

## **Skriftliga synpunkter om förslag till förordning om konkurrensdrivna och rättvisa marknader inom den digitala sektorn (DMA)**

Tack för möjligheten att inkomma med skriftliga synpunkter om förslag till förordning om konkurrensdrivna och rättvisa marknader inom den digitala sektorn (DMA). Google stödjer EU-kommissionens mål att främja ett öppet och konkurrenskraftigt internet och vi förstår att med vår storlek kommer ökat ansvar.

Denna skriftliga inlägga består av:

1. Sammanfattning av frågor från regeringens EU-sakråd
2. Analys av förslaget i sin helhet på engelska

### **1. Sammanfattning av frågor från regeringens EU-sakråd**

Som verksamma i Sverige en liten, öppen och exportberoende ekonomi samarbetar vi nära många svenska företag för att möjliggöra för dem att nå användare och kunder på globala men också lokala och regionala marknader samt för att möta konkurrens både lokalt, regionalt och globalt. Vi är därför oroad över att förslaget som det nu ligger skulle kunna hindra vår förmåga att erbjuda innovativa tjänster i Europa och därmed vår möjlighet att erbjuda verktyg som framgångsrikt hjälper svenska företag att växa enklare och till lägre kostnad. Våra online annonser gör det möjligt för företag av alla storlekar att hitta kunder över hela världen medan våra molntjänster sänker kostnaden och ökar produktiviteten genom tillgänglighet till världens bästa teknologi.

EU-kommissionens syfte med förslag till förordning om konkurrensdrivna och rättvisa marknader inom den digitala sektorn (DMA) är att öka BNP, minska arbetslösheten och öka konsumentens nytta. Därför är det oerhört viktigt att lagstiftningen är tydlig samt att koppling till de önskade resultaten införs så att man vet om lagstiftningen uppfyller de önskvärda målen.

Hur kommer DMA påverka produkt- och tjänsteinnovationer i Europa? Om vi tar våra egna tjänster som exempel är det t.ex. oklart för oss om de nya reglerna riskerar att försämra kvaliteten på vissa populära verktyg för europeiska användare, företag och kunder. Kommer vi t.ex. kunna fortsätta skapa värde för våra användare genom att integrera Google Maps i Sök när jag letar efter en affär eller restaurang? Kommer vi snabbt kunna hjälpa företag och användare genom att t.ex. med anledning av covid-19 integrerat informera om leverans på gatan eller hem? Denna integrering av information mellan tjänster är till nytta och uppskattas av våra användare och det vore olyckligt om de omöjliggjordes under DMA.

Vi välkomnar att kommissionen avser att säkerställa en dialog om regleringsfrågorna. Ur rättssäkerhetssynpunkt är det viktigt att företag har en genuin rätt att bli hörd. Dessa aspekter

i artiklar 6 och 8 kräver vidare analys för att säkerställa att legitima och proportionella överväganden verkligen tas i beaktande. Det måste finnas tydlighet i vad som krävs av företagen inom ramen för artikel 6 innan kraven blir bindande och kan leda till sanktioner.

Hur ska DMA säkerställa att datadelning och portabilitet verkligen främjar valmöjligheter och konkurrens utan att incitament till innovation förloras eller användarens integritet äventyras? Obligatorisk överföring av data innebär i de flesta fall överföring av personlig data vilken användaren ej kommer få möjlighet att ge sitt samtycke till. Istället för tvingande överföring ser vi att interoperabilitet och dataportabilitet kan vara lösningen för att ge användarna möjlighet att dela viktig information på ett säkert sätt. För att användaren ska ha kontroll över sin data är det viktigt att alla företag har både import och exportfunktioner för sina användares data så att de på riktigt har full kontroll. På Google My Account kan användare bestämma vilken data som samlas in när de använder Googles tjänster, hur denna data får användas. Man har också möjlighet att via Google TakeOut tanka ner och dela sin data med andra tjänster.

Vi delar regeringens och EUs ambition att hela tiden förenkla och förbättra regelverk - därför är det av yttersta vikt att tillämpningsområdet för DMA är rimligt och tydligt definierat så att rättssäkerhet över tid uppnås. Vi ser också att man bör vara aktsam kring hur det föreslagna regelverket inom ramen för DMA kommer samspela med redan befintliga regelverk.

De farhågor som uttryckts rörande digitala tjänster, såsom sekretess, transparens och rankningsbeslut, kan gälla oaktat tjänsteleverantörens storlek eller dess affärsmodell därför borde väl regelverket för internetanvändarens bästa gälla alla aktörer och inte bara ett fåtal?

Vi ser fram emot fortsatt samarbete så att regleringen blir tydlig, öppnar upp för valmöjligheter och gynnar innovation. Vilket vi vet är av största vikt för våra användare i Sverige men också för alla de svenska företag som vi samarbetar med.

## 2. Google's perspectives on the EU Digital Markets Act

***The DMA's scope should be refined to ensure consistency and reflect the focus on gatekeepers.*** The DMA risks being over-inclusive in some respects and under-inclusive in others, and leaves open the possibility for overlapping and conflicting EU and national rules. These issues could be addressed with refinements to the draft. In particular:

- **Article 1(6)** should be amended to preclude national rules from regulating substantially the same practices as the DMA.
- **Article 2(2)(g)** should be removed to avoid covering a broad range of

non-gatekeeper services that fall within the definition of 'cloud'

- **Article 3(2)(a)** should be removed or replaced with a service-level turnover threshold to avoid unequal treatment between platforms of the same size and importance simply because of the revenues of their owners.

***The framework for the application of the substantive rules should be refined to enable a genuine regulatory dialogue and avoid unintended consequences.*** We welcome the DMA's stated aim to enable a regulatory dialogue with gatekeepers. To enable a genuine regulatory dialogue and avoid unintended harmful consequences, however, the rules on the application of the DMA's substantive provisions require refinement. In particular:

- The Commission should specify the obligations under Article 6 that a given gatekeeper must implement before these obligations become binding for the gatekeeper and exposing it to fines.
- Gatekeepers should be given the chance to request an exemption from individual obligation beyond the narrow limits set by Article 8, if they can demonstrate legitimate and proportionate considerations that justify such an exemption .
- Article 10 should permit the Commission to narrow or remove obligations over time -- not only add to them.
- On regulatory dialogue see also attached pdf on the case study of jobs in Google search

***There are several proposals we support.*** The EC's proposal provides a number of sensible suggestions for types of conduct that are typically harmful and can be identified as such. The following provisions are relevant:

- **Article 5(b)** rightly proscribes the use of most favoured nation clauses.
- **Article 5(c)** facilitates developers promoting their offers to end users.
- **Article 5(d)** ensures that business users can raise concerns with public authorities.
- **Article 6(1)(c)** promotes users' choice of apps while ensuring scope for

protecting the service's integrity.

- **Article 6(1)(e)** ensures that user choice will be free from technical incumbrances.
- **Article 6(k)** requires fair and non-discriminatory conditions on business users' access to app stores.

**Other proposed rules pursue important objectives but require refinement.** Some of the behavioral rules would benefit from further clarification and refinement to ensure they are practicable, meet the DMA's objectives and avoid unintended adverse consequences. These rules include:

- **Articles 5(g) and 6(1)(g)** (disclosure of performance-related information and prices paid/received by advertisers and publishers),
- **Article 6(1)(a)** (using business users' data in competition with them),
- **Article 6(1)(b)** (uninstalling preloaded apps),
- **Article 6(1)(d)** (equal treatment in ranking),
- **Article 6(1)(f)** (interoperability),
- **Article 6(1)(h)** (data portability),
- **Article 6(1)(i)** (data generated by business users), and
- **Article 12** (reporting concentrations).

**A small number of proposals would be harmful and should be removed.** Certain proposals in the DMA would not improve the contestability of digital markets and carry substantial risks to innovation and the welfare of European businesses and consumers. The following provisions are relevant:

- **Article 5(a)** addresses user consent for combinations of personal data, which are already regulated by the GDPR. Different parallel rules on the permissible extent of data processing is liable to lead to confusion, uncertainty, and contradictory outcomes.

- **Article 6(1)(j)** addresses third party access to Google Search data, which is likely to harm innovation and expose search engines to manipulation.

***Certain additional ideas warrant consideration.*** It is worth considering other possible solutions and measures, including a role for choice screens and data mobility systems:

- **Choice screens** can be an effective way to address concerns about behavioural biases, including 'default' bias. At present, choice screens are shown only on certain platforms, including Google's Android operating system. They could be applied to other digital platforms too to increase consumers' awareness of alternatives and facilitate easier switching among services. Choice screens could be considered as a way to ensure compliance with **Articles 6(1)(c) and 6(1)(e)**.
- **Data mobility systems** can intensify competition and enhance choice in digital markets just as Open Banking has done in the financial sector. Regulators can build on the Data Transfer Project, which has developed much of the necessary technical infrastructure for technology companies, possibly specifying participation in the Project as a measure to comply with **Article 6(1)(h)**.