



Zbiór Orzeczeń

WYROK SĄDU (siódma izba w składzie powiększonym)

z dnia 3 września 2025 r.*

Usługi cyfrowe – Rozporządzenie (UE) 2022/2065 – Wskazanie bardzo dużej platformy internetowej – Zarzut niezgodności z prawem – Artykuł 33 ust. 1 i 4 rozporządzenia 2022/2065 – Pewność prawa – Równość traktowania – Proporcjonalność – Obowiązek uzasadnienia

W sprawie T-348/23

Zalando SE, z siedzibą w Berlinie (Niemcy), które reprezentowali R. Briske, K. Ewald, L. Schneider i J. Trouet, adwokaci,

strona skarżąca,

popierane przez

Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland eV (bevh), z siedzibą w Berlinie, który reprezentowali R. van der Hout i V. Lemonnier, adwokaci,

interwenient,

przeciwko

Komisji Europejskiej, którą reprezentowały L. Armati, L. Wildpanner i P.-J. Loewenthal, w charakterze pełnomocników,

strona pozwana,

popieranej przez

Parlament Europejski, który reprezentowali U. Rösslein, M. Menegatti i G. Bartram, w charakterze pełnomocników,

przez

Radę Unii Europejskiej, którą reprezentowali E. Sitbon, N. Brzezinski i M. Moore, w charakterze pełnomocników,

oraz przez

* Język postępowania: niemiecki.

European Information Society Institute o.z. (EISI), z siedzibą w Koszycach (Słowacja), który reprezentował M. Husovec, adwokat,

interwenienci,

SĄD (siódma izba w składzie powiększonym),

w składzie: K. Kowalik-Bańczyk (sprawozdawczyni), prezeska, E. Buttigieg, G. Hesse, I. Dimitrakopoulos i B. Ricziová, sędziowie,

sekretarz: S. Spyropoulos, administratorka,

uwzględniając pisemny etap postępowania,

po przeprowadzeniu rozprawy w dniu 6 marca 2025 r.,

wydaje następujący

Wyrok

- 1 W skardze opartej na art. 263 TFUE skarżąca, Zalando SE, wnosi o stwierdzenie nieważności decyzji Komisji C(2023) 2727 final z dnia 25 kwietnia 2023 r., wskazującej należącą do niej platformę Zalando jako bardzo dużą platformę internetową na podstawie art. 33 ust. 4 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/2065 (zwanej dalej „zaskarżoną decyzją”).

Okoliczności powstania sporu

- 2 Skarżąca prowadzi sklep internetowy dostępny między innymi w witrynie internetowej „www.zalando.de” oraz pod odpowiadającymi jej adresami URL noszącymi nazwy domen najwyższego poziomu innych państw. Sklep ten sprzedaje artykuły odzieżowe i produkty kosmetyczne. Klienci tego sklepu mogą kupować produkty, które są sprzedawane albo bezpośrednio przez skarżącą, w ramach usługi sprzedaży zwanej „Zalando Retail”, albo przez sprzedawców zewnętrznych uczestniczących w programie o nazwie „Partner Programm”.
- 3 W dniu 17 lutego 2023 r. skarżąca, na podstawie art. 24 ust. 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/2065 z dnia 19 października 2022 r. w sprawie jednolitego rynku usług cyfrowych oraz zmiany dyrektywy 2000/31/WE (aktu o usługach cyfrowych) (Dz.U. 2022, L 277, s. 1), opublikowała w swojej witrynie internetowej „www.zalando.de” dwie liczby, odpowiadające średniej miesięcznej liczbie aktywnych odbiorców w Unii Europejskiej (zwanej dalej „ŚML”) platformy Zalando. Po pierwsze, wskazała ona, że ŚML tej platformy traktowanej jako całość (to znaczy obejmującej Zalando Retail i Partner Programm) wynosiła 83,341 mln. Po drugie, wskazała ona, że ze względu na to, iż wartość brutto produktów sprzedawanych w ramach Partner Programm odpowiadała 37 % wartości brutto wszystkich produktów sprzedawanych na wspomnianej platformie, ŚML tej platformy odpowiadała 37 % z 83,341 mln i w konsekwencji wynosiła 30,836 mln.

- 4 W dniu 22 lutego 2023 r. Komisja Europejska, po pierwsze, przekazała skarżącej swoje wstępne ustalenia, stosownie do których platforma Zalando spełniała przesłanki uzasadniające wskazanie jej jako bardzo dużej platformy internetowej na podstawie art. 33 ust. 4 rozporządzenia 2022/2065. Konkretniej uznała ona, że należy uwzględnić wszystkich aktywnych odbiorców tej platformy, a nie tylko tę ich część, która odpowiadała tej części wartości brutto sprzedaży, którą generowano w ramach Partner Programm. Komisja wywiodła z tego, że ŚML przekraczała próg 45 mln, o którym mowa w art. 33 ust. 1 wspomnianego rozporządzenia.
- 5 Po drugie, na podstawie art. 33 ust. 4 rozporządzenia 2022/2065, Komisja poinformowała Republikę Federalną Niemiec o zamiarze wskazania platformy Zalando jako bardzo dużej platformy internetowej.
- 6 W dniu 27 lutego 2023 r. Republika Federalna Niemiec poinformowała Komisję, że nie ma żadnych uwag.
- 7 W dniu 1 marca 2023 r. skarżąca przedstawiła uwagi w przedmiocie wstępnych ustaleń Komisji. Zauważyła ona, że Komisja powinna uwzględnić odbiorców platformy Zalando jedynie w zakresie, w jakim platforma ta stanowi „platformę internetową” w rozumieniu art. 3 lit. i) rozporządzenia 2022/2065. Skarżąca zauważyła w tym względzie, że platforma Zalando stanowi platformę internetową jedynie w zakresie Partner Programm. Uznała ona zatem, że Komisja powinna uwzględnić jedynie tę część odbiorców, która odpowiadała tej części wartości brutto sprzedaży, która generowana była przez sprzedawców zewnętrznych w ramach Partner Programm. Skarżąca wywiodła stąd, że ŚML platformy Zalando wynosiła 30,836 mln i że w związku z tym znajdowała się ona poniżej progu 45 mln, o którym mowa w art. 33 ust. 1 wspomnianego rozporządzenia.
- 8 W zaskarżonej decyzji Komisja uznała, że w szczególności z motywu 77 i z art. 3 lit. b) i p) rozporządzenia 2022/2065 wynika, że pojęcie „aktywnego odbiorcy platformy internetowej” obejmuje wszystkich odbiorców rzeczywiście korzystających z danej platformy, w szczególności poprzez stykanie się z rozpowszechnianymi na niej informacjami, i że nie ogranicza się ono do tych odbiorców, którzy dokonują na niej transakcji. W tym względzie stwierdziła ona, że produkty sprzedawane bezpośrednio przez skarżącą były wyświetlane razem z produktami sprzedawanymi przez sprzedawców zewnętrznych, a interfejs nie pozwalał na odróżnienie jednych od drugich. I tak zauważyła ona, że produkty sprzedawane przez sprzedawców zewnętrznych i te sprzedawane przez skarżącą mogły być przedstawiane na tych samych stronach internetowych i że gdy sprzedawcy zewnętrzni i skarżąca sprzedawali taki sam produkt, ale w różnych rozmiarach lub kolorach, tożsamość sprzedawcy wyświetlała się dopiero wtedy, gdy odbiorca usługi wybierał rozmiar lub kolor wspomnianego produktu.
- 9 W konsekwencji Komisja stwierdziła, że nie było możliwe zidentyfikowanie wśród odbiorców usługi tych, którzy stykali się wyłącznie z informacjami dotyczącymi produktów skarżącej, oraz tych, którzy stykali się wyłącznie z informacjami dotyczącymi produktów sprzedawców zewnętrznych. Komisja wywiodła stąd, że z tego względu musiało być tak, że skarżąca obliczyła liczbę 30,836 mln na podstawie liczby 83,341 mln i oparła się na kryterium dotyczącym tej części wartości sprzedaży, którą generowali sprzedawcy zewnętrzni. Komisja uznała jednak, że nie było to odpowiednie kryterium, ponieważ skutkowało ono wykluczeniem tych odbiorców usługi, którzy – mimo że zetknęli się z informacjami pochodzącymi od sprzedawców zewnętrznych – ostatecznie nie kupili produktów lub kupili wyłącznie produkty sprzedawane bezpośrednio przez

skarżącą. Zauważyła ona zatem, że ŚML platformy Zalando wynosiła 83,341 mln, a nie 30,836 mln, w związku z czym platformę tę należało wskazać jako bardzo dużą platformę internetową w rozumieniu art. 33 ust. 1 rozporządzenia 2022/2065.

Żądania stron

- 10 Skarżąca i Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland eV (bevh) wnoszą do Sądu o:
 - stwierdzenie nieważności zaskarżonej decyzji;
 - obciążenie Komisji kosztami postępowania.
- 11 Komisja i Parlament Europejski wnoszą do Sądu o:
 - oddalenie skargi;
 - obciążenie skarżącej kosztami postępowania.
- 12 Rada Unii Europejskiej i European Information Society Institute o.z. (EISI) wnoszą do Sądu o oddalenie skargi.

Co do prawa

- 13 Na poparcie skargi skarżąca podnosi w istocie trzy zarzuty, z których pierwszy dotyczy naruszenia art. 2 ust. 1 i 2, art. 3 lit. g) i i) oraz art. 33 ust. 1 i 4 rozporządzenia 2022/2065, drugi – niezgodności z prawem art. 33 ust. 1 i 4, odczytywanego w związku z art. 24 ust. 2 wspomnianego rozporządzenia, a trzeci – naruszenia art. 296 TFUE.

W przedmiocie zarzutu pierwszego, dotyczącego naruszenia art. 2 ust. 1 i 2, art. 3 lit. g) i i) oraz art. 33 ust. 1 i 4 rozporządzenia 2022/2065

- 14 W ramach zarzutu pierwszego skarżąca utrzymuje, że Komisja naruszyła art. 2 ust. 1 i 2, art. 3 lit. g) i i) oraz art. 33 ust. 1 i 4 rozporządzenia 2022/2065, niesłusznie uznając, że platforma Zalando jest bardzo dużą platformą internetową. Zarzut ten składa się z dwóch części. W ramach części pierwszej skarżąca podnosi, że wspomniana platforma nie stanowi platformy internetowej, usługi hostingu ani usługi pośredniej. W ramach części drugiej skarżąca uważa, że ŚML tej platformy była niższa niż 45 mln.

W przedmiocie części pierwszej zarzutu pierwszego, opartej na twierdzeniu, że platforma Zalando nie stanowi platformy internetowej, usługi hostingu ani usługi pośredniej

- 15 W ramach części pierwszej zarzutu pierwszego skarżąca, popierana przez bevh, podnosi, że jej usługa Zalando Retail nie stanowi usługi pośredniej w rozumieniu art. 3 lit. g) rozporządzenia 2022/2065 ani, a fortiori, usługi hostingu lub platformy internetowej w rozumieniu art. 3 lit. g) i i) tego rozporządzenia. Dodaje ona, że sprzedaż produktów przez sprzedawców zewnętrznych w ramach Partner Programm również nie wchodzi w zakres pojęć „usługi pośredniej”, „usługi

hostingu” lub „platformy internetowej”, ponieważ systematycznie kontroluje ona i w razie potrzeby modyfikuje przekazywane przez tych sprzedawców zewnętrznych opisy i zdjęcia produktów. Wywodzi ona stąd, że Komisja niesłusznie wskazała platformę Zalando jako bardzo dużą platformę internetową.

- 16 Komisja, popierana przez EISi, kwestionuje argumentację skarżącej.
- 17 Artykuł 2 ust. 1 rozporządzenia 2022/2065 stanowi, że rozporządzenie to ma zastosowanie do usług pośrednich, które są oferowane odbiorcom usługi, którzy mają siedzibę lub znajdują się w Unii, niezależnie od miejsca siedziby dostawców tych usług pośrednich.
- 18 Artykuł 2 ust. 2 rozporządzenia 2022/2065 stanowi, że rozporządzenie to nie ma zastosowania do usługi, która nie jest usługą pośrednią, ani do wymogów nakładanych w odniesieniu do takiej usługi, niezależnie od tego, czy taka usługa jest świadczona za pośrednictwem korzystania z usługi pośredniej.
- 19 Artykuł 3 lit. g) rozporządzenia 2022/2065 stanowi, że usługi pośrednie odpowiadają pewnym usługom społeczeństwa informacyjnego, a mianowicie pewnym usługom normalnie świadczonym za wynagrodzeniem, na odległość, drogą elektroniczną i na indywidualne żądanie odbiorcy usługi. Artykuł ten precyzuje, że do usług pośrednich zaliczają się w szczególności usługi hostingu polegające na przechowywaniu przekazanych przez takiego odbiorcę informacji na jego żądanie.
- 20 Zgodnie z brzmieniem art. 3 lit. i) rozporządzenia 2022/2065 platforma internetowa jest usługą hostingu, która na żądanie odbiorcy usługi przechowuje i rozpowszechnia publicznie informacje. Doprecyzowano jednak, że usługa hostingu nie jest platformą internetową, w przypadku gdy działalność polegająca na przechowywaniu i publicznym rozpowszechnianiu informacji jest „nieznaczną lub wyłącznie poboczną cechą innej usługi lub nieznaczną funkcją głównej usługi i ze względów obiektywnych i technicznych nie można z niej skorzystać bez takiej innej usługi, a włączenie takiej cechy lub funkcji w taką inną usługę nie jest sposobem na obejście stosowania [wspomnianego] rozporządzenia”.
- 21 Wynika stąd, że – jak wskazano w motywie 13 rozporządzenia 2022/2065 – platforma internetowa w rozumieniu tego rozporządzenia stanowi jedynie „podkategorię” w ramach szerszej kategorii usług hostingu, które z kolei stanowią jedynie podkategorię usług pośrednich. W motywie 13 wspomnianego rozporządzenia doprecyzowano również, że platformą internetową może być serwis społecznościowy lub internetowa platforma umożliwiająca konsumentom zawieranie z przedsiębiorcami umów na odległość (zwana dalej „platformą handlową”).
- 22 Artykuł 33 ust. 1 rozporządzenia 2022/2065 przewiduje, że obowiązki określone w sekcji 5 rozdziału III tego rozporządzenia mają zastosowanie do platform internetowych, których ŚML wynosi co najmniej 45 mln i które zostały wskazane jako bardzo duże platformy internetowe na podstawie art. 33 ust. 4 tego rozporządzenia.
- 23 Zgodnie z art. 33 ust. 4 rozporządzenia 2022/2065 Komisja przyjmuje decyzję wskazującą platformę internetową jako bardzo dużą platformę internetową, w przypadku gdy jej ŚML jest równa liczbie, o której mowa w art. 33 ust. 1 tego rozporządzenia, lub wyższa od tej liczby. Dodano tam, że Komisja podejmuje tę decyzję na podstawie danych przekazanych przez dostawcę danej platformy internetowej na podstawie w szczególności art. 24 ust. 2 wspomnianego rozporządzenia lub wszelkich innych informacji dostępnych Komisji.

- 24 Ponadto art. 3 lit. b) rozporządzenia 2022/2065 precyzuje, że odbiorca usługi jest osobą fizyczną lub prawną, która korzysta z usługi pośredniej, w szczególności w celu poszukiwania informacji lub udostępnienia jej.
- 25 W tych okolicznościach należy zauważyć, że z rozporządzenia 2022/2065 wynika, iż aby wskazać platformę Zalando jako bardzo dużą platformę internetową na podstawie art. 33 ust. 4 tego rozporządzenia, Komisja musiała najpierw ustalić, że platforma ta stanowi platformę internetową w rozumieniu art. 3 lit. i) wspomnianego rozporządzenia, a zatem – że stanowi ona usługę hostingu, zaliczającą się do usług pośrednich, o których mowa w art. 3 lit. g) rozpatrywanego rozporządzenia.
- 26 W tym względzie strony są zgodne co do tego, że bezpośrednia sprzedaż produktów przez skarżącą w ramach usługi Zalando Retail nie stanowi usługi hostingu, zaliczającej się do usług pośrednich, o których mowa w rozporządzeniu 2022/2065, ponieważ usługa ta nie polega na przechowywaniu informacji przekazanych przez odbiorcę usługi, lecz wyłącznie informacji pochodzących od samej skarżącej.
- 27 Należy natomiast stwierdzić, że w ramach Partner Programm skarżąca wykorzystuje informacje od sprzedawców zewnętrznych w celu sprzedawania ich produktów. I tak w skardze wyjaśnia ona, że sprzedawcy ci przekazują jej zdjęcia danych produktów i że sami redagują opisy tych produktów. Okoliczność, że skarżąca następnie sprawdza, czy te zdjęcia i opisy są zgodne z jej wymogami handlowymi, oraz odpowiednio je modyfikuje lub uzupełnia, oznacza jedynie, że może ona, po pierwsze, modyfikować sposób przedstawienia informacji pochodzących od sprzedawców zewnętrznych, a po drugie, rozpowszechniać swoje własne informacje oprócz informacji pochodzących od tych sprzedawców. Jednakże taka okoliczność nie podważa faktu, że informacje te pochodzą, przynajmniej w części, od wspomnianych sprzedawców.
- 28 W pierwszej bowiem kolejności, wbrew temu, co utrzymuje skarżąca, ani z rozporządzenia 2022/2065, ani nawet z dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) 2000/31 z dnia 8 czerwca 2000 r. w sprawie niektórych aspektów prawnych usług społeczeństwa informacyjnego, w szczególności handlu elektronicznego w ramach rynku wewnętrznego (dyrektywy o handlu elektronicznym) (Dz.U. 2000, L 178, s. 1), zmienionej wspomnianym rozporządzeniem, nie wynika, by przechowywanie i rozpowszechnianie informacji w rozumieniu art. 3 lit. i) tego rozporządzenia nie obejmowało przechowywania i rozpowszechniania informacji, których sposób przedstawienia został zmodyfikowany lub uzupełniony przez dostawcę platformy internetowej.
- 29 W tym względzie z samego pojęcia „informacji” użytego w rozporządzeniu 2022/2065 wynika, że obejmuje ono w szczególności przekazywane przez sprzedawców zewnętrznych zdjęcia odnoszące się do ich produktów oraz informacje zawarte w ich opisach, a nie jedynie tekst tych opisów w takiej postaci, w jakiej wspomniani sprzedawcy go zredagowali. Ponadto należy również zauważyć, podobnie jak wskazał rzecznik generalny H. Saugmandsgaard Øe w opinii w sprawach połączonych YouTube i Cyando (C-682/18 i C-683/18, EU:C:2020:586, przypis 134), że pojęcie „informacji” należy rozumieć szeroko w odniesieniu do usług hostingu w rozumieniu dyrektywy 2000/31. Skarżąca może zatem przekazywać informacje pochodzące od sprzedawców zewnętrznych, równolegle zmieniając sposób zredagowania związanych z nimi tekstów, aby dostosować je do jej wymogów handlowych, których cel sprowadza się do „zapewnienia wyjątkowego doświadczenia zakupowego, które odróżnia się od doświadczeń zakupowych u konkurentów”.

- 30 Nadto należy stwierdzić, że dane dotyczące ofert produktów sprzedawanych przez sprzedawców zewnętrznych stanowią „informacje”, jak w odniesieniu do dyrektywy 2000/31 Trybunał orzekł już w wyroku z dnia 12 lipca 2011 r., L’Oréal i in. (C-324/09, EU:C:2011:474, pkt 110, 111). Jak zauważyła Komisja, takie stwierdzenie wynika w szczególności z zawartej w rozporządzeniu 2022/2065 definicji „nielegalnych treści”. Konkretniej, z art. 3 lit. h) wspomnianego rozporządzenia, interpretowanego w świetle jego motywu 12, wynika, że pojęcie „nielegalnych treści” obejmuje informacje dotyczące sprzedaży nielegalnych produktów lub świadczenia nielegalnych usług, w szczególności sprzedaży produktów niespełniających wymogów lub podrobionych czy sprzedaży produktów lub świadczenia usług z naruszeniem prawa ochrony konsumentów. W związku z tym samo wystawienie produktu na sprzedaż może stanowić nielegalne treści, w szczególności gdy produkt ten jest nielegalny, i w konsekwencji należy uznać je za informację w rozumieniu wspomnianego rozporządzenia. Wynika stąd, że oferty produktów sprzedawców zewnętrznych w ramach Partner Programm należy uznać za informacje przekazane przez odbiorców usługi w rozumieniu art. 3 lit. i) owego rozporządzenia.
- 31 W drugiej kolejności, wbrew temu, co utrzymuje skarżąca, z motywu 18 oraz z art. 7 i 8 rozporządzenia 2022/2065, które dotyczą odpowiedzialności dostawców usług pośrednich, nie wynika, że prawodawca Unii zamierzał wyłączyć z pojęcia „dostawców platform internetowych” tych dostawców, którzy przeprowadzają kontrolę informacji pochodzących od odbiorców usługi przed ich rozpowszechnieniem.
- 32 W motywie 18 rozporządzenia 2022/2065 wskazano bowiem, że dostawca usług pośrednich, który „odgrywa aktywną rolę, która może pozwolić mu na powzięcie wiedzy” o informacjach przekazanych przez odbiorcę usług „lub sprawowanie nad nimi kontroli”, nie powinien korzystać z przewidzianych w tym rozporządzeniu wyłączeń odpowiedzialności. W tym względzie art. 6 wspomnianego rozporządzenia, zatytułowany „Hosting”, przewiduje wyłączenie odpowiedzialności, w przypadku gdy dostawca usługi nie ma faktycznej wiedzy o nielegalnej działalności lub nielegalnych treściach. W art. 7 owego rozporządzenia doprecyzowano jednak, że dostawców usług pośrednich nie uznaje się za nieuprawnionych do skorzystania z tego wyłączenia odpowiedzialności „tylko z tego powodu, że w dobrej wierze i z należytą starannością prowadzą z własnej inicjatywy dobrowolne czynności sprawdzające lub podejmują inne środki mające na celu wykrycie, identyfikację i usunięcie nielegalnych treści”.
- 33 Ponadto art. 8 rozporządzenia 2022/2065 stanowi, że „[n]a dostawców usług pośrednich nie nakłada się ogólnego obowiązku monitorowania informacji, które dostawcy ci przekazują lub przechowują”.
- 34 W związku z tym, chociaż rozporządzenie 2022/2065 nie nakłada na dostawców platform internetowych obowiązku kontrolowania przechowywanych przez nich informacji, to jednak na potrzeby ustalenia ich odpowiedzialności uwzględnia ono wprost możliwość przeprowadzania przez tych dostawców z własnej inicjatywy kontroli wspomnianych informacji. W konsekwencji wspomnianego rozporządzenia nie można interpretować w ten sposób, że wyklucza ono możliwość przeprowadzania przez owych dostawców takich kontroli.
- 35 Nadto należy zauważyć, że w motywie 41 rozporządzenia 2022/2065 doprecyzowano, iż „[o]bowiązki w zakresie należytej staranności są niezależne od kwestii odpowiedzialności dostawców usług pośrednich, należy je zatem oceniać oddzielnie”. Do przepisów dotyczących odpowiedzialności dostawców usług pośrednich, do których należą art. 7 i 8 wspomnianego rozporządzenia, nie można się zatem odwoływać na potrzeby ustalenia, czy skarżąca powinna była podlegać obowiązkom w zakresie należytej staranności przewidzianym w rozdziale III owego

rozporządzenia, w tym obowiązkom nałożonym na dostawców bardzo dużych platform internetowych na podstawie art. 33 ust. 1 rozpatrywanego rozporządzenia. W związku z tym do przepisów dotyczących odpowiedzialności dostawców usług pośrednich nie można odwoływać się na potrzeby ustalenia, czy platformę Zalando należało wskazać jako bardzo dużą platformę internetową.

- 36 W trzeciej kolejności, wbrew temu, co utrzymuje skarżąca, orzecznictwo Trybunału dotyczące wyłączeń odpowiedzialności, z jakich mogli korzystać dostawcy usług hostingu, o których mowa w art. 14 dyrektywy 2000/31, nie pozwala na doprecyzowanie pojęcia „usługi pośredniej” w rozumieniu art. 3 lit. g) rozporządzenia 2022/2065.
- 37 Artykuł 14 dyrektywy 2000/31 przewiduje bowiem, że podmiot świadczący usługi hostingu może nie być odpowiedzialny za informacje przechowywane na żądanie usługobiorcy, w szczególności gdy nie ma on faktycznej wiedzy o „bezprawnym charakterze działalności lub informacji”.
- 38 Prawdą jest, że w wyroku z dnia 12 lipca 2011 r., *L’Oréal i in.* (C-324/09, EU:C:2011:474, pkt 112, 113), Trybunał orzekł, że aby podmiot świadczący usługę w Internecie mógł zostać objęty zakresem stosowania art. 14 dyrektywy 2000/31, „konieczne jest, by taki podmiot był »usługodawcą będącym pośrednikiem« w zamierzonym przez prawodawcę w ramach sekcji 4 rozdziału II tej dyrektywy znaczeniu tego terminu”. Orzekł on zatem, że podmiot świadczący usługę w Internecie nie jest takim usługodawcą będącym pośrednikiem, w przypadku gdy zamiast ograniczyć się do neutralnego świadczenia tej usługi w drodze czysto technicznego i automatycznego przetwarzania danych dostarczonych przez jego klientów, odgrywa on czynną rolę, która może pozwolić mu na powzięcie wiedzy o tych danych lub na sprawowanie nad nimi kontroli.
- 39 Jednakże, po pierwsze, Trybunał doprecyzował, że przy dokonywaniu wykładni art. 14 dyrektywy 2000/31 uwzględnił on jego kontekst oraz cele tej dyrektywy (wyrok z dnia 12 lipca 2011 r., *L’Oréal i in.*, C-324/09, EU:C:2011:474, pkt 111). I tak zauważył on, że sekcja 4 rozdziału II wspomnianej dyrektywy, do której należał jej art. 14, była zatytułowana „Odpowiedzialność usługodawców będących pośrednikami”, a jej celem było ograniczenie przypadków, w których zgodnie ze znajdującym zastosowanie prawem krajowym mogłaby zrodzić się odpowiedzialność usługodawców będących pośrednikami w usługach (wyrok z dnia 12 lipca 2011 r., *L’Oréal i in.*, C-324/09, EU:C:2011:474, pkt 107). W konsekwencji Trybunał, ograniczając pojęcie „usługodawcy będącego pośrednikiem”, zamierzał ograniczyć również zakres wyłączeń odpowiedzialności, z jakich usługodawcy świadczący rozpatrywane usługi mogli korzystać.
- 40 Po drugie, aby zdefiniować pojęcie „usługodawcy będącego pośrednikiem” w rozumieniu sekcji 4 rozdziału II dyrektywy 2000/31, Trybunał odniósł się do wcześniejszego wyroku z dnia 23 marca 2010 r., *Google France i Google* (od C-236/08 do C-238/08, EU:C:2010:159, pkt 112–116). Z wyroku tego wynika zaś, że wykładnia tego pojęcia opiera się na motywie 42 tej dyrektywy, zgodnie z którym „[w]ylączenia w dziedzinie odpowiedzialności ustanowione [w szczególności w art. 14 tej dyrektywy] obejmują jedynie przypadki, w których działalność podmiotu świadczącego usługi społeczeństwa informacyjnego jest ograniczona do technicznego procesu obsługi”, która to działalność „przybiera charakter czysto techniczny, automatyczny i bierny”.
- 41 Wynika stąd, że dokonana przez Trybunał wykładnia pojęcia „usługodawcy będącego pośrednikiem” ograniczała się, jak sam wprost wskazał, do „zamierzon[ego] przez prawodawcę w ramach sekcji 4 rozdziału II [...] dyrektywy [2000/31] znaczeni[a] tego terminu” (wyrok z dnia 12 lipca 2011 r., *L’Oréal i in.*, C-324/09, EU:C:2011:474, pkt 112) i że wykładni tej nie można

wykorzystać na potrzeby stosowania rozporządzenia 2022/2065, które przewiduje, jak zauważono w pkt 31–35 powyżej, swój własny system odpowiedzialności. Jest tak tym bardziej dlatego, że art. 89 ust. 1 wspomnianego rozporządzenia uchylił sekcję 4 rozdziału II dyrektywy 2000/31, która była przedmiotem wykładni Trybunału.

- 42 Ponadto przy założeniu, że zamiarem skarżącej było podniesienie na rozprawie argumentu, iż z motywu 19 rozporządzenia 2022/2065 wynika, że orzecznictwo Trybunału dotyczące dyrektywy 2000/31 powinno zostać „przetransponowane” na potrzeby wykładni owego rozporządzenia, należy zauważyć, że motyw ten dotyczy różnic między trzema kategoriami usług pośrednich, a mianowicie usług związanych z działaniami z zakresu zwykłego przekazu, cachingu i hostingu. O ile zatem prawodawca Unii uznał, że te trzy kategorie usług pośrednich powinny być przedmiotem odrębnych przepisów, zgodnie z orzecznictwem Trybunału, o tyle nie wskazał on, że pojęcie „usług pośrednich”, które Trybunał zdefiniował poprzez odniesienie do motywu 42 dyrektywy 2000/31, należy utrzymać na potrzeby stosowania rozporządzenia 2022/2065.
- 43 W tych okolicznościach należy uznać, że w ramach Partner Programm platforma Zalando przechowuje i rozpowszechnia przekazane przez odbiorców usługi informacje na ich żądanie.
- 44 Ponadto nie podniesiono, by taka działalność polegająca na przechowywaniu i rozpowszechnianiu była jedynie „nieznaczna lub wyłącznie poboczną cechą innej usługi lub nieznaczna funkcją głównej usługi”, z której „ze względów obiektywnych i technicznych nie można [...] skorzystać bez takiej innej usługi”. Przeciwnie, sama skarżąca wskazuje, że sprzedaż dokonywana w ramach Partner Programm stanowi 37 % wartości brutto produktów sprzedawanych na platformie Zalando.
- 45 W tych okolicznościach należy uznać, że platforma Zalando jest platformą internetową w rozumieniu art. 3 lit. i) rozporządzenia 2022/2065, w zakresie, w jakim sprzedawcy zewnętrzni sprzedają na niej produkty w ramach Partner Programm. Wskazała to zresztą sama skarżąca w uwagach w przedmiocie wstępnych ustaleń Komisji, jak zauważono w pkt 7 powyżej.
- 46 Wynika stąd, że platforma Zalando stanowi również usługę pośrednią i usługę hostingu w rozumieniu art. 3 lit. g) ppkt (iii) rozporządzenia 2022/2065.
- 47 Pozostałe argumenty skarżącej nie mogą podważyć tego stwierdzenia.
- 48 Po pierwsze bowiem, skarżąca utrzymuje, że – z uwagi na dokonywane przez nią kontrole – informacje, jakie otrzymuje od sprzedawców zewnętrznych w ramach Partner Programm, należy traktować w taki sam sposób jak zdjęcia, jakie mogłaby otrzymywać od fotografa, którego zaangażowałaby na potrzeby bezpośredniej sprzedaży swoich własnych produktów w ramach usługi Zalando Retail.
- 49 Wystarczy jednak zauważyć, że zgodnie z art. 3 lit. i) i k) rozporządzenia 2022/2065 platforma internetowa jest usługą hostingu przechowującą i rozpowszechniającą publicznie informacje „na żądanie odbiorcy usługi, który przekazał informacje”. Tymczasem w pierwszej kolejności, jak skarżąca przyznała na rozprawie, fotograf taki jak ten opisany w jej przykładzie nie jest odbiorcą platformy Zalando, ponieważ nie jest on osobą, która korzysta z tej platformy, w rozumieniu art. 3 lit. b) wspomnianego rozporządzenia. W drugiej kolejności zdjęcia wykonane przez tego fotografa nie są przechowywane i rozpowszechniane na wspomnianej platformie na jego żądanie, lecz z inicjatywy skarżącej.

- 50 W odróżnieniu zatem od sprzedawców zewnętrznych w ramach Partner Programm fotograf z przykładu skarżącej nie korzysta z platformy internetowej w rozumieniu art. 3 lit. i) rozporządzenia 2022/2065. Oznacza to, że odmienne traktowanie zdjęć wykonywanych przez fotografa i zdjęć przekazywanych przez sprzedawców zewnętrznych w ramach Partner Programm wynika z samej systematyki wspomnianego rozporządzenia i że w konsekwencji nie może ono skutkować niezgodnością z prawem zaskarżonej decyzji.
- 51 Po drugie, skarżąca utrzymuje, że z wyroku z dnia 22 grudnia 2022 r., Louboutin (Używanie na internetowej platformie handlowej oznaczenia naruszającego prawo) (C-148/21 i C-184/21, EU:C:2022:1016), wynika, że „używa” ona – w rozumieniu art. 9 ust. 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/1001 z dnia 14 czerwca 2017 r. w sprawie znaku towarowego Unii Europejskiej (Dz.U. 2017, L 154, s. 1) – znaków towarowych, pod którymi sprzedawcy zewnętrzni sprzedają produkty w ramach Partner Programm. Wyjaśnia ona bowiem w tym względzie, że sposób przedstawienia ofert jest w ramach usługi Zalando Retail i w ramach Partner Programm identyczny i że w konsekwencji jest ona odpowiedzialna za ewentualne naruszenia prawa znaków towarowych wynikające ze sprzedaży produktów w ramach Partner Programm.
- 52 Wystarczy jednak stwierdzić, że to, czy skarżąca używa znaków towarowych, pod którymi sprzedawcy zewnętrzni sprzedają produkty w ramach Partner Programm, w rozumieniu art. 9 ust. 2 rozporządzenia 2017/1001, nie ma znaczenia dla ustalenia, czy platforma Zalando stanowi platformę internetową w rozumieniu art. 3 lit. i) rozporządzenia 2022/2065, czy też nie.
- 53 Wynika stąd, że część pierwszą zarzutu pierwszego należy oddalić.

W przedmiocie części drugiej zarzutu pierwszego, opartej na twierdzeniu, że ŚML platformy Zalando jest niższa niż 45 mln

- 54 W ramach części drugiej zarzutu pierwszego skarżąca, popierana przez bevh, zarzuca Komisji, że ta niesłusznie uznała, iż ŚML platformy Zalando była wyższa niż 45 mln. Precyzuje ona, że zgodnie z art. 3 lit. p) rozporządzenia 2022/2065 Komisja powinna była uwzględnić jedynie aktywnych odbiorców tej platformy, a mianowicie odbiorców usługi, którzy rzeczywiście zetknęli się z informacjami pochodzącymi od sprzedawców zewnętrznych w ramach Partner Programm, i nie powinna była uwzględniać tych, którzy zetknęli się z informacjami przekazanymi przez nią samą w ramach usługi Zalando Retail. I tak uważa ona, że – w braku innych środków umożliwiających zidentyfikowanie tych aktywnych odbiorców – ich liczbę należało ustalić z uwzględnieniem tej części sprzedaży, której dokonywali sprzedawcy zewnętrzni, a w konsekwencji należało stwierdzić, że ŚML wspomnianej platformy wynosi jedynie 30,836 mln.
- 55 Komisja, popierana przez EISi, kwestionuje argumentację skarżącej.
- 56 Zgodnie z brzmieniem art. 3 lit. p) rozporządzenia 2022/2065 aktywny odbiorca platformy internetowej jest odbiorcą usługi, który skorzystał z platformy internetowej poprzez żądanie od platformy internetowej hostingu informacji albo zetknięcie się z informacjami, których hostem jest platforma internetowa, rozpowszechnianymi za pośrednictwem jej interfejsu internetowego.

- 57 Ponadto z art. 33 ust. 1 i 4 rozporządzenia 2022/2065 wynika, że Komisja wskazuje platformy internetowe, których ŚML wynosi co najmniej 45 mln, jako bardzo duże platformy internetowe, opierając się w szczególności na danych przekazanych przez dostawców tych platform na podstawie art. 24 ust. 2 tego rozporządzenia lub na wszelkich innych informacjach dostępnych Komisji.
- 58 Wreszcie art. 24 ust. 2 rozporządzenia 2022/2065 przewiduje, że do dnia 17 lutego 2023 r., a następnie co najmniej raz na sześć miesięcy dostawcy, w odniesieniu do każdej platformy internetowej, publikują w publicznie dostępnej sekcji swojego interfejsu internetowego informacje na temat średniej liczby aktywnych miesięcznie odbiorców usługi w Unii, obliczonej jako średnia liczba w okresie poprzednich sześciu miesięcy oraz zgodnie z metodyką ustanowioną w aktach delegowanych, o których mowa w art. 33 ust. 3 wspomnianego rozporządzenia, jeżeli te akty delegowane zostały przyjęte.
- 59 W niniejszym przypadku, po pierwsze, w dniu 17 lutego 2023 r. skarżąca opublikowała w publicznie dostępnej sekcji swojego interfejsu internetowego informacje na temat średniej miesięcznej liczby aktywnych odbiorców usługi w Unii. W pierwszej kolejności wskazała ona, że ŚML platformy Zalando traktowanej jako całość (to znaczy obejmującej Zalando Retail i Partner Programm) wynosiła 83,341 mln. W drugiej kolejności wskazała ona, iż ze względu na to, że wartość brutto produktów sprzedawanych w ramach Partner Programm odpowiadała 37 % wartości brutto wszystkich produktów sprzedawanych na tej platformie, ŚML, odpowiadająca 37 % z 83,341 mln, wynosiła 30,836 mln.
- 60 Po drugie, należy stwierdzić, podobnie jak uczyniła to Komisja, że z art. 3 lit. p) rozporządzenia 2022/2065 wynika, iż do uznania odbiorcy usługi za aktywnego odbiorcę platformy internetowej wystarcza, że skorzystał on z tej platformy, w szczególności poprzez zetknięcie się z informacjami, których hostem jest platforma internetowa, rozpowszechnianymi za pośrednictwem jej interfejsu internetowego. Z przepisu tego wynika zatem, że pojęcie „aktywnego odbiorcy platformy internetowej” nie ogranicza się do osób, które zawarły na platformie Zalando transakcję. Przeciwnie, obejmuje ono wszystkie osoby, które „zetknęły się” z informacjami przekazanymi przez sprzedawców zewnętrznych, w tym poprzez zapoznanie się z nazwami sprzedawanych przez nich produktów, ich wytwórcą, ich opisem i ich zdjęciami.
- 61 Taką wykładnię art. 3 lit. p) rozporządzenia 2022/2065 potwierdza ponadto jego motyw 77, w którym doprecyzowano, że odbiorca może zetknąć się z informacjami poprzez zwykłe ich „oglądanie” lub „słuchanie” oraz że „korzystanie nie ogranicza się do interakcji z informacjami poprzez kliknięcie, komentowanie, tworzenie hiperłączy, udostępnianie, nabywanie lub przeprowadzanie transakcji na platformie internetowej”.
- 62 W tym względzie, wbrew temu, co utrzymuje skarżąca, nie można uznać, że motyw 77 rozporządzenia 2022/2065 nie ma znaczenia dla wykładni art. 3 lit. p) tego rozporządzenia. Należy bowiem przypomnieć, że preambuła aktu Unii może doprecyzować treść przepisów tego aktu i dostarcza wskazówek interpretacyjnych pozwalających wyjaśnić wolę autora tego aktu, mimo że nie ma ona wiążącej mocy prawnej i nie może być powoływana w celu uczynienia odstępstwa od samych przepisów danego aktu ani w celu interpretowania tych przepisów w sposób sprzeczny z ich treścią (zob. podobnie wyrok z dnia 21 marca 2024 r., LEA, C-10/22, EU:C:2024:254, pkt 51 i przytoczone tam orzecznictwo). W niniejszym przypadku należy zauważyć, że wspomniany motyw ogranicza się do doprecyzowania treści owego artykułu, nie

czyniąc odstępstw od niego ani nie stojąc w sprzeczności z jego treścią, jak skarżąca przyznała zresztą na rozprawie, ponieważ aktywny odbiorca może „korzystać” z informacji i „stykać się” z nimi również wtedy, gdy nie wchodzi z nimi w interakcję.

- 63 Po trzecie, należy zauważyć, że – jak wyjaśnia skarżąca – w przypadku niektórych produktów sprzedawanych zarówno przez nią, jak i przez sprzedawców zewnętrznych, „sposób przedstawienia produktów jest zawsze jednolity i niezależny od tożsamości danego sprzedawcy”. Precyzuje ona następnie, że „istnieje tylko jedna strona przedstawiająca szczegóły produktu, która zawiera identyczne informacje i zdjęcia”, i że konsument poznaje tożsamość sprzedawcy dopiero przy wyborze specyfikacji danego produktu, takich jak na przykład jego rozmiar w przypadku odzieży.
- 64 W tym względzie o ile skarżąca utrzymuje, że „w większości przypadków” informacje dotyczące produktów sprzedawanych zarówno przez nią, jak i przez sprzedawców zewnętrznych, pochodzą od niej, a nie od tych sprzedawców, o tyle należy zauważyć, że nie utrzymuje ona, by było tak zawsze.
- 65 Ponadto nie można wykluczyć, że konsumenci zapoznają się z informacjami dotyczącymi produktów sprzedawanych wyłącznie przez sprzedawców zewnętrznych, zanim ostatecznie zdecydują się na zakup innego produktu, który sprzedaje bezpośrednio skarżąca.
- 66 W tych okolicznościach należy zauważyć, że liczby aktywnych odbiorców w rozumieniu art. 3 lit. p) rozporządzenia 2022/2065 nie można ustalać w oparciu o tę część sprzedaży, którą generują sprzedawcy zewnętrzni w ramach Partner Programm. W związku z tym należy uznać, iż skarżąca i bevh nie mają podstaw, by uważać, że platforma Zalando miała ŚML wynoszącą 30,836 mln, a w konsekwencji że ta ŚML była niższa od progu 45 mln, o którym mowa w art. 33 ust. 1 wspomnianego rozporządzenia.
- 67 Wniosku tego nie podważa argument skarżącej, stosownie do którego art. 3 lit. p) rozporządzenia 2022/2065 przewiduje, że uznanie danego odbiorcy za aktywnego odbiorcę platformy internetowej wymaga tego, by rzeczywiście zetknął się on z informacjami, i nie wystarcza to, że mógł się on z nimi zetknąć. Wystarczy bowiem stwierdzić, że zgodnie z art. 24 ust. 2 wspomnianego rozporządzenia to do skarżącej należało samodzielne zidentyfikowanie osób, które rzeczywiście zetknęły się ze wspomnianymi informacjami. Należy uznać, że w zakresie, w jakim skarżąca podnosi, że nie była w stanie wyodrębnić wśród 83,341 mln osób uwzględnionych na potrzeby obliczenia ŚML tych osób, które rzeczywiście zetknęły się z informacjami pochodzącymi od sprzedawców zewnętrznych, oraz tych osób, które nie zetknęły się z tymi informacjami, Komisja miała podstawy, by uznać, iż w odniesieniu do wszystkich wspomnianych osób można było przyjąć, że rzeczywiście zetknęły się ze wspomnianymi informacjami. Wynika stąd, że Komisja miała również podstawy, by uznać, iż ŚML platformy Zalando wynosiła 83,341 mln.
- 68 Ponadto w zakresie, w jakim skarżąca uważa, że zaskarżona decyzja narusza zasadę proporcjonalności ze względu na to, iż zgodnie z przyjętym przez Komisję w tej decyzji rozumowaniem platformę Zalando wskazano by jako bardzo dużą platformę internetową nawet przy założeniu, że „99,99 % informacji” rozpowszechnianych publicznie pochodziło od niej, wystarczy stwierdzić, że nie utrzymuje ona, iż założenie to istotnie odpowiada rzeczywistości. Przeciwnie, jak zauważono w pkt 44 powyżej, utrzymuje ona, że sprzedaż dokonywana w ramach

Partner Programm stanowi 37 % wartości brutto produktów sprzedawanych na platformie Zalando, co sugeruje, że informacje pochodzące od sprzedawców zewnętrznych stanowią znaczną część informacji rozpowszechnianych na tej platformie.

- 69 Co więcej, skarżąca nie wyjaśnia powodu, dla którego rozpowszechnianie informacji pochodzących od sprzedawców zewnętrznych, które w jej przykładzie miałyby stanowić jedynie 0,01 % informacji rozpowszechnianych na platformie Zalando, miałyby nie stanowić nieznaczej lub wyłącznie pobocznej cechy tej platformy w rozumieniu art. 3 lit. i) rozporządzenia 2022/2065.
- 70 Wynika stąd, że należy oddalić część drugą zarzutu pierwszego, a w konsekwencji – wspomniany zarzut w całości.

W przedmiocie zarzutu drugiego, dotyczącego niezgodności z prawem art. 33 ust. 1 i 4 rozporządzenia 2022/2065, odczytywanego w związku z art. 24 ust. 2 tego rozporządzenia

- 71 W ramach zarzutu drugiego skarżąca podnosi, że art. 33 ust. 1 i 4 rozporządzenia 2022/2065, odczytywany w związku z art. 24 ust. 2 tego rozporządzenia, jest niezgodny z prawem. Zarzut ten składa się z trzech części.
- 72 W ramach części pierwszej skarżąca utrzymuje w istocie, że art. 33 ust. 1 i 4 rozporządzenia 2022/2065, odczytywany w związku z art. 24 ust. 2 tego rozporządzenia, narusza zasadę pewności prawa.
- 73 W ramach części drugiej i trzeciej skarżąca utrzymuje, że art. 33 ust. 1 rozporządzenia 2022/2065, odczytywany w związku z art. 24 ust. 2 tego rozporządzenia, narusza, odpowiednio, zasadę równego traktowania i zasadę proporcjonalności.

W przedmiocie części pierwszej zarzutu drugiego, opartej na twierdzeniu, że art. 33 ust. 1 i 4 rozporządzenia 2022/2065, odczytywany w związku z art. 24 ust. 2 tego rozporządzenia, narusza zasadę pewności prawa

- 74 W ramach części pierwszej zarzutu drugiego skarżąca, popierana przez bevh, podnosi, że art. 33 ust. 1 i 4 rozporządzenia 2022/2065, odczytywany w związku z art. 24 ust. 2 tego rozporządzenia, narusza zasadę pewności prawa ze względu na to, że pojęcie „aktywnego odbiorcy platformy internetowej” nie jest wystarczająco precyzyjne, w związku z czym wskazywanie bardzo dużych platform internetowych nie jest wystarczająco przewidywalne.
- 75 Komisja, popierana przez Parlament, Radę i EISI, kwestionuje argumentację skarżącą.
- 76 W tym względzie należy przypomnieć, że zasada pewności prawa wymaga w szczególności, by uregulowania były jasne i precyzyjne, tak aby podlegające im podmioty mogły ustalić w sposób jednoznaczny swoje prawa i obowiązki oraz podjąć w związku z tym odpowiednie kroki [wyroki: z dnia 10 stycznia 2006 r., IATA i ELFAA, C-344/04, EU:C:2006:10, pkt 68; z dnia 8 marca 2022 r., Bezirkshauptmannschaft Hartberg-Fürstenfeld (Bezpośrednia skuteczność), C-205/20, EU:C:2022:168, pkt 46]. Zasada ta winna być przestrzegana szczególnie rygorystycznie w przypadku uregulowań mogących rodzić skutki finansowe (zob. wyrok z dnia 29 kwietnia 2021 r., Banco de Portugal i in., C-504/19, EU:C:2021:335, pkt 52 i przytoczone tam orzecznictwo), jak ma to miejsce w przypadku rozporządzenia 2022/2065.

- 77 Jednakże zasada pewności prawa nie wymaga, by wykluczone były wszelkie wątpliwości co do wykładni danej normy prawnej. Przeciwnie, decydujące znaczenie ma okoliczność, czy dany akt prawny jest niejednoznaczny w takim stopniu, że nie można z wystarczającą pewnością rozwiązać ewentualnych wątpliwości co do zakresu lub znaczenia przepisu (opinia rzeczniczki generalnej J. Kokott w sprawie FCD i FMB, C-106/14, EU:C:2015:93, pkt 55; zob. także podobnie wyrok z dnia 14 kwietnia 2005 r., Belgia/Komisja, C-110/03, EU:C:2005:223, pkt 31). Nie jest zatem możliwe naruszenie zasady pewności prawa z tego tylko powodu, że sąd Unii musi odwołać się do metod wykładni innych niż wykładnia językowa przepisu o charakterze generalnym (zob. podobnie wyrok z dnia 2 września 2021 r., Irish Ferries, C-570/19, EU:C:2021:664, pkt 167).
- 78 Ponadto zgodnie z orzecznictwem Trybunału okoliczność, że dany przepis nie zaleca konkretnej metody lub procedury, nie oznacza wcale, że narusza on zasadę pewności prawa (zob. wyrok z dnia 22 lutego 2022 r., Stichting Rookpreventie Jeugd i in., C-160/20, EU:C:2022:101, pkt 43 i przytoczone tam orzecznictwo). W takich bowiem okolicznościach to do danego organu lub danych podmiotów gospodarczych należy wybór wiarygodnej metody, która może zapewnić spełnienie wymogu wynikającego z tego przepisu (zob. podobnie wyrok z dnia 30 stycznia 2019 r., Planta Tabak, C-220/17, EU:C:2019:76, pkt 33).

– *Rozważania wstępne*

- 79 W niniejszym przypadku należy zauważyć, podobnie jak uczyniła to Komisja, że pojęcie „aktywnego odbiorcy platformy internetowej” może mieć zastosowanie do wielu różnych sytuacji. Z art. 3 lit. i) i z motywu 13 rozporządzenia 2022/2065 wynika bowiem, że pojęcie „platformy internetowej” obejmuje zarówno serwisy społecznościowe, jak i platformy handlowe. Skarżąca przyznaje ponadto, że istnieje „wiele rozmaitych platform internetowych”, które „różnią się [...] charakterem oferowanych przez nie usług”. Pojęcie „aktywnego odbiorcy platformy internetowej” powinno zatem móc dostosowywać się do różnych rodzajów platform internetowych, które mogą wyświetlać różnego rodzaju treści, w tym treści dźwiękowe i wizualne, na różne sposoby, na przykład za pomocą witryny internetowej lub aplikacji czy poprzez uzależnienie (albo nieuzależnienie) dostępu do tych treści od uprzedniej rejestracji i od utworzenia konta.
- 80 W tych okolicznościach należy uznać, że pewien stopień niepewności co do znaczenia i zakresu pojęcia „aktywnego odbiorcy platformy internetowej” jest nierozzerwalnie z tym pojęciem związany (zob. podobnie i analogicznie wyrok z dnia 14 kwietnia 2005 r., Belgia/Komisja, C-110/03, EU:C:2005:223, pkt 31).

– *W przedmiocie istnienia różnych metod obliczania ŚML platform internetowych*

- 81 Skarżąca i bevh podnoszą, że z uwagi na nieprecyzyjność pojęcia „aktywnego odbiorcy platformy internetowej” Komisja i dostawcy platform internetowych przyjęli w praktyce różne metody obliczania ŚML tych platform.
- 82 Po pierwsze, skarżąca sugeruje, że niektórzy dostawcy zaniżają ŚML swoich platform internetowych.
- 83 I tak w pierwszym rzędzie skarżąca twierdzi, że niektórzy dostawcy platform internetowych nie uwzględniali adresów protokołu internetowego (adresów IP), które, choć znajdowały się w Unii, nie były zlokalizowane w państwie członkowskim, w którym dostawcy ci byli aktywni lub do

którego ich produkty mogły być dostarczane. Dodaje ona w tym kontekście, że art. 33 ust. 1 rozporządzenia 2022/2065 odnosi się jedynie do odbiorców aktywnych w Unii, nie precyzując, czy chodzi o odbiorców mających miejsce zamieszkania lub miejsce zwykłego pobytu w Unii, czy o odbiorców utrzymujących inny „związek terytorialny” z Unią.

- 84 W tym względzie w pierwszej kolejności należy zauważyć, że argument skarżącej wydaje się opierać na niemieckiej wersji językowej art. 2 ust. 1 rozporządzenia 2022/2065, zgodnie z którą rozporządzenie to ma zastosowanie w szczególności do usług pośrednich, które są oferowane odbiorcom usługi, takim jak osoby fizyczne, które mają „Sitz” (miejsce zamieszkania) w Unii. Tymczasem inne wersje językowe tego przepisu wymagają jedynie, aby owi odbiorcy usługi „znajdowali się” w Unii, nie podając dalszych doprecyzowań.
- 85 Zgodnie z utrwalonym orzecnictwem sformułowanie użyte w jednej z wersji językowych przepisu prawa Unii nie może stanowić wyłącznej podstawy wykładni tego przepisu ani mieć pierwszeństwa przed innymi wersjami językowymi (wyroki: z dnia 21 marca 2024 r., Cobult, C-76/23, EU:C:2024:253, pkt 25; z dnia 17 stycznia 2023 r., Hiszpania/Komisja, C-632/20 P, EU:C:2023:28, pkt 40).
- 86 W tych okolicznościach należy uznać, że istotne jest jedynie miejsce, w którym odbiorcy danej usługi się znajdują, gdy stykają się z informacjami, których platforma internetowa jest hostem, niezależnie od ich miejsca zamieszkania czy miejsca zwykłego pobytu. W związku z tym, wbrew temu, co skarżąca utrzymywała na rozprawie, z różnych wersji językowych art. 2 ust. 1 rozporządzenia 2022/2065, rozpatrywanych we wspólnym ujęciu, nie wynika, że prawodawca Unii musiał zdefiniować pojęcie „miejsca zamieszkania” na potrzeby stosowania tego przepisu. Zresztą z pkt 41 skargi wynika, że skarżąca prawidłowo zinterpretowała wspomniany przepis w celu obliczenia ŚML platformy Zalando – w zakresie, w jakim uwzględniła jedynie miejsce, z którego przeglądano związane z tą platformą witryny internetowe i aplikacje.
- 87 W drugiej kolejności żadna z wersji językowych art. 2 ust. 1 rozporządzenia 2022/2065 nie pozwala wykluczyć odbiorców usługi ze względu na to, że, choć znajdują się w Unii, są zlokalizowani w państwie członkowskim, w którym dostawca platformy internetowej nie jest aktywny lub do którego jego produkty nie mogą być dostarczane.
- 88 Wynika stąd, że jak zauważa Komisja, opisane przez skarżącą podejście przy obliczaniu ŚML platformy internetowej narusza rozporządzenie 2022/2065. W konsekwencji okoliczność – przy założeniu jej wykazania – że niektórzy dostawcy platform internetowych przyjęli takie podejście, nie pozwala na stwierdzenie naruszenia zasady pewności prawa ze względu na nieprecyzyjność pojęcia „aktywnego odbiorcy platformy internetowej” we wspomnianym rozporządzeniu.
- 89 W drugim rzędzie skarżąca twierdzi, że niektórzy dostawcy platform internetowych uwzględniają jedynie odbiorców, którzy są aktywni w ich witrynach internetowych, pomijając odbiorców, którzy są aktywni w powiązanych z daną platformą aplikacjach. Ponadto utrzymuje ona, że niektórzy dostawcy platform internetowych, na których dostępne są zarówno ich treści, jak i treści sprzedawców zewnętrznych, uwzględniają jedynie odbiorców treści pochodzących od sprzedawców zewnętrznych, w tym również wtedy, gdy za pośrednictwem tego samego interfejsu dostawcy ci przedstawiają swoje własne treści. Twierdzi ona również, że niektórzy dostawcy platform internetowych nie uwzględniają aktywnych odbiorców, którzy nie zgadzają się na korzystanie z plików cookie. Co więcej, sugeruje ona, że dostawcy platform internetowych, z których mogą korzystać wyłącznie osoby zarejestrowane, ale których treść jest dostępna dla osób niezarejestrowanych, nie uwzględniają tej ostatniej kategorii osób. Wreszcie podnosi ona, że

niektórzy dostawcy platform internetowych zrównują aktywnych odbiorców z botami, gdy pozostają oni nieaktywni przez 30 minut, i że w konsekwencji dostawcy ci nie uwzględniają ich przy obliczaniu ŚML.

- 90 Należy jednak zauważyć, że tak opisane przez skarżącą podejścia również naruszają rozporządzenie 2022/2065, co ta przyznała zresztą na rozprawie, i że w konsekwencji nie mogą one stanowić dowodu niewystarczającej precyzji wspomnianego rozporządzenia.
- 91 Otóż w pierwszej kolejności w motywie 77 rozporządzenia 2022/2065 doprecyzowano bowiem, że odbiorca usługi „powinien, w miarę możliwości, być liczony tylko jeden raz”, że rozporządzenie to „nie nakłada na dostawców platform internetowych [...] obowiązku szczególnego śledzenia osób fizycznych w Internecie” oraz że dostawcy ci mogą, jeżeli „są w stanie” to czynić, „pomijać zautomatyzowanych użytkowników, takich jak boty lub programy do wydobywania danych, bez dalszego przetwarzania danych osobowych i śledzenia”. Nie można jednak stąd wywodzić, że na potrzeby obliczania ŚML dostawcy ci mogliby nie uwzględniać niektórych aktywnych odbiorców ze względu na to, że niektórzy odmówiliby korzystania z plików cookie, i że należałoby nie wliczać botów.
- 92 Przeciwnie, z motywu 77 rozporządzenia 2022/2065 wynika, że dostawcy platform internetowych mogą być zmuszeni do wliczania botów, jeżeli nie są oni w stanie ich wykluczyć bez dalszego przetwarzania danych osobowych i śledzenia, jak też do wliczania tego samego aktywnego odbiorcy więcej niż jeden raz, mimo że celem jest, aby „w miarę możliwości” wliczać aktywnych odbiorców tylko jeden raz. W pewnych okolicznościach dostawcy ci mogą zatem, zgodnie ze wspomnianym rozporządzeniem, zostać zmuszeni do zawyżenia ŚML ich platform internetowych. Rozporządzenie to nie upoważnia ich natomiast do zaniżania wspomnianej liczby. Jak wynika z orzecznictwa przypomnianego w pkt 78 powyżej, w szczególności do wspomnianych dostawców należy wybór wiarygodnej metody, która może zapewnić spełnienie wymogu niezaniżania owej liczby.
- 93 Podniesiona przez skarżącą okoliczność, że w art. 33 ust. 1 rozporządzenia 2022/2065 wspomniano o ŚML, a nie o średniej miesięcznej liczbie odwiedzin danej platformy internetowej, nie może podważyć tego wniosku. Przepis ten, interpretowany w świetle motywu 77 tego rozporządzenia, nie prowadzi bowiem do wliczania wszystkich tych odwiedzin, mimo że może prowadzić do zawyżenia liczby aktywnych odbiorców danej platformy internetowej.
- 94 W drugiej kolejności, jak przypomniano w pkt 60 powyżej, do uznania odbiorcy usługi za aktywnego odbiorcę platformy internetowej w rozumieniu art. 3 lit. p) rozporządzenia 2022/2065 wystarcza, że skorzystał on z tej platformy, w szczególności poprzez zetknięcie się z informacjami, których platforma ta jest hostem, rozpowszechnianymi za pośrednictwem jej interfejsu internetowego.
- 95 Wynika stąd, że na potrzeby obliczania ŚML dostawca platformy internetowej nie może wykluczyć odbiorców usługi, którzy – mimo że zetknęli się z informacjami, których platforma ta jest hostem – nie są na niej zarejestrowani, nie zawarli na niej transakcji, pozostawali przez pewien czas nieaktywni, odmówili korzystania z plików cookie lub uzyskali dostęp do platformy z aplikacji.
- 96 Po drugie, skarżąca podnosi, że niektórzy dostawcy platform internetowych obawiają się, iż w przypadku oparcia się wyłącznie na liczbie odwiedzin ich platformach internetowych wliczaliby oni tego samego aktywnego odbiorcę więcej niż jeden raz. Dodaje ona, że w różny

sposób szacują oni liczbę przypadków, w których dochodzi do takiego ponownego wliczenia. Jednakże okoliczności takie nie pozwalają na stwierdzenie naruszenia zasady pewności prawa ze względu na nieprecyzyjność pojęcia „aktywnego odbiorcy platformy internetowej” w rozporządzeniu 2022/2065.

- 97 Po trzecie, skarżąca podnosi, że niektórzy dostawcy nie publikują ŚML swoich platform internetowych, lecz poprzestają na wskazaniu, że liczba ta jest niższa niż 45 mln, ze względu na to, że art. 24 ust. 2 rozporządzenia 2022/2065 nakłada na nich obowiązek publikowania jedynie „informacji na temat średniej liczby aktywnych miesięcznie odbiorców”, a nie ŚML jako takiej. Jednakże okoliczność taka nie pozwala na stwierdzenie naruszenia zasady pewności prawa ze względu na nieprecyzyjność pojęcia „aktywnego odbiorcy platformy internetowej” we wspomnianym rozporządzeniu.
- 98 Po czwarte, skarżąca podnosi, że na potrzeby obliczania ŚML dostawcy platform internetowych wliczają jedynie tych odbiorców usługi, którzy pozostają na nich przez wystarczająco długi czas. Wyjaśnia ona, że przyjęty minimalny czas waha się – w zależności od dostawcy – od 3 do 45 sekund oraz że wybór tego czasu może mieć istotny wpływ na obliczanie ŚML platform internetowych poszczególnych dostawców.
- 99 W tym względzie trzeba przyznać, iż bezsporne jest, że ŚML platformy internetowej może różnić się w zależności od tego, czy jako minimalny czas, przez jaki odbiorcy usługi muszą pozostać na tej platformie, aby zostali wliczeni jako aktywni odbiorcy, przyjęto 3 sekundy, czy 45 sekund.
- 100 W motywie 77 rozporządzenia 2022/2065 doprecyzowano jednak, że obliczanie ŚML, a zatem liczby osób stykających się z informacjami, których platforma internetowa jest hostem, może zależeć od „charakter[u] usługi i spos[obu], w jaki zachodzi interakcja między usługą a jej odbiorcą”. W związku z tym okoliczność, że rozporządzenie to nie określa w sposób abstrakcyjny i w odniesieniu do wszystkich platform internetowych minimalnego czasu, jaki dostawcy tych platform powinni przyjąć na potrzeby obliczania ŚML, nie wystarcza do stwierdzenia, że nie pozwala ono na określenie ŚML danej platformy internetowej przy uwzględnieniu właściwych jej cech.
- 101 Nadto należy zauważyć, podobnie jak uczyniła to Komisja, że skarżąca nie twierdzi, iż w niniejszym przypadku nie była w stanie określić minimalnego czasu, o którym mowa, w celu obliczenia ŚML platformy Zalando. Przeciwnie, z jej argumentacji wynika, że przyjęła ona minimalny czas wynoszący 10 sekund, w tym w odniesieniu do liczby 83,341 mln, ostatecznie przyjętej przez Komisję. Ponadto nie przedstawia ona żadnej argumentacji mającej wykazać, że ze względu na cechy tej platformy taki czas nie pozwala uznać, iż odbiorca usługi mógł zetknąć się z informacjami pochodzącymi od sprzedawców zewnętrznych, i że czas ten wybrano w sposób arbitralny, wyłącznie w celu wypełnienia obowiązku publikacji, o którym mowa w art. 24 ust. 2 rozporządzenia 2022/2065.
- 102 Po piąte, bevh podnosi, że niektórzy aktywni odbiorcy niekoniecznie stykają się z informacjami, których platforma internetowa jest hostem, w związku z czym dostawcy platform internetowych powinni mieć możliwość dokonywania „dostosowań” przy obliczaniu ŚML tych platform. Zauważa on też, że Komisja przyznaje, iż skarżąca mogła w niniejszym przypadku dokonać takich dostosowań, w szczególności po to, aby nie wliczać tego samego aktywnego odbiorcy więcej niż jeden raz lub nie uwzględniać „niezamierzonych przypadków skorzystania” z platformy Zalando, które nie wiążą się z rzeczywistym zetknięciem się z treściami, których platforma ta jest hostem. Twierdzi on jednak, że rozporządzenie 2022/2065 nie wymienia w sposób wyczerpujący

dostosowań, które byłyby dozwolone. Tym samym zarzuca on prawodawcy Unii, że ten zdefiniował pojęcie „aktywnego odbiorcy platformy internetowej” poprzez odniesienie do pojęcia „zetknięcia się”, które również jest nieprecyzyjne.

- 103 W tym względzie w pierwszej kolejności z art. 3 lit. p) rozporządzenia 2022/2065 wynika, że aktywnym odbiorcą platformy internetowej jest albo osoba, która żąda od tej platformy hostingu informacji, albo osoba, która styka się z tymi informacjami za pośrednictwem interfejsu wspomnianej platformy. Wynika stąd, że uwzględnienie danego konsumenta jako aktywnego odbiorcy platformy Zalando z konieczności oznaczało w niniejszym przypadku, że zetknął się on z informacjami hostowanymi na tej platformie na żądanie sprzedawców zewnętrznych. W związku z tym, wbrew temu, co utrzymuje bevh, nie jest możliwe zidentyfikowanie – wśród aktywnych odbiorców – konsumentów, którzy nie zetknęli się ze wspomnianymi informacjami. W konsekwencji o ile można było „dostosować” liczbę odwiedzin lub liczbę odbiorców usługi na potrzeby określenia liczby konsumentów, których należy uwzględnić jako aktywnych odbiorców tej platformy, o tyle nie należało dostosowywać liczby aktywnych odbiorców na potrzeby obliczenia ŚML tej platformy.
- 104 W drugiej kolejności należy zauważyć, że dostosowania, na które powołuje się bevh, miały w rzeczywistości na celu uniknięcie wliczania tego samego aktywnego odbiorcy więcej niż jeden raz lub uwzględniania osób, które znalazły się na platformie Zalando w sposób niezamierzony, nie stykając się rzeczywiście z informacjami pochodzącymi od sprzedawców zewnętrznych. W konsekwencji, wbrew temu, co utrzymuje bevh, nie można stąd wywodzić, że Komisja przyznała, iż niektórzy aktywni odbiorcy mogli nie stykać się z informacjami pochodzącymi od sprzedawców zewnętrznych. Wreszcie bevh nie uzasadnia swojego twierdzenia, zgodnie z którym pojęcie „zetknięcia się” nie jest wystarczająco precyzyjne, w szczególności w świetle wyjaśnień zawartych w motywie 77 rozporządzenia 2022/2065.
- 105 Po szóste, skarżąca podnosi, że Komisja sama zastosowała różne metody w celu obliczenia ŚML platformy Zalando. I tak zauważa ona, że decyzją z dnia 27 września 2023 r., późniejszą niż zaskarżona decyzja, Komisja określiła wysokość opłaty nadzorczej, jaką skarżąca powinna uiścić na podstawie art. 43 rozporządzenia 2022/2065. Stwierdza ona, że Komisja uznała wówczas, iż ŚML wspomnianej platformy wynosiła jedynie 47,5 mln, a nie nadal – jak wskazała w zaskarżonej decyzji – 83,341 mln. Podobnie skarżąca stwierdza znaczną rozbieżność między danymi opublikowanymi przez innych dostawców bardzo dużych platform internetowych na podstawie art. 24 ust. 2 wspomnianego rozporządzenia a danymi przyjętymi przez Komisję na potrzeby obliczenia tej opłaty.
- 106 W tym względzie w pierwszym rzędzie należy zauważyć, że art. 43 rozporządzenia 2022/2065 stanowi w szczególności, że dostawcy usług pośrednich wskazani jako bardzo duże platformy internetowe muszą uiszczać na rzecz Komisji opłatę nadzorczą. Całkowita kwota tej opłaty odpowiada każdego roku szacunkowym kosztom, jakie Komisja będzie musiała ponieść w związku z wykonywaniem zadań wynikających ze wspomnianego rozporządzenia.
- 107 Ponadto art. 4 ust. 1 i 2 rozporządzenia delegowanego Komisji (UE) 2023/1127 z dnia 2 marca 2023 r. uzupełniającego rozporządzenie 2022/2065 o szczegółową metodykę i procedury dotyczące opłat nadzorczych pobieranych przez Komisję od dostawców bardzo dużych platform internetowych i bardzo dużych wyszukiwarek internetowych (Dz.U. 2023, L 149, s. 16) przewiduje, że podstawową kwotę opłaty nadzorczej należy podzielić między dostawców odnośnych usług pośrednich, w szczególności w zależności od ich ŚML. Przepis ten przewiduje również, że Komisja może oprzeć się w szczególności na ŚML opublikowanej na podstawie

art. 24 ust. 2 wspomnianego rozporządzenia przez dostawcę danej bardzo dużej platformy internetowej lub na „każdyh innych informacjach” dostępnych w dniu 31 sierpnia roku, za który wspomniana opłata ma zostać uiszczona.

- 108 W konsekwencji należy zauważyć, że art. 4 rozporządzenia delegowanego 2023/1127 przewiduje wprost możliwość oparcia się przez Komisję na innych źródłach informacji, takich jak dane pochodzące od przedsiębiorstw zewnętrznych, a tym samym – przyjęcia przez nią na potrzeby obliczenia podstawowej kwoty opłaty nadzorczej ŚML innej niż ta opublikowana przez skarżącą w dniu 17 lutego 2023 r. na podstawie art. 24 ust. 2 rozporządzenia 2022/2065 na potrzeby wskazania platformy Zalando jako bardzo dużej platformy internetowej. W tym względzie z pkt 67 powyżej wynika, że Komisja miała podstawy do tego, by w zaskarżonej decyzji przyjąć ŚML wynoszącą 83,341 mln, którą skarżąca opublikowała na podstawie tego ostatniego przepisu.
- 109 W drugim rzędzie prawdą jest, że w decyzji z dnia 27 września 2023 r., a także w przesłanym skarżącej poprzedzającym tę decyzję piśmie informacyjnym, o którym mowa w art. 6 ust. 3 rozporządzenia delegowanego 2023/1127, Komisja wskazała, że na potrzeby określenia ŚML platformy Zalando wołała oprzeć się na danych pochodzących od przedsiębiorstw zewnętrznych niż na danych pochodzących od skarżącej. Wskazała ona, że decyzja o oparciu się na danych pochodzących od przedsiębiorstw zewnętrznych była uzasadniona tym, że umożliwiało to przyjęcie wspólnej metody obliczeń dla wszystkich 19 usług pośrednich podlegających opłacie nadzorczej w 2023 r., a tym samym sprawiedliwe podzielenie jej kwoty między dostawców tych usług, zgodnie z zasadą równego traktowania. Uznała ona zatem, że ŚML platformy Zalando wynosiła już jedynie 47,5 mln.
- 110 Należy jednak stwierdzić, że Komisja przyznała również, iż dane pochodzące od przedsiębiorstw zewnętrznych były jedynie szacunkami, ze swej natury mniej wiarygodnymi niż dane pochodzące od samych platform, czego skarżąca nie kwestionuje. Niezależnie od zgodności z prawem decyzji z dnia 27 września 2023 r., która nie jest przedmiotem rozpatrywanej skargi, należy zauważyć, że okoliczność, iż Komisja oparła się na najbardziej wiarygodnych danych przy określaniu ŚML w zaskarżonej decyzji, nie pozwala na stwierdzenie, że pojęcie „aktywnego odbiorcy platformy internetowej” nie jest wystarczająco precyzyjne w świetle zasady pewności prawa. Wynika stąd, że okoliczność taka również nie może podważyć zgodności z prawem tej ostatniej decyzji, tym bardziej że w decyzji z dnia 27 września 2023 r. Komisja także przyjęła ŚML wyższą niż 45 mln.
- 111 W konsekwencji należy uznać, że skarżąca i bevh nie mają podstaw, by utrzymywać, iż istnienie różnych metod obliczania ŚML platform pozwala na stwierdzenie, że art. 33 ust. 1 i 4 rozporządzenia 2022/2065, odczytywany w związku z art. 24 ust. 2 tego rozporządzenia, narusza zasadę pewności prawa.

– *W przedmiocie pozostałych argumentów skarżącej i bevh*

- 112 W pierwszej kolejności skarżąca zauważa, że art. 33 ust. 3 rozporządzenia 2022/2065 przewiduje, iż „Komisja może przyjmować akty delegowane [...], aby uzupełnić przepisy [tego] rozporządzenia poprzez ustanowienie metodyki obliczania [ŚML] do celów [art. 33 ust. 1] i art. 24 ust. 2 [wspomnianego rozporządzenia], zapewniając, aby w metodyce tej uwzględniono zmiany rynkowe i technologiczne”.
- 113 Jednakże należy przypomnieć, że nie jest konieczne, aby dany akt ustawodawczy sam w sobie zawierał doprecyzowanie kwestii technicznych, ponieważ prawodawca Unii może zastosować ogólne ramy prawne, które, w stosownym przypadku, podlegają następnie doprecyzowaniu

[wyrok z dnia 4 października 2024 r., Litwa i in./Parlament i Rada (Pakiet mobilności), od C-541/20 do C-555/20, EU:C:2024:818, pkt 160]. Ponadto, jak wynika z pkt 78 powyżej, w braku takich doprecyzowań wybór wiarygodnej metody, która może zapewnić spełnienie wymogów wynikających z tego aktu ustawodawczego, może należeć do danych podmiotów gospodarczych.

- 114 W konsekwencji, wbrew temu, co utrzymuje skarżąca, okoliczność, że rozporządzenie 2022/2065 przewiduje możliwość przyjęcia przez Komisję aktu delegowanego, nie może wystarczyć do stwierdzenia, że w braku takiego aktu delegowanego to rozporządzenie byłoby niejednoznaczne w takim stopniu, że jego stosowanie naruszałoby zasadę pewności prawa.
- 115 Ponadto w zakresie, w jakim bevh podnosi zarzut niezgodności z prawem art. 33 ust. 3 rozporządzenia 2022/2065 ze względu na to, że przepis ten przewiduje, zdaniem bevh z naruszeniem art. 290 ust. 1 TFUE, przyjęcie aktu delegowanego, który nie ogranicza się do uzupełnienia lub zmiany niektórych elementów, innych niż istotne, wspomnianego rozporządzenia, wystarczy przypomnieć, że przedmiotem zarzutu niezgodności z prawem mogą być jedynie te przepisy aktu o charakterze generalnym, które stanowią podstawę indywidualnej decyzji, którą zaskarżono, lub które pozostają z tą decyzją w bezpośrednim związku prawnym, oraz że niedopuszczalny jest zarzut niezgodności z prawem skierowany przeciwko aktowi o charakterze generalnym, dla którego wspomniana decyzja nie jest środkiem wykonawczym (zob. wyrok z dnia 8 września 2020 r., Komisja i Rada/Carreras Sequeros i in., C-119/19 P i C-126/19 P, EU:C:2020:676, pkt 69, 70 i przytoczone tam orzecznictwo).
- 116 Tymczasem należy stwierdzić, że art. 33 ust. 3 rozporządzenia 2022/2065 nie pozostaje w żadnym bezpośrednim związku prawnym z zaskarżoną decyzją. Ze względu bowiem na to, że Komisja nie przyjęła aktu delegowanego, na którego przyjęcie przepis ten zezwala, nie mogła ona zastosować metody, która byłaby w tym akcie określona, na potrzeby obliczenia ŚML platformy Zalando. W konsekwencji taki zarzut niezgodności z prawem należy odrzucić jako niedopuszczalny, i to niezależnie od tego, czy – jak twierdzi Komisja – podniesiono go zbyt późno.
- 117 W drugiej kolejności skarżąca stwierdza, że rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/1925 z dnia 14 września 2022 r. w sprawie kontestowalnych i uczciwych rynków w sektorze cyfrowym oraz zmiany dyrektyw (UE) 2019/1937 i (UE) 2020/1828 (akt o rynkach cyfrowych) (Dz.U. 2022, L 265, s. 1) zawiera załącznik mający na celu określenie metodyki identyfikacji i obliczania „aktywnych użytkowników końcowych”. Okoliczność ta nie ma jednak znaczenia dla ustalenia, czy rozporządzenie 2022/2065 wystarczająco precyzyjnie definiuje pojęcie „aktywnego odbiorcy platformy internetowej” w świetle zasady pewności prawa.
- 118 W tej sytuacji należy stwierdzić, że ani skarżąca, ani bevh nie przedstawiły okoliczności pozwalających uznać, że doprecyzowania zawarte w rozporządzeniu 2022/2065 były niewystarczające, aby móc określić – z uwzględnieniem wszystkich okoliczności rozpatrywanego przypadku, a w szczególności specyfiki odnośnej platformy – liczbę osób, które zetknęły się z hostowanymi i rozpowszechnianymi przez nią informacjami, i obliczyć w tym względzie średnią z sześciu miesięcy.
- 119 Wynika stąd, że skarżąca i bevh nie mają podstaw, by utrzymywać, iż art. 33 ust. 1 i 4 rozporządzenia 2022/2065, odczytywany w związku z art. 24 ust. 2 tego rozporządzenia, narusza zasadę pewności prawa.
- 120 W konsekwencji część pierwszą zarzutu drugiego należy oddalić.

W przedmiocie części drugiej zarzutu drugiego, opartej na twierdzeniu, że art. 33 ust. 1 rozporządzenia 2022/2065, odczytywany w związku z art. 24 ust. 2 tego rozporządzenia, narusza zasadę równego traktowania

- 121 W ramach części drugiej zarzutu drugiego skarżąca, popierana przez bevh, uważa, że art. 33 ust. 1 rozporządzenia 2022/2065, odczytywany w związku z art. 24 ust. 2 tego rozporządzenia, narusza zasadę równego traktowania ze względu na to, że w odmienny sposób traktuje porównywalne platformy internetowe oraz, jednocześnie, w sposób jednakowy traktuje odmienne platformy internetowe.
- 122 Komisja, popierana przez Parlament, Radę i EISI, kwestionuje argumentację skarżącej.
- 123 Zasada równego traktowania, zapisana w art. 20 Karty praw podstawowych Unii Europejskiej (zwanej dalej „Kartą”), wymaga, aby porównywalne sytuacje nie były traktowane w odmienny sposób, a odmienne sytuacje nie były traktowane w sposób jednakowy, chyba że takie traktowanie jest obiektywnie uzasadnione (zob. wyrok z dnia 23 listopada 2023 r., Seven.One Entertainment Group, C-260/22, EU:C:2023:900, pkt 45 i przytoczone tam orzecznictwo). Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem, aby móc ustalić, czy doszło do takiego naruszenia wspomnianej zasady, należy w szczególności odwołać się do przedmiotu i celu przepisu, który miałby ją naruszać (zob. wyrok z dnia 6 września 2018 r., Piessevaux/Rada, C-454/17 P, niepublikowany, EU:C:2018:680, pkt 79 i przytoczone tam orzecznictwo).
- 124 Ponadto w dziedzinie, w której prawodawca Unii dysponuje szerokimi uprawnieniami dyskrecjonalnymi, zasada równego traktowania zostaje naruszona jedynie wówczas, gdy prawodawca ten dokonuje arbitralnego lub oczywiście niewłaściwego zróżnicowania w stosunku do celu realizowanego przez dane uregulowania (zob. podobnie wyroki: z dnia 14 lipca 2022 r., Komisja/VW i in., od C-116/21 P do C-118/21 P, C-138/21 P i C-139/21 P, EU:C:2022:557, pkt 127; z dnia 9 marca 2023 r., Grossetête/Parlament, C-714/21 P, niepublikowany, EU:C:2023:187, pkt 48).
- 125 W niniejszym przypadku w pierwszej kolejności skarżąca podnosi, że niewystarczająco precyzyjny charakter pojęcia „aktywnego odbiorcy platformy internetowej” skutkuje tym, że dostawcy platform internetowych i Komisja określają ŚML w odmienny sposób dla poszczególnych platform internetowych.
- 126 Jednakże, po pierwsze, jak wynika z pkt 118 i 119 powyżej, ani skarżąca, ani bevh nie wykazały, że doprecyzowania zawarte w rozporządzeniu 2022/2065 były niewystarczające, aby móc określić ŚML platformy internetowej. Po drugie, skarżąca nie wskazuje żadnej platformy internetowej porównywalnej z platformą Zalando, której Komisja nie wskazałaby jako bardzo dużej platformy internetowej ze względu na podnoszoną niejednoznaczność wspomnianego rozporządzenia.
- 127 W drugiej kolejności skarżąca utrzymuje, że niektórzy dostawcy platform internetowych mogliby nigdy nie być zmuszeni do przekazania Komisji lub koordynatorowi ds. usług cyfrowych właściwemu dla miejsca siedziby informacji na temat ŚML ich platform internetowych na podstawie art. 24 ust. 3 rozporządzenia 2022/2065 w braku wystąpienia przez te podmioty ze stosownym wnioskiem. Stwierdza ona, że dostawcy platform internetowych korzystają z przewagi konkurencyjnej, gdy ich platformy internetowe nie są wskazane jako bardzo duże platformy internetowe. Wywodzi ona stąd, że wspomniani dostawcy mogliby korzystać z takiej przewagi, w przypadku gdyby zaniżyli, w sposób zamierzony lub niezamierzony, liczbę aktywnych odbiorców lub gdyby naruszyli spoczywający na nich na podstawie art. 24 ust. 2 tego

rozporządzenia obowiązek publikowania informacji na temat ŚML. W tym względzie uściśla ona, że o ile prawodawca Unii przewidział możliwość nałożenia przez Komisję grzywien na dostawców, których platformy internetowe nie zostały jeszcze wskazane jako bardzo duże platformy internetowe, z powodu naruszenia wspomnianego rozporządzenia, o tyle nie przewidział on „płatności wyrównawczej”, która miałaby służyć wyrównaniu „niekorzystnej sytuacji konkurencyjnej”, w jakiej znaleźli się dostawcy, których platformy zostały już wskazane jako bardzo duże platformy internetowe.

- 128 Należy jednak zauważyć, że art. 24 ust. 2 rozporządzenia 2022/2065 wymaga od dostawców opublikowania, w odniesieniu do każdej z ich platform internetowych, informacji na temat średniej miesięcznej liczby aktywnych odbiorców tych platform do dnia 17 lutego 2023 r., a następnie co najmniej raz na sześć miesięcy.
- 129 Tymczasem, po pierwsze, okoliczność – przy założeniu jej wykazania – że niektórzy dostawcy platform internetowych naruszyli art. 24 ust. 2 rozporządzenia 2022/2065, nie pozwala na stwierdzenie, że art. 33 ust. 1 tego rozporządzenia narusza zasadę równego traktowania. Ponadto skarżąca nie wyjaśnia powodu, dla którego przewidziana w art. 74 tego rozporządzenia grzywna, jaką Komisja może nałożyć w przypadku takiego naruszenia, miałaby być niewystarczająca, aby wyrównać podnoszoną „niekorzystną sytuację konkurencyjną”, w jakiej znaleźli się pozostali dostawcy, których platformy – w związku z zastosowaniem się przez nich do art. 24 ust. 2 owego rozporządzenia – zostały wskazane jako bardzo duże platformy internetowe.
- 130 Po drugie, o ile prawdą jest, że zgodnie z art. 24 ust. 3 rozporządzenia 2022/2065 Komisja może zażądać od dostawców platform internetowych przekazania jej informacji dodatkowych w stosunku do informacji, o których mowa w art. 24 ust. 2 tego rozporządzenia, o tyle należy zauważyć, że sama okoliczność, iż przepis ten przyznaje Komisji w tym względzie zakres uznania, nie pozwala uznać, że ta nieuchronnie skorzysta z przysługujących jej uprawnień dyskrecyjnych z naruszeniem zasady równego traktowania.
- 131 W trzeciej kolejności skarżąca zauważa, że na potrzeby wskazywania bardzo dużych platform internetowych art. 33 ust. 1 rozporządzenia 2022/2065 uwzględnia jedynie ŚML i nie uwzględnia charakteru danych platform internetowych ani zagrożeń społecznych, jakie mogą one stwarzać. Utrzymuje ona, że w odróżnieniu od serwisów społecznościowych platformy handlowe nie powinny podlegać dodatkowym obowiązkom nałożonym na bardzo duże platformy internetowe na podstawie tego przepisu. Ponadto skarżąca uważa, że platforma Zalando, na której tylko wyselekcjonowani przez nią sprzedawcy zewnętrzni mogą sprzedawać produkty, jest mniej niebezpieczna niż platformy, na których sprzedawcy są anonimowi lub w przypadku których nie podlegają oni procesowi selekcji. Stwierdza ona też, że na platformie Zalando nie oferowano dotychczas żadnych podrobionych produktów.
- 132 W tym względzie należy zauważyć, że art. 34 ust. 1 rozporządzenia 2022/2065 zawiera wykaz rodzajów ryzyka systemowego, jakie mogą stwarzać bardzo duże platformy internetowe.
- 133 Konkretniej, w pierwszym rzędzie art. 34 ust. 1 lit. a) rozporządzenia 2022/2065 przewiduje, że ryzyko systemowe obejmuje ryzyko rozpowszechniania nielegalnych treści za pośrednictwem bardzo dużych platform internetowych. Zgodnie z art. 3 lit. h) tego rozporządzenia chodzi dokładniej o ryzyko związane z rozpowszechnianiem „informacj[i], które same w sobie lub przez odniesienie do działania, w tym sprzedaży produktów [...], nie są zgodne z prawem Unii lub z prawem jakiegokolwiek państwa członkowskiego, które jest zgodne z prawem Unii, niezależnie od konkretnego przedmiotu lub charakteru tego prawa”.

- 134 W drugim rzędzie art. 34 ust. 1 lit. b) rozporządzenia 2022/2065 stanowi, że ryzyko systemowe obejmuje „ryzyko wystąpienia faktycznych lub przewidywalnych negatywnych skutków dla wykonywania praw podstawowych, w szczególności [...] prawa podstawowego [...] do wysokiej jakości ochrony konsumentów zapisanego w art. 38 Karty”.
- 135 Tymczasem, po pierwsze, skarżąca nie kwestionuje, że platformy handlowe, w szczególności te, w przypadku których sprzedawcy nie podlegali procesowi selekcji, mogą ułatwiać sprzedaż produktów niebezpiecznych lub nielegalnych. Ponadto okoliczność, że dostawcy platform handlowych, tacy jak skarżąca, dotychczas starannie selekcjonowali sprzedawców działających na ich platformach handlowych, nie pozwala na wykluczenie tego, że owe platformy w przyszłości umożliwią sprzedaż takich produktów wśród znacznej części ludności Unii, jeżeli ich ŚML utrzyma się na poziomie 45 mln lub wyższym.
- 136 W tych okolicznościach należy stwierdzić, że wszystkie platformy handlowe mogą rozpowszechniać nielegalne treści w związku ze sprzedażą produktów i wywoływać negatywne skutki dla zapisanego w art. 38 Karty prawa podstawowego do wysokiego poziomu ochrony konsumentów.
- 137 Wynika stąd, że prawodawca Unii nie popełnił oczywistego błędu w ocenie, uznając, że platformy handlowe mogą stwarzać ryzyko systemowe w rozumieniu art. 34 ust. 1 rozporządzenia 2022/2065. Ponadto, wbrew temu, co utrzymuje bevh, okoliczność – przy założeniu jej wykazania – że przepis ten dotyczy również takich rodzajów ryzyka, których platformy handlowe nie mogą stwarzać, nie pozwala na stwierdzenie, że owe platformy nie stwarzają żadnego z rodzajów ryzyka, o których we wspomnianym przepisie mowa.
- 138 Po drugie, należy zauważyć, że przywołana przez skarżącą okoliczność, iż niektóre platformy internetowe, w tym serwisy społecznościowe, mogą stwarzać więcej zagrożeń społecznych niż platformy handlowe, nie pozwala na stwierdzenie, że nałożone na owe platformy obowiązki są oczywiście niewłaściwe do osiągnięcia celów rozporządzenia 2022/2065.
- 139 Konkretniej należy zauważyć, że skarżąca nie przedstawia żadnej argumentacji mającej wykazać, że dodatkowe obowiązki nałożone przez art. 33 ust. 1 rozporządzenia 2022/2065 na dostawców platform handlowych wskazanych jako bardzo duże platformy internetowe, określone w art. 34–43 tego rozporządzenia, są oczywiście niewłaściwe do ograniczenia ryzyka systemowego stwarzanego przez owe platformy handlowe.
- 140 Prawdą jest, że bevh utrzymuje ze swej strony, iż art. 34–43 rozporządzenia 2022/2065 nie pozwalają na zwiększenie ochrony konsumentów. Argumentację tę należy jednak oddalić jako bezskuteczną. Jak wynika bowiem z pkt 132–134 powyżej, przewidziane w tych przepisach dodatkowe obowiązki nie wiążą się wyłącznie z ochroną konsumentów, lecz służą również innym celom, w tym zwalczaniu rozpowszechniania nielegalnych treści. W związku z tym argumentacja bevh nie pozwala na stwierdzenie, że obowiązki te są oczywiście niewłaściwe do ograniczenia przynajmniej niektórych rodzajów ryzyka systemowego, jakie stwarzają platformy handlowe.
- 141 Nadto należy w każdym razie zauważyć, że bevh nie przedstawia żadnej okoliczności pozwalającej uznać, iż art. 34–43 rozporządzenia 2022/2065 nie sprzyjają ochronie konsumentów. Nie uzasadnia on bowiem swojego twierdzenia, zgodnie z którym art. 34–37 tego rozporządzenia są niewystarczająco precyzyjne, aby chronić konsumentów. Nie wyjaśnia on również powodu, dla którego art. 38 wspomnianego rozporządzenia, który przewiduje możliwość wybrania przez konsumentów systemu rekomendacji, który nie opiera się na profilowaniu, miałby nie nadawać

się do zapewniania ich ochrony. O ile bevh podnosi, że art. 39–42 owego rozporządzenia służą lepszemu zrozumieniu ryzyka systemowego, w związku z czym nie chronią one konsumentów „bezpośrednio”, o tyle nie wyklucza on, że mogą one umożliwiać przynajmniej „pośrednią” ich ochronę, w zakresie, w jakim zrozumienie wspomnianego ryzyka może być etapem poprzedzającym zapobieganie mu. Wreszcie art. 43 rozpatrywanego rozporządzenia – ze względu na to, że pozwala Komisji na dysponowanie zasobami niezbędnymi do wdrożenia owego rozporządzenia – z konieczności nadaje się do zapewniania ochrony konsumentów.

- 142 Po trzecie, przy założeniu, że zamiarem skarżącej jest zarzucenie prawodawcy Unii, iż ten nie przyjął kryteriów „jakościowych” na potrzeby wskazywania bardzo dużych platform internetowych, należy zauważyć, że w ocenie skutków załączonej do wniosku dotyczącego rozporządzenia Komisja wskazała, iż rozważała kryteria inne niż samo kryterium ŚML, w tym kryteria „jakościowe”, uwzględniające skutki społeczne i gospodarcze danej platformy internetowej. Komisja zauważyła jednak, że uwzględnianie takich kryteriów jakościowych wymagałoby indywidualnego podejścia do każdego przypadku, co mogłoby wiązać się z niepewnością prawa oraz z długim i kosztownym procesem wskazywania bardzo dużych platform internetowych.
- 143 Tymczasem skarżąca nie kwestionuje, że uwzględnianie przez Komisję charakteru platform internetowych i ryzyka, jakie mogą one stwarzać, na potrzeby wskazywania ich jako bardzo dużych platform internetowych uczyniłoby taki proces długim i kosztownym. W tych okolicznościach wystarczy stwierdzić, że kryteria „jakościowe”, na które powołuje się skarżąca, mogły opóźnić wdrożenie obowiązków, o których mowa w art. 33 ust. 1 rozporządzenia 2022/2065, i pozbawić Komisję części jej zasobów niezbędnych do wykonywania zadań wynikających z tego rozporządzenia. W konsekwencji należy uznać, że takie kryteria nie pozwalałyby na osiągnięcie wspomnianych celów w sposób równie skuteczny jak kryterium ŚML.
- 144 W tych okolicznościach należy zauważyć, że kryterium ŚML na potrzeby wskazywania bardzo dużych platform internetowych nie jawi się jako oczywiście niewłaściwe do osiągnięcia celów rozporządzenia 2022/2065.
- 145 Wniosku tego nie podważa podniesiona przez bevh okoliczność, że podczas spotkania grupy ekspertów ds. handlu elektronicznego, które odbyło się w dniu 14 czerwca 2018 r., przedstawiciele więcej niż jednego państwa członkowskiego wskazali „w sposób ogólny”, że „duże platformy są raczej aktywne i skłonne do współpracy” z organami w kwestii rozpowszechniania nielegalnych treści w Internecie, a przedstawiciel jednego państwa członkowskiego wskazał, że „mali dostawcy usług hostingu”, przeciwnie, „generalnie” nie są chętni do współpracy z organami.
- 146 W pierwszym rzędzie wypowiedzi przedstawicieli państw członkowskich, którzy uczestniczyli w spotkaniu w dniu 14 czerwca 2018 r., dotyczyły bowiem usług hostingu w ogólności, a nie konkretnie platform handlowych. W drugim rzędzie okoliczność, że niektóre przedsiębiorstwa chcą w większym stopniu współpracować z organami w celu zwalczania rozpowszechniania nielegalnych treści, nie może uniemożliwiać prawodawcy Unii nałożenia na nie obowiązków w zakresie zarządzania ryzykiem związanym z rozpowszechnianiem takich treści ze względu na zasadę równego traktowania. Jest tak tym bardziej wtedy, gdy platformy internetowe mogą – z uwagi na ich wysoką ŚML – powodować, że znaczna części ludności Unii będzie stykała się ze wspomnianymi treściami.

147 W tych okolicznościach należy uznać, że skarżąca i bevh nie mają podstaw, by utrzymywać, iż art. 33 ust. 1 rozporządzenia 2022/2065, odczytywany w związku z art. 24 ust. 2 tego rozporządzenia, narusza zasadę równego traktowania.

148 W konsekwencji część drugą zarzutu drugiego należy oddalić.

W przedmiocie części trzeciej zarzutu drugiego, opartej na twierdzeniu, że art. 33 ust. 1 rozporządzenia 2022/2065, odczytywany w związku z art. 24 ust. 2 tego rozporządzenia, narusza zasadę proporcjonalności

149 W ramach części trzeciej zarzutu drugiego skarżąca, popierana przez bevh, uważa, że art. 33 ust. 1 rozporządzenia 2022/2065, odczytywany w związku z art. 24 ust. 2 tego rozporządzenia, narusza zasadę proporcjonalności.

150 Komisja, popierana przez Parlament, Radę i EISI, kwestionuje argumentację skarżącej.

151 W tym względzie należy przypomnieć, że zasada proporcjonalności, będąca jedną z zasad ogólnych prawa Unii, wymaga, by akty instytucji Unii nie wykraczały poza to, co odpowiednie i konieczne do osiągnięcia uzasadnionych celów, którym mają służyć, przy czym tam, gdzie istnieje możliwość wyboru spośród większej liczby odpowiednich rozwiązań, należy stosować to najmniej dotkliwe, a wynikające z tego niedogodności nie mogą być nadmierne w stosunku do zamierzonych celów [zob. wyrok z dnia 30 kwietnia 2019 r., Włochy/Rada (Kwota połowowa włócznika śródziemnomorskiego), C-611/17, EU:C:2019:332, pkt 55 i przytoczone tam orzecznictwo].

152 Co się jednak tyczy kontroli sądowej okoliczności wdrożenia zasady proporcjonalności, to ze względu na szerokie uprawnienia dyskrecyjne, jakimi dysponuje prawodawca Unii w dziedzinach wymagających od niego dokonywania rozstrzygnięć natury politycznej, gospodarczej lub społecznej, jedynie oczywiście nieodpowiedni charakter przyjętego w tych dziedzinach środka w stosunku do celu, jaki właściwa instytucja zamierza osiągnąć, może mieć wpływ na zgodność tego środka z prawem. Chodzi zatem o ustalenie nie tego, czy środek przyjęty przez prawodawcę Unii był jedynym możliwym lub najlepszym z możliwych, lecz tego, czy był on oczywiście nieodpowiedni [zob. podobnie wyroki: z dnia 8 czerwca 2010 r., Vodafone i in., C-58/08, EU:C:2010:321, pkt 52; z dnia 30 kwietnia 2019 r., Włochy/Rada (Kwota połowowa włócznika śródziemnomorskiego), C-611/17, EU:C:2019:332, pkt 56].

153 W niniejszym przypadku, po pierwsze, skarżąca uważa w istocie, że ŚML nie stanowi odpowiedniego kryterium identyfikacji najbardziej niebezpiecznych platform internetowych.

154 Jednakże z pkt 135–137 powyżej wynika, że platformy handlowe mogą być wykorzystywane do ułatwiania sprzedaży produktów niebezpiecznych lub nielegalnych wśród znacznej części ludności Unii, jeżeli ich ŚML utrzymuje się na poziomie 45 mln lub wyższym.

155 Prawdą jest, że skarżąca podnosi w tym względzie, iż ze sprawozdań z przejrzystości opublikowanych na podstawie art. 15, 24 i 42 rozporządzenia 2022/2065 wynika, że liczba dotyczących potencjalnie nielegalnych treści zgłoszeń na podstawie art. 16 tego rozporządzenia była w niektórych miesiącach 2023 r. znacznie niższa dla platformy Zalando niż dla platformy Amazon Store. Zauważa ona zatem, że – w odróżnieniu od platformy Amazon Store – w przypadku platformy Zalando informacje pochodzące od odbiorców usługi są kontrolowane przed ich publicznym rozpowszechnieniem na tej platformie.

- 156 Jednakże, jak wynika z pkt 135 powyżej, okoliczność – nawet przy założeniu jej wykazania – że skarżąca przeprowadzała dotychczas skuteczną kontrolę informacji przed ich publicznym rozpowszechnieniem na swojej platformie, nie może pozwalać na wykluczenie ewentualności, że platforma ta będzie w przyszłości powodować, iż znaczna części ludności Unii będzie stykała się z nielegalnymi treściami, jeżeli jej ŚML utrzyma się na poziomie 45 mln lub wyższym. W konsekwencji kryterium ŚML nie jawi się jako oczywiście nieodpowiednie do osiągnięcia celów rozporządzenia 2022/2065.
- 157 Ponadto bevh podnosi, że prawodawca Unii mógł przyjąć kryteria „jakościowe”, jak uczynił to w przypadku innych gałęzi prawa Unii, w tym w zakresie zgodności produktów czy cyberbezpieczeństwa, lub wybrać system oparty na domniemaniu wzruszalnym, jak uczynił to w rozporządzeniu 2022/1925. Jednakże, jak wynika z pkt 152 powyżej, sama okoliczność, że prawodawca Unii mógł przyjąć inne kryteria, nie ma znaczenia dla ustalenia, czy ostatecznie wybrane przez niego kryterium ŚML było oczywiście nieodpowiednie do osiągnięcia celów rozporządzenia 2022/2065. Nadto z pkt 142 i 143 powyżej wynika, że kryteria „jakościowe”, takie jak te, na które powołuje się bevh, tak czy inaczej nie pozwalały na osiągnięcie wspomnianych celów w sposób równie skuteczny jak wspomniane kryterium ŚML.
- 158 Po drugie, skarżąca podnosi, że platformy internetowe i sprzedawcy aktywni w dziedzinie handlu internetowego podlegali przed wejściem w życie rozporządzenia 2022/2065 obowiązkowi, które umożliwiały już osiągnięcie wyznaczonych w nim celów. Wywodzi ona stąd, że obowiązki nałożone przez to rozporządzenie nie są konieczne.
- 159 Należy jednak zauważyć, że skarżąca nie uzasadnia swojej argumentacji. Ponadto, jak wynika z pkt 152 powyżej, chodzi o ustalenie nie tego, czy prawo mające zastosowanie przed wejściem w życie rozporządzenia 2022/2065 było wystarczające do osiągnięcia celów tego rozporządzenia, lecz tego, czy nowe obowiązki przewidziane w tym rozporządzeniu, zgodnie z jego art. 33 ust. 1, są oczywiście nieodpowiednie do osiągnięcia wspomnianych celów lub mniej skuteczne w tym względzie. Wynika stąd, że taka argumentacja tak czy inaczej nie pozwala na stwierdzenie naruszenia zasady proporcjonalności.
- 160 Po trzecie, skarżąca uważa, że uwzględnianie przy określaniu ŚML platformy internetowej wszystkich odbiorców usługi, w tym, jak miało to miejsce w niniejszym przypadku, tych, którzy nie zetknęli się rzeczywiście z informacjami pochodzącymi od sprzedawców zewnętrznych, jest nieproporcjonalne.
- 161 W tym względzie należy stwierdzić, że – jak wynika z pkt 67 powyżej – zgodnie z rozporządzeniem 2022/2065 skarżąca mogła określić ŚML platformy Zalando poprzez wykluczenie odbiorców usługi, którzy nie zetknęli się rzeczywiście z informacjami pochodzącymi od sprzedawców zewnętrznych. Należy jednak przypomnieć, że z powodów wskazanych w pkt 63–66 powyżej liczba 30,836 mln, którą przywołuje skarżąca, nie odpowiada liczbie aktywnych odbiorców, którzy rzeczywiście zetknęli się z informacjami pochodzącymi od sprzedawców zewnętrznych.
- 162 Ponadto w zakresie, w jakim bevh podnosi, że obowiązki przewidziane w art. 34–37 rozporządzenia 2022/2065 „wykraczają poza uregulowania dotyczące »środowiska offline«”, wystarczy stwierdzić, że nie wyjaśnia on powodu, dla którego takie porównanie z „fizycznie istniejącymi” sklepami miałoby pozwalać na stwierdzenie, że kryterium ŚML narusza zasadę proporcjonalności.

- 163 W tych okolicznościach należy uznać, że skarżąca i bevh nie mają podstaw, by utrzymywać, iż art. 33 ust. 1 rozporządzenia 2022/2065, odczytywany w związku z art. 24 ust. 2 tego rozporządzenia, narusza zasadę proporcjonalności.
- 164 Ponadto, przy założeniu, że zamiarem skarżącej jest wywiedzenie – z naruszenia zasady proporcjonalności – uchybienia wolności prowadzenia działalności gospodarczej, swobodnemu przepływowi towarów i swobodzie świadczenia usług, wystarczy zauważyć, że takiego uchybienia nie można stwierdzić, ponieważ skarżąca nie wykazała naruszenia wspomnianej zasady. Wreszcie w zakresie, w jakim powołanie się na naruszenie wolności prowadzenia działalności gospodarczej jest również zamiarem bevh, wystarczy zauważyć, że tego zarzutu szczegółowego nie sprecyzowano w stopniu wystarczającym dla oceny jego zasadności.
- 165 W konsekwencji należy oddalić część trzecią zarzutu drugiego, a w konsekwencji – wspomniany zarzut w całości, bez konieczności orzekania w przedmiocie jego dopuszczalności, którą zakwestionowała Komisja.

W przedmiocie zarzutu trzeciego, dotyczącego naruszenia art. 296 TFUE

- 166 W ramach zarzutu trzeciego skarżąca, popierana przez bevh, twierdzi, że Komisja naruszyła art. 296 TFUE, a w konsekwencji uchybiła istotnemu wymogowi formalnemu, ze względu na to, że zaskarżona decyzja nie jest wystarczająco uzasadniona. Konkretniej, po pierwsze, zarzuca ona Komisji, że ta nie wyjaśniła, dlaczego uznała, iż platforma Zalando jest usługą, o której mowa w art. 3 lit. g) ppkt (iii) i art. 3 lit. i) rozporządzenia 2022/2065. Po drugie, podnosi ona, że Komisja nie doprecyzowała, dlaczego uwzględniła „odbiorców czystej sprzedaży bezpośredniej”.
- 167 Komisja kwestionuje argumentację skarżącej.
- 168 W tym względzie należy przypomnieć, że uzasadnienie, jakiego wymaga art. 296 TFUE, powinno być dostosowane do charakteru danego aktu i przedstawiać w sposób jasny i jednoznaczny rozumowanie instytucji, która wydała akt, pozwalając zainteresowanym poznać podstawy podjętej decyzji, a właściwemu sądowi – dokonać jej kontroli. Wymóg uzasadnienia należy zatem oceniać w świetle okoliczności danego przypadku, w szczególności treści aktu, charakteru podanych powodów, a także interesu, jaki w uzyskaniu wyjaśnień mogą mieć adresaci aktu lub inne osoby, których dotyczy on bezpośrednio i indywidualnie. Nie ma wymogu, by uzasadnienie wyszczególniało wszystkie istotne okoliczności faktyczne i prawne, ponieważ ocena, czy uzasadnienie aktu spełnia wymogi art. 296 TFUE, winna opierać się nie tylko na jego brzmieniu, ale także uwzględniać jego kontekst, jak również całość przepisów prawa regulujących daną dziedzinę (wyroki: z dnia 2 kwietnia 1998 r., Komisja/Sytraval i Brink’s France, C-367/95 P, EU:C:1998:154, pkt 63; z dnia 22 czerwca 2004 r., Portugalia/Komisja, C-42/01, EU:C:2004:379, pkt 66; z dnia 15 kwietnia 2008 r., Nuova Agricast, C-390/06, EU:C:2008:224, pkt 79).
- 169 W niniejszym przypadku, po pierwsze, należy zauważyć za Komisją, że w motywie pierwszym zaskarżonej decyzji wskazała ona, iż platforma Zalando przechowuje i rozpowszechnia publicznie informacje na żądanie odbiorców usługi.
- 170 Ponadto należy zauważyć, że w zaskarżonej decyzji Komisja przypomniła kontekst, w jakim przyjęto tę decyzję. Otóż z owego kontekstu wynika, że przed przyjęciem wspomnianej decyzji skarżąca zrozumiała powód, dla którego platforma Zalando stanowi platformę internetową.

- 171 Komisja bowiem w pierwszej kolejności w motywie drugim zaskarżonej decyzji wskazała, że skarżąca opublikowała informacje na temat średniej miesięcznej liczby aktywnych odbiorców platformy Zalando na podstawie art. 24 ust. 2 rozporządzenia 2022/2065, potwierdzając tym samym, że przyznaje ona, iż platforma ta stanowi platformę internetową, o której mowa w tym przepisie.
- 172 W drugiej kolejności w motywie piątym zaskarżonej decyzji Komisja wskazała w istocie, że w swoich uwagach w przedmiocie wstępnych ustaleń Komisji skarżąca przyznała, iż w zakresie Partner Programm platforma Zalando stanowi platformę internetową w rozumieniu art. 3 lit. i) rozporządzenia 2022/2065. Komisja zauważyła zatem, że w tym względzie skarżąca kwestionowała jedynie uwzględnienie – na potrzeby wskazania jej platformy jako bardzo dużej platformy internetowej – odbiorców usługi w ramach usługi Zalando Retail.
- 173 W tych okolicznościach należy uznać, że w świetle kontekstu, w jakim przyjęto zaskarżoną decyzję, przypomnianego w tejże decyzji, Komisja przedstawiła w sposób wystarczająco jasny i jednoznaczny powód, dla którego uznała, że platforma Zalando stanowi platformę internetową w rozumieniu art. 3 lit. i) rozporządzenia 2022/2065, a w konsekwencji – usługę hostingu w rozumieniu art. 3 lit. g) ppkt (iii) wspomnianego rozporządzenia.
- 174 Po drugie, z pkt 8 i 9 powyżej wynika, że w zaskarżonej decyzji Komisja wyjaśniła, iż istniała ewentualność, że odbiorcy usługi kupujący produkty w ramach usługi Zalando Retail zetknęli się wcześniej z informacjami pochodzącymi od sprzedawców zewnętrznych w ramach Partner Programm. Przedstawiła ona zatem w sposób wystarczająco jasny i jednoznaczny powód, dla którego ŚML platformy Zalando nie można było określić na podstawie wartości sprzedaży generowanej przez tych sprzedawców zewnętrznych.
- 175 Wynika stąd, iż skarżąca i bevh nie mają podstaw, by utrzymywać, że zaskarżona decyzja jest w świetle art. 296 TFUE obarczona brakiem uzasadnienia ani że w związku z tym Komisja naruszyła istotny wymóg formalny.
- 176 W tych okolicznościach należy oddalić zarzut trzeci, a w konsekwencji – skargę w całości.

W przedmiocie kosztów

- 177 Zgodnie z art. 134 § 1 regulaminu postępowania przed Sądem kosztami zostaje obciążona, na żądanie strony przeciwnej, strona przegrywająca sprawę. Ze względu na to, że skarżąca przegrała sprawę, należy – zgodnie z żądaniem Komisji – obciążyć ją kosztami postępowania.
- 178 Ponadto zgodnie z art. 138 § 1 regulaminu postępowania instytucje interweniujące w sprawie pokrywają własne koszty. Parlament i Rada pokryją zatem własne koszty.
- 179 Podobnie na podstawie art. 138 § 3 regulaminu postępowania EISI i bevh winny pokryć własne koszty.

Z powyższych względów

SĄD (siódma izba w składzie powiększonym)

orzeka, co następuje:

- 1) Skarga zostaje oddalona.**
- 2) Zalando SE pokrywa własne koszty oraz koszty poniesione przez Komisję Europejską.**
- 3) Parlament Europejski, Rada Unii Europejskiej, European Information Society Institute o.z. (EISi) i Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland eV (bev) pokrywają własne koszty.**

Kowalik-Bańczyk

Buttigieg

Hesse

Dimitrakopoulos

Ricziová

Wyrok ogłoszono na posiedzeniu jawnym w Luksemburgu w dniu 3 września 2025 r.

Podpisy