelse af en planlagt fusion.

Anmeldelsen vedrører følgende virksomheder:

- Macquarie Infrastructure and Real Assets (Europe) Limited (»MIRA«, Det Forenede Kongerige), der tilhører Macquarie Group Limited (»Macquarie«, Australien)
- Rumænske aktiver i form af produktion og distribution af elektricitet samt detailudbud af naturgas og elektricitet (»Romanian assets of CEZ«, Rumænien), der i øjeblikket ejes af ČEZ a.s. (»CEZ«, Tjekkiet).

MIRA erhverver enekontrol, jf. fusionsforordningens artikel 3, stk. 1, litra b), over hele Romanian assets of CEZ.

Den planlagte fusion gennemføres gennem opkøb af aktier.

2. De deltagende virksomheder er aktive på følgende områder:

- MIRA: forvaltning af infrastruktur og andre reale aktiver, bl.a. fast ejendom, energi og landbrugsaktiver MIRA er en del af afdelingen for infrastruktur og realaktiver i Macquarie, der er en global udbyder af tjenesteydelser inden for investeringer og bankvirksomhed samt finansielle tjenesteydelser
- Romanian assets of CEZ: syv selskaber, der sammen driver et eldistributionensnet, en portefølje af aktiver inden for vedvarende energi samt el- og gasforsyning, alt sammen i Rumænien.

3. Efter en foreløbig gennemgang af sagen finder Kommissionen, at den anmeldte fusion muligvis er omfattet af fusionsforordningen. Den har dog endnu ikke taget endelig stilling hertil.

Det bemærkes, at denne sag eventuelt vil blive behandlet efter den forenklede procedure i overensstemmelse med Kommissionens meddelelse om en forenklet procedure for behandling af bestemte fusioner efter Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 ⁽²⁾.

4. Kommissionen opfordrer alle interesserede tredjeparter til at fremsætte eventuelle bemærkninger til den planlagte fusion.

Alle bemærkninger skal være Kommissionen i hænde senest 10 dage efter offentliggørelsen af denne meddelelse. Angiv altid referencen:

M.10055 — MIRA/Romanian assets of CEZ

Bemærkningerne kan sendes til Kommissionen pr. e-mail, fax eller brev. Benyt venligst følgende kontaktoplysninger:

E-mail: COMP-MERGER-REGISTRY@ec.europa.eu

Fax +32 222964301

Postadresse:

European Commission
Directorate-General for Competition
Merger Registry
1049 Bruxelles/Brussel
BELGIEN

⁽¹⁾ EUT L 24 af 29.1.2004, s. 1 (»fusionsforordningen«).

⁽²⁾ EUT C 366 af 14.12.2013, s. 5.

ANDET

EUROPA-KOMMISSIONEN

Offentliggørelse af en ansøgning om godkendelse af en væsentlig ændring af varespecifikationen i henhold til artikel 50, stk. 2, litra b), i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) nr. 1151/2012 om kvalitetsordninger for landbrugsprodukter og fødevarer

(2020/C 424/12)

Denne offentliggørelse giver ret til at gøre indsigelse mod ansøgningen, jf. artikel 51 i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) nr. 1151/2012 ⁽¹⁾, senest tre måneder efter datoen for denne offentliggørelse.

ANSØGNING OM GODKENDELSE AF EN VÆSENTLIG ÆNDRING AF VARESPECIFIKATIONEN FOR GARANTEREDE TRADITIONELLE SPECIALITETER

Ansøgning om godkendelse af en ændring, jf. artikel 53, stk. 2, første afsnit, i forordning (EU) nr. 1151/2012

»Mozzarella«

EU nr.: TSG-IT-0001-AM01 —11.9.2019

1. Ansøgende sammenslutning og legitim interesse

Sammenslutningens navn: Latterie Soligo, Fattorie Marchigiane, Alival s.p.a

Adresse: Montemaggiore al Metauro 61030 (PU), Italien

Tlf.: + 39 072157961

E-mail: fama@trevalli.cooperlat.it

Producenterne kan indgive en ændringsansøgning i overensstemmelse med bestemmelserne i ministerielt dekret nr. 12511 af 14. oktober 2013 og repræsenterer alle producenterne af »Mozzarella« GTS.

2. Medlemsstat eller tredjeland

Italien

3. Afsnit i varespecifikationen, som berøres af ændringen Produktets betegnelse Beskrivelse af produktet Produktionsmetode Andet: ændring af beskyttelsesordningen, der bliver til »registrering med forbehold af betegnelsen« i stedet for »registrering uden forbehold af betegnelsen«.**4. Type ændring** Ændring — der ikke kan betegnes som en mindre ændring, jf. artikel 53, stk. 2, fjerde afsnit, i forordning (EU) nr. 1151/2012 — af varespecifikationen for en registreret GTS.

(¹) EUT L 343 af 14.12.2012, s. 1.

5. Ændring(er)

Betegnelse

Ændringen vedrører produktets betegnelse og består i at tilføje præciseringen »tradizionale (traditional)« til betegnelsen »Mozzarella«, således at den foreslåede betegnelse bliver følgende: »Mozzarella Tradizionale«.

Betegnelsen »Mozzarella Tradizionale« gør det mulig omgående at identificere produktet, og af navnet fremgår også de oplysninger, der allerede er blevet præsenteret i varespecifikationen med hensyn til produktets traditionelle egenskaber og produktionsmetode.

Som præcist angivet i den del, der beskriver grundlaget, er formålet med varespecifikationen således at regulere mozzarella i den mest traditionelle form. Betegnelsen svarer således til den betegnelse, der anvendes almindeligvis af forbrugeren til at betegne produktet.

Andet

Beskyttelsesordningen: ændring, der bliver til »registrering med forbehold af betegnelsen« i stedet for »registrering uden forbehold af betegnelsen«.

Desuden foreslås ændringen med henblik på at beskytte registreringen af det pågældende produkt, fordi det ikke længere er muligt at registrere betegnelser for landbrugs- og fødevarerprodukter som garanterede traditionelle specialiteter uden forbehold, og at de betegnelser i overensstemmelse med artikel 25, stk. 2, i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) nr. 1151/2012, der er registreret i overensstemmelse med kravene i artikel 13, stk. 1, i forordning (EF) nr. 509/2006, herunder betegnelser, der er registreret på grundlag af ansøgninger som omhandlet i nærværende forordnings artikel 58, stk. 1, andet afsnit, kan anvendes alene indtil den 4. januar 2023 på de betingelser, der er fastsat i forordning (EF) nr. 509/2006.

Det foreslås derfor at ændre beskyttelsesordningen for de garanterede traditionelle specialiteter ved at tilpasse den til den ordning, som GTS'er, der er registreret i henhold til forordning (EU) nr. 1151/2012, nyder godt af. »Mozzarella Tradizionale« GTS vil kunne nyde godt af betegnelsesforbeholdet. Der anmodes alene om forbehold af betegnelsen med henvisning til hele betegnelsen (»Mozzarella Tradizionale«) og ikke for dele af betegnelsen.

VARESPECIFIKATION FOR EN GARANTERET TRADITIONEL SPECIALITET

»Mozzarella Tradizionale«

EU nr.: TSG-IT-0001-AM01 — 11.9.2019

»Italien«

1. Betegnelse, der skal registreres

»Mozzarella Tradizionale«

2. Produkttype (jf. bilag XI)

1.3 Oste

3. Begrundelse for registrering

3.1. Produktet

er resultatet af en produktionsmåde, forarbejdning eller sammensætning, som svarer til den traditionelle praksis for det pågældende produkt eller den pågældende fødevarer

er fremstillet af de råvarer eller ingredienser, der traditionelt har været anvendt.

3.2. Betegnelsen

har traditionelt været brugt til at betegne det bestemte produkt

udtrykker produktets traditionelle eller særlige karakter.

4. Beskrivelse

4.1. Beskrivelse af det produkt, som betegnelsen i punkt 1 henviser til, herunder dets vigtigste fysiske, kemiske, mikrobiologiske eller organoleptiske kendetegn, som viser produktets særlige egenart (artikel 7, stk. 2, i nærværende forordning)

»Mozzarella Tradizionale« er en frisk, blød (jf. definitionen i *Codex Alimentarius*) og syrnede »pasta filata«-ost. Den kan være kugleformet (20-250 g), evt. med et lille »hoved«, eller flettet (med en vægt på mellem 125 og 250 g).

»Mozzarella Tradizionale« pakkes i en beskyttende emballage og markedsføres i en konserveringsvæske bestående af vand, der eventuelt er saltet. Denne væske er i direkte kontakt, hvis emballagen er hermetisk, eller siver igennem, hvis emballagen er perforeret eller gennemtrængelig

Organoleptiske egenskaber:

Udseende:

- ingen skorpe, men et blødt skind
- glat og blank overflade, homogen, mælkevid
- ostemasse med en typisk trådet struktur, der er mere tydelig i begyndelsen, med en lagopdeling, som ved skæring og let tryk afgiver en mælkeagtig væske. Ostemassen kan indeholde »lommer«, hvor der samler sig væske
- ingen huller
- farve: mælkevid, homogen, uden pletter og striber
- Konsistens: blød og let elastisk
- Smag: karakteristisk, velsmagende, frisk og let syrlig
- Aroma: karakteristisk, vellugtende, fin, af let syrnede mælk

Kemiske egenskaber:

- fedtindhold i tørstoffet: mindst 44 % vægtprocent
- vandindhold: kugleformet: 58-66 vægtprocent fletning: 56-62 % vægtprocent
- vandindhold i den fedtfri del: 69-80 % vægtprocent
- fosfataseaktivitet ikke over 12 µg fenol pr. gram ost
- pH-værdi i ostemassen: 5,1 - 5,6
- L(+)-mælkesyre: over 0,2 % i prøver, der er analyseret højst tre dage efter tilvirkningen
- natriumklorid (NaCl): i prøver højst 1 vægtprocent:
- valleprotein: højst 10 mg pr. 100 g protein.

Mikrobiologiske egenskaber:

Karakteristisk mikroflora, der er resistent over for stråkningsprocessen, i en mængde på mindst 10^7 kolonidannende enheder pr. ml i prøver, der er analyseret højst tre dage efter tilvirkningen.

Opbevaring:

Produktet opbevares ved 0-4 ° C. Højeste opbevaringstemperatur anføres på etiketten ligesom sidste holdbarhedsdato, der angives med teksten »sidste anvendelsesdato« efterfulgt af dag og måned.

- 4.2. *Beskrivelse af den fremstillingsmetode for det produkt, som betegnelsen under punkt 1 henviser til, som producenterne skal følge, herunder eventuelt arten og beskaffenheden af de råvarer eller ingredienser, der anvendes, og metoden til fremstilling af produktet (artikel 7, stk. 2, i nærværende forordning)*

Omfatter udelukkende følgende faser, som skal gennemføres i et kontinuerligt forløb på samme bedrift:

- mælken forsyres eventuelt, men udelukkende med den naturlige mælkesyrekultur (¹)
- mælken pasteuriseres ved mindst 71,7 ° C i 15 sekunder eller behandles med lignende virkning
- mælken tilsættes den naturlige mælkesyrekultur
- der tilsættes flydende bovin løbe (med en pepsinaktivitet på mellem 20 og 30 %)
- koagulering af løbe ved 35-39 ° C

- koaglet skæres, brydes og afdryppes
- koaglet syrnes til 5,0-5,4 pH, den syrnede ostemasse skæres i stykker
- ostemassen strækkes (termomekanisk varmebehandling af ostemassen med varmt vand, evt. med tilsætning af salt, til en sluttemperatur på 58-65 °C)
- ostemassen formes, mens den er varm
- den hærdes i koldt vand, evt. med tilsætning af salt
- pakning.

(1) Fremstilling af naturlig mælkesyrekultur

Fremstilling fra grunden

- ukølet rå mælk varmebehandles ved mindst 63 °C i minimum 15 min. (eller en anden kombination af temperatur og varighed, der giver samme virkning)
- afkøling til inkubationstemperaturen (42-50 °C)
- inkubation til en surhedsgrad på 14-24 °SH pr. 100 ml
- afkøling til under 8 °C
- opbevares afkølet ved højst 4 °C.

Efterfølgende mælkesyre kulturer

- rå, evt. afkølet mælk tilsættes mindst 4 % færdig mælkesyrekultur
- varmebehandling som ovenfor
- afkøling til inkubationstemperaturen (42-50 °C)
- inkubation til en surhedsgrad på 14-24 °SH pr. 100 ml
- afkøling til under 8 °C
- opbevares afkølet ved højst 4 °C.

Brugsklar mælkesyrekultur

Brugsklar mælkesyrekultur skal:

- have en surhedsgrad på 16-30 °SH pr. 100 ml
- have et mindsteindhold af *Streptococcus thermophilus* på 10⁸ kolonidannende enheder pr. ml
- have en negativ fosfataseaktivitet
- anvendes i produktionen senest tre dage efter fremstillingen.

4.3. *Beskrivelse af de centrale elementer til dokumentation for produktets traditionelle egenart (artikel 7, stk. 2, i den relevante forordning)*

»Mozzarella Tradizionale« er en ost, der fremstilles efter en traditionel metode til produktion af frisk »pasta filata«-ost, som har rødder langt tilbage i den italienske mejeritradition.

I produktets mest traditionelle form, som det her drejer sig om i denne varespecifikation, skal det fremstilles af sødmælk, der leveres ubehandlet til mejeriet, dog evt. med justeret fedtindhold. Den afgørende faktor er den naturlige mælkesyre kultur, der skal fremstilles af mælk, der hidrører fra mejeriets leveranceområde, og som anvendes på stedet. Den består af en mælkesyre kultur, der er karakteriseret ved varmeresistens, hurtig udvikling og syring. Den fremstilles ved selektiv dyrkning af den mælkemikroflora, der er naturligt forekommende i den rå mælk, og som afspejler den oprindelige mikrobiologiske kvalitet.

En korrekt fremstillet naturlig mælkesyre kultur indeholder normalt en ikke nærmere bestemt blanding af *Streptococcus thermophilus*-stammer og evt. enterokokker og varmeresistente mælkesyrebakterier. Hele denne mælkesyrebakterieflora er med til at give produktet sine endelige egenskaber.

Offentliggørelse af en ansøgning om godkendelse af en væsentlig ændring af varespecifikationen i henhold til artikel 50, stk. 2, litra a), i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) nr. 1151/2012 om kvalitetsordninger for landbrugsprodukter og fødevarer

(2020/C 424/13)

Denne offentliggørelse giver ret til at gøre indsigelse mod ansøgningen, jf. artikel 51 i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) nr. 1151/2012 ⁽¹⁾, senest tre måneder efter datoen for offentliggørelsen af denne meddelelse.

ANSØGNING OM GODKENDELSE AF EN VÆSENTLIG ÆNDRING AF VARESPECIFIKATIONEN FOR EN BESKYTTET OPRINDELSBETEGNELSE ELLER EN BESKYTTET GEOGRAFISK BETEGNELSE

Ansøgning om godkendelse af en ændring, jf. artikel 53, stk. 2, første afsnit, i forordning (EU) nr. 1151/2012

»Rheinisches Zuckerrübenkraut«/»Rheinischer Zuckerrübensirup«/»Rheinisches Rübenkraut«

EU-nr.: PGI-DE-0717-AM01 — 31.3.2020

BOB () BGB (X)

1. Ansøgende sammenslutning og legitim interesse

Foreningens navn	Schutzgemeinschaft Rheinischer Zuckerrübensirup/Rheinisches Apfelkraut [Foreningen til beskyttelse af Rheinischer Zuckerrübensirup/Rheinisches Apfelkraut]
Adresse	Wormersdorfer Straße 22-26, 53340 Meckenheim
Land	Tyskland
E-mailadresse(r)	info@sg-zuckerruebensirup-apfelkraut.de

2. Medlemsstat eller tredjeland

Tyskland

3. Afsnit i varespecifikationen, som berøres af ændringen

- Produktets betegnelse
- Beskrivelse af produktet
- Geografisk område
- Bevis for oprindelse
- Produktionsmetode
- Tilknytning
- Mærkning
- Andet [angives nærmere]

⁽¹⁾ EUT L 343 af 14.12.2012, s. 1.

4. Type ændring

- Ændring — der ikke kan betegnes som en mindre ændring, jf. artikel 53, stk. 2, tredje afsnit, i forordning (EU) nr. 1151/2012 — af varespecifikationen for en registreret BOB eller BGB.
- Ændring — der ikke kan betegnes som en mindre ændring, jf. artikel 53, stk. 2, tredje afsnit, i forordning (EU) nr. 1151/2012 — af varespecifikationen for en registreret BOB eller BGB, for hvilken der ikke er offentliggjort et enhedsdokument (eller tilsvarende).

5. Ændring(er)

Beskrivelse af produktet

Ændring

Nuværende affattelse: »— Jern: mindst 4 mg/100 g«

Ønsket ændring: Henvisningen til jern bør helt fjernes.

Forklaring

I de seneste år har det vist sig, at jernindholdet der blev oplyst i den oprindelige varespecifikation, delvis skyldtes rester af jord, som i øvrigt på grund af kogningen og filtreringen i løbet af fremstillingsprocessen aldrig har haft en negativ indvirkning på kvaliteten af produktet. Af tekniske grunde kunne jorden oprindeligt ikke fjernes, og indgik derfor i fremstillingsprocessen sammen med sukkerroerne. På grund af skiftende vejrforhold har der desuden altid været betydelig variation fra år til år.

Ikke desto mindre har forbedringer af fremstillingsprocessen gjort det muligt at fjerne væsentligt mere jord fra roerne, hvilket har ført til et mindsket jernindhold.

Producenterne har en målsætning om en stadig optimering af fremstillingsprocessen. Dette betyder dog, at varespecifikationen om mindst 4 mg jern pr. 100 g færdig produkt ikke altid kan garanteres. Henvisningen til jern bør derfor helt fjernes.

Tilknytning

Ændring

I sektion 2 »Produktets særlige karakter«, første afsnit

Nuværende affattelse: »Den traditionelle, nænsomme fremstillingsmetode, der er forankret i produktionsområdet i kraft af den lange tradition, garanterer, at færdigvaren indeholder værdifulde mineraler som magnesium og jern. Derudover indeholder produktet kalium og, dog med varierende og med tiltagende oplagingsperiode aftagende indhold, folsyre. Det fremstilles uden nogen form for tilsætningsstoffer.«

Ønsket ændring (fjernelse af henvisningerne til jern og folsyre):

»Den traditionelle, nænsomme fremstillingsmetode, der er forankret i produktionsområdet i kraft af den lange tradition, garanterer, at færdigvaren indeholder værdifulde mineraler som magnesium. Derudover indeholder produktet kalium. Det fremstilles uden nogen form for tilsætningsstoffer.«

Forklaring

Vedrørende jernindholdet: se forklaringen under litra b).

Vedrørende indholdet af folsyre: Henvisningen til folsyreindholdet (litra b) blev fjernet ved en tidligere ændring, eftersom målinger foretaget efter produktregistreringen viste, at indholdet naturligt aftager efter fremstillingen, da folsyre nedbrydes med tiden.

Eftersom målingerne ville være overflødige for varespecifikationen, måles indholdet af folsyre nu ikke længere. Ydermere, eftersom folsyren alligevel aftager, og til sidst er praktisk taget forsvundet under den ofte lange lagringsperiode, vil det være passende at fjerne alle henvisninger til den.

ENHEDSDOKUMENT

»Rheinisches Zuckerrübenkraut«/»Rheinischer Zuckerrübensirup«/»Rheinisches Rübenkraut«

EU-nr.: PGI-DE-0717-AM01 — 31.3.2020

BOB () BGB (X)

1. **Betegnelse [på en BOB eller BGB]**

»Rheinisches Zuckerrübenkraut«/»Rheinischer Zuckerrübensirup«/»Rheinisches Rübenkraut«

2. **Medlemsstat eller tredjeland**

Tyskland

3. **Beskrivelse af landbrugsproduktet eller fødevaren**3.1. *Produkttype*

Kategori 1.6. Frugt, grøntsager og korn, også forarbejdet

3.2. *Beskrivelse af produktet med betegnelsen i punkt 1*

Den naturrene koncentrerede saft af nyhøstede sukkerroer uden plantefibre og uden nogen form for efterfølgende tilsætning.

— Udseende: mørkebrun sirup med høj viskositet

— Smag: sød, maltet

— Duft: sødligt maltet, karamelagtig

— Slutsukkerindhold (tolerance $\pm 3\%$)

Sakkarose: 33 %

Glukose: 17 %

Fruktose: 16 %

— Brix-værdi: mindst 78 °Brix

— pH-værdi: fra 4,4 til 5,0

— Vandindhold: højst 22 %

— Magnesium: mindst 60 mg/100 g

— Kalium: mindst 50 mg/100 g

— »Zuckerrübenkraut« fremstilles uden nogen form for tilsætningsstoffer. Produktet fremstilles i den periode, sukkerroerne høstes, dvs. fra sidst på sommeren til tidligt på foråret. Den traditionelle fremstillingsmetode, der er tilpasset den gældende fødevarelovgivnings krav, ser ud som følger:

— Varemodtagelse/kvalitet: levering af de nyhøstede roer.

— Kontrol ved modtagelsen: bestemmelse af sukkerindholdet for at fastlægge de nødvendige driftsparametre (temperatur, kogetid m.m.). Visuel kontrol for smuds, bladrester og græs.

— Opbevaringstemperatur: kort oplagring både hos landmanden og på forarbejdningsvirksomheden, idet høsten afpasses efter leveringsmulighederne.

— Behandling før den videre be- og forarbejdning: forvask til fjernelse af bladgrønt, jord og sten, derefter rensning i roevaskeren.

— Videreforarbejdning: Forarbejdningen finder sted i det geografiske område. Roerne videreforarbejdes hele eller i snitter. Mæsken opvarmes i flere timer og koges ved svag varme. Det er vigtigt, at den får lov til at henstå i tilstrækkelig lang tid. Kogetiden og -temperaturen afhænger af virksomhedens traditioner. Roemosen presses så under højt tryk for at udvinde råsaften. Den udvundne råsaft filtreres, så næsten alle faste partikler fjernes. Klarsaften føres til inddampningsanlægget, hvor vandet skånsomt fjernes under vakuum. Færdigvarens

tørstofindhold har en Brix-værdi på mindst 78 °Brix. Før færdigvaren lægges på lager, analyseres dens pH-værdi, farve og sakkrose-, fruktose-, glukose- og tørstofindhold på forarbejdningsvirksomheden. Derudover bliver færdigvaren regelmæssigt undersøgt af et eksternt laboratorium. Den færdige sukkerroesirup lagres på tanke og kan derfra afhentes til aftapning.

3.3. *Foder (kun for animalske produkter) og råvarer (kun for forarbejdede produkter)*

De sukkerroer, der anvendes som råvarer, skal alle stamme fra det afgrænsede geografiske område.

Der er tradition for, at de sukkerroer, der anvendes til sirupsfremstillingen, udelukkende kommer fra områdets sukkerroeproducenter.

3.4. *Specifikke etaper af produktionen, som skal finde sted i det afgrænsede geografiske område*

Alle etaper af produktionen skal finde sted i det geografiske område.

3.5. *Særlige regler for udskæring, rivning eller emballering osv. af det produkt, som den registrerede betegnelse henviser til*

—

3.6. *Særlige regler for mærkning af det produkt, som den registrerede betegnelse henviser til*

—

4. **Kort angivelse af det geografiske områdes afgrænsning**

Rheinland. Det vil i Nordrhein Westfalen sige: Regierungsbezirk Köln (undtagen Oberbergischer Kreis) og i Regierungsbezirk Düsseldorf kreds Mettmann, Düsseldorf by, Rhein-Kreis Neuss, Mönchengladbach by, kreds Viersen, Krefeld by, kreds Kleve og kreds Wesel. I delstaten Rheinland-Pfalz omfatter det landdistrikt Ahrweiler og landdistrikt Mayen-Koblenz.

5. **Tilknytning til det geografiske område**

Det geografiske områdes egenart

Den århundredgamle tradition med at fremstille sirup i Rheinland har ført til en perfektionering af fremstillingsprocessen og smagen. Opskrifterne er gået i arv fra generation til generation. I det 14. og 15. århundrede blev det almindeligt for bønderne at dyrke roer, og fra det 15. århundrede hørte roer til de afgrøder, som bønderne skulle betale tiende af til lensherrerne i Rheinland. I begyndelsen af det 17. århundrede resulterede trediveårskrigen i, at der blev hungersnød, og i den forbindelse viste det sig at være enklere og mere udbytterigt at dyrke roer end korn. Bl.a. i Rheinland, hvor krigen anrettede mindre skade, kunne man tillade sig at dyrke den mere krævende sødlige, hvide roe.

I dag kan det ikke med nøjagtighed fastslås, hvor længe der er blevet fremstillet sirup i Rheinland, men det er sandsynligt, at det blev almindeligt at fremstille sirup i det 18. århundrede. Centrum for fremstillingen af sirup er Niederrhein-området. Af de 309 bedrifter, der fremstillede sirup i den preussiske stat, lå der alene i Kreis Grevenbroich 63 presser i tiden omkring 1860. Roesirup blev oprindeligt fremstillet af runkelroer eller gulerødder. I det 19. århundrede vandt den såkaldte »Lanker Rübe«, en runkelroart, der blev dyrket i Niederrhein-området, frem. I sidste halvdel af århundredet vandt produktionen af sukkerroer frem. Ifølge de årbøger, som handelskammeret i Köln ligger inde med, blev der omkring 1870 produceret 6 000-10 000 Zentner (dvs. 300-500 ton) roesirup om året.

Desuden indgår roesirup som en vigtig traditionel ingrediens i en række opskrifter, der er typiske for Rheinland, som f. eks. Rheinischer Sauerbraten og Aachener Printen. Den lange tradition for at fremstille sirup af sukkerroer i Rheinland viser sig også tydeligt i sproget: Folk i Rheinland kalder sukkerroesirup for »Rübenkraut«, mens siruppen i gamle dage

blev kaldt for »Rüöwenkrut« eller »Röbenkraut«. Denne betegnelse bruges og forstås den dag i dag og ikke kun i Rheinland. Før man fandt ud af at bruge runkelroen til sukkerfremstilling, blev den anvendt som grøntsag (Kraut). Analogt med udtrykket »Apfelkraut« blev udtrykket »Rübenkraut« derfor bibeholdt til at betegne sirup fremstillet af runkelroer.

Af figur 2 i en publikation af Block med titlen »Rübensirup — Seine Herstellung, Beurteilung und Verwendung«, Leipzig 1920, fremgår det, at roesirupfabrikkerne (markeret med sorte punkter) var særligt koncentreret i Rheinland. Sukkerfabrikker fandtes der mange af i hele det tyske rige, men kun ganske få i Rheinland, hvor der til gengæld lå en mængde roesaftfabrikker, som man ikke fandt andetsteds. Også i dag fremstilles der stadig roesaft i meget store mængder i Rheinland.

Produktets egenart

Den traditionelle, nænsomme fremstillingsmetode, der er forankret i produktionsområdet i kraft af den lange tradition, garanterer, at færdigvaren indeholder værdifulde mineraler som magnesium. Derudover indeholder produktet kalium. Det fremstilles uden nogen form for tilsætningsstoffer.

I kraft af produktets uforlignelige, udpræget søde, maltede smag, der ligesom den sødligt maltede, karamelagtige duft opstår som følge af den nænsomme fremstillingsmetode, er det ikke kun meget velegnet som smørrepålæg, men også som smagsgivende ingrediens ved madlavning og bagning.

Produktet har længe været meget velkendt og har et godt omdømme ikke blot i Rheinland, men også i bredere kredse. Dette skyldes produktets lange historie i det geografiske område.

Årsagssammenhængen mellem det geografiske område og produktets kvalitet eller egenskaber (for BOB) eller produktets særlige egenskaber, omdømme eller andre kendetegn (for BGB):

Produktets fremragende omdømme skyldes dets geografiske oprindelse.

»Rübenkraut« blev opfundet i Rheinland og er lige siden blevet fremstillet i området. Den er altid blevet fremstillet af sukkerroer fra Rheinland. Det forhold, at roerne stammer fra oprindelsesområdet, bidrager til, at produktet har fået sit gode omdømme. Produktets ægthed er uløseligt forbundet med, at der ved fremstillingen udelukkende anvendes lokalt dyrkede sukkerroer som den eneste råvare.

»Rübenkraut« fremstilles den dag i dag stadig næsten ligesom i de foregående århundreder. Til produktionen er der altid kun medgået roer fra det angivne område. Det er også årsagen til, at der ligger så mange roesaftfabrikker i Rheinland. Ligesom tidligere dyrkes der store mængder sukkerroer i Rheinland, hvoraf størstedelen går til fremstilling af sukker, men en betydelig mængde anvendes til fremstilling af »Rübenkraut«.

Der er tradition for, at de sukkerroer, der anvendes til sirupsfremstillingen, udelukkende kommer fra områdets sukkerroeproducenter. Sukkerroedyrkingen sker på grundlag af kontrakter indgået mellem forarbejdningsevirk-somhederne og landmændene, hvorved det bliver muligt at give alle landmændene i området konsulentbistand. Der er mellem producenterne og forarbejdningsevirk-somhederne opstået et strømlinet, transparent og kontrollerbart samarbejde, som i kraft af afsætningsgarantien giver roedyrkerne den nødvendige sikkerhed til at kunne planlægge på længere sigt. Sukkerroernes kvalitet undersøges rutinemæssigt ved analyse af de kemiske parametre.

Henvisning til offentliggørelsen af varespecifikationen

(artikel 6, stk. 1, andet afsnit, i denne forordning)

<https://register.dpma.de/DPMAregister/blattdownload/marken/2019/44/Teil-7/20191031>

ISSN 1977-0871 (elektronisk udgave)
ISSN 1725-2393 (papirudgave)



Den Europæiske Unions
Publikationskontor
L-2985 Luxembourg
LUXEMBOURG

DA