

Europeiska unionens officiella tidning

C 424



Svensk utgåva

Meddelanden och upplysningar

sextiotredje årgången

8 december 2020

Innehållsförteckning

II *Meddelanden*

MEDDELANDEN FRÅN EUROPEISKA UNIONENS INSTITUTIONER, BYRÅER OCH ORGAN

Europeiska kommissionen

2020/C 424/01	Kommissionens tillkännagivande om riktlinjer för rangordning av transparens i enlighet med Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2019/1150	1
2020/C 424/02	Beslut om att inte göra invändningar mot en anmäld koncentration (Ärende M.10007 — Telefónica/Banco Bilbao Vizcaya Argentaria/Movistar Money Colombia JV) ⁽¹⁾	27

IV *Upplysningar*

UPPLYSNINGAR FRÅN EUROPEISKA UNIONENS INSTITUTIONER, BYRÅER OCH ORGAN

Europeiska kommissionen

2020/C 424/03	Eurons växelkurs — 7 december 2020	28
2020/C 424/04	Meddelande om avslutandet av de åtgärder som anmäls den 21 april 2016 till ett tredjeland om möjligheten att identifieras som ett icke-samarbetande tredjeland enligt rådets förordning (EG) nr 1005/2008 om upprättande av ett gemenskapssystem för att förebygga, motverka och undanröja olagligt, orapporterat och oreglerat fiske	29
2020/C 424/05	Kommissionens tillkännagivande om ändring av Europeiska unionens riktlinjer för statligt stöd inom jordbruks- och skogsbrukssektorn och i landsbygdsområden 2014–2020 vad gäller deras tillämpningsperiod och om tillfälliga anpassningar för att ta hänsyn till effekterna av covid-19-pandemin ⁽¹⁾	30

SV

⁽¹⁾ Text av betydelse för EES.

FÖRFARANDE FÖR GENOMFÖRANDE AV DEN GEMENSAMMA HANDELSPOLITIKEN

Europeiska kommissionen

2020/C 424/06	Tillkännagivande om att giltighetstiden för vissa antidumpningsåtgärder kommer att löpa ut	32
---------------	--	----

FÖRFARANDE FÖR GENOMFÖRANDE AV KONKURRENSPOLITIKEN

Europeiska kommissionen

2020/C 424/07	Förhandsanmälan av en koncentration (Ärende M.10089 — Phillips 66/Fortress Investment Group/Pester Marketing) Ärendet kan komma att handläggas enligt ett förenklat förfarande ⁽¹⁾	33
2020/C 424/08	Förhandsanmälan av en koncentration (Ärende M.9982 — Ford/GFT) Ärendet kan komma att handläggas enligt ett förenklat förfarande ⁽¹⁾	35
2020/C 424/09	Förhandsanmälan av en koncentration (Ärende M.10083 — China Baowu/Taiyuan Iron & Steel Group) Ärendet kan komma att handläggas enligt ett förenklat förfarande ⁽¹⁾	36
2020/C 424/10	Förhandsanmälan av en koncentration (Ärende M.9983 — Magna/GFT Bordeaux) Ärendet kan komma att handläggas enligt ett förenklat förfarande ⁽¹⁾	37
2020/C 424/11	Förhandsanmälan av en koncentration (Ärende M.10055 — MIRA/Romanian assets of CEZ) Ärendet kan komma att handläggas enligt ett förenklat förfarande ⁽¹⁾	38

ÖVRIGA AKTER

Europeiska kommissionen

2020/C 424/12	Offentliggörande av en ansökan om godkännande av en ändring, som inte är en mindre ändring, av en produktspecifikation i enlighet med artikel 50.2 b i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 1151/2012 om kvalitetsordningar för jordbruksprodukter och livsmedel	39
2020/C 424/13	Offentliggörande av en ansökan om godkännande av en ändring, som inte är en mindre ändring, av en produktspecifikation i enlighet med artikel 50.2 a i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 1151/2012 om kvalitetsordningar för jordbruksprodukter och livsmedel	43

⁽¹⁾ Text av betydelse för EES.

II

(Meddelanden)

MEDDELANDEN FRÅN EUROPEISKA UNIONENS INSTITUTIONER, BYRÅER
OCH ORGAN

EUROPEISKA KOMMISSIONEN

KOMMISSIONENS TILLKÄNNAGIVANDE

om riktlinjer för rangordning av transparens i enlighet med Europaparlamentets och rådets
förordning (EU) 2019/1150

(2020/C 424/01)

Innehållsförteckning

	<i>Sida</i>
1. INLEDNING	3
1.1 Riktlinjernas syfte	3
1.2 Transparenskrav med avseende på rangordningen – bakgrund	4
1.3 Syfte och allmänna slutsatser	4
1.3.1 Anpassning till användaren	4
1.3.2 Enskilda bedömningar och teknikneutralitet	5
1.3.3 Rätt grad av noggrannhet	5
2 KRAVEN I ARTIKEL 5 – INNEBÖRD OCH OMFATTNING	6
2.1 Integrerade tjänster	6
2.1.1 Betalda sökresultat	6
2.1.2 Beskrivningen av rangordningen	7
2.1.2.1 Allmänna riktlinjer	7
3. VAD ÄR HUVUDPARAMETRAR OCH HUR FASTSTÄLLS DE?	8
3.1 Exempel på rangordningsparametrar	8
3.2 Fastställa huvudparametrar	8
3.3 Särskilda överväganden vid fastställandet av huvudparametrar	9
3.3.1 Användaranpassning	9
3.3.2 Konsumenternas sökbeteenden och syften	10
3.3.3 Användarhistorik	10
3.3.4 Standardinställningar samt sorterings- och filtreringsmekanismer	10
3.3.5 Närvaro på flera olika plattformar	11
3.3.6 Andra externa faktorer	11
3.3.7 Anmälningar från tredje part	11

3.3.8	Randomisering	11
3.3.9	Städning/rensning	12
3.3.10	Kopplingen till kompletterande tjänster	12
3.3.11	Användning av leverantörernas tekniska verktyg	12
3.3.12	Effekten av maskininlärning	12
3.3.13	Utvärdering av webbplatser	13
3.3.14	Åtgärder som vidtas för att förhindra att tredje parter manipulerar rangordningsresultaten i ond tro	13
3.3.15	Recensioner från användare	13
3.3.16	Leverantörernas åtgärder mot olagligt innehåll	13
4	HUR KAN MAN VÄLJA HUVUDPARAMETRAR OCH ÄNDÅ FÖRHINDRA MANIPULERING AV RANGORDNINGEN I OND TRO?	13
5	SPECIFIKA BESKRIVNINGAR SOM KRÄVS – DIREKT OCH INDIREKT ERSÄTTNING	14
5.1	Allmänna riktlinjer	14
5.2	Direkt ersättning	15
5.3	Indirekt ersättning	15
6	HUR BÖR HUVUDPARAMETRARNA BESKRIVAS?	15
6.1	Allmänna riktlinjer	16
6.2	Grad av noggrannhet	16
6.3	Grad av noggrannhet för direkt och indirekt ersättning	16
6.4	Kravet på att beskrivningen ska formuleras med ett enkelt och begripligt språk	17
6.5	Presentationsverktyg	17
7	VAR HUVUDPARAMETRARNA BÖR BESKRIVAS	17
7.1	Onlinebaserade förmedlingstjänster	17
7.2	Sökmotorer	18
8	NÄR BÖR BESKRIVNINGEN AV HUVUDPARAMETRARNA ÄNDRAS?	18
8.1	Att hålla beskrivningarna uppdaterade	18
8.2	Tillfälliga ändringar	19
8.3	Försök	19
9	ÅTGÄRDER SOM SKA VIDTAS NÄR BESKRIVNINGEN AV HUVUDPARAMETRARNA UPPDATERAS	20
9.1	Krav på att onlinebaserade förmedlingstjänster meddelar föreslagna ändringar	20
9.2	Krav på sökmotorer att hålla beskrivningarna uppdaterade	20
10	SÄRSKILDA SKYLDIGHETER FÖR SÖKMOTORER ATT GÖRA DET MÖJLIGT FÖR FÖRETAGSANVÄNDARE ATT GRANSKA INNEHÅLLET I ANMÄLNINGAR FRÅN TREDJE PART	20

1. INLEDNING

1.1 Riktlinjernas syfte

1. Syftet med dessa riktlinjer är att underlätta för leverantörer av onlinebaserade förmedlingstjänster⁽¹⁾ och leverantörer av sökmotorer⁽²⁾ att uppfylla kraven i artikel 5 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2019/1150 av den 20 juni 2019 om främjande av rättvisa villkor och transparens för företagsanvändare av onlinebaserade förmedlingstjänster⁽³⁾ (nedan kallad *förordningen*) samt att underlätta övervakningen av efterlevnaden. I enlighet med artikel 5.7 och skäl 28 i förordningen ska dessa riktlinjer även hjälpa leverantörerna att uppfylla kraven och optimera det sätt på vilket de huvudparametrar som bestämmer rangordningen identifieras och presenteras för företagsanvändare och företagsanvändare av webbplatser⁽⁴⁾.
2. I praktiken måste leverantörerna enligt artikel 5.1 och 5.2 ange de huvudparametrar som bestämmer rangordningen samt skälen för dessa huvudparametrars relativa betydelse jämfört med andra parametrar.
3. Enligt artikel 2.8 avses med rangordning ”den relativa position som tilldelas de varor eller tjänster som erbjuds via onlinebaserade förmedlingstjänster, eller den relevans som sökresultat ges av sökmotorer, såsom dessa presenteras, organiseras eller vidarebefordras av leverantörerna av onlinebaserade förmedlingstjänster eller av leverantörer av sökmotorer, oberoende av vilka tekniska medel som används för sådan presentation, organisation eller vidarebefordran”.
4. Enligt artikel 5.5 ska leverantörerna tillhandahålla en beskrivning som ska ge användarna adekvat kunskap om huruvida, och om så är fallet i vilken utsträckning, rangordningsmekanismen tar hänsyn till följande: a) Särdragen hos de varor och tjänster som erbjuds via de onlinebaserade förmedlingstjänsterna eller sökmotorn. b) Dessa egenskapers relevans för de konsumenterna som använder denna tjänst. c) När det gäller sökmotorer: utformningen av den webbplats som används av företagsanvändare av webbplatser.
5. Såsom förklaras i skälen 24 och 26 ska leverantörernas beskrivning öka förutsebarheten och hjälpa användarna att förbättra presentationen av sina varor och tjänster eller av vissa egenskaper hos dessa varor eller tjänster.
6. Enligt förordningen ska detta mål samtidigt uppnås utan att leverantörerna ska vara skyldiga att avslöja algoritmer eller annan information som med rimlig säkerhet skulle leda till möjligheter till vilseledande av konsumenterna eller skada för konsumenterna genom manipulering av sökresultat (artikel 5.6). Leverantörerna är alltså inte skyldiga att i detalj redovisa hur deras rangordningsmekanismer, inbegripet algoritmer, fungerar, och deras förmåga att agera om rangordningen manipuleras i ond tro bör inte försämrats (skäl 27).
7. Med tanke på de delvis olika rättsliga krav för leverantörer av onlinebaserade förmedlingstjänster och leverantörer av sökmotorer som anges i artikel 5, och olikheterna mellan de båda typerna av tjänster, är det naturligt att innehållet i den obligatoriska beskrivningen av huvudparametrarna för rangordning måste vara olika för de olika tjänsterna. Såsom också påpekas i skäl 25 kan innehållet, inklusive antal och typ av huvudparametrar, variera avsevärt även mellan olika leverantörer av onlinebaserade förmedlingstjänster.

⁽¹⁾ Enligt definitionen i artikel 2.3 i förordningen är en leverantör av onlinebaserade förmedlingstjänster ”en fysisk eller juridisk person som tillhandahåller, eller erbjuder sig att tillhandahålla, onlinebaserade förmedlingstjänster till företagsanvändare”. Enligt definitionen i artikel 2.2 är onlinebaserade förmedlingstjänster ”tjänster som uppfyller samtliga följande krav: a) De utgör informationssamhällets tjänster i den mening som avses i artikel 1.1 b i Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2015/1535. b) De gör det möjligt för företagsanvändare att erbjuda konsumenterna varor eller tjänster, i syfte att främja initieringen av direkttransaktioner mellan dessa företagsanvändare och konsumenterna, oavsett var dessa transaktioner slutligen genomförs. c) De tillhandahålls av företagsanvändare genom ett avtalsförhållande mellan leverantören av dessa tjänster och företagsanvändare som erbjuder konsumenterna varor eller tjänster.”

⁽²⁾ Enligt definitionen i artikel 2.6 i förordningen är en leverantör av sökmotorer ”en fysisk eller juridisk person som tillhandahåller, eller erbjuder sig att tillhandahålla, sökmotorer till konsumenterna”. Enligt definitionen i artikel 2.5 är en sökmotor ”en digital tjänst som gör det möjligt för användare att mata in sökfraser för att göra sökningar på i princip alla webbplatser eller alla webbplatser på ett visst språk på grundval av en fråga om vilket ämne som helst i form av ett nyckelord, en röstbegäran, en fras eller någon annan inmatning och som returnerar resultat i vilket format som helst som innehåller information om det begärda innehållet.”

⁽³⁾ EUT L 186, 11.7.2019, s. 57.

⁽⁴⁾ För enkelhetens skull används i dessa riktlinjer benämningen *leverantör* för både leverantörer av onlinebaserade förmedlingstjänster och leverantörer av sökmotorer om inget annat anges. Av samma anledning används benämningen *användare* för både företagsanvändare och företagsanvändare av webbplatser enligt definitionerna i artikel 2.1 respektive 2.7 i förordningen, även här om inget annat anges. De artiklar och skäl som nämns i dessa riktlinjer avser om inget annat anges artiklarna och skälen i förordningen.

8. Dessa riktlinjer bör inte följas mekaniskt, utan hänsyn måste tas till den faktiska situationen och rådande omständigheter i varje enskilt fall. Exempelen i riktlinjerna är endast illustrativa exempel. När en viss situation beskrivs i ett exempel ska det inte tolkas som att det aktuella kravet endast gäller vid sådana situationer som den som beskrivs. Exempelen kan dessutom handla om en viss sektor, men tankegångarna i exemplen kan överföras och ska förstås så att de gäller även andra liknande metoder eller situationer i andra sektorer.
9. Dessa riktlinjer är inte rättsligt bindande. De inverkar inte på leverantörernas eget ansvar att se till att de uppfyller kraven i artikel 5 eller på de befogenheter och ansvar som de behöriga myndigheterna och domstolarna i medlemsstaterna har när det gäller att säkerställa att kraven uppfylls i enlighet med bestämmelserna i förordningen och med andra bestämmelser i EU-rätten. I sista hand är det uteslutande upp till EU-domstolen att tolka kraven.
10. Kommissionen kommer att fortsätta att övervaka hur kraven i artikel 5, såsom de förtydligas i dessa riktlinjer, tillämpas och kan vid behov komma att se över dessa riktlinjer på grund av framtida händelser eller ett ändrat kunskapsläge.

1.2 Transparenskrav med avseende på rangordningen – bakgrund

11. Vad som avses med *rangordning* beskrivs i den ovan citerade artikel 2.8 och kan i princip förstås som en form av beslutsfattande som styrs av data och algoritmer. När leverantörerna presenterar, organiserar och förmedlar information om varor och tjänster till konsumenterna eller sökresultat rangordnas resultaten utifrån vissa parametrar.
12. Såsom förklaras i skälen 24 och 26 har leverantörernas rangordning av varor och tjänster stor betydelse för konsumenternas val och, följaktligen, för den kommersiella framgången för de användare som erbjuder konsumenterna dessa varor och tjänster. När ekonomin alltmer flyttar över till internet blir rangordningen i sökmotorer och onlinebaserade förmedlingstjänster allt viktigare för företagande, och den kommersiella framgången för företag i EU kommer i allt högre utsträckning att bero på om de syns och kan hittas på nätet.
13. Leverantörerna utformar sina rangordningsmetoder, där bland annat egenutvecklade algoritmer ingår, på olika sätt. Rangordningsmetoderna ändras ofta och i allmänhet ges ingen information om dem. Från konsumenternas synvinkel kan kvaliteten på sökresultaten särskilja tjänsterna från varandra, och hur rangordningsmetoderna fungerar i detalj kan därför utgöra konkurrensfördelar eller affärshemligheter för leverantörerna. Företag som bedriver handel på nätet vet därför inte alltid varför de hamnar där de hamnar i rangordningen eller om, och i så fall hur, de kan förbättra sin plats i rangordningen, eventuellt genom att betala, trots att det är av avgörande vikt att de känner till detta för att de ska kunna nå ut till kunderna.
14. Leverantörernas rätt att välja vilka rangordningsparametrar de vill använda begränsas visserligen inte i förordningen, men syftet med artikel 5 är ändå att förbättra förutsebarheten för användarna.

1.3 Syfte och allmänna slutsatser

15. Såsom förklaras i skälen 24 och 26 ska leverantörernas beskrivning enligt artikel 5 **öka förutsebarheten** och hjälpa användarna att **förbättra presentationen** av sina varor och tjänster eller av vissa egenskaper hos dessa varor eller tjänster. I skäl 24 förklaras att förutsebarhet förutsätter att leverantörerna fastställer rangordningen på ett icke godtyckligt sätt.
16. Utifrån denna beskrivning av förutsebarhet kan ett antal allmänna slutsatser dras, som kan hjälpa leverantörerna att leva upp till kraven i artikel 5 och underlätta kontrollen av att kraven efterlevs.

1.3.1 Anpassning till användaren

17. Med tanke på det tidigare nämnda syftet att förbättra förutsebarheten och skydda användarnas legitima intressen, liksom med tanke på kravet på att användarna ska kunna få tillräcklig förståelse (skäl 27), bör leverantörerna tillhandahålla meningsfulla beskrivningar av sina rangordningsmekanismer och i synnerhet av vilka huvudparametrar som används. För att förklaringarna ska vara meningsfulla för användarna måste leverantörerna ta hänsyn till de förutsättningar, de tekniska möjligheter och de behov som den genomsnittliga användaren av den aktuella tjänsten har, vilket kan variera stort mellan olika typer av tjänster.

18. För leverantörer av onlinebaserade förmedlingstjänster måste denna obligatoriska information enligt artikel 5.1 ingå i deras allmänna villkor. Enligt artikel 3.1 a ska de allmänna villkoren vara formulerade på ett enkelt och begripligt språk.
19. Även för leverantörer av sökmotorer måste informationen om huvudparametrarna enligt artikel 5.2 vara enkelt och begripligt formulerad.
- 1.3.2 *Enskilda bedömningar och teknikneutralitet*
20. Leverantörerna bör i varje enskilt fall avgöra vilka åtgärder de behöver vidta för att uppfylla kraven i artikel 5. I de fall då de tillhandahåller flera olika tjänster bör de i princip göra enskilda bedömningar för var och en av de tjänster som omfattas av förordningen. Användare, behöriga myndigheter och domstolar bör på samma sätt göra enskilda bedömningar från fall till fall av huruvida kraven är uppfyllda. En sådan enskild bedömning är särskilt viktig i och med att vissa leverantörer tillhandahåller flera olika tjänster (onlinebaserade förmedlingstjänster och/eller sökmotortjänster) inom en och samma företagsstruktur, eller till och med i ett och samma gränssnitt, och den beskrivning som användarna behöver för att förstå de rangordningsmekanismer som används kan variera mellan de olika tjänsterna.
21. Enligt artikel 2.8, där begreppet *rangordning* beskrivs, har det dessutom ingen betydelse vilka tekniska medel som leverantörerna använder för att presentera, organisera eller vidarebefordra de varor eller tjänster som användarna erbjuder via de aktuella tjänsterna. Därför bör den enskilda bedömningen göras på ett teknikneutralt sätt, det vill säga att den specifika teknik som används i rangordningen inte ska ha någon avgörande betydelse.
- 1.3.3 *Rätt grad av noggrannhet*
22. De beskrivningar som leverantörerna tillhandahåller i enlighet med artikel 5 bör ge de berörda användarna verkligt mervärde. Enligt artikel 5.1 och 5.2 måste leverantörerna informera inte endast om huvudparametrarna utan även om skälen för dessa huvudparametrars relativa betydelse jämfört med andra parametrar. Enligt artikel 5.5 ska användarna dessutom kunna få "adekvat kunskap" om huruvida, och om så är fallet i vilken utsträckning, rangordningsmekanismen tar hänsyn till tre särskilda faktorer ⁽⁵⁾. Detta innebär att den förklaring som ges måste bestå av mer än endast en uppräknning av huvudparametrarna. Åtminstone ett "andra lager" av förklarande information måste ingå ⁽⁶⁾. Leverantörerna skulle till exempel kunna beskriva hur man inom företaget tänkte när man bestämde sig för att använda de huvudparametrar som man använder. Utifrån detta skulle det sedan även gå att dra slutsatser om "skälen för dessa huvudparametrars relativa betydelse".
23. I skäl 27 förtydligas att den obligatoriska beskrivningen kan vara allmän men att den bör ge användarna tillräcklig förståelse och att den åtminstone bör "baseras på faktiska data om relevansen av de rangordningsparametrar som används". I detta skäl klargörs även att leverantörerna inte är skyldiga att i detalj redovisa hur deras rangordningsmekanismer, inbegripet algoritmer, fungerar men att deras kommersiella intressen inte får leda till en vägran att redovisa huvudparametrarna för rangordningen i enlighet med artikel 5.
24. Enligt artikel 5.1 och 5.2 ska alla huvudparametrar som bestämmer rangordningen, respektive är mest betydelsefulla för rangordningen, tas upp i den beskrivning som leverantörerna ska tillhandahålla. Denna skyldighet gäller alltså även sådana faktorer som tillfälliga ändringar, slumpmässighet eller användaranpassningar, om dessa parametrar utgör huvudparametrar.
25. Alltför mycket information kan dock leda till att användarna i praktiken inte får någon meningsfull information alls. Leverantörerna bör således å ena sidan räkna upp och i tillräcklig utsträckning förklara huvudparametrarna för rangordning men å andra sidan inte överväldiga användarna med alltför långa och komplicerade beskrivningar eller med beskrivningar av andra parametrar än dem som är huvudparametrar. Att inte tillhandahålla för mycket information kan också vara ett sätt att undvika riskerna för vilseledande av konsumenterna och för skada för konsumenterna i den mening som avses i artikel 5.6.

⁽⁵⁾ Av skäl 25 framgår att denna adekvata kunskap ska ge tillräcklig förståelse enligt följande: "Innehållet i beskrivningen, inklusive antal och typ av huvudparametrar, kan därmed variera avsevärt beroende på den specifika berörda onlinebaserade förmedlingstjänsten, men bör ge företagsanvändarna en tillräcklig förståelse av hur rangordningsmekanismen beaktar särdragen hos de faktiska varor eller tjänster som erbjuds av företagsanvändarna samt deras relevans för konsumenterna som använder den aktuella onlinebaserade förmedlingstjänsten."

⁽⁶⁾ I skäl 25 ges ett antal exempel på parametrar i rangordningsmekanismen som bör ge företagsanvändarna den adekvata kunskap och tillräckliga förståelse som de har rätt till. Följande exempel ges: "indikatorer som används för att mäta kvaliteten på företagsanvändarnas varor eller tjänster, användningen av editorer och deras förmåga att påverka rangordningen av dessa varor eller tjänster, ersättningsgrad av inverkan på rangordningen och inslag som inte eller endast i begränsad utsträckning rör själva varan eller tjänsten, såsom onlineerbjudandets presentationsegenskaper".

2. KRAVEN I ARTIKEL 5 – INNEBÖRD OCH OMFATTNING

2.1 Integrerade tjänster

26. Kraven i artikel 5 gäller för leverantörer av onlinebaserade förmedlingstjänster och sökmotorer. Om leverantörer av sökmotorer är integrerade (vertikalt eller horisontellt) kan en del av de tjänster som dessa leverantörer erbjuder även vara onlinebaserade förmedlingstjänster. På samma sätt kan leverantörer av onlinebaserade förmedlingstjänster som är konglomerat ha flera onlinebaserade förmedlingstjänster inom en och samma företagsstruktur. I dessa fall gäller skyldigheterna i artikel 5 i princip för varje sökmotor och varje onlinebaserad förmedlingstjänst för sig, såsom beskrivits ovan, eftersom det annars inte i normalfallet är möjligt att tillhandahålla meningsfulla förklaringar till de berörda användarna. Nedan ges exempel på situationer som kan uppstå som en följd av ovanstående.
27. *Tjänster som erbjuds genom olika typer av enheter.* Om leverantörerna erbjuder tjänster genom olika typer av enheter bör de göra en bedömning av huruvida det behövs olika förklaringar för de olika enheterna. Om tjänsten fungerar på samma sätt på alla enheter och samma huvudparametrar tillämpas i en och samma rangordningsmekanism, behövs det enligt artikel 5 generellt sett inga enskilda förklaringar. Om tjänsten fungerar oberoende och på olika enheter, på ett sådant sätt att olika huvudparametrar används, förefaller det som att det i princip krävs enskilda förklaringar.
28. *Gränsöverskridande tjänster som erbjuds konsumenterna genom sömlösa gränssnitt.* Det kan finnas fall då en leverantör driver en webbutik som är inbäddad i en marknadsplatstjänst (en typ av onlinebaserad förmedlingstjänst) och där onlinebaserade förmedlingstjänster eller sökmotorer verkar under olika domännamn i olika länder eller till och under flera olika domännamn i olika territorier. Om en leverantör har en sådan webbutik inbäddad i sin marknadsplatstjänst bör denne göra en bedömning av huruvida butiken är en del av marknadsplatstjänsten eller en separat verksamhet. Detta har betydelse för om, och hur, leverantören ska redovisa hur webbutiken fungerar i den beskrivning som måste tillhandahållas enligt artikel 5. Beroende på situationen kan det behövas en eller flera sådana beskrivningar, och förekomsterna av dessa butiker kan behöva förklaras på olika sätt. Detsamma gäller de fall då flera eller olika domännamn används.
29. *Syndikering eller undersyndikering av sökresultat.* En annan situation som kan uppstå är att en leverantör av sökmotorer använder syndikering eller undersyndikering av sökresultat, inbegripet anlitande av en utomstående sökmotorleverantör för de relevanta verksamheterna (?). Om sökresultat i realiteten köps in från utomstående sökmotorleverantörer innebär det inte att leverantörerna av de berörda sökmotorerna inte måste fullgöra skyldigheterna i artikel 5 i de fall då den berörda verksamheten omfattas av den bestämmelsen.
30. *Integrering av affärsanvändarnas erbjudanden i utomstående leverantörers onlinebaserade förmedlingstjänster.* En annan situation som kan uppstå i praktiken är när leverantörer av onlinebaserade förmedlingstjänster integrerar företagsanvändarnas erbjudanden i utomstående leverantörers onlinebaserade förmedlingstjänster, till exempel metasökmotorer som integrerar länkar till affärsanvändares erbjudanden på "onlineresbyråer". I tillämpliga fall ska leverantörerna då bedöma om, och hur, förekomsten av dessa erbjudanden ska inkluderas i den beskrivning som måste tillhandahållas enligt artikel 5. Beroende på situationen kan det behövas en eller flera sådana beskrivningar, och de olika förekomsterna av erbjudandena kan behöva förklaras på olika sätt.
31. *Användningen av köpknappar i sociala medier.* Så kallade köpknappar som branschverksamma använder kan integreras i sociala medier. I dessa fall bör leverantörerna göra en bedömning av huruvida dessa köpknappar ingår i mer omfattande onlinebaserade förmedlingstjänster eller om de utgör en egen verksamhet som kan vara en onlinebaserad förmedlingstjänst i sig själv. Det har betydelse för om, och hur, köpknapparnas funktion ska inkluderas i en beskrivning enligt artikel 5. Beroende på situationen kan det behövas en eller flera sådana beskrivningar, och de olika förekomsterna av köpknappar kan behöva förklaras på olika sätt.
- 2.1.1 *Betalda sökresultat*
32. När direkt eller indirekt ersättning kan vara en av huvudparametrarna som avgör rangordningen (betalda sökresultat) finns det i artikel 5.3 en uttalad skyldighet att beskriva dessa möjligheter till betalda sökresultat och de effekter sådan ersättning har på rangordningen, i de fall då dessa möjligheter är en av de huvudparametrar som avgör rangordningen.

(?) Mer information finns till exempel här: https://en.wikipedia.org/wiki/Search_syndication.

33. Enligt artikel 2.8 är rangordning ”den relativa position som tilldelas de varor eller tjänster som erbjuds via onlinebaserade förmedlingstjänster”⁽⁸⁾. Banner- och webbannonser kan i vissa fall påverka den ”relativa positionen” för de varor eller tjänster som användarna erbjuds. Om så är fallet, och de andra kraven i artikel 2.8 också är uppfyllda, och om denna parameters relevans är sådan att den kan anses vara en huvudparameter, är artikel 5.3 tillämplig. I andra fall är artikel 5.3 inte tillämplig på sådana annonser. Det faktum att samma onlineverktyg för annonsering eller annonsutbyten online som inte omfattas av förordningen⁽⁹⁾ kan användas för att möjliggöra annonsering på och utanför plattformen bör i allmänhet inte anses vara en avgörande faktor i detta fall.

Ett exempel

Ett mobilappsföretag betalar en och samma leverantör av webbannonseringstjänster (annonsnätverk, annonsverktyg och annonsutbyten) för att förbättra sin apps relativa position i rangordningen i en butik för mobilappar genom betalda sökresultat och för att samtidigt göra reklam för appen genom bannerannonsering hos ett antal tredjepartswebbplatser som ingår i samma annonsnätverk som leverantören av webbannonseringstjänsterna. Endast det faktum att samma annonseringsteknik som används för bannerannonseringen på webbplatserna tillhörande tredje part kan användas för att göra reklam för appen i de berörda onlinebaserade förmedlingstjänsterna eller sökmotorerna innebär inte att den annonsering av appen som har gjorts i dessa tjänster är undantagen från kraven i artikel 5. Reklamen för appen i den aktuella leverantörens egna onlinebaserade förmedlingstjänster eller sökmotorer kan i princip betraktas som betalda sökresultat.

34. I och med att artikel 5.3 gäller alla här inblandade leverantörer gäller detsamma för leverantörer av sökmotorer där betalda sökresultat kan innefatta annonseringsmöjligheter där de webbplatser eller appar som tillhör företagsanvändarna av webbplatser får bättre plats i rangordningen i de aktuella sökmotorerna eftersom användarna betalar leverantörerna.

2.1.2 *Beskrivningen av rangordningen*

2.1.2.1 *Allmänna riktlinjer*

35. Av artikel 2.8 framgår att begreppet *relativ position* avser hur varor och tjänster erbjuds genom de onlinebaserade förmedlingstjänsterna i flera olika situationer⁽¹⁰⁾. Detta bekräftas i skäl 24 där rangordning beskrivs som ”den relativa positionen av företagsanvändarnas erbjudanden eller den relevans som sökresultat ges såsom de presenteras, organiseras eller vidarebefordras av leverantörerna av onlinebaserade förmedlingstjänster [...] till följd av användningen av algoritmisk sekvensering, system för betyg eller omdömen, visuella markeringar eller andra framhåvningsverktyg eller kombinationer av sådana”.
36. Algoritmisk sekvensering av resultat från en sökfråga är alltså endast ett exempel på hur varor och tjänster kan presenteras, organiseras eller vidarebefordras i den rangordningsmekanism som avses i artikel 5. Faktum är att varor och tjänster i ett sådant här sammanhang kan presenteras, organiseras eller vidarebefordras på en rad olika sätt. Det kan till exempel vara genom standardsortering av varor och tjänster som konsumenterna kan bläddra igenom utan att göra sökningar, sömlös användning av olika onlinebaserade förmedlingstjänster via så kallade köpknappar (se ovan), visuell exponering (bland annat i onlinebaserade förmedlingstjänster som tillhandahålls i form av kartor eller kataloger), framhävande, intresseskapande bland presumtiva kunder och redaktionell inblandning.
37. Beroende på vad konsumenterna ser när de letar efter varor och tjänster i en viss tjänst som omfattas av förordningen kan den information som presenteras, organiseras och vidarebefordras vara enkel eller komplicerad. På den allra enklaste nivån kan det röra sig om en lista med varor utan några andra inslag. I andra tjänster kan det se mycket annorlunda ut, och konsumenterna kan se stora mängder varor och tjänster arrangerade och sorterade

⁽⁸⁾ Understrykningen tillagd.

⁽⁹⁾ Artikel 1.3 i förordningen.

⁽¹⁰⁾ Enligt transparenskraven med avseende på rangordning måste leverantörerna även beskriva huvudparametrarnas relativa betydelse. Detta tas upp i avsnitt 6.2.

på många olika sätt när de tittar på en viss sida i tjänsten eller när de använder olika filter. Leverantörer av onlinebaserade förmedlingstjänster kan till exempel visa sorterade listor med sökresultat blandat med betalda rangordningsplatser och redaktionella inslag, såsom rekommendationer, i ett och samma sömlösa gränssnitt. De kan även ha sådana sorterade listor, men sedan framhäva vissa varor eller tjänster genom olika markeringar, kommentarer eller rubriker oavsett var i listan varorna eller tjänsterna är placerade.

38. Med tanke på de varierande graderna av komplexitet i rangordningen, och att det tekniskt neutrala begreppet *relativ position* skulle kunna omfatta väldigt mycket, bör leverantörerna ta hänsyn till alla relevanta faktorer i rangordningen när de ska avgöra vilka som är huvudparametrarna för just deras tjänst.

3. VAD ÄR HUVUDPARAMETRAR OCH HUR FASTSTÄLLS DE?

3.1 Exempel på rangordningsparametrar

39. När leverantörerna i varje enskilt fall har kommit fram till vilka parametrar det är som avgör rangordningen enligt definitionen i artikel 2.8 måste de avgöra vilka parametrar som är *huvudparametrar* enligt artikel 5.1 och 5.2. Exempel på olika typer av rangordningsparametrar anges i bilaga A.

3.2 Fastställa huvudparametrar

40. För vissa tjänster kan det finnas ett stort antal rangordningsparametrar. För andra kan antalet vara mer begränsat. Särskilt i de fall då det finns ett stort antal parametrar måste leverantörerna välja de som är mest betydelsefulla (se skäl 24). När det gäller leverantörer av onlinebaserade förmedlingstjänster måste de enligt artikel 5.1 dessutom "ange de huvudparametrar som bestämmer rangordningen samt skälen för dessa huvudparametrars relativa betydelse". När det gäller leverantörer av sökmotorer måste de enligt artikel 5.2 "ange huvudparametrarna, vilka som enskilt eller tillsammans är mest betydelsefulla vid bestämmandet av rangordningen samt dessa huvudparametrars relativa betydelse".
41. När leverantörerna ska avgöra vilka av parametrarna som "bestämmer" rangordningen (artikel 5.1) eller som är "mest betydelsefulla vid bestämmandet" av rangordningen (artikel 5.2) och som ska betraktas som huvudparametrar kan de beakta vad syftet med algoritmen var från början. Kanske utformades till exempel algoritmen för att se till att konsumenterna hittar varor och tjänster som är närproducerade, billiga, av god kvalitet eller liknande. Detta sätt att avgöra vilka som är huvudparametrarna uppfyller ett av syftena med artikel 5, som förklaras i skäl 24, nämligen att "hjälpa företagsanvändare att förbättra presentationen av sina varor och tjänster, eller vissa inneboende egenskaper hos dessa varor eller tjänster". Leverantörerna kan som bästa praxis komplettera denna företagsinterna reflektion med att fundera över vilken typ av resultat det är de vill ska hamna överst i deras tjänst. Leverantörerna kan även fundera över vad de tror skulle göra konsumenterna av tjänsten mest nöjda. Detta kan ha att göra med vad leverantören gör för att tillgodose konsumenternas intressen i sin tjänst. De kan till exempel fundera över varför de valde de filter som konsumenterna kan använda för att sortera resultaten i tjänsterna eller andra liknande funktioner.
42. I de fall då leverantörerna identifierar ett stort antal rangordningsparametrar kan de eventuellt dela in dessa i olika övergripande kategorier för att sedan fundera över vilka delkategorier eller typer av parametrar som kan ingå i dessa övergripande kategorier. Om det finns många olika kategorier av parametrar skulle leverantörerna kunna arbeta sig bakåt och gallra bort de som endast har en perifer betydelse i bestämmandet av rangordningen. På sätt kan de komma fram till vilka parametrar som är huvudparametrar, vilka sedan måste delas in i kategorier och delkategorier efter behov. Detta tillvägagångssätt kan göra det enklare för leverantörerna att avgöra och förklara de fastställda huvudparametrarnas relativa betydelse.
43. Ett bra sätt att hjälpa användarna att förstå hur rangordningen fungerar är att undersöka de mer oväntade faktorerna som avgör rangordningen. Detta skulle även kunna vara faktorer som användarna kan tro är oviktiga eftersom de inte har att göra med kvaliteten på de varor eller tjänster som de erbjuder via tjänsten.
44. Ett annat bra sätt att hjälpa användarna att förstå är att tillhandahålla en övergripande beskrivning av den företagsinterna process som den aktuella leverantören har genomfört för att komma fram till vilka huvudparametrarna är. Detta kan även hjälpa leverantörerna att uppfylla kravet i artikel 5.5 om att användarna ska kunna inhämta "adekvat kunskap" om vissa särskilda faktorer som har betydelse för rangordningen (se avsnitt 6.2 nedan).
45. När leverantörerna avgör vilka huvudparametrarna är kan de även på samma sätt utgå från vad som kan vara av mest nytta för de berörda användarna att veta. För företagsanvändare är transparensen med avseende på rangordningen viktig eftersom det ger bättre förutsebarhet och gör att de kan förbättra presentationen av sina varor och tjänster eller vissa inneboende egenskaper hos dessa varor eller tjänster. För företagsanvändare av webbplatser ger detta en adekvat förståelse för om, och i så fall hur och i vilken utsträckning, hänsyn tas till vissa särdrag i utformningen av den webbplats som de använder, till exempel webbplatsens optimering för visning på mobila telekommunikationsenheter.

46. Det är viktigt att notera att *relativ betydelse* inte innebär att huvudparametrarnas betydelse måste viktas exakt eller att leverantörernas algoritmer måste redovisas (se artikel 5.6 och skäl 27). Leverantörerna bör dock i viss mån försöka beskriva den naturligt varierande dynamik som styr rangordningen (vanligen via algoritmer) på ett sätt om inte är föränderligt i samma utsträckning. Rent principiellt kan tillfälliga förändringar som är förutsebara och regelbundna, såsom kampanjer eller väderberoende förändringar, på samma sätt beskrivas på ett mer övergripande sätt utan att rangordningsbeskrivningen måste ändras varje gång en tillfällig förändring sker. Vid större förändringar i rangordningsmekanismerna som innebär att huvudparametrarna ändras bör dock även de tillhandahållna beskrivningarna ändras. Det gäller bland annat "evolutionära" förändringar som sker över tid på grund av ett visst mått av djupinlärning ⁽¹⁾.
47. På ett mer allmänt plan bör de huvudparametrar som fastställts på ett rättvisande sätt återspegla det som avgör rangordningen i den aktuella mekanismen. Det som beskrivs som huvudparametrar bör vara det som faktiskt är det viktigaste när det gäller att avgöra rangordningen. Det är därmed inte relevant huruvida parametrarna är faktorer som kan påverkas av användarna eller inte. På samma sätt kan leverantörerna inte heller endast hävda att rangordningen bestäms av algoritmer som fungerar genom artificiell intelligens. En utförligare förklaring av förhållandet mellan maskininlärning och skyldigheten att redovisa huvudparametrarna finns i 3.3.12 nedan.

3.3 Särskilda överväganden vid fastställandet av huvudparametrar

48. När leverantörerna och andra aktörer gör de bedömningar som behövs för att fastställa huvudparametrarna med avseende på rangordning i linje med de allmänna principer som beskrivs ovan bör de särskilt ta hänsyn till nedanstående.

3.3.1 Användaranpassning

49. Att anpassa rangordningen efter enskilda användare är en vanlig rangordningsmetod. Även om rangordningen hypotetiskt ser annorlunda ut för varje enskild konsument tillämpas de parametrar som anpassar resultaten efter den aktuella användaren (som kan vara flera till antalet) på samma sätt för alla varor och tjänster som användarna erbjuder i den aktuella tjänsten. De parametrar som anpassar resultaten efter den aktuella användaren är med andra ord objektivt förutbestämda även om tillämpningen av dem resulterar i att en konsument ser en annan rangordning än en annan konsument som använder samma onlinebaserade förmedlingstjänst eller sökmotor.
50. Såsom förklaras i skäl 24 förutsätter förutsebarhet att leverantörerna fastställer rangordningen på ett icke godtyckligt sätt. I de fall då användaranpassning är en huvudparameter bör förklaringen av hur denna används, de främsta principerna bakom anpassningen, hur den påverkar rangordningen samt hur mycket rangordningen kan variera för olika konsumenter ⁽²⁾ bidra till större förutsebarhet och mindre risk för att rangordningen fastställs på ett godtyckligt sätt. Därmed måste leverantörerna eventuellt ta hänsyn till hur och i vilken utsträckning användaranpassning påverkar rangordningen i just deras onlinebaserade förmedlingstjänst eller sökmotor.
51. För att kunna göra detta kan leverantörerna behöva analysera en potentiellt väldigt lång lista av faktorer som används för användaranpassningen, såsom konsumenternas personliga profiler, intressen, sökbeteenden, var de befinner sig, vilken tid på dagen sökningen görs, om de har ställt in att cookiefiler ska blockeras, om de använder andra tekniska verktyg och, mer allmänt, hur mycket information leverantören har om dem, liksom huruvida de använder standardinställningarna (dvs- om de kan ändra standardinställningarna eller använda filtermekanismer (se avsnitt 3.3.4 nedan).
52. Vissa leverantörer kan vilja attrahera särskilda målgrupper för särskilda syften eftersom de vill differentiera sina affärsmodeller ⁽³⁾. I så fall skulle de även kunna ta hänsyn till sammansättningen av den konsumentgrupp som använder de aktuella tjänsterna när de avgör vilken påverkan användaranpassningen har på rangordningen.

⁽¹⁾ För leverantörer av onlinebaserade förmedlingstjänster, som måste ange huvudparametrarna och tillhörande skäl i sina allmänna villkor, gäller såsom påpekats ovan kraven i artikel 3 för alla ändringar av detta slag i de allmänna villkoren.

⁽²⁾ Detta kan variera från att vissa varors och tjänsters relativa position varierar marginellt vid endast ett fåtal tillfällen till att helt andra varor och tjänster regelbundet visas för olika konsumenter.

⁽³⁾ Se även arbetsdokumentet från kommissionens avdelningar, Konsekvensbedömning – följedokument till förslaget till Europaparlamentets och rådets förordning om främjande av rättvisa villkor och transparens för företagsanvändare av onlinebaserade förmedlingstjänster, SWD(2018) 138 final, avsnitten 1.6, 2.2 och 7.1 (ej översatt till svenska).

53. Leverantörerna bör även ta hänsyn till om, och i så fall hur, konsumenterna kan använda och faktiskt använder integritetsskyddsinställningar för deras tjänster, eftersom sådana inställningar kan påverka möjligheterna att anpassa rangordningen efter användarna

Ett exempel

En internetbaserad marknadsplats användaranpassar sin rangordning genom att koppla så många som 10 000 förutbestämda "egenskaper" till varje enskild konsument. Leverantören anser att detta är ett väldigt effektivt sätt att sortera (dvs. rangordna) sina affärsanvändares erbjudanden, även om effektiviteten av denna användaranpassning i stor utsträckning påverkas av de sekretessinställningar som konsumenterna använder. Beroende på hur många konsumenter som är aktiva i den aktuella tjänsten, hur olika de är och deras sekretessinställningar kan rangordningen därför skilja sig åt i hög grad. Leverantören kan även ha utformat sin rangordningsmekanism så att andra faktorer ska vägas in. Betalda sökresultat kan till exempel ge bättre placering i rangordningen i de fall då användaranpassningen är mindre effektiv. I dessa fall kan leverantören behöva ta med dessa fakta i sin beskrivning av de huvudparametrar som bestämmer rangordningen och skälen för dessa huvudparametrars relativa betydelse, så att företagsanvändarna kan bilda sig en rättvisande uppfattning om rangordningsmekanismen utan att överväldigas eller förvirras av en alltför lång lista med de faktorer som används i mekanismen.

3.3.2 *Konsumenternas sökbeteenden och syften*

54. När så behövs för att uppfylla kraven i artikel 5, i synnerhet när det gäller den obligatoriska beskrivningen av huvudparametrarna, skulle leverantörerna även kunna ange hur och i vilken utsträckning konsumenternas sökbeteende påverkar rangordningen, eventuellt som en del i användaranpassningen av rangordningen (se avsnitt 3.3.1 ovan).

3.3.3 *Användarhistorik*

55. I de fall då det är relevant för efterlevnaden av kraven i artikel 5, i synnerhet när det gäller den obligatoriska beskrivningen av huvudparametrarna, bör leverantörerna överväga hur och, i så fall i vilken utsträckning, vissa faktorer som inte har någon direkt koppling till de varor eller tjänster som en användare erbjuder genom tjänsterna i fråga, såsom en användares historik eller tidigare resultat, påverkar rangordningen.

Ett exempel

I mobilappbutiker kan utvecklare eller utgivare betygsättas separat från sina appar, på så sätt att en nyligen lanserad app från en erfaren utvecklare med ett befintligt erbjudande i den specifika appbutiken kan rangordnas högre än en ny utvecklades app. I den mån sådana faktorer utgör huvudparametrar som avgör rangordningen kommer den berörda leverantören, i detta fall, att behöva se till att företagsanvändarna förstår att så är fallet. Leverantören kan, om detta är relevant, också informera företagsanvändarna om möjliga "korrigeringsmekanismer", såsom ett tillfälligt främjande av nya utvecklades appar.

3.3.4 *Standardinställningar samt sorterings- och filtreringsmekanismer*

56. Som en form av användaranpassning kan standardinställningar som kan flyttas om, tas bort eller "kringgås" av konsumenterna med hjälp av sorterings- eller filtreringsverktyg ha stor betydelse för rangordningen av företagsanvändarnas erbjudande av varor och tjänster. Dessa mekanismer skulle kunna vara "huvudparametrar" i sig själva, till exempel om de används mycket ofta av konsumenterna och är särskilt relevanta för rangordningen. Om så är fallet kan det vara viktigt för företagsanvändarna att till exempel förstå huruvida rangordningen efter tillämpning av filtret är baserad på alla erbjudanden, eller om rangordningen då beror på huruvida erbjudandet av varor eller tjänster uppfyller vissa kriterier för inkludering, till exempel ett minsta antal recensioner för att de varor och tjänster som berörs av standardinställningarna ska kunna visas med ett "kvalitetsfilter". Detta gäller även i vilken grad de olika filtren kan påverka rangordningen.

57. Med tanke på den logiskt sett större betydelsen av den parameter som används (dvs. filtret) i specifika filtreringsmekanismer (t.ex. pris eller recensionsbetyg), kan dessutom andra parametrar som tillämpas vid sidan av filtret få ökad betydelse i lika utsträckning när det gäller den viktning som tilldelas dem i förhållande till den situation då inget filter tillämpas. Den tyngre viktningen kan till exempel behövas för att göra det möjligt för ett stort antal erbjudanden som kanske inte skiljer sig åt särskilt mycket i fråga om pris eller recensionsbetyg (dvs. filtret) att ändå rangordnas på ett effektivt sätt. Vissa andra parametrar kan då, beroende på situationen, utgöra "huvudparametrar" enligt artikel 5. Utöver dessa situationer kan det vara viktigt för företagsanvändarna att förstå de möjliga följderna av användningen av filter för den relativa viktningen för andra parametrar än det filter som tillämpas.

3.3.5 Närvaro på flera olika plattformar

58. Företagsanvändare brukar erbjuda sina varor eller tjänster samtidigt på flera olika onlinebaserade förmedlingstjänster för att maximera försäljningen ("multihoming"). Dessutom finns det oberoende tredjepartsleverantörer som samlar in användarrecensioner av företag. I praktiken kan vissa leverantörer anse att en företagsanvändares verksamhet eller närvaro på tredjepartstjänster är ett tecken på kvalitet eller relevans för företagsanvändarna på de onlinebaserade förmedlingstjänsterna i fråga. Om så är fallet och denna faktors relevans för rangordningen är sådan att den ska betraktas som en "huvudparameter" bör dessa leverantörer informera användarna om att, och hur, denna faktor beaktas vid rangordningen.

3.3.6 Andra externa faktorer

59. Användarna och de varor och tjänster som de erbjuder kan också utvärderas med hjälp av andra faktorer som är externa för de specifika onlinebaserade förmedlingstjänsterna eller sökmotorerna. Faktorer såsom antal stjärnor på hotell, "varumärkets dragningskraft" som mäts genom undersökningar bland yrkesverksamma i modebranschen, förtroendemärkningar från tredje parter som tilldelas en företagsanvändares egen webbutik för detaljhandel (t.ex. "betrodd butik") eller branschutmärkelser (t.ex. "bästa kaféet i x") eller artiklar i tredjepartsmedier (t.ex. tidningsreportage eller tidskriftsartiklar) kan vara relevanta för rangordningen som "huvudparametrar". Om så är fallet måste sådana faktorer också beskrivas.

60. Omvänt kan det inte uteslutas att det i vissa fall kan vara "överraskande" för vissa företagsanvändare eller företagsanvändare av webbplats att vissa externa faktorer som kan tyckas ha stor betydelse med tanke på tjänstens karaktär inte beaktas för att avgöra rangordningen. Att man exempelvis inte betraktar ett integritetsbetyg som ges till webbplats på en integritetsinriktad sökmotor eller inte betraktar livsmedelsmärkningar på en hälsoinriktad marknadsplats för livsmedel kan komma som en överraskning för användarna. Beskrivningen av skälen till huvudparametrarnas relativa betydelse, eller av de huvudparametrar som sammantaget är mest avgörande vid fastställandet av rangordningen och de huvudparametrarnas relativa betydelse, bör vara tillräckligt tydlig för att användarna ska kunna förstå att dessa andra faktorer inte beaktas vid rangordningen.

61. Leverantörer av onlinebaserade förmedlingstjänster och sökmotorer bör också, som bästa praxis, fundera över om beskrivningen bör hänvisa till branschregler som direkt eller indirekt kan påverka hur rangordningsparametrarna fastställs. Detta inbegriper regler i unionsrätten och i nationell rätt som återspeglar olika mål som ligger i allmänhetens intresse inom olika sektorer.

3.3.7 Anmälningar från tredje part

62. Om anmälningar från tredje part om erbjudanden av varor och tjänster har relevans för rangordningen i egenskap av "huvudparametrar" måste de berörda leverantörernas beskrivning ta hänsyn till även denna faktor. Denna relevans kan beskrivas med dess potentiella betydelse i enskilda fall, liksom när det gäller eventuella varaktiga effekter som kan uppstå, till exempel från ett stort antal anmälningar eller från leverantörernas policyer som antagits med avseende på de typer av olagligt innehåll som anmälningarna från tredje parter kan hänföra sig till. Vad gäller den separata skyldigheten för sökmotorer att tillåta att innehållet i anmälningarna kontrolleras enligt artikel 5.4, se avsnitt 10.

3.3.8 Randomisering

63. I praktiken kan vissa leverantörer använda sig av tekniker för att omorganisera den relativa betydelse som ges erbjudanden av varor och tjänster (delvis) på ett slumpmässigt sätt, till exempel för att förnya utseendet på en landningssida. Randomisering kan också till exempel tillämpas för att göra rangordningen mer dynamisk, för att göra skillnad mellan de relevanta onlinebaserade förmedlingstjänsterna eller sökmotorerna. Då sådana faktorer utgör "huvudparametrar" måste de berörda leverantörerna ta hänsyn till detta i sina beskrivningar. De kan till exempel förklara hur dessa tekniker tillämpas (genom att hänvisa till när de används, hur länge de används, hur

betydelsefull användningen är osv.), liksom deras inverkan. Sådana förklaringar kan ge en faktabaserad fingervisning om "graden av inverkan", dvs. i vilken omfattning randomiseringen potentiellt påverkar rangordningen, vilket också skulle hjälpa användarna att förstå betydelsen av att använda tekniker för optimering av rangordningen för olika onlinebaserade förmedlingstjänster och sökmotorer som de kan vara närvarande på.

3.3.9 Städning/rensning

64. Vissa leverantörer kan redigera eller "rensa upp" bland de erbjudanden av varor och tjänster som användarna presenterar, organiserar eller vidarebefordrar på deras tjänster. De kan till exempel "lyfta fram" eller klassificera erbjudanden av varor som har funnits länge på deras onlinebaserade förmedlingstjänster för e-handel utan att ha köpts som "gamla", och som därmed hamnat lägre i rangordningen. Om sådana faktorer utgör "huvudparametrar" kommer en beskrivning av de relevanta metoderna att behöva lämnas. Detta kan vara viktigt för förutsebarhetens skull, inte minst med tanke på att metoderna har potential att kraftigt påverka rangordningen, och därmed användarnas kommersiella framgång.

3.3.10 Kopplingen till kompletterande tjänster

65. I vissa fall kan leverantörerna utforma sin rangordningsmekanism så att användarnas användning av kompletterande tjänster från samma leverantör (som erbjuds tillsammans med de relevanta onlinebaserade förmedlingstjänsterna eller sökmotorerna, eller erbjuds separat) kan påverka dessa användares rangordning. Denna situation kan utgöra ett exempel på indirekt ersättning, vilket kräver en ytterligare beskrivning enligt artikel 5.3. Men även bortsett från detta kan användningen av kompletterande tjänster också vara en av de huvudparametrar som används för att avgöra rangordningen i enlighet med artikel 5.1 och 5.2. Om så är fallet måste leverantörerna, med en tillräcklig grad av noggrannhet, förklara att detta gäller så att användarna kan besluta om de vill använda dessa kompletterande tjänster eller inte och förstå att dessa kompletterande tjänster till exempel inte bara erbjuder en underlättad upplevelse (dvs., alla är tillgängliga från samma leverantör på samma plattform), utan att användningen av dessa kan vara viktig för att optimera försäljningen. Detta kan till exempel vara aktuellt när de leveranstjänster som erbjuds av den relevanta leverantören går snabbare än vanliga leverans- eller posttjänster, där leveranshastighet blir en "huvudparameter" som avgör rangordningen. Det kan därför vara viktigt att förstå vad det betyder när kompletterande tjänster används som "huvudparametrar", liksom effekten av detta, för att förbättra förutsebarheten för användarna.

3.3.11 Användning av leverantörernas tekniska verktyg

66. I likhet med kompletterande tjänster kan vissa leverantörer erbjuda tekniska verktyg till användarna, möjligtvis i utbyte mot ersättning och som därför omfattas av artikel 5.3. Användningen eller effekten av sådana verktyg kan också inverka på rangordningen och – om relevansen är sådan att denna faktor utgör en "huvudparameter" i den mening som avses i artikel 5.1 och 5.2 – därför kräva samma strategi som den som beskrivs i föregående avsnitt.
67. Under vissa omständigheter kan exempelvis användningen av ett dataanalysverktyg som finns tillgängligt på en onlinebaserad förmedlingstjänst eller en sökmotor göra det möjligt för användarna att påtagligt förbättra sin rangordning. I detta fall, i den mån denna faktor är en "huvudparameter", är det viktigt för leverantörerna att förklara huruvida inverkan på rangordningen endast beror på de insikter som förvärvats och därefter tillämpats av användarna, eller huruvida det är det faktum att de använder analysverktyget överhuvudtaget som också beaktas. I det senare fallet kan användningen av analysverktyget vara en form av indirekt ersättning, i vilket fall de särskilda kraven i artikel 5.3 också gäller. Betydelsen av ett sådant analysverktyg kan till exempel ha sin grund i att de insikter som erbjuds är unika och gör det möjligt för användarna att förbättra sina varor eller tjänster i större utsträckning än vad dessa användare kan göra med egen research eller andra marknadslösningar, eller eftersom verktyget kan hjälpa dem att förbättra sin onlinenärvaro, på plattformen eller utanför den.

3.3.12 Effekten av maskininlärning

68. Leverantörerna måste avgöra huruvida maskininlärning är en "huvudparameter". Även om maskininlärningen är dynamisk kan den i så fall ges en mer "statisk" beskrivning. I linje med de vägledande principerna om att anta en användarvänlig strategi, som ger rätt grad av noggrannhet, kan leverantörerna fokusera på att förklara den förväntade "graden av inverkan", dvs. i vilken omfattning maskininlärningen påverkar rangordningen. Detta kan innebära huruvida den påverkar alla huvudparametrar lika mycket och, till exempel, ge en fingervisning om när och hur ofta maskininlärningen kan leda till att "huvudparametrarna" förändras. Om dessa huvudparametrar faktiskt förändras till följd av maskininlärning måste leverantörerna anpassa den beskrivning som krävs enligt artikel 5.

3.3.13 Utvärdering av webbplatser

69. En leverantör av en sökmotor kan ta hänsyn till vissa egenskaper hos webbplatser för att utvärdera dem i fråga om hur pass betrodda de är bland användarna när det gäller sin säkerhet, äkthet och popularitet eller sina tekniska inslag. Om en leverantör gör detta bör denne överväga och förklara i vilken utsträckning dess utvärdering av en webbplats särdrag påverkar rangordningen, i den mån som sådana faktorer utgör "huvudparametrar".
70. Detta innebär att leverantörerna själva bedömer vad de gör för att utvärdera webbplatser och hur detta påverkar rangordningen. Detta kan till exempel inkludera hur leverantörerna tar fram specifika betyg för webbplatser som beräknas med hjälp av flera variabler, såsom huruvida en webbplats är betrodd av användarna och huruvida den tidigare har delat länkar eller felaktig information. Kvaliteten på innehållet eller hur pass tillförlitlig webbplatsen är kan vara relevant för vad den får för resultat vid rangordningen. Alternativt kan man fokusera på webbplatsens popularitet, vilket exempelvis mäts genom antalet unika besökare och sidvisningar under en viss period. På liknande sätt kan vissa tekniska aspekter beaktas, till exempel hur pass snabbt sidan laddar, om den är anpassad för mobila enheter, domänens ålder eller webbplatsens säkerhet och tillgänglighet.
71. Om vissa av webbplatsernas egenskaper är viktigare än andra, och utvärderingen av dessa aspekter återspeglas i rangordningen i en sådan utsträckning att de kvalificeras som en "huvudparameter", är det viktigt att användarna förstår detta. Detta bör också återspeglas i den grad av noggrannhet som ges i beskrivningen för att säkerställa att informationen är tillräckligt tydlig för användarna.

3.3.14 Åtgärder som vidtas för att förhindra att tredje parter manipulerar rangordningsresultaten i ond tro

72. Leverantörer brukar använda sig av sofistikerade mekanismer för att förhindra bedrägerier, vilket kan utgöra "huvudparametrar" enligt artikel 5.
73. De bör därför noga tänka igenom huruvida de måste beskriva de ingående delarna i sina mekanismer för bedrägeribekämpning. Per definition kan dessa mekanismer inte förklaras i detalj utan att deras syfte och effektivitet potentiellt undergrävs, men leverantörerna bör åtminstone informera om att de finns och lämna detaljerad information om hur de kan påverka rangordningen, i de fall då de utgör "huvudparametrar".

3.3.15 Recensioner från användare

74. Om konsumentrecensioner är en "huvudparameter" för en viss rangordningsmekanism bör de berörda leverantörerna inkludera denna faktor i sina beskrivningar enligt artikel 5, med en tillräcklig grad av noggrannhet och tydlighet. De kan till exempel förklara att recensionerna genereras på den onlinebaserade förmedlingstjänsten eller sökmotorn, eller att det kan röra sig om recensioner som är hysta utanför dessa tjänster. I dessa fall kan det också vara viktigt för användarna att veta vilka, om några, steg som vidtas för att verifiera att dessa recensioner är äkta.

3.3.16 Leverantörernas åtgärder mot olagligt innehåll

75. När leverantörer vidtar åtgärder för att hantera olagligt innehåll online måste de överväga vilken effekt dessa åtgärder kan ha på rangordningen och vad som kan behöva inkluderas i den beskrivning av "huvudparametrar" som krävs enligt artikel 5. Effekten på rangordningen kan skilja sig åt mellan leverantörer, men i allmänhet kan både förekomsten (permanent eller tillfällig) av olagligt innehåll, liksom borttagandet av olagligt innehåll, ha en direkt inverkan på synligheten för företagsanvändarnas legitima erbjudanden. När sådana åtgärder utgör "huvudparametrar" bör leverantörerna, när de beslutar vad som ska beskrivas, överväga vilken information och transparens om exempelvis förekomsten och typerna av olagligt innehåll på tjänsten i fråga som skulle kunna hjälpa företagsanvändarna att få en större förståelse för hur denna rangordningsmekanism fungerar.

4 HUR KAN MAN VÄLJA HUVUDPARAMETRAR OCH ÄNDÅ FÖRHINDRA MANIPULERING AV RANGORDNINGEN I OND TRO?

76. I artikel 5.6 anges att leverantörerna "inte [ska] vara skyldiga att avslöja algoritmer eller annan information som med rimlig säkerhet skulle leda till möjligheter till vilseledande av konsumenterna eller skada för konsumenterna genom manipulering av sökresultat".

77. Denna bestämmelse bör jämföras med skäl 27, där det erkänns att "[f]ör att säkerställa att denna förordnings mål uppnås får övervägande av de kommersiella intressena för leverantörer av onlinebaserade förmedlingstjänster eller sökmotorer därför under inga omständigheter leda till en vägran att redovisa huvudparametrarna för rangordningen" ⁽¹⁴⁾.
78. Det finns därmed vissa begränsningar vad gäller de krav på offentliggörande med avseende på rangordningen som anges i artikel 5. Dessa begränsningar rör dock inte leverantörernas kommersiella intressen i sig, utan snarare de potentiella negativa effekterna för konsumenterna. Leverantörerna har ändå flera sätt att skydda sina "kommersiella intressen".
79. För det första krävs det enligt artikel 5 bara en beskrivning av huvudparametrarna (liksom av skälen för deras relativa betydelse), utan att leverantörerna är skyldiga att i detalj redovisa hur deras rangordningsmekanismer fungerar (skäl 27).
80. För det andra, vilket anges i artiklarna 1.5 och 5.6, påverkar förordningen i allmänhet, och artikel 5 i synnerhet, inte tillämpningen av Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2016/943 ⁽¹⁵⁾ (det s.k. direktivet om företagshemligheter).
81. För att förklara denna andra punkt är det viktigt att notera att en "företagshemlighet" i artikel 2.1 i direktivet om företagshemligheter definieras som information som uppfyller samtliga av följande krav: a) Den är hemlig i den mening att den inte, som helhet eller i den form dess beståndsdelar ordnats och satts samman, är allmänt känd hos eller lättillgänglig för personer i de kretsar som normalt sett handskas med typen av information i fråga. b) Den har kommersiellt värde på grund av att den är hemlig. c) Den person som lagligen kontrollerar den har med hänsyn till omständigheterna vidtagit rimliga åtgärder för att hålla den hemlig.
82. Leverantörerna kan därför inte vägra att exempelvis lämna information om huvudparametrarna endast genom att åberopa att de aldrig tidigare har avslöjat någon av sina parametrar, eller att informationen i fråga är kommersiellt känslig.
83. För det tredje kan leverantörerna vidta åtgärder för att ta itu med situationer där tredje parter manipulerar rangordningen i ond tro, inklusive risken för att konsumenterna vilsledds (se skäl 27).
84. I detta avseende bör det noteras att denna möjlighet rör manipulering i *ond tro*, liksom att det i artikel 5.6 fastställs att leverantörer inte är skyldiga att lämna ut information som "*med rimlig säkerhet*" skulle leda till att konsumenterna vilsleddes eller skadades. Därför måste man uppnå en balans mellan att å ena sidan motverka manipulerande och skadligt beteende och att å andra sidan erbjuda den transparens som krävs enligt artikel 5.

5 SPECIFIKA BESKRIVNINGAR SOM KRÄVS – DIREKT OCH INDIREKT ERSÄTTNING

85. I artikel 5.3, såsom förklaras i skäl 25, krävs specifikt att leverantörerna ska beskriva användarnas möjlighet att påverka rangordningen mot direkt eller indirekt ersättning, i de fall då sådana möjligheter utgör en "huvudparameter".
86. Såsom anges i artikel 5.3 måste leverantörerna i sådana fall, i enlighet med kraven i artikel 5.1 eller 5.2, i sin beskrivning, och enligt vad som är tillämpligt på leverantören i fråga, inkludera
- a) en förklaring av alla möjligheter för företagsanvändare att aktivt påverka rangordningen mot ersättning, och
 - b) en förklaring av de relativa effekterna av en sådan ersättning på rangordningen.

5.1 Allmänna riktlinjer

87. I den konsekvensbedömning som kommissionen utförde inför sitt förslag till förordning fastställdes att det saknas meningsfull ansvarsskyldighet och försebarhet för företagsanvändarna och företagsanvändarna av webbplatser med avseende på de rangordningsmekanismer som leverantörerna använder. När det rör sig om betald rangordning konstaterades det att företag, och särskilt små och medelstora företag, kunde gynnas av att förstå hur

⁽¹⁴⁾ Understrykningen tillagd.

⁽¹⁵⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2016/943 av den 8 juni 2016 om skydd mot att icke röjd know-how och företagsinformation (företagshemligheter) olagligen anskaffas, utnyttjas och röjs (EUT L 157, 15.6.2016, s. 1).

dessa möjligheter fungerar. Det kunde göra det möjligt för dem att antingen välja att inte delta där den resulterande rangordningen troligtvis inte skulle vara tillfredsställande, och därmed bespara dem kostnaden för att delta, eller att välja att delta och öka sin exponering ⁽¹⁶⁾.

88. I detta avseende ska termen "ersättning" förstås i vid bemärkelse. I skäl 25 beskrivs detta som "betalningar vars huvudsyfte eller enda syfte är att förbättra rangordningen samt indirekt ersättning i form av en företagsanvändares godtagande av alla former av ytterligare skyldigheter som kan resultera i detta, såsom användning av tilläggstjänster eller premiumfunktioner". I skäl 25 ges dessutom ett exempel på vad förklaringen av ersättningens relativa effekter skulle kunna vara, nämligen "ersättningens grad av inverkan på rangordningen".
89. Bästa praxis vid tillhandahållande av den information som krävs enligt artikel 5.3 skulle kunna inbegripa en kombination av en skriftlig förklaring och tekniska verktyg, såsom en dynamisk simulator av ersättningens förväntade effekter på rangordningen.

5.2 Direkt ersättning

90. Direkt ersättning beskrivs som "betalningar vars huvudsyfte eller enda syfte är att förbättra rangordningen" ⁽¹⁷⁾. Leverantörerna bör därmed fundera över vilka möjligheter att betala för att förbättra sin rangordning som användarna erbjuder, och hur sådana eventuella möjligheter fungerar. Exempel på möjliga typer av direkt ersättning anges i bilaga B.

5.3 Indirekt ersättning

91. Indirekt ersättning beskrivs som "ersättning i form av en företagsanvändares godtagande av alla former av ytterligare skyldigheter som kan resultera i [förbättrad rangordning]" ⁽¹⁸⁾. Leverantörerna bör fundera över vilka möjligheter som erbjuds användarna som i sin tur kan leda till att rangordningen förbättras, och hur sådana eventuella möjligheter fungerar.
92. Användningen av kompletterande tjänster, såsom betalning, deposition, slutbetalning osv. från användarnas sida, skulle kunna påverka rangordningen av deras varor eller tjänster av ett antal olika skäl. Den beskrivning som krävs enligt artikel 5 bör inkludera denna möjliga användning av kompletterande tjänster, om de inbegriper direkt ersättning i den mening som avses i artikel 5.3 och utgör "huvudparametrar". Om några av eller alla dessa effekter på rangordningen har ett göra med att företagsanvändaren helt enkelt tar del av en viss kompletterande tjänst – separat från alla indirekta effekter som den kompletterande tjänsten kan ha på användarens resultat som mäts med hjälp av andra parametrar – kan de ytterligare skyldigheterna i artikel 5.3 eventuellt vara tillämpliga. Andra exempel på möjliga typer av indirekt ersättning anges i bilaga B.

6 HUR BÖR HUVUDPARAMETRARNA BESKRIVAS?

93. I artikel 5.5 krävs att beskrivningarna av de "huvudparametrar" som avses i artikel 5.1, 5.2 och 5.3 ska vara "tillräckliga för att företagsanvändarna eller företagsanvändarna av webbplatser ska kunna inhämta adekvat kunskap om huruvida, och om så är fallet i vilken utsträckning, rangordningsmekanismen tar hänsyn till följande:
- Särdragen hos de varor och tjänster som erbjuds konsumenterna via de onlinebaserade förmedlingstjänsterna eller sökmotorn.*
 - Dessa egenskapers relevans för dessa konsumenter.*
 - När det gäller sökmotorer: utformningen av den webbplats som används av företagsanvändare av webbplatser" ⁽¹⁹⁾.

⁽¹⁶⁾ Ibid. 5.

⁽¹⁷⁾ Skäl 25 i förordningen.

⁽¹⁸⁾ Skäl 25 i förordningen, tillägget har gjorts för tydlighetens skull.

⁽¹⁹⁾ Understrykningen tillagd.

94. Som en allmän anmärkning är det viktigt att notera att genom att inhämta adekvat kunskap om hur rangordningen fungerar kommer användarna att kunna konkurrera på mer lika villkor när de beslutar om sina försäljningsstrategier. Dessa strategier kan omfatta både optimering av varor och tjänster liksom investeringar i onlinesynlighet, bland annat sökmotoroptimering och betald rangordning. Användarna bör rimligtvis kunna besluta huruvida de ska investera mer i vissa delar av sina varor och tjänster eller inte, och kunna fastställa huruvida och, om i så fall hur, de ska investera i "rangordningsstrategier" på ett bättre sätt.

6.1 Allmänna riktlinjer

95. Leverantörer av onlinebaserade förmedlingstjänster måste i enlighet med artikel 5.1 ange "skälen för dessa huvudparametrars relativa betydelse jämfört med andra parametrar". På liknande sätt anges i artikel 5.2 att leverantörer av sökmotorer måste ange "dessa huvudparametrars relativa betydelse" ⁽²⁰⁾.
96. Detta innebär att leverantörerna måste beskriva varför de specifika parametrarna valdes som huvudparametrar (se avsnitt 3.2 ovan). Bästa praxis för leverantörerna skulle kunna vara att förklara hur och vad i deras enskilda bedömning som fick dem att besluta hur "relativ betydelse" ska fastställas för deras tjänster och vad som utgör "huvudparametrar".

6.2 Grad av noggrannhet

97. Leverantörerna bör fastställa den lämpliga graden av noggrannhet mot bakgrund av syftet med skyldigheten i artikel 5, och inkludera så många detaljer som krävs och lämpar sig för deras specifika, yrkesmässiga användarbas, utan att göra det alltför komplicerat eller förvirrande. Graden av noggrannhet bör bestå av mer än endast en uppräknning av huvudparametrarna. Åtminstone ett "andra lager" av förklarande information bör ingå.
98. Leverantörerna bör inte lämna alltför korta beskrivningar eller beskrivningar som kan vara vilseledande. Om en leverantör till exempel beslutar att "kvalitet" är en huvudparameter och vet att begreppet "kvalitet" inbegriper en komplicerad analys av flera olika faktorer, bör beskrivningen återspegla detta, samtidigt som ett enkelt och begripligt språk används. På liknande sätt kan en enkel beskrivning av att huvudparametern kan påverkas av "sökhistorik" också anses vara otillräcklig, i synnerhet där leverantören vet att det endast är vissa särskilda inslag i sökhistoriken som beaktas.
99. När leverantörerna formulerar beskrivningen av huvudparametrarna, inklusive de underliggande skälen till deras relativa betydelse, är det viktigt att leverantörerna är tydliga och undviker förvirring. Om till exempel en av huvudparametrarna är "kvalitet" bör leverantörerna överväga att beskriva exakt vad som utgör "kvalitet" enligt deras rangordningsmekanismer, eftersom detta sannolikt kommer att förstås och mätas på olika sätt för olika tjänster. Ett annat exempel kan vara när parametern baseras på ett betyg som erhållits, i vilket fall leverantörerna bör överväga att beskriva vilka faktorer som beaktas när betyget tilldelas. Dessa beskrivningar bör, där så är möjligt, hänvisa till objektiva faktorer, exempelvis produktkategorier eller prisenheter/prisintervall. När det hänvisas till recensioner kan på liknande sätt viktningen för olika typer av recensioner i användarens samlade betyg och rangordning skilja sig åt beroende på, exempelvis, den specifika produkt eller tjänst som konsumenten letar efter. Ett exempel kan vara restauranger som erbjuder både bordsservering och hämtmat, för vilka olika faktorer kan vara mer eller mindre viktiga. Om så är fallet bör detta förklaras för att beskriva mer än det som är uppenbart. Detsamma gäller i ett scenario där nyare recensioner ges mer vikt än äldre.
100. Om det är relevant för att uppfylla kraven i artikel 5 kan leverantörerna också inkludera förklaringar om hur en företagsintern strategi kan påverka vad konsumenterna ser på tjänsten, till exempel om huvudparametrarna kan påverkas genom att erbjudanden av vissa tjänster främjas mot bakgrund av leverantörens egen bedömning av vad som kommer att bli nästa stora trend bland konsumenterna. Beskrivningen bör vara tillräckligt detaljerad när det gäller att visa vad som beaktas när sådana beslut fattas för att ge användarna meningsfulla förklaringar av huvudparametrarna.

6.3 Grad av noggrannhet för direkt och indirekt ersättning

101. Om den huvudparameter som används inkluderar möjligheten att påverka rangordningen mot ersättning bör de berörda leverantörerna fundera över hur de utformade dessa alternativ. I sådana fall kan bästa praxis vara att låta beskrivningen av alternativen för "betald rangordning" och graden av deras inverkan åtföljas av en förklaring av affärslogiken bakom det alternativet och dess potentiella inverkan.

⁽²⁰⁾ Understrykningen tillagd.

102. I tillämpliga fall kan en beskrivning av alternativen för betald rangordning, som bästa praxis, korshänvisa till de beskrivningar som lämnas i enlighet med artikel 7.3 c och 7.3 d om differentierad behandling. Differentierad behandling kan eventuellt utgöra en "huvudparameter" enligt artikel 5. Utöver beskrivningen enligt den bestämmelsen kommer korshänvisningen att visa användarna de "viktigaste ekonomiska, kommersiella eller rättsliga överväganden" som ligger bakom den differentierade behandling som tillämpas på leverantörernas egna tjänster eller varor, som leverantörerna måste ange enligt artikel 7.1.

6.4 **Kravet på att beskrivningen ska formuleras med ett enkelt och begripligt språk**

103. Såsom noterats tidigare måste beskrivningen av huvudparametrarna i enlighet med artikel 5.1 och 5.2, jämförd med artikel 3.1, formuleras med ett enkelt och begripligt språk.
104. Varje leverantör ska utvärdera om dess beskrivning uppfyller det kravet. Att tänka igenom hur beskrivningen presenteras kommer i allmänhet också att göra beskrivningen tydlig och lättläst.
105. Leverantörerna bör också tänka på vem deras målgrupp är när beskrivningen formuleras. I vissa fall kan mer tekniska beskrivningar vara lämpliga och erfordras, om beskrivningarna är avsedda för yrkesmässiga användare. Utan att det påverkar kravet på att använda ett enkelt och begripligt språk kan yrkespersoner i princip förutsättas kräva och kunna förstå mer utförlig och mer teknisk information än vanliga konsumenter.

6.5 **Presentationsverktyg**

106. Alla leverantörer måste själva besluta hur de på bästa sätt kan skraddarsy beskrivningen av de huvudsakliga rangordningsparametrarna för sina tjänster. Detta kan kräva att man överväger användning av tekniker som består av mer än en skriftlig beskrivning och inkluderar kompletterande åtgärder som kan hjälpa användarna att få en lämplig förståelse för hur rangordningsmekanismen i fråga fungerar. Dessa kompletterande åtgärder kan skraddarsys för att uppfylla olika användares olika behov.
107. För att förklara effekten av "direkt och indirekt ersättning" på rangordningen i situationer där detta utgör en "huvudparameter" kan en skriftlig förklaring till exempel kombineras med tekniska verktyg såsom en dynamisk simulator av ersättningens förväntade inverkan på rangordningen och denna inverkans omfattning. Den förklaring som lämnas skulle i princip på ett tydligt sätt behöva förklara effekterna av att använda den andra tekniken enskilt eller i kombination med andra/den normala rangordningsmekanismen, om detta är hur alternativen fungerar för tjänsten i fråga. Det kan vara användbart för leverantörerna om detta kan göras med hänvisning till ett grundscenario.
108. Grundläggande tekniker kan hjälpa användarna att hitta rätt bland den information som tillhandahålls. Det kan röra sig om så enkla saker som att använda sig av en tydlig struktur, med rubriker och underrubriker, som kan hänvisa vidare till de kompletterande åtgärder som beskrivs ovan.
109. Leverantörerna kan eventuellt överväga att använda tillgängliga verktyg eller testa en möjlig strategi med en användarpanel för att säkerställa att beskrivningen förstås på det sätt som avses, eller att inbegripa ett sätt att få återkoppling från användarna om huruvida beskrivningen är användbar och tillräckligt noggrann. Ett annat sätt att få denna återkoppling kan vara att testa brevskrivningen på en panel av representativa användare. Även om det inte uttryckligen krävs kan sådana åtgärder hjälpa leverantörerna att uppfylla kraven i artikel 5.

7 **VAR HUVUDPARAMETRARN BÖR BESKRIVAS**

7.1 **Onlinebaserade förmedlingstjänster**

110. Enligt artikel 5.1 måste leverantörer av onlinebaserade förmedlingstjänster beskriva huvudparametrarna, däribland skälen för dessa huvudparametrars relativa betydelse, i sina allmänna villkor.
111. Det bör noteras att "allmänna villkor" är ett brett begrepp. Enligt definitionen i artikel 2.10 omfattar det "alla bestämmelser och villkor eller specifikationer, oavsett namn eller form, som reglerar avtalsförhållandet" mellan leverantören av dessa tjänster och användarna och som ensidigt fastställs av leverantören. Med andra ord kan beskrivningen ha olika form och ändå anses beskrivas i leverantörens allmänna villkor i enlighet med artikel 5.1.

112. Beskrivningen av huvudparametrarna för rangordning måste ingå i de allmänna villkoren, men leverantörerna av onlinebaserade förmedlingstjänster kan välja hur de vill kommunicera med sina företagsanvändare och framhålla den erforderliga beskrivningen. De skulle till exempel kunna vidta åtgärder för att visa företagsanvändarna vägen till den exakta plats där beskrivningen återfinns och/eller inkludera den i avsnitt med vanliga frågor och svar, vägledningar, riktlinjer, pop-up-fönster, videomeddelanden eller andra format. Informationen bör dock inte vara ologisk eller utspridd över flera olika verktyg eller medier, om det gör så att informationen i fråga inte längre är lättillgänglig eller enkel och begriplig.
113. Utan att det påverkar de lösningar från fall till fall som leverantörerna kan använda skulle leverantörerna kunna överväga att inrätta en enda kontaktpunkt (t.ex. på en "kontrollpanel" för användaren) som kan hänvisa till eller indexera alla de relevanta informationsverktyg som finns att tillgå för att förklara transparensen rörande rangordningen. Som ett alternativ skulle informationen kunna förekomma i samma form i flera olika informationsverktyg – under förutsättning att de rättsliga kraven i artiklarna 3 och 5 uppfylls.
114. I enlighet med artikel 3.1 b måste de onlinebaserade förmedlingstjänsternas allmänna villkor vara lättillgängliga för företagsanvändarna under alla stadier i affärsförhållandet, däribland innan de ingår ett avtal med leverantörerna av dessa tjänster. All denna information bör därför också vara tillgänglig för potentiella företagsanvändare.

7.2 Sökmotorer

115. Enligt artikel 5.2 måste leverantörer av sökmotorer tillhandahålla "en lättillgänglig och allmänt tillgänglig beskrivning [...] på sina sökmotorer".
116. Detta innebär att beskrivningen placeras på en lättillgänglig plats på sökmotorns webbsida. Detta kan vara ett område som inte kräver att användarna behöver logga in eller registrera sig för att kunna läsa beskrivningen.
117. Inom de gränser som artikel 5.2 fastställer är det leverantören av sökmotorn som ska bedöma och besluta var denne tillhandahåller den erforderliga beskrivningen av rangordningen. När leverantören fattar detta beslut skulle denne kunna ta hänsyn till hur användarna av tjänsten betar sig för att finna en lösning som är förenlig med detta beteende. Om användarna till exempel använder den tillhandahållna tjänsten eftersom den visar resultaten med ett enda klick skulle samma princip kunna gälla för beskrivningen. Detta kan betyda att om en beskrivning nås via en länk bör länken leda direkt till beskrivningen och inte kräva ytterligare navigering för att hitta den.
118. På samma sätt skulle leverantören av sökmotorn också kunna överväga att använda de metoder som framgångsrikt används för tjänsten för att rikta användarens uppmärksamhet mot särskilda funktioner som redan finns tillgängliga. Detta kan till exempel göras genom användning av ikoner, tabbar eller banners. Med hjälp av en liknande metod skulle man därför kunna se till att beskrivningen är lättillgänglig och att den finns på en plats som användarna av tjänsten förväntar sig eller är vana vid.
119. Leverantörerna av sökmotorer skulle också kunna fundera över hur användarna når deras tjänster. Om detta till exempel sker med hjälp av röstassistenter skulle leverantörerna kunna fundera på hur användarna av deras tjänst får tillgång till annan information om tjänsten. Om detta är ett effektivt sätt kan leverantörerna eventuellt använda det för att göra det möjligt för företagsanvändare att hitta beskrivningen på samma sätt.

8 NÄR BÖR BESKRIVNINGEN AV HUVUDPARAMETRARNA ÄNDRAS?

8.1 Att hålla beskrivningarna uppdaterade

120. Artikel 5.2 är den enda artikel som innehåller ett uttryckligt krav på att beskrivningen av huvudparametrarna för rangordning ska hållas uppdaterad, men ett liknande krav är underförstått i artikel 5.1. Den senare bestämmelsen kräver ju trots allt att det finns en beskrivning av de huvudparametrar som *fastställer* rangordningen – inte av de huvudparametrar som *fastställde* rangordningen. I denna situation ska beskrivningen dessutom anges i tjänstevillkoren, som leverantören ska hålla uppdaterade. Annars kan syftet med att förbättra förutsägbarheten inte uppnås och beskrivningen skulle inte bygga på faktiska uppgifter, vilket står i motsättning till vad som anges i skäl 27.

121. Leverantörerna ska därför hålla de erforderliga beskrivningarna uppdaterade. För att åstadkomma detta kan de regelbundet behöva överväga huruvida de fortfarande uppfyller detta rättsliga krav eller om beskrivningarna behöver uppdateras. Leverantörerna är fria att utforma sina egna system för att fastställa om, när och hur de ska göra detta, med hänsyn tagen till aspekter såsom hur ofta ändringar görs, effekterna av dessa ändringar och när försök (t.ex. A/B-tester) och andra tekniker (t.ex. maskininlärning) som används på deras tjänster kan resultera i ändringar av de "huvudparametrar" som bestämmer rangordningen.
122. Om resultatet av den enskilda bedömningen visar att beskrivningen av huvudparametrarna för rangordning behöver uppdateras måste leverantörerna av onlinebaserade förmedlingstjänster meddela företagsanvändarna om dessa ändringar i förhand i enlighet med artikel 3 (se avsnitt 9.1 nedan). Inget sådant krav finns för leverantörer av sökmotorer, eftersom de ska säkerställa att deras beskrivningar finns allmänt tillgängliga (artikel 5.2).

8.2 Tillfälliga ändringar

123. Leverantörerna bör fastställa från fall till fall huruvida justeringar av deras rangordningsmekanismer, inklusive tillfälliga justeringar, leder till en ändring av "huvudparametrarna" som nödvändiggör en ändring av beskrivningen av dessa för att säkerställa efterlevnaden med artikel 5.
124. Leverantörerna bör inte ta för givet att det faktum att ändringar av parametrarna, viktningen eller andra rangordningsfunktioner är tillfälliga till sin natur nödvändigtvis betyder att beskrivningen av huvudparametrarna inte behöver ändras. Engångshändelser såsom idrottsevenemang kan till exempel medföra en betydlig ökning av konsumenternas efterfrågan, vilket kan leda till tillfälliga ändringar av de huvudparametrar som bestämmer rangordningen. Samma sak gäller marknadsföringsevenemang såsom "Black Friday", långhelger eller säsongsbundna försäljningsperioder såsom före jul. När leverantörerna ändrar sina "standardiserade" rangordningsmetoder i sådana fall, till exempel genom att lägga större vikt vid vissa parametrar (t.ex. "leveranstid", "pris" eller andra begrepp såsom "varumärkets dragningskraft" eller "kvalitet", eventuellt kombinationer av flera faktorer), lägga till nya eller undertrycka vissa, och dessa ändringar påverkar huvudparametrarna, bör leverantörerna anpassa beskrivningen av dessa.
125. Det kan också vara god praxis för leverantörerna att i beskrivningen av huvudparametrarna för rangordning försöka redogöra för eventuella "regelbundna" dynamiska funktioner i deras rangordningsmekanismer. Om en funktion är "regelbunden" kan detta betyda att den är en "huvudparameter" eller ett skäl för huvudparametrarnas relativa betydelse. Till exempel vill en leverantör av en onlinebaserad e-handelsplats kanske strukturellt öka viktningen av parametern "pris" under ett specifikt återkommande försäljningsevenemang.

8.3 Försök

126. Om leverantörerna använder försök, däribland A/B-tester av ändringar eller vidareutveckling av mekanismer för bedrägeribekämpning, behöver de överväga från fall till fall om, och i så fall hur, detta påverkar rangordningen i deras tjänster och i synnerhet om det kräver en ändring av den beskrivning av huvudparametrarna för rangordning som erfordras enligt artikel 5. Som regel skulle leverantörerna i detta sammanhang kunna överväga inslag såsom försökens frekvens och inverkan, såväl som storleken på testgruppen eller på den geografiska region som berörs av testningen.
127. I fall där försöken pågår i "realtid" (vilket betyder att "testgrupperna" inte nödvändigtvis kan urskiljas från "resten" av användarbasen) är det möjligt att de kan påverka den relativa positionen av de varor och tjänster som erbjuds av alla användare. Som ett första steg kan därför leverantörerna behöva fundera på om deras försöksverksamhet genomförs i en genuint isolerad testmiljö eller inte. Om de enskilda försöken inte är isolerade kan leverantörerna behöva fundera i synnerhet på a) huruvida försöket i sig har en inverkan på rangordningen och om den parameter som testas i så fall är en "huvudparameter" som behöver beskrivas, och b) huruvida och när den fullständiga idrifttagningen av försöket betyder att den parameter som testas kommer att ändra deras rangordningsmekanism och bli en "huvudparameter" som behöver beskrivas.

9 ÅTGÄRDER SOM SKA VIDTAS NÄR BESKRIVNINGEN AV HUVUDPARAMETRARNA UPPDATERAS

9.1 Krav på att onlinebaserade förmedlingstjänster meddelar föreslagna ändringar

128. Beskrivningen av de huvudparametrar som bestämmer rangordningen måste ingå i de allmänna villkoren hos leverantörer av onlinebaserade förmedlingstjänster (artikel 5.1). I enlighet med artikel 3.2 måste dessa leverantörer, när de avser att ändra sina allmänna villkor, underrätta sina företagsanvändare om de föreslagna ändringarna minst 15 dagar innan de genomförs. Det enda undantaget för tillämpningen av varselperioden är när leverantören av onlinebaserade förmedlingstjänster a) omfattas av en skyldighet enligt lagar och andra författningar att ändra sina allmänna villkor på ett sätt som gör det omöjligt för denne att iaktta varselperioden, eller b) undantagsvis måste ändra sina allmänna villkor för att hantera en oförutsedd och överhängande fara i syfte att skydda de onlinebaserade förmedlingstjänsterna, konsumenter eller företagsanvändare mot bedrägeri, sabotageprogram, skräppost, dataintrång eller andra it-säkerhetsrisker. Dessutom gäller varselperioden inte för ändringar som endast är av redaktionell natur (dvs. ändringar som inte ändrar innehållet eller betydelsen av de allmänna villkoren). Begreppet "redaktionella ändringar" utesluter med nödvändighet ändringar av "huvudparametrarna", eftersom de ändrar innehållet eller betydelsen av de allmänna villkoren.
129. Detta betyder att om beskrivningen av huvudparametrarna ändras måste i princip en varselperiod på 15 dagar tillämpas för företagsanvändare innan ändringarna kan träda i kraft. Det är viktigt att notera att en varselperiod på 15 dagar är det rättsliga minimikravet. Enligt artikel 3.2 krävs längre varselperioder om så behövs för att företagsanvändarna ska kunna göra tekniska eller handelsmässiga anpassningar för att följa ändringarna i fråga.
130. Dessutom måste leverantörer av onlinebaserade förmedlingstjänster enligt artikel 3.2 meddela företagsanvändare på ett varaktigt medium om alla sådana föreslagna ändringar. "Varaktigt medium" definieras i förordningen som "varje verktyg som gör det möjligt för företagsanvändare att lagra information som riktas till dem personligen på ett sätt som gör att den är tillgänglig för användning i framtiden och under en tid som är lämplig med hänsyn till vad som är avsikten med informationen och som möjliggör återgivning av den lagrade informationen i oförändrat skick" ⁽²¹⁾.
131. För att förbättra tydligheten kan leverantörer av onlinebaserade förmedlingstjänster eventuellt vilja se till att ändringarna av beskrivningen av huvudparametrarna är lätta att identifiera. Bästa praxis i detta avseende skulle kunna innebära att man har en särskild sida som ger åtkomst till tidigare versioner av beskrivningarna eller innehåller ett register över de ändringar som gjorts över tid. Ett exempel på bästa praxis som i sig kan hjälpa företagsanvändarna att inhämta adekvat kunskap är att förklara den praktiska innebörden av ändringarna.

9.2 Krav på sökmotorer att hålla beskrivningarna uppdaterade

132. I enlighet med artikel 5.2 måste leverantörer av sökmotorer se till att beskrivningen av huvudparametrarna för rangordning hålls uppdaterad.
133. När det gäller alla sådana uppdateringar av beskrivningarna hänvisas till den bästa praxis som avses i avsnitt 9.1 ovan.

10 SÄRSKILDA SKYLDIGHETER FÖR SÖKMOTORER ATT GÖRA DET MÖJLIGT FÖR FÖRETAGSANVÄNDARE ATT GRANSKA INNEHÅLLET I ANMÄLNINGAR FRÅN TREDJE PART

134. I enlighet med artikel 5.4 måste leverantörer av sökmotorer erbjuda företagsanvändare möjligheten att granska anmälningar från tredje part om dessa har fått leverantörerna att ändra rangordningen eller ta bort den relevanta webbplatsen från sökresultaten.
135. I skäl 26 förklaras att denna skyldighet bidrar till att minska potentiellt missbruk i form av konkurrenshämmande anmälningar, och att den avspeglar de eventuella svårigheter som leverantörer av sökmotorer står inför när det gäller att i avsaknad av avtalsförhållanden underrätta alla relevanta företagswebbplatsanvändare.

⁽²¹⁾ Artikel 2.13 i förordningen.

PRILOGA I

Ponazoritveni primeri parametrov razvrščanja

Kakovost zemljevida spletišča

Hitrost nalaganja strani

Varnost (npr. HTTPS)

Slike (npr. vrsta, število, kakovost)

Ocene potrošnikov (npr. število, ocena, nedavne)

Stiki med trgovci in potrošniki (npr. odgovori na poizvedbe, odzivnost)

Zgodovina reševanja sporov (npr. število pritožb potrošnikov, najdene rešitve)

Zaključene prodaje (npr. število, nedavne)

Cena

Internetni promet, uspešnost pri iskanju

„Nespletni“ kazalniki kakovosti storitev (npr. hotelske zvezdice, učinkovitost dostave, v kolikšni meri je družba seznanjena s kraji, blagovnimi znamkami itd. ali kako dobro jih pozna)

Ukrepi za krepitev zaupanja (npr. skrbniške storitve na platformah, registrirana identiteta, sheme certificiranja/certifikacijske ikone za industrijo, potrdila/certifikati o varstvu podatkov)

„Ocena“ varstva podatkov, npr. na podlagi pregleda politik zasebnosti aplikacij, ki ga izvaja trgovina z aplikacijami

Spletna dostopnost

Prilagodljivost napravi (več napravam)

Kakovost vsebin (npr. na podlagi povezovanja spletišč, pestrosti, kakovosti jezika, števila jezikov itd.)

Označevanje ključnih besed (pozitivno – število, raven podrobnosti, in negativno – „kopičenje“)

Točnost in ustreznost naslova (npr. blagovna znamka, tehnične specifikacije itd.)

Datum vstopa na trg

Jedrnatni odgovori, na primer v zvezi s proizvodi ali storitvami, ki se ponujajo, ali v odziv na pogosta vprašanja

Plačana razvrstitev (tudi s spletnimi posredniškimi storitvami na spletnih iskalnikih)

- ponudba
 - kakovost oglasa, kontekst
 - zanesljivost oglaševalca
-

Obseg ponudbe (npr. obsežnost ponudbe proizvodov ali storitev ali nakupi znotraj aplikacij, ki so v razvrstitvi trgovin z aplikacijami navedeni ločeno)

Redakcijski postopki in posebna merila za izbor (npr. na platformi ocenjene aplikacije ali umetniški projekti)

Algoritmi prilagajanja (ki se na primer nanašajo na neželeno e-pošto, svežost, kakovost)

Število odstranitvev mobilnih aplikacij

Stopnje odboja

Preskušanje A/B (na učinek lahko vplivajo nekateri elementi, kot je časovni okvir – največje povpraševanje, trajanje in velikost vzorca)

Randomizacija

Personalizacija

- obseg personalizacije (število in vrste lastnosti, ki pridejo v poštev), ali in kako je lahko odvisen od nastavitve zasebnosti uporabnikov, itd.
 - geografska lokacija, časovni okvir iskanja
-

-
- zgodovina iskanja uporabnika, zgodovina pridobitev
 - razveljavitev privzetih nastavitvev
 - vpliv filtrov (in preostalih parametrov)
-

Prisotnost na več platformah (npr. negativni vpliv nižjih cen na konkurenčni platformi na razvrstitev, „ocenjevanje“ na družbenih medijih, stopnja sklicevanja/povezovanja spletišča, pogostost sklicevanja, ugled sklicevalnih spletišč ali blogov)

„Privlačnost blagovne znamke“ novih poslovnih uporabnikov na trgu, ki se meri z dejavniki, ki se ne nanašajo na zadevne spletne posredniške storitve (npr. ankete med člani specializirane skupnosti)

Moč ponudbe, npr.:

- primerljiva konkurenčnost (npr. ocene, mnenja potrošnikov)
 - ustreznost
 - razpoložljivost
 - sledilec zavrnitev
 - odpovedi
 - dvojne rezervacije (v posameznih sektorjih)
-

Menjalni tečaji

Geografska bližina

Višina plačane provizije

Nesodelovanje v določenem programu (ki poslabša razvrstitev) ali sodelovanje pri določenem programu/nakupi dodatnih storitev (ki izboljša razvrstitev)

Količina zalog poslovnega uporabnika

Sezonskost inčasna odstopanja (npr. enodnevna razprodaja)

Nacionalni pristop (čezmejne kulturne razlike)

Določena metodologija tehtanja ocen uporabnikov (npr. uporaba zaupanja vrednih ocenjevalcev)

Eksperimentiranje (npr. platforme, ki proaktivno spodbujajo nove poslovne uporabnike na trgu)

Spletišče, prijazno do mobilnih naprav

Redaktorski posegi (najboljši proizvodi/storitve po izboru urednika, ponudbe dneva, popravki pri rezultatih iskanja, ki so specifični za posameznega poslovnega uporabnika ali uporabnika s poslovnim spletiščem, ne glede na to, ali so ti popravki „ročni/človeški“ ali „algoritemski“, itd.)

Prakse upravljanja (npr. brisanje starih aplikacij)

Število klikov na oglase

Pravila dostopa

Mehanizmi preprečevanja goljufij

Paketne storitve poslovnih uporabnikov ali uporabnikov s poslovnim spletiščem (npr. brezplačna dostava, politika enostavnih vračil itd.)

Kakovost opisa ponudbe (pisni opis, uporaba slik itd.)

Uporaba možnosti za visoko prepoznavnost/časno povečanje prepoznavnosti (npr. uporaba mehanizmov za ustvarjanje dodatnega prihodka in/ali olajšanje lansiranja proizvodov/storitev ali vstopa na trg), po možnosti skupaj z mehanizmi ali ukrepi za zmanjšanje pomena relativnega mesta vidnosti parametrov, „ki se sicer uporabljajo“, ali v obliki takih mehanizmov ali ukrepov

Pomen ugleda/zaupanja, ki temelji na primer na mnenjih ali ocenah uporabnikov

Kakovost vsebine, vključno z rednim posodabljanjem vsebine

Uporaba jasnih in kratkih naslovov

Hitrost in preprostost uporabe na vseh napravah

Število rezultatov, ki se ujemajo s poizvedbo kupca

Starost domene

Edinstvenost vsebine

Podatki, ki jih vnese uporabnik (natipkane ali izgovorjene besede, spol, starost, kultura, jezik, naslov, prejšnje interakcije itd.)

„Objektivni“ podatki, pridobljeni zunaj platforme (datum, ura, vreme itd.)

Osebnih podatki, povezani z drugimi uporabniki (všečki, najbolj iskane besede, najbolj prodajani proizvodi itd.)

Število „delitev“/število ogledov/število „shranjenih“ in „priljubljenih“

Tehnološka sredstva/mediji (npr. kako razvrstitev ocenjujejo potrošniki)

Večkratne povezave

Plačilo

Poslovni odnos s poslovnim uporabnikom (trajanje pretekega odnosa, privilegirani poslovni odnos, morebitne naložbe, povezane s platformo, itd.)

Kakovost storitev za stranke

Delež odpovedi

S trgovino povezane lastnosti (splošno povpraševanje, konkurenčne cene, konkurenčna razpoložljivost itd.)

Negativna merila, kot so rezultati za pogostost pritožb potrošnikov ali predpostavke, da potrošnikom niso všeč nekatere lastnosti

Ocene za rešitve potrošniških vprašanj

Pariteta (npr. primerjava posredniških cen s cenami na drugih distribucijskih kanalih)

Menjalni tečaj v trgovini

Neodzivna aplikacija (ANR)

Hramba

Namestitve in povratne povezave do zunanjih spletišč

Razpoložljivost zaloge

Kakovost in značilnosti proizvoda

Ustreznost proizvoda za izbor

Filtri, ki jih potrošniki uporabljajo za omejitve iskanja

Z iskanjem povezani vnosi (vsebina seznama, atributi seznama, ključne besede/označevalci/oznake)

Ustreznost na podlagi ujemanja vnosov končnega uporabnika in poslovnega uporabnika

Priljubljenost ponudb

Prikaz preference končnega uporabnika glede vrstnega reda razvrstitve (najnovejše, najpomembnejše, najbolj ocenjeno itd.)

Zakonske zahteve (vključno z vprašanji, povezanimi z goljufijami/preprečevanjem ponarejanja denarja)

Novo na seznamu

Dajanje prednosti poslovnim uporabnikom, ki se odločijo za možnost uporabe klavzule o državi z največjimi ugodnostmi, npr. če običajno niso uveljavljene.

Ponudbe, ki se kmalu iztečejo

Najbližji prvi

Dražbe ali takojšnji nakupi

Blagovna znamka

Stanje predmeta (nov ali rabljen)

Primer posebnih parametrov, ki se lahko uporabijo v sektorju nastanitvev:

Minimalna razpoložljivost, ki jo navede nastanitev

Obseg prometa nastanitve

Storitve in dejavnosti (npr. jedilnica, parkirišče, prostori za rekreacijo, receptorske storitve in storitve oskrbe, WiFi in poslovni centri, bližina javnega prevoza in lokalnih znamenitosti)

Število rezervacij, povezanih s številom obiskov zadevne spletne strani z nastanitvami na platformi (pretvorbeni količniki)

Kakovost hotela v primerjavi z oglaševano kakovostjo

Potrditev rezervacije hotela ali restavracije

Oddaljenost restavracije od stranke ali prejšnji vzorci uporabnika

Politike (na primer v zvezi z zgodnjo prijavo, pozno odjavo in pravico do odpovedi)

Povezani z nastanitvijo (število in kakovost ocen potrošnikov, višina provizije, pravočasnost plačil računov, promocije, udeležba v zaželenih programih itd.)

Namen potovanja (poslovno/zasebno)

BILAGA II

Några exempel på direkt och indirekt ersättning

Betalning av en högre provision från en företagsanvändare för en förbättrad relativ position, till exempel i auktioner som genomförs som en del av premium-/partnerprogram

Företagsanvändares eller företagswebbplatsanvändares periodiska utfästelser rörande betalda rangordnings- eller gemensamma marknadsföringsåtgärder inom eller på de berörda onlinebaserade förmedlingstjänsterna eller sökmotorerna

Direktbetalning för rekommendation eller gynnad placering av den relevanta leverantören av onlinebaserade förmedlingstjänster eller sökmotorer

Direktbetalning för "främjande" av företagsidors synbarhet i sociala medier, onlinebaserade katalogtjänster eller andra onlinebaserade förmedlingstjänster

(Engångs-)direktbetalning för ökad synbarhet under särskilda perioder

(Regelbunden) direktbetalning som leder till att en produkt får en framträdande plats i rangordningen

Lojalitets- eller premiumprogram

Företagsanvändare kan betala för vissa premiumfunktioner genom lojalitets- eller premiumprogram som erbjuds av plattformarna. Enbart *medlemskapet* i sådana program, snarare än eventuella objektiva effekter av detta medlemskap på den prestanda som mäts enligt olika huvudparametrar (t.ex. leveranstid inom e-handeln), kan indirekt förbättra en företagsanvändares rangordning på grund av konfigurationen av de rangordningsmekanismer som kan gynna företag som är medlemmar.

Köp i appar

Köp i appar är extra innehåll eller prenumerationer inom apparna på mobila enheter eller stationära datorer som är tillgängliga efter den ursprungliga nedladdningen. Alla appar erbjuder inte köp i appar, men en del eller alla funktioner i en app kan kräva att användarna gör ett engångsköp i appen eller registrerar sig för en (betald) prenumeration. Exempel på detta är extra appfunktioner, premiumversioner av appar och reklamfria appversioner osv.

Företagsanvändare som erbjuder appar med köp i appen betalar vanligtvis en provision till plattformen för dessa köp. Detta kan förbättra synbarheten för deras appar i sökresultaten. I en del fall kan köp i appar till och med anges i rangordningen av appbutiksaktörerna, separat från och utöver den underliggande appen, vilket i lika hög grad förbättrar den totala "relativa positionen" för den berörda appen.

Kompletterande tjänster

I likhet med lojalitets- eller premiumprogram kan blotta användningen av de kompletterande tjänster som erbjuds av den relevanta leverantören av onlinebaserade förmedlingstjänster, till exempel förhandsbetalning, depositionsavtal, fullgörande, molntjänster, rabatter, logistik, försäkring m.m., påverka rangordningen.

Belönings-/incitamentsstrukturer

Belöningsprogram som ger tillgodohavanden för gratis reklam på plattformen – vilket påverkar den relativa positionen – mot att företagsanvändare till exempel utökar sina produkt- eller tjänsteutbud på de berörda onlinebaserade förmedlingstjänsterna med avseende på bredd och/eller omfattning, eller mot att de förbinder sig att sänka priserna under särskilda perioder om den förbättrade relativa position som följer av detta inte uteslutande är ett resultat av de relativa prisskillnaderna – när priset är en huvudparameter

Förtroendemärkningar

Licensavgifter för förtroendemärkningar, där den relevanta leverantören av onlinebaserade förmedlingstjänster eller av sökmotorer på något sätt är förknippad med den särskilda förtroendemärkningen

Ensamrätt

Ensamrättsavtal om de kan leda till en bättre rangordning. Detta kan vara fallet när sådana avtal är frivilliga – i motsats till att de ensidigt påförs företagsanvändarna av de onlinebaserade förmedlingstjänsterna – och endast ingås av en delgrupp av företagsanvändarna.

Vinstdelning

Indirekt ersättning kan förekomma vid vinstdelning om ersättningen till exempel betalas som en procentandel av de länkar som klickats på i den hänvisande sökmotorn. Ett företag kan till exempel rangordnas högre i förteckningen över sökresultat om det går med på att låta leverantören av sökmotorn visa företagets innehåll i en samlad nyhetstjänst eller poddsändningstjänst som erbjuds av samma leverantör.

Åtkomst och användning av data

Företagsanvändare kan samtycka till att ge ökad åtkomst till, eller andra avtalsmässiga/rättsliga rättigheter rörande, de data de genererar genom att använda de onlinebaserade förmedlingstjänsterna, till leverantörerna av dessa tjänster. En sådan avtalsmässig förbindelse rörande data, om den ingås endast av en delgrupp av företagsanvändarna, skulle kunna påverka rangordningen på olika sätt, däribland som en följd av bättre rangordningsoptimeringstips/insikter som tillhandahålls av leverantören som motprestation. Dessa data är värdefull information som också kan ge onlinebaserade förmedlingstjänster en betydande handels- eller konkurrensfördel, däribland när de själva aktivt säljer på samma onlinebaserade förmedlingstjänster.

Paketerbjudanden/handelsförbindelser

Ersättningen är en del av bredare handelsavtal med leverantörerna av onlinebaserade förmedlingstjänster. I en sådan situation skulle direktbetalning för en enda tjänst, som inte ens behöver ha något att göra med den berörda onlinebaserade förmedlingstjänsten eller sökmotorn, kunna påverka statusen – och möjligen rangordningen – för det berörda företaget när det gäller flera av eller alla de tjänster som utbyts mellan de två enheterna.

Beslut om att inte göra invändningar mot en anmäld koncentration
(Ärende M.10007 — Telefónica/Banco Bilbao Vizcaya Argentaria/Movistar Money Colombia JV)

(Text av betydelse för EES)

(2020/C 424/02)

Kommissionen beslutade den 2 december 2020 att inte göra invändningar mot den anmälda koncentrationen ovan och att förklara den förenlig med den inre marknaden. Beslutet grundar sig på artikel 6.1 b i rådets förordning (EG) nr 139/2004 ⁽¹⁾. Beslutet i sin helhet finns bara på spanska och kommer att offentliggöras efter det att eventuella affärshemligheter har tagits bort. Det kommer att finnas tillgängligt

- under rubriken koncentrationer på kommissionens webbplats för konkurrens (<http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/>). Denna webbplats gör det möjligt att hitta enskilda beslut i koncentrationsärenden, även uppgifter om företag, ärendenummer, datum och sektorer,
- i elektronisk form på webbplatsen EUR-Lex (<http://eur-lex.europa.eu/homepage.html?locale=sv>) under dokumentnummer 32020M10007. EUR-Lex ger tillgång till gemenskapslagstiftningen via Internet.

⁽¹⁾ EUT L 24, 29.1.2004, s. 1.

IV

(Upplysningar)

UPPLYSNINGAR FRÅN EUROPEISKA UNIONENS INSTITUTIONER, BYRÅER
OCH ORGAN

EUROPEISKA KOMMISSIONEN

Eurons växelkurs ⁽¹⁾

7 december 2020

(2020/C 424/03)

1 euro =

Valuta	Kurs	Valuta	Kurs		
USD	US-dollar	1,2128	CAD	kanadensisk dollar	1,5537
JPY	japansk yen	126,30	HKD	Hongkongdollar	9,3999
DKK	dansk krona	7,4433	NZD	nyzeeländsk dollar	1,7252
GBP	pund sterling	0,91215	SGD	singaporiensk dollar	1,6212
SEK	svensk krona	10,2018	KRW	sydkoreansk won	1 316,88
CHF	schweizisk franc	1,0802	ZAR	sydafrikansk rand	18,4244
ISK	isländsk krona	152,70	CNY	kinesisk yuan renminbi	7,9310
NOK	norsk krona	10,6328	HRK	kroatisk kuna	7,5400
BGN	bulgarisk lev	1,9558	IDR	indonesisk rupiah	17 214,85
CZK	tjeckisk koruna	26,482	MYR	malaysisk ringgit	4,9385
HUF	ungersk forint	359,49	PHP	filippinsk peso	58,421
PLN	polsk zloty	4,4670	RUB	rysk rubel	89,7900
RON	rumänsk leu	4,8735	THB	thailändsk baht	36,669
TRY	turkisk lira	9,5053	BRL	brasiliansk real	6,2124
AUD	australisk dollar	1,6374	MXN	mexikansk peso	24,0901
			INR	indisk rupie	89,6285

⁽¹⁾ Källa: Referensväxelkurs offentliggjord av Europeiska centralbanken.

**Meddelande om avslutandet av de åtgärder som anmäls den 21 april 2016 till ett tredjeland om
möjligheten att identifieras som ett icke-samarbetande tredjeland enligt rådets förordning
(EG) nr 1005/2008 om upprättande av ett gemenskapssystem för att förebygga, motverka och
undanröja olagligt, orapporterat och oreglerat fiske**

(2020/C 424/04)

Europeiska kommissionen (nedan kallad *kommissionen*) har avslutat de åtgärder i fråga om Kiribati för bekämpning av olagligt, orapporterat och oreglerat fiske (nedan kallat *IUU-fiske*) som inleddes den 21 april 2016 genom kommissionens beslut C/2016/2254 ⁽¹⁾ om meddelande till Kiribati om att kommissionen anser att Kiribati kan identifieras som ett icke-samarbetande tredjeland enligt rådets förordning (EG) nr 1005/2008 om upprättande av ett gemenskapssystem för att förebygga, motverka och undanröja olagligt, orapporterat och oreglerat fiske (nedan kallad *IUU-förordningen*).

1. Rättslig ram

Enligt artikel 32 i IUU-förordningen ska kommissionen meddela tredjeländer om möjligheten att identifieras som icke-samarbetande tredjeländer. Ett sådant meddelande är av preliminär karaktär. Meddelandet till tredjeländer om möjligheten att identifieras som icke-samarbetande tredjeländer baseras på kriterierna i artikel 31 i IUU-förordningen.

Kommissionen ska också vidta alla åtgärder som anges i artikel 32 i fråga om dessa länder. Kommissionen ska i meddelandet i synnerhet redogöra för de huvudsakliga faktauppgifterna och motiveringarna bakom en sådan identifikation, möjligheten för länderna att svara och lämna bevis som vederlägger identifikationen eller i tillämpliga fall en handlingsplan för att förbättra situationen och information om åtgärder som vidtagits för att rätta till situationen.

Kommissionen ska ge de berörda tredjeländerna tillräcklig tid för att besvara meddelandet och rimlig tid för att rätta till situationen.

2. Förfarande

Kommissionen meddelade den 21 april 2016 Kiribati om möjligheten att identifieras som icke-samarbetande tredjeland när det gäller bekämpning av IUU-fiske.

Kommissionen betonade vikten av att Kiribati samarbetar med kommissionen på grundval av ett förslag till handlingsplan för att rätta till de brister som fastställts för att undvika att landet identifieras som ett icke-samarbetande land.

Kommissionen inledde en dialog med Kiribati. Landet lämnade in muntliga och skriftliga synpunkter som har beaktats av kommissionen. Kommissionen fortsatte att inhämta och kontrollera alla uppgifter som den ansåg nödvändiga.

Kiribati har vidtagit de åtgärder som krävs för att förhindra IUU-fisket i fråga, för att förebygga sådan verksamhet i framtiden och korrigera sådana åtgärder eller försummelser som föranleder ett meddelande om möjligheten att identifieras som ett icke-samarbetande tredjeland när det gäller bekämpning av IUU-fiske.

3. Slutsats

Under dessa omständigheter och på grundval av ovannämnda överväganden drar kommissionen därför slutsatsen att åtgärderna gentemot Kiribati enligt bestämmelserna i artikel 32 i IUU-förordningen avseende fullgörandet av landets skyldigheter enligt internationell rätt som flagg-, hamn-, kust- eller marknadsstat och dess åtgärder för att förebygga, motverka och undanröja IUU-fiske härmed är avslutade. Behöriga myndigheter har officiellt informerats av kommissionen.

Ovannämnda avslutande av åtgärder utesluter inte att kommissionen eller rådet vidtar efterföljande åtgärder i framtiden, om faktiska omständigheter visar att landet underlåter att fullgöra sina skyldigheter enligt internationell rätt som flagg-, hamn-, kust- eller marknadsstat att vidta åtgärder för att förebygga, motverka och undanröja IUU-fiske.

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

Kommissionens tillkännagivande om ändring av Europeiska unionens riktlinjer för statligt stöd inom jordbruks- och skogsbrukssektorn och i landsbygdsområden 2014–2020 vad gäller deras tillämpningsperiod och om tillfälliga anpassningar för att ta hänsyn till effekterna av covid-19-pandemin

(Text av betydelse för EES)

(2020/C 424/05)

Bakgrund

1. Europeiska unionens riktlinjer för statligt stöd inom jordbruks- och skogsbrukssektorn och i landsbygdsområden 2014–2020 ⁽¹⁾ (nedan kallade *riktlinjerna*) är tillämpliga till och med den 31 december 2020.
2. Den 8 september 2018 inledde kommissionen en översyn av riktlinjerna i syfte att ersätta dem med nya riktlinjer för perioden 2021–2027. Utformningen av dessa nya riktlinjer kommer till stor del att bero på de regler som är tillämpliga på stöd till landsbygdsutveckling enligt förslaget till förordning om fastställande av regler om stöd för de strategiska planer som medlemsstaterna ska upprätta inom ramen för den gemensamma jordbrukspolitikens ⁽²⁾. Lagstiftningsförfarandet för antagandet av det förslaget pågår dock fortfarande och det kommer att ta en viss tid innan själva förordningen och de efterföljande delegerade reglerna och genomförandereglerna har antagits. För att göra det möjligt för kommissionen att fortsätta att bedöma statligt stöd på grundval av de nuvarande riktlinjerna och för att översynen av riktlinjerna ska kunna slutföras efter antagandet av reformen av den gemensamma jordbrukspolitikens, är det lämpligt att förlänga tillämpningsperioden för riktlinjerna till och med den 31 december 2022.
3. Med hänsyn till de ekonomiska och finansiella följder som covid-19-utbrottet har för företag, är det nödvändigt med en tillfällig anpassning av riktlinjerna vad gäller företags berättigande till stödåtgärder enligt riktlinjerna. Företag som inte befann sig i svårigheter den 31 december 2019 men försattes i svårigheter under perioden från och med den 1 januari 2020 till och med den 30 juni 2021 kommer därför att förbli stödberättigade enligt riktlinjerna.
4. Riktlinjerna ska därför ändras på följande sätt:
5. Punkt 26 ska ersättas med följande:

”(26) Företag i svårigheter är uteslutna från tillämpningsområdet för dessa riktlinjer, med förbehåll för de undantag som anges i denna punkt. Kommissionen anser att när ett företag är i ekonomiska svårigheter kan det inte anses vara ett lämpligt verktyg för att främja andra offentliga politiska mål till dess att företagets lönsamhet är tryggad, eftersom företagets själva fortlevnad är hotad. Om stödmottagaren är i ekonomiska svårigheter i den mening som avses i punkt 35.15 kommer stödet därför att bedömas i enlighet med gemenskapens riktlinjer för statligt stöd till undsättning och omstrukturering av företag i svårigheter, i ändrad eller ersatt lydelse. Denna princip gäller inte för stöd för att kompensera för skador som orsakats av naturkatastrofer och exceptionella händelser, som avses i del II avsnitt 1.2.1.1 och 2.1.3 i dessa riktlinjer, som är förenligt med den inre marknaden enligt artikel 107.2 b i fördraget. Om de ekonomiska svårigheterna för ett företag verksamt inom jordbruks- eller skogsbrukssektorn har orsakats av sådana riskhändelser som avses i del II avsnitt 1.2.1.2., 1.2.1.3, 1.2.1.5, 2.1.3, 2.8.1 eller 2.8.5 i dessa riktlinjer kan stöd för att kompensera för förluster eller skador som orsakats av sådana händelser och för att täcka kostnaderna för utrotning av skadegöraren på växter beviljas i enlighet med dessa riktlinjer och ändå anses vara förenligt med den inre marknaden enligt artikel 107.3 c i fördraget. Av skäl som rör folkhälsoskyddet och med beaktande av att det är fråga om en nödsituation, bör dessutom, med förbehåll för vissa villkor, ingen åtskillnad göras vad gäller ett företags ekonomiska situation vid stöd för destruering och bortskaffande av avlivade eller självdöda djur i avsnitt 1.2.1.4 samt vid stöd för kontroll- och utrotningåtgärder vid djursjukdomar som avses i del II avsnitt 1.2.1.3 punkt 375. Företag som inte befann sig i svårigheter den 31 december 2019 men försattes i svårigheter under perioden från och med den 1 januari 2020 till och med den 30 juni 2021 förblir vidare stödberättigade enligt dessa riktlinjer.”

⁽¹⁾ EUT C 204, 1.7.2014, s. 1.

⁽²⁾ Förslag till Europaparlamentets och rådets förordning om fastställande av regler om stöd för de strategiska planer som medlemsstaterna ska upprätta inom ramen för den gemensamma jordbrukspolitikens och som finansieras av Europeiska garantifonden för jordbruket (EGFJ) och Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling (Ejflu) samt om upphävande av Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 1305/2013 och Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 1307/2013 (COM(2018)392 final).

6. Punkt 737 ska ersättas med följande:

”(737) Dessa riktlinjer kommer att tillämpas till och med den 31 december 2022. Kommissionen får när som helst besluta att se över eller ändra dessa riktlinjer om det skulle vara nödvändigt av konkurrenspolitiska skäl eller för att ta hänsyn till annan unionspolitik, såsom jordbruks- och landsbygdsutveckling eller politiska överväganden som rör djur- och folkhälsa, växtskydd och miljö, på grund av internationella åtaganden eller av något annat motiverat skäl.”

V

(Yttranden)

FÖRFARANDE FÖR GENOMFÖRANDE AV DEN GEMENSAMMA
HANDELSPOLITIKEN

EUROPEISKA KOMMISSIONEN

Tillkännagivande om att giltighetstiden för vissa antidumpningsåtgärder kommer att löpa ut

(2020/C 424/06)

Efter offentliggörandet av ett tillkännagivande om att giltighetstiden snart kommer att löpa ut ⁽¹⁾, varefter ingen korrekt underbyggd begäran om översyn lämnats in, tillkännager kommissionen härmed att nedanstående antidumpningsåtgärd ska upphöra att gälla.

Detta tillkännagivande offentliggörs i enlighet med artikel 11.2 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/1036 av den 8 juni 2016 om skydd mot dumpad import från länder som inte är medlemmar i Europeiska unionen ⁽²⁾.

Produkt	Ursprungs- eller exportländer	Åtgärder	Hänvisning	Datum då åtgärden upphör att gälla ⁽¹⁾
Sömlösa rör av järn eller stål	Folkrepubliken Kina	Antidumpningstull	Kommissionens genomförandeförordning (EU) 2015/2272 av den 7 december 2015 om införande av en slutgiltig antidumpningstull på import av vissa sömlösa rör av järn eller stål med ursprung i Folkrepubliken Kina till följd av en översyn vid giltighetstidens utgång i enlighet med artikel 11.2 i rådets förordning (EG) nr 1225/2009 (EUT L 322, 8.12.2015, s. 21.)	9.12.2020

⁽¹⁾ Åtgärden upphör att gälla vid midnatt det datum som anges i den här kolumnen.

⁽¹⁾ EUT C 82, 12.3.2020, s. 5.

⁽²⁾ EUT L 176, 30.6.2016, s. 21.

FÖRFARANDE FÖR GENOMFÖRANDE AV KONKURRENSPOLITIKEN

EUROPEISKA KOMMISSIONEN

Förhandsanmälan av en koncentration

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

Ärendet kan komma att handläggas enligt ett förenklat förfarande

(Text av betydelse för EES)

(2020/C 424/07)

1. Europeiska kommissionen mottog den 1 december 2020 en anmälan av en föreslagen koncentration i enlighet med artikel 4 i rådets förordning (EG) nr 139/2004 ⁽¹⁾.

Denna anmälan berör följande företag:

- Phillips 66 Company (*Phillips 66*, Förenta staterna).
- Fortress Investment Group LLC (*Fortress*, Förenta staterna), kontrollerat av SoftBank Group Corp. (*SoftBank*, Japan).
- Pester Marketings bensinstations- och närbutiksvksamhet (*Pester Marketing*, Förenta staterna).

Phillips 66 och Fortress förvärvar indirekt, på det sätt som avses i artikel 3.1 b i koncentrationsförordningen, gemensam kontroll över Pester Marketing.

Koncentrationen genomförs genom förvärv av tillgångar.

2. De berörda företagen bedriver följande affärsverksamhet:

- Phillips 66: bearbetning, transport, lagring och marknadsföring av bränsle och produkter globalt genom en portfölj av verksamheter inom integrerade mellanled, kemikalier, raffinering och marknadsföring.
- Fortress: global investerare och kapitalförvaltare.
- Pester Marketing: äger och driver bensinstationer som säljer bränsle och dagligvaror i klippiga bergen, sydvästra och mellanvästra regionerna i Förenta staterna.

3. Kommissionen har vid en preliminär granskning kommit fram till att den anmälda transaktionen kan omfattas av koncentrationsförordningen, dock med det förbehållet att ett slutligt beslut i denna fråga fattas senare.

Det bör noteras att detta ärende kan komma att handläggas enligt ett förenklat förfarande, i enlighet med kommissionens tillkännagivande om ett förenklat förfarande för handläggning av vissa koncentrationer enligt rådets förordning (EG) nr 139/2004 ⁽²⁾.

4. Kommissionen uppmanar berörda tredje parter att till den lämna eventuella synpunkter på den föreslagna koncentrationen.

Synpunkterna ska ha kommit in till kommissionen senast tio dagar efter detta offentliggörande. Följande referens bör alltid anges:

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

⁽¹⁾ EUT L 24, 29.1.2004, s. 1 (*koncentrationsförordningen*).

⁽²⁾ EUT C 366, 14.12.2013, s. 5.

Synpunkterna kan sändas till kommissionen per e-post, per fax eller per post. Använd följande kontaktuppgifter:

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

Fax +32 22964301

Post:

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

Förhandsanmälan av en koncentration**(Ärende M.9982 — Ford/GFT)****Ärendet kan komma att handläggas enligt ett förenklat förfarande****(Text av betydelse för EES)**

(2020/C 424/08)

1. Europeiska kommissionen mottog den 30 november 2020 en anmälan av en föreslagen koncentration i enlighet med artikel 4 i rådets förordning (EG) nr 139/2004 ⁽¹⁾.

Denna anmälan berör följande företag:

- Ford-Werke GmbH (FWG, Tyskland), kontrollerat av Ford Motor Company (FMC, Förenta staterna), som tillhör Fordkoncernen (Förenta staterna).
- GETRAG FORD Transmissions GmbH (GFT, Tyskland), gemensamt kontrollerat av FMC och Magna International Inc. (MAGNA).

FWG förvärvar, på det sätt som avses i artikel 3.1 b i koncentrationsförordningen, ensam kontroll över hela GFT.

Koncentrationen genomförs genom förvärv av aktier.

2. De berörda företagen bedriver följande affärsverksamhet:

- FMC (Fordkoncernen): konstruktion, tillverkning, saluföring och service av hela utbudet av personbilar, lastbilar, stadsjeepar och elfordon av märket Ford och lyxfordon av märket Lincoln, finansiella tjänster genom Ford Motor Credit Company samt utveckling av elektrifiering, självkörande fordon och transportlösningar.
- GFT: utveckling, tillverkning och försäljning av växellådor för lätta fordon; två produktionsanläggningar i Tyskland och Förenade kungariket.

3. Kommissionen har vid en preliminär granskning kommit fram till att den anmälda transaktionen kan omfattas av koncentrationsförordningen, dock med det förbehållet att ett slutligt beslut i denna fråga fattas senare.

Det bör noteras att detta ärende kan komma att handläggas enligt ett förenklat förfarande, i enlighet med kommissionens tillkännagivande om ett förenklat förfarande för handläggning av vissa koncentrationer enligt rådets förordning (EG) nr 139/2004 ⁽²⁾.

4. Kommissionen uppmanar berörda tredje parter att till den lämna eventuella synpunkter på den föreslagna koncentrationen.

Synpunkterna ska ha kommit in till kommissionen senast tio dagar efter detta offentliggörande. Följande referens bör alltid anges:

M.9982 — Ford/GFT

Synpunkterna kan sändas till kommissionen per e-post, per fax eller per post. Använd följande kontaktuppgifter:

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

Fax +32 22964301

Post:

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

⁽¹⁾ EUT L 24, 29.1.2004, s. 1 (koncentrationsförordningen).

⁽²⁾ EUT C 366, 14.12.2013, s. 5.

Förhandsanmälan av en koncentration
(Ärende M.10083 — China Baowu/Taiyuan Iron & Steel Group)
Ärendet kan komma att handläggas enligt ett förenklat förfarande

(Text av betydelse för EES)

(2020/C 424/09)

1. Europeiska kommissionen mottog den 30 november 2020 en anmälan av en föreslagen koncentration i enlighet med artikel 4 i rådets förordning (EG) nr 139/2004 ⁽¹⁾.

Denna anmälan berör följande företag:

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

China Baowu förvärvar, på det sätt som avses i artikel 3.1 b i koncentrationsförordningen, ensam kontroll över hela TISCO.

Koncentrationen genomförs genom förvärv av aktier.

2. De berörda företagen bedriver följande affärsverksamhet:

- China Baowu: huvudsakligen verksamt inom tillverkning och försäljning av stålprodukter.
- TISCO: huvudsakligen verksamt inom tillverkning och försäljning av stålprodukter.

3. Kommissionen har vid en preliminär granskning kommit fram till att den anmälda transaktionen kan omfattas av koncentrationsförordningen, dock med det förbehållet att ett slutligt beslut i denna fråga fattas senare.

Det bör noteras att detta ärende kan komma att handläggas enligt ett förenklat förfarande, i enlighet med kommissionens tillkännagivande om ett förenklat förfarande för handläggning av vissa koncentrationer enligt rådets förordning (EG) nr 139/2004 ⁽²⁾.

4. Kommissionen uppmanar berörda tredje parter att till den lämna eventuella synpunkter på den föreslagna koncentrationen.

Synpunkterna ska ha kommit in till kommissionen senast tio dagar efter detta offentliggörande. Följande referens bör alltid anges:

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

Synpunkterna kan sändas till kommissionen per e-post, per fax eller per post. Använd följande kontaktuppgifter:

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

Fax +32 22964301

Post:

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

⁽¹⁾ EUT L 24, 29.1.2004, s. 1 (*koncentrationsförordningen*).

⁽²⁾ EUT C 366, 14.12.2013, s. 5.

Förhandsanmälan av en koncentration
(Ärende M.9983 — Magna/GFT Bordeaux)
Ärendet kan komma att handläggas enligt ett förenklat förfarande

(Text av betydelse för EES)

(2020/C 424/10)

1. Europeiska kommissionen mottog den 30 november 2020 en anmälan av en föreslagen koncentration i enlighet med artikel 4 och till följd av ett hänskjutande i enlighet med artikel 4.5 i rådets förordning (EG) nr 139/2004 ⁽¹⁾.

Denna anmälan berör följande företag:

- Magna International Inc. (MAGNA, Kanada).
- Produktionsanläggningen i Bordeaux (*målföretaget*, Frankrike), som ägs av GETRAG FORD Transmissions GmbH (GFT, Tyskland).

MAGNA förvärvar, på det sätt som avses i artikel 3.1 b i koncentrationsförordningen, kontroll över hela målföretaget.

Koncentrationen genomförs genom förvärv av tillgångar.

2. De berörda företagen bedriver följande affärsverksamhet:

- MAGNA är en global leverantör till fordonsindustrin som utformar, utvecklar, tillverkar och levererar fordonssystem, montage, moduler och delar. MAGNA levererar främst till tillverkare av originalutrustning för personbilar och lätta nyttofordon.
- Målföretaget är en tillverkningsanläggning för manuella växellådor i Bordeaux, Frankrike, som för närvarande drivs av GFT.

3. Kommissionen har vid en preliminär granskning kommit fram till att den anmälda transaktionen kan omfattas av koncentrationsförordningen, dock med det förbehållet att ett slutligt beslut i denna fråga fattas senare.

Det bör noteras att detta ärende kan komma att handläggas enligt ett förenklat förfarande, i enlighet med kommissionens tillkännagivande om ett förenklat förfarande för handläggning av vissa koncentrationer enligt rådets förordning (EG) nr 139/2004 ⁽²⁾.

4. Kommissionen uppmanar berörda tredje parter att till den lämna eventuella synpunkter på den föreslagna koncentrationen.

Synpunkterna ska ha kommit in till kommissionen senast tio dagar efter detta offentliggörande. Följande referens bör alltid anges:

M.9983 — Magna/GFT Bordeaux

Synpunkterna kan sändas till kommissionen per e-post, per fax eller per post. Använd följande kontaktuppgifter:

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

Fax +32 22964301

Post:

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

⁽¹⁾ EUT L 24, 29.1.2004, s. 1 (*koncentrationsförordningen*).

⁽²⁾ EUT C 366, 14.12.2013, s. 5.

Förhandsanmälan av en koncentration
(Ärende M.10055 — MIRA/Romanian assets of CEZ)
Ärendet kan komma att handläggas enligt ett förenklat förfarande

(Text av betydelse för EES)

(2020/C 424/11)

1. Europeiska kommissionen mottog den 1 december 2020 en anmälan av en föreslagen koncentration i enlighet med artikel 4 i rådets förordning (EG) nr 139/2004 ⁽¹⁾.

Denna anmälan berör följande företag:

- Macquarie Infrastructure and Real Assets (Europe) Limited (MIRA, Förenade kungariket), som tillhör Macquarie Group Limited (*Macquarie*, Australien),
- Rumänsk elproduktion, eldistribution och detaljstförsäljning av el och naturgas (*Romanian assets of CEZ*, Rumänien), som för närvarande ägs av ČEZ a.s. (CEZ, Tjeckien).

MIRA förvärvar, på det sätt som avses i artikel 3.1 b i koncentrationsförordningen, ensam kontroll över hela Romanian assets of CEZ.

Koncentrationen genomförs genom förvärv av aktier.

2. De berörda företagen bedriver följande affärsverksamhet:

- MIRA: förvaltning av infrastruktur och andra reattillgångar, däribland fastigheter, energi och jordbrukstillgångar. MIRA ingår i avdelningen för infrastruktur och reattillgångar i Macquarie, en global leverantör av investerings-, bank- och finanstjänster,
- Romanian assets of CEZ: sju företag som tillsammans driver ett eldistributionsnät, en portfölj av tillgångar inom förnybar energi och en försäljningsverksamhet för el och gas, alla belägna i Rumänien.

3. Kommissionen har vid en preliminär granskning kommit fram till att den anmälda transaktionen kan omfattas av koncentrationsförordningen, dock med det förbehållet att ett slutligt beslut i denna fråga fattas senare.

Det bör noteras att detta ärende kan komma att handläggas enligt ett förenklat förfarande, i enlighet med kommissionens tillkännagivande om ett förenklat förfarande för handläggning av vissa koncentrationer enligt rådets förordning (EG) nr 139/2004 ⁽²⁾.

4. Kommissionen uppmanar berörda tredje parter att till den lämna eventuella synpunkter på den föreslagna koncentrationen.

Synpunkterna ska ha kommit in till kommissionen senast tio dagar efter detta offentliggörande. Följande referens bör alltid anges:

M.10055 — MIRA/Romanian assets of CEZ

Synpunkterna kan sändas till kommissionen per e-post, per fax eller per post. Använd följande kontaktuppgifter:

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

Fax +32 22964301

Post:

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

⁽¹⁾ EUT L 24, 29.1.2004, s. 1 (koncentrationsförordningen).

⁽²⁾ EUT C 366, 14.12.2013, s. 5.

ÖVRIGA AKTER

EUROPEISKA KOMMISSIONEN

Offentliggörande av en ansökan om godkännande av en ändring, som inte är en mindre ändring, av en produktspecifikation i enlighet med artikel 50.2 b i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 1151/2012 om kvalitetsordningar för jordbruksprodukter och livsmedel

(2020/C 424/12)

I enlighet med artikel 51 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 1151/2012 ⁽¹⁾ ges rätt att göra invändningar inom tre månader från dagen för detta offentliggörande.

ANSÖKAN OM GODKÄNNANDE AV EN ÄNDRING AV PRODUKTSPECIFIKATIONEN FÖR GARANTERADE TRADITIONELLA SPECIALITETER SOM INTE ÄR EN MINDRE ÄNDRING

Ansökan om godkännande av en ändring i enlighet med artikel 53.2 första stycket i förordning (EU) nr 1151/2012

”Mozzarella”

EU-nr: TSG-IT-0001-AM01 – 11.9.2019

1. Ansökande grupp och berättigat intresse

Gruppens namn: Latterie Soligo, Fattorie Marchigiane, Alival s.p.a

Adress: Montemaggiore al Metauro (PU) 61030

Tfn: +39 072157961

E-post: fama@trevalli.cooperlat.it

Producenterna har rätt att inge en ansökan om ändring enligt bestämmelserna i ministerialförordning nr 12511 av den 14 oktober 2013 och representerar alla producenter av ”Mozzarella” GTS.

2. Medlemsstat eller tredjeland

Italien

3. Rubrik i produktspecifikationen som berörs av ändringen(ändringarna)

Produktens namn

Produktbeskrivning

Produktionsmetod

Annat: ändring av kvalitetsordning som blir ”registrering av namnet med förbehåll ” i stället för ”registrering av namnet utan förbehåll”.

4. Typ av ändring(ar)

Ändring av produktspecifikationen för en registrerad GTS som inte kan anses som en mindre ändring i enlighet med artikel 53.2 fjärde stycket i förordning (EU) nr 1151/2012.

(¹) EUT L 343, 14.12.2012, s. 1.

5. Ändring(ar)

Namn

Ändringen rör produktens namn och består av att beskrivningen "tradizionale (traditionell)" läggs till namnet "Mozzarella" så att det föreslagna namnet får följande lydelse: "Mozzarella Tradizionale".

Namnet "Mozzarella Tradizionale" gör det möjligt att omedelbart identifiera produkten och refererar till den information som redan finns i produktspecifikationen i fråga om produktens traditionella egenskaper och sättet den produceras på.

I avsnittet som beskriver de grundläggande elementen framgår det tydligt att syftet med produktspecifikationen är att reglera mozzarellan i dess mest traditionella form. Namnet sammanfaller därför med den term som konsumenterna vanligtvis använder för att beskriva produkten

Annat

Kvalitetsordning: ändring av kvalitetsordning som blir "registrering av namnet med förbehåll" i stället för "registrering av namnet utan förbehåll".

Ändringen föreslås också för att skydda registreringen av den berörda produkten, eftersom det inte längre är möjligt att registrera namn på jordbruks- och livsmedelsprodukter som garanterade traditionella produkter utan förbehåll, och eftersom, i enlighet med artikel 25.2 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 1151/2012, namn som registrerats i enlighet med kraven som anges i artikel 13.1 i förordning (EG) nr 509/2006, inklusive de som registrerats i samband med de ansökningar som avses i artikel 58.1 andra stycket i den förordningen, endast kan fortsätta användas i enlighet med de villkor som anges i förordning (EG) nr 509/2006 till och med den 4 januari 2023.

Den ändring som föreslås är följaktligen en ändring av kvalitetsordning för den garanterade traditionella specialiteten i fråga, för att anpassa den till kvalitetsordningen för garanterade traditionella specialiteter som har registrerats i enlighet med förordning (EU) nr 1151/2012. Reservation av namnet "Mozzarella Tradizionale" GTS kommer att gynna produkten. Förbehållet avser endast det fullständiga namnet ("Mozzarella Tradizionale") och inte de ord som ingår i namnet.

PRODUKTSPECIFIKATION FÖR EN GARANTERAD TRADITIONELL SPECIALITET

"Mozzarella Tradizionale"

EU-nr: TSG-IT-0001-AM01 – 11.9.2019

"Italien"

1. Namn som ska registreras

"Mozzarella Tradizionale"

2. Produkttyp [se bilaga XI]

1.3 Ost

3. Skäl till registreringen

3.1 Det rör sig om en produkt som

är resultatet av en viss produktions- eller bearbetningsmetod eller har en viss sammansättning som överensstämmer med traditionell praxis för produkten eller livsmedlet i fråga

är framställd av råvaror eller ingredienser som används traditionellt

3.2 Det rör sig om ett namn som

traditionellt har använts för att benämna den specifika produkten

avser produktens traditionella karaktär eller särskilda egenskaper

4. Beskrivning

4.1 Beskrivning av den produkt som namnet i punkt 1 avser, inbegripet dess huvudsakliga fysiska, kemiska, mikrobiologiska eller organoleptiska egenskaper, som visar på produktens särskilda egenskaper (artikel 7.2 i denna förordning)

”Mozzarella Tradizionale” är en färsk ost av trådig ostmassa, mjuk (enligt definitionen i Codex Alimentarius), med mjölksyrarjäsning. Dess form kan vara bollform (med en vikt av 20–250 g), eventuellt med huvud, eller strängform (med en vikt av 125–250 g).

”Mozzarella Tradizionale” förpackas i skyddande omslag och saluförs i kontakt med en reglerande vätska som består av vatten, eventuellt med tillsats av salt, i direktkontakt om omslaget är vattentätt, genom diffusion om omslaget är perforerat eller genomsläppligt.

Organoleptiska karakteristika:

Utseende:

- Skorpa obefintlig, med ett skinn av mjuk konsistens.
- Yta glatt och blank, homogen, av mjölkvit färg.
- Massa med typisk trådig struktur, mera framträdande i början, med överlagrade blad som vid skärning och lätt tryck frigör en mjölkaktig vätska; ostmassan kan ibland ha sprickor i vilka denna vätska samlas.
- Rundpipor saknas.
- Färg mjölkvit, homogen, saknar fläckar och strimmor.
- Konsistens: mjuk och lätt elastisk.
- Smak: karakteristisk, välsmakande, som färsk svagt syrlig.
- Lukt: karakteristisk, välluktande, svag, av lätt syrad mjölk.

Kemiska karakteristika:

- Fetthalt i procent av torrsubstansen: minst 44 viktprocent.
- Vattenhalt: för den klotformiga typen 58–66 viktprocent, för den strängformade 56–62 viktprocent.
- Vattenhalt i fettfri del: 69–80 viktprocent.
- Fosfatasaktivitet ej högre än 12 µg fenol per gram ost.
- pH i ostmassan: 5,1–5,6.
- Mjölksyrasurhet L(+): mer än 0,2 viktprocent i prov som analyseras inom tre dagar från produktionsdagen.
- Natriumklorid (NaCl) i prov ej överstigande 1 viktprocent.
- Vassleprotein: högst 10 mg per 100 g proteinsubstans.

Mikrobiologiska egenskaper:

Mikroflora karakteristisk, resistent mot sträckningsförfarandet, i kvantiteter som inte understiger 10^7 cfu/g i prov som analyseras inom tre dagar från produktionsdagen.

Förvaring:

Produkten förvaras vid en temperatur av 0–4 °C. Högsta förvaringstemperatur anges på etikett liksom utgångsdatum som anges med texten ”sista förbrukningsdag”, samt dag och månad.

4.2 Beskrivning av den produktionsmetod som producenterna ska använda för att framställa den produkt som namnet i punkt 1 avser, inbegripet, om det är lämpligt, typ av råvaror och egenskaper hos de råvaror eller ingredienser som används samt den metod som används vid beredningen av produkten (artikel 7.2 i denna förordning)

Den innefattar enbart följande faser som genomförs i ett kontinuerligt förlopp i samma anläggning:

- Eventuell förmognad av mjölken enbart med naturlig bakteriekultur (!).
- Pastörisering av mjölken med en behandling under 15 sekunder vid minst 71,7 °C eller behandling med motsvarande verkan.
- Ympning av mjölken med naturlig syrakultur.
- Tillsats av flytande bovint löpe med en total samlad pepsinaktivitet av mellan 20 och 30 %.
- Löpläggning vid 35–39 °C.

- Skärning, brytning och vassleavskiljning av koaglet.
- Mogning av koaglet till ett pH-värde av 5,0–5,4, skärning i bitar av den mogna ostmassan.
- Sträckning (mekanisk värmebehandling av massan med varmvatten och eventuellt med tillsats av salt, till en sluttemperatur på massan av 58–65 °C).
- Formning av osten i värme.
- Härdning i kallt vatten och eventuellt en tillsats av salt.
- Förpackning.

(1) Beredning av naturlig bakteriekultur:

Utgångskultur

- Uppvärmning av den okyllda ystmjölken till en temperatur ej understigande +63 °C under en tid av minst 15 minuter (eller en kombination av tid och temperatur som ger minst likvärdigt resultat).
- Kylning till inkubationstemperatur (42–50 °C).
- Inkubation till en surhetsgrad som motsvarar 14–24 °SH per 100 ml.
- Kylning till en temperatur som understiger +8 °C.
- Kylförvaring vid en temperatur som ej överstiger +4 °C.

Upprepad bakteriekultur

- Inokulering av ystmjolk som även kan vara kyld med ett minimum av 4 % av beredd kultur.
- Uppvärmning som för utgångskulturen.
- Kylning till inkubationstemperatur (42–50 °C).
- Inkubation till en surhetsgrad som motsvarar 14–24 °SH per 100 ml.
- Kylning till en temperatur som understiger +8 °C.
- Kylförvaring vid en temperatur som ej överstiger +4 °C.

Bakteriekultur färdig för användning

Bakteriekultur färdig för användning ska

- ha en samlad surhetsgrad av mellan 16 och 30 °SH per 100 ml,
- ha ett lägsta innehåll av termofila streptokocker av 10⁸ cfu/ml,
- ha en negativ fosfatasaktivitet,
- användas i produktionen inom tre dagar från beredningen.

4.3 Beskrivning av de viktigaste faktorer som visar på produktens traditionella karaktär (artikel 7.2 i denna förordning)

”Mozzarella Tradizionale” är en ost som härrör från en konsoliderad teknik för ostframställning från färsk trådig ostmassa, ett av den italienska mejerihanteringens historiska kulturarv.

I dess mest hävdvunna typ som är föremålet för denna beskrivning ska produkten framställas av helmjolk som levereras i obehandlat skick till anläggningen, eventuellt justerad endast med avseende på fetthalten. Den avgörande faktorn är den naturliga bakteriekulturen som ska beredas från mjolk som härrör från uppsamlingsområdet för den anläggning som tillverkar osten och som ska användas på platsen. Den består av en kultur av mjölksyrabakterier som karakteriseras av värmeresistens, snabb utveckling och syrning, erhållen genom selektiv anrikning av den naturliga mjölmikroflora som finns i den obehandlade mjölken, och som återspeglar den ursprungliga mikrobiologiska kvaliteten.

En korrekt framställd naturlig bakteriekultur består normalt av en obestämd blandning av stammar av *Streptococcus thermophilus* som kan åtföljas av enterokocker och värmetåligena mjölksyrabakterier. Hela denna mjölkflora bidrar till att bestämma produktens slutgiltiga karakteristika.

Offentliggörande av en ansökan om godkännande av en ändring, som inte är en mindre ändring, av en produktspecifikation i enlighet med artikel 50.2 a i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 1151/2012 om kvalitetsordningar för jordbruksprodukter och livsmedel

(2020/C 424/13)

I enlighet med artikel 51 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 1151/2012 ⁽¹⁾ ges rätt att göra invändningar inom tre månader från dagen för detta offentliggörande.

ANSÖKAN OM GODKÄNNANDE AV EN ÄNDRING AV PRODUKTSPECIFIKATIONEN FÖR SKYDDADE URSPRUNGSBETECKNINGAR ELLER SKYDDADE GEOGRAFISKA BETECKNINGAR SOM INTE ÄR EN MINDRE ÄNDRING

Ansökan om godkännande av en ändring i enlighet med artikel 53.2 första stycket i förordning (EU) nr 1151/2012

”Rheinisches Zuckerrübenkraut”/”Rheinischer Zuckerrübensirup”/”Rheinisches Rübenkraut”

EU-nr: PGI-DE-0717-AM01 – 31 mars 2020

SUB () SGB (X)

1. Ansökande grupp och berättigat intresse

Namn på sammanslutning:	Schutzgemeinschaft Rheinischer Zuckerrübensirup/Rheinisches Apfelkraut [Sammanslutningen för skydd av Rheinischer Zuckerrübensirup/Rheinisches Apfelkraut]
Adress:	Wormersdorfer Straße 22-26, 53340 Meckenheim
Land:	Tyskland
E-postadress(er):	info@sg-zuckerruebensirup-apfelkraut.de

2. Medlemsstat eller tredjeland

Tyskland

3. Rubrik i produktspecifikationen som berörs av ändringen (ändringarna)

- Produktens namn
- Produktbeskrivning
- Geografiskt område
- Bevis på ursprung
- Produktionsmetod
- Samband
- Märkning
- Annat [specificera]

⁽¹⁾ EUT L 343, 14.12.2012, s. 1.

4. Typ av ändring(ar)

- Ändring av produktspecifikationen för en registrerad SUB eller SGB som inte kan anses som en mindre ändring i enlighet med artikel 53.2 tredje stycket i förordning (EU) nr 1151/2012.
- Ändring av produktspecifikationen för en registrerad SUB eller SGB, för vilken det inte har offentliggjorts något sammanfattande dokument (eller motsvarande), som inte kan anses som en mindre ändring i enlighet med artikel 53.2 tredje stycket i förordning (EU) nr 1151/2012.

5. Ändring(ar)

Produktbeskrivning

Ändring

Nuvarande formulering: "– Järn: minst 4 mg/100 g".

Begärd ändring: Hänvisningen till järn bör strykas helt.

Förklaring

Analysen från de senaste åren visar att det järnvärde som anges i den ursprungliga specifikationen delvis berodde på vidhäftande lera och jord (den färdiga produktens kvalitet försämrades aldrig av detta eftersom betorna kokas och den utvunna råsaften filtreras). Vid den tidpunkten var det av tekniska skäl inte möjligt att avlägsna lera och jord, så sockerbetorna bearbetades i det skicket. Det har dessutom alltid funnits stora variationer från år till år på grund av väderleken.

Tack vare förbättringar av produktionsprocessen är det nu dock möjligt att avlägsna betydligt mer lera och jord från betorna. Detta innebär att järnhalten minskar.

Ytterligare optimering av denna process är ett av producenternas mål. Detta innebär dock att värdet på minst 4 mg järn per 100 g produkt inte alltid kan garanteras. Järnvärdet bör därför strykas.

Samband

Ändring

Avsnitt 2 "Specifika uppgifter om produkten", första stycket

Nuvarande formulering: "Den försiktiga produktionsmetoden, som av tradition är fast förankrad i regionen, garanterar att den färdiga produkten har kvar värdefulla mineraler som magnesium och järn. Produkten innehåller även kalium och folsyra, där folsyran har fluktuerande halt som minskar i takt med att lagringstiden ökar. Den framställs utan tillsatser."

Begärd ändring (de delar av texten där järn och folsyra nämns ska strykas):

"Den försiktiga produktionsmetoden, som av tradition är fast förankrad i regionen, garanterar att den färdiga produkten har kvar värdefulla mineraler som magnesium. Produkten innehåller även kalium. Den framställs utan tillsatser."

Förklaring

Vad gäller järnvärdet, se förklaring i led b.

Vad gäller hänvisningen till folsyra: Folsyravärdet i beskrivningen (led b) ströks redan i samband med den senaste ändringsansökan, eftersom mätningar som gjordes efter registreringen visade att folsyrhalten stadigt minskar på naturlig väg efter produktion. Detta beror på att folsyran löser upp sig.

Folsyra mäts inte längre, eftersom dessa mätningar är överflödiga mot bakgrund av specifikationens krav. Eftersom folsyrhalten ändå alltid minskar under den långvariga lagringen och ämnet kanske inte längre förekommer i produkten efter lagringen är det oftast inte lämpligt att hänvisa till folsyra.

SAMMANFATTANDE DOKUMENT

”RHEINISCHES ZUCKERRÜBENKRAUT”/”RHEINISCHER ZUCKERRÜBENSIRUP”/”RHEINISCHES RÜBENKRAUT”**EU-nr: PGI-DE-0717-AM01 – 31 mars 2020****SUB () SGB (X)****1. Namn [på SUB eller SGB]**

”Rheinisches Zuckerrübenkraut”/”Rheinischer Zuckerrübensirup”/”Rheinisches Rübenkraut”

2. Medlemsstat eller tredjeland

Tyskland

3. Beskrivning av jordbruksprodukten eller livsmedlet**3.1 Produkttyp**

Klass 1.6: Frukt, grönsaker och spannmål, bearbetade eller obearbetade

3.2 Beskrivning av den produkt för vilken namnet i punkt 1 är tillämpligt

Ren, naturlig, koncentrerad saft från nyskördade sockerbetor utan växtfiber eller tillsatser.

— Utseende: mörkt brun, högviskös sirap

— Smak: söt maltsmak

— Doft: söt, med malt och karamell

— Slutlig sockerhalt (tolerans \pm 3 %)

Sackaros: 33 %

Glukos: 17 %

Fruktos: 16 %

— Brix-tal: minst 78 °Brix

— pH-värde: 4,4–5,0

— Vattenhalt: högst 22 %

— Magnesium: minst 60 mg/100 g

— Kalium: minst 50 mg/100 g

— Sockerbetssirap framställs utan tillsatser. Produkten framställs under skördeperioden för betor, från sensommar till vår. Den traditionella produktionsmetoden, som anpassats till modern livsmedelslagstiftning, beskrivs nedan.

— Varumottagning/kvalitet: leverans av nyskördade betor.

— Mottagningstest: bestämning av sockerhalten för att fastställa nödvändiga driftsparametrar (temperatur, koktid osv.). Visuell inspektion för att upptäcka jord och blast.

— Lagring: kort lagringstid på både gården och produktionsanläggningen, samordning av skörd och leverans

— Behandling före vidare bearbetning: förtvätt, avlägsnande av blast, jord och stenar, ny tvättning i bettvätten.

— Bearbetning: Bearbetningen äger rum i det geografiska området. Betorna bearbetas hela eller skurna i bitar. Betmassan värms i flera timmar och får koka sakta. Det är viktigt att den får stå tillräckligt länge. Koktiden för betorna och temperaturen avgörs av traditionen i företaget. Betmassan pressas sedan under högt tryck för att utvinna råsaften. Filterutrustning används för att avlägsna nästan alla fasta partiklar från den utvunna råsaften. Den klara saften skickas vidare till ångpannan där vattnet försiktigt avlägsnas under vakuumtryck. Torrsubstansen

i den färdiga produkten är minst 78 °Brix. Före lagringen bestäms pH-värde, färg, sackaros, fruktos, glukos och torrsubstans i den färdiga produkten på bearbetningsanläggningen. Den färdiga produkten undersöks också regelbundet av ett externt laboratorium. Den framställda sockerbetsirapen lagras i behållare varifrån den kan tas för förpackning.

3.3 Foder (endast för produkter av animaliskt ursprung) och råvaror (endast för bearbetade produkter)

Alla sockerbeter som används som råvara måste utan undantag komma från det geografiska området i fråga.

Sockerbeter som används för framställning av sockerbetsirap kommer traditionellt endast från betproducenter i regionen.

3.4 Särskilda steg i produktionsprocessen som måste äga rum i det avgränsade geografiska området

Alla steg i produktionen ska äga rum i det avgränsade geografiska området.

3.5 Särskilda regler för skivning, rivning, förpackning osv. av den produkt som det registrerade namnet avser

—

3.6 Särskilda regler för märkning av den produkt som det registrerade namnet avser

—

4. Kort beskrivning av det geografiska området

Rhenlandet. I delstaten Nordrhein–Westfalen omfattas Kölns förvaltningsområden (utom distriktet Oberbergisch) och följande distrikt i Düsseldorfs förvaltningsområde: Mettmann-distriktet, Düsseldorf stad, Rhendistriktet Neuss, Mönchengladbach stad, Viersen-distriktet, Krefeld stad, Kleve-distriktet och Wesel-distriktet. I delstaten Rheinland–Pfalz omfattas landsbygdsregionerna Ahrweiler och Mayen-Koblenz.

5. Samband med det geografiska området

Specifika uppgifter om det geografiska området:

Den månghundraåriga traditionen med sirapsframställning i Rhenlandet har resulterat i en fulländad produktionsprocess och smak. Kunnandet har förmedlats från generation till generation. Under 1300- och 1400-talet etablerades sockerbetan som jordbruksgröda. I Rhenlandet ingick betorna i de tionden som jordbrukarna måste betala till feodaltherrarna från 1400-talet och framåt. I början av 1600-talet ledde trettioåriga kriget till en period av svält, och betodling visade sig vara enklare och mer produktivt än spannmålsodling. Bland annat i Rhenlandet, där oroligheterna var mindre märkbara, kunde människor lägga ned den tid och det arbete som krävdes för att odla de söta, vita betorna.

I dag är det omöjligt att säga exakt när betsirap började framställas i Rhenlandet, men det har antagligen varit vanligt sedan 1700-talet. Regionen Niederrhein är centrum för framställningen av "Rübenkraut". Kring 1860 fanns bara i distriktet Grevenbroich 63 registrerade pressanläggningar (det fanns vid den tiden 309 sirapsproducenter i den preussiska staten). Till en början framställdes betsirapen av foderbeter eller morötter. Under 1800-talet blev dock "Lanker Rübe", ett slags foderbeta som odlades i Niederrhein, vanlig. Under århundradets senare del blev sockerbeter populärare som råvara. Uppgifter från omkring 1870 från handelskammaren i Köln visar att mellan 6 000 och 10 000 Zehntner (dvs. 300–500 ton) betsirap framställdes varje år.

Betsirap förekommer dessutom som en viktig traditionell ingrediens i en rad typiska recept från Rhenlandet, t.ex. "Rheinischer Sauerbraten" (marinerat nötkött) och "Aachener Printen" (pepparkaka). Den långa traditionen med betsirapsframställning i Rhenlandet märks också tydligt i det lokala språket – människor från Rhenlandet kallar sirapen "Rübenkraut" (förr "Rüöwenkrut" eller "Röbenkraut"). Denna term används och förstås fortfarande även

utanför Rhenlandet. Innan man visste att foderbetor kunde användas för sockerframställning användes de som grönsaker. Beteckningen "Rübenkraut" användes om den sirap som framställdes av foderbetor, på samma sätt som sirap framställd av äpplen kallades "Apfelkraut".

Figur 2 i en publikation av Block med titeln *Rübensirap – Seine Herstellung, Beurteilung und Verwendung* ("Betsirap – produktion, bedömning och användning") (Leipzig 1920) visar att betsirapsfabrikerna (cirklar ifyllda med svart) var koncentrerade till Rhenlandet. Sockerfabrikerna var spridda över hela det tyska riket, men i Rhenlandet fanns bara ett fåtal. Rhenlandet kompenserade dock för detta med det stora antalet bessaftfabriker. Än i dag framställs stora mängder bessaft i Rhenlandet.

Specifika uppgifter om produkten

Den försiktiga produktionsmetoden, som av tradition är fast förankrad i regionen, garanterar att den färdiga produkten har kvar värdefulla mineraler som magnesium. Produkten innehåller även kalium. Den framställs utan tillsatser.

Tack vare sin oförlikneliga, utpräglat söta maltsmak, som i likhet med den söta doften av malt och karamell är ett resultat av den försiktiga produktionsmetoden, lämpar den sig utmärkt inte bara som pålägg utan även som smakförhöjande tillsats vid matlagning och bakning.

Produkten har länge haft högt anseende och mycket gott rykte, särskilt i Rhenlandet men även utanför dess gränser. Produktens anseende och rykte har sin grund i dess långa historia i det geografiska området.

Orsakssamband mellan det geografiska området och produktens kvalitet eller egenskaper (för SUB) eller en viss kvalitet, ett visst anseende eller en viss annan egenskap som kan hänföras till produkten (för SGB):

Produktens utmärkta anseende har sin grund i dess geografiska ursprung.

"Rübenkraut" uppfanns i Rhenlandet och har framställts där sedan dess. Den har alltid framställts av sockerbetor från Rhenlandet. En viktig orsak till produktens goda anseende är att betorna kommer från produktionsområdet. Det är denna lokala anskaffning av den enda råvaran (sockerbetor) som oupplösligt hänger samman med produktens autenticitet.

Betsirapen framställs än i dag på nästan exakt samma sätt som för flera århundraden sedan. Endast betor från det geografiska området bearbetades. Det är också anledningen till att det finns så många bessaftfabriker i Rhenlandet. Stora mängder sockerbetor odlas fortfarande i Rhenlandet. Merparten används för sockerframställning men en ansevärd mängd bearbetas ändå till "Rübenkraut".

Sockerbetor som används för framställning av sockerbetsirap kommer traditionellt endast från betproducenter i regionen. Sockerbetsodlingen bedrivs på grundval av avtal mellan bearbetningsföretag och jordbrukare, vilket möjliggör en omfattande produktionsrådgivning. Samarbetet mellan producenter och bearbetningsföretag är nu effektivt, öppet och kontrollerbart. En försäljningsgaranti ger betodlarna den grundtrygghet de behöver för att kunna planera framåt. Sockerbetornas kemiska kvalitet kontrolleras rutinmässigt med hjälp av identiska analysmetoder.

Hänvisning till offentliggörandet av produktspecifikationen

(artikel 6.1 andra stycket i denna förordning)

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

ISSN 1977-1061 (elektronisk utgåva)
ISSN 1725-2504 (pappersutgåva)



Europeiska unionens
publikationsbyrå
L-2985 Luxemburg
LUXEMBURG

SV