



Συλλογή της Νομολογίας

ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΟΥ ΓΕΝΙΚΟΥ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟΥ (ένατο πενταμελές τμήμα)

της 10ης Νοεμβρίου 2021 *

«Ανταγωνισμός – Κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης – Γενική αναζήτηση και εξειδικευμένη αναζήτηση προϊόντων στο διαδίκτυο – Απόφαση με την οποία διαπιστώνεται παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και του άρθρου 54 της Συμφωνίας για τον ΕΟΧ – Κατάχρηση μέσω μόχλευσης – Υγιής ανταγωνισμός ή αντίθετη προς τους κανόνες του ανταγωνισμού πρακτική – Προϋποθέσεις για την πρόσβαση των ανταγωνιστών σε υπηρεσία δεσπόζουσας επιχείρησης της οποίας η χρήση είναι ουσιαστικά αναντικατάστατη – Τρόπος εμφάνισης τον οποίο επιλέγει η δεσπόζουσα επιχείρηση, ευνοώντας τα αποτελέσματα της δικής της υπηρεσίας εξειδικευμένης αναζήτησης – Αποτελέσματα – Υποχρέωση απόδειξης αντιπαραδείγματος – Δεν υφίσταται – Αντικειμενικοί δικαιολογητικοί λόγοι – Απουσία – Δυνατότητα επιβολής προστίμου λαμβανομένων υπόψη ορισμένων περιστάσεων – Κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό του ύψους των προστίμων – Πλήρης δικαιοδοσία»

Στην υπόθεση T-612/17,

Google LLC, πρώην Google Inc., με έδρα το Mountain View, Καλιφόρνια (Ηνωμένες Πολιτείες),

Alphabet, Inc., με έδρα το Mountain View,

εκπροσωπούμενες από τους T. Graf, R. Snelders, C. Thomas και K. Φουντουκάκο-Κυριακάκο, δικηγόρους, καθώς και από τους R. O'Donoghue, M. Pickford, QC και D. Piccinin, barrister,

προσφεύγουσες,

υποστηριζόμενες από

την **Computer & Communications Industry Association**, με έδρα την Ουάσιγκτον, DC (Ηνωμένες Πολιτείες), εκπροσωπούμενη από τους J. Killick και A. Κομνηνό, δικηγόρους,

παρεμβαίνουσα,

κατά

Ευρωπαϊκής Επιτροπής, εκπροσωπούμενης από τους Θ. Χριστοφόρου, N. Khan, A. Dawes, H. Leurpold και C. Urraca Caviedes,

καθής,

υποστηριζόμενης από

* Γλώσσα διαδικασίας: η αγγλική.

την **Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας**, εκπροσωπούμενη από τον J. Möller, καθώς και από τις S. Heimerl και S. Costanzo,

την **Εποπτεύουσα Αρχή της ΕΖΕΣ**, εκπροσωπούμενη από τον C. Zatschler και την C. Simpson,

το **Ευρωπαϊκό Γραφείο Ενώσεων Καταναλωτών (ΕΓΕΚ)**, με έδρα τις Βρυξέλλες (Βέλγιο), εκπροσωπούμενο από την A. Fratini, δικηγόρο,

την **Infederation Ltd**, με έδρα το Crowthorne (Ηνωμένο Βασίλειο), εκπροσωπούμενη από τις A. Morfey, Σ. Γαρταγάνη, L. Hannah και A. D'heygere και τον K. Gwilliam, solicitors, καθώς και από τον T. Vinje, δικηγόρο,

την **Kelkoo**, με έδρα το Παρίσι (Γαλλία), εκπροσωπούμενη από τους J. Koronen και B. Meyring, δικηγόρους,

την **Verband Deutscher Zeitschriftenverleger eV**, με έδρα το Βερολίνο (Γερμανία), εκπροσωπούμενη από τον T. Höppner, καθηγητή, καθώς και από τους P. Westerhoff και J. Weber, δικηγόρους,

την **Visual Meta GmbH**, με έδρα το Βερολίνο, εκπροσωπούμενη από τον T. Höppner, καθηγητή, και τον P. Westerhoff, δικηγόρο,

την **BDZV – Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger eV**, πρώην Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger eV, με έδρα το Βερολίνο, εκπροσωπούμενη από τον T. Höppner, καθηγητή, και τον P. Westerhoff, δικηγόρο,

και την **Twenga**, με έδρα το Παρίσι, εκπροσωπούμενη από τους L. Godfroid και S. Hautbourg, καθώς και από την S. Pelsy, δικηγόρους,

παρεμβαίνουσες,

με αντικείμενο προσφυγή βάσει του άρθρου 263 ΣΛΕΕ, με κύριο αίτημα την ακύρωση της απόφασης C(2017) 4444 τελικό της Επιτροπής, της 27ης Ιουνίου 2017, σχετικά με διαδικασία βάσει του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και του άρθρου 54 της Συμφωνίας για τον ΕΟΧ [υπόθεση ΑΤ.39740 – Google Search (Shopping)], και επικουρικό αίτημα τη διαγραφή ή τη μείωση του προστίμου το οποίο επιβλήθηκε στις προσφεύγουσες,

ΤΟ ΓΕΝΙΚΟ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ (ένατο πενταμελές τμήμα),

συγκείμενο από τους S. Gervasoni, πρόεδρο, L. Madise (εισηγητή), R. da Silva Passos, K. Kowalik-Bańczyk και C. Mac Eochaidh, δικαστές,

γραμματέας: E. Αρτεμίου, διοικητική υπάλληλος,

έχοντας υπόψη την έγγραφη διαδικασία και κατόπιν της επ' ακροατηρίου συζητήσεως της 12ης, της 13ης και της 14ης Φεβρουαρίου 2020,

εκδίδει την ακόλουθη

Απόφαση

I. Ιστορικό της διαφοράς

A. Πλαίσιο

- 1 Η Google LLC, πρώην Google Inc., είναι αμερικανική εταιρία η οποία ειδικεύεται στα προϊόντα και στις υπηρεσίες που σχετίζονται με τη χρήση του διαδικτύου. Είναι κυρίως γνωστή για την ομώνυμη μηχανή αναζήτησης, χάρη στην οποία οι χρήστες του διαδικτύου (καλούμενοι στο εξής, ανάλογα με το συγκείμενο, είτε χρήστες είτε καταναλωτές) μπορούν, μέσω του προγράμματος πλοήγησης που χρησιμοποιούν και με τη βοήθεια υπερσυνδέσμων, να βρίσκουν και να επισκέπτονται τους ιστοτόπους που ανταποκρίνονται στις ανάγκες τους. Από τις 2 Οκτωβρίου 2015, η Google LLC είναι θυγατρική κατά 100 % της Alphabet, Inc., η οποία είναι επικεφαλής του ομίλου (στο εξής, από κοινού: Google).
- 2 Η μηχανή της Google, προσβάσιμη στη διεύθυνση www.google.com ή σε παρόμοιες διευθύνσεις με τους αντίστοιχους κωδικούς χωρών, εμφανίζει σε σελίδες στις οθόνες των χρηστών τα αποτελέσματα των αναζητήσεών τους. Τα αποτελέσματα είτε επιλέγονται από τη μηχανή βάσει γενικών κριτηρίων και χωρίς οι ιστότοποι στους οποίους παραπέμπουν να καταβάλλουν στην Google αμοιβή για να εμφανιστούν (στο εξής: αποτελέσματα γενικής αναζήτησης ή γενικά αποτελέσματα) είτε επιλέγονται βάσει μιας λογικής η οποία προσιδιάζει στο συγκεκριμένο είδος αναζήτησης που πραγματοποιείται (στο εξής: αποτελέσματα εξειδικευμένης αναζήτησης). Τα αποτελέσματα εξειδικευμένης αναζήτησης ενδέχεται να εμφανίζονται στην ίδια σελίδα με τα αποτελέσματα γενικής αναζήτησης δίχως ο χρήστης να χρειάζεται να προβεί σε συγκεκριμένη ενέργεια (στο εξής: γενική σελίδα ή γενικές σελίδες αποτελεσμάτων) ή ακόμη να εμφανίζονται ξεχωριστά, είτε κατόπιν στοχευμένης αναζήτησης του χρήστη μέσω ειδικής σελίδας της μηχανής αναζήτησης της Google είτε κατόπιν της ενεργοποίησης υπερσυνδέσμων που περιέχονται σε ορισμένα πεδία των σελίδων με τα γενικά αποτελέσματα. Η Google έχει αναπτύξει διάφορες υπηρεσίες εξειδικευμένης αναζήτησης, λόγου χάρη για την επικαιρότητα, για πληροφορίες και εμπορικές προσφορές τοπικού ενδιαφέροντος, για αεροπορικά ταξίδια ή για την αγορά προϊόντων. Η τελευταία κατηγορία είναι η επίμαχη στην υπό κρίση υπόθεση.
- 3 Οι υπηρεσίες εξειδικευμένης αναζήτησης για την αγορά προϊόντων (στο εξής: υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων ή εργαλεία σύγκρισης προϊόντων ή εργαλεία σύγκρισης) δεν πωλούν οι ίδιες προϊόντα, αλλά συγκρίνουν και επιλέγουν προσφορές διαδικτυακών πωλητών που διαθέτουν το αναζητούμενο προϊόν. Μπορεί να πρόκειται για απευθείας πωλητές ή για πλατφόρμες πωλήσεων όπου συγκεντρώνονται οι προσφορές πολυάριθμων πωλητών και παρέχεται η δυνατότητα άμεσης παραγγελίας του αναζητούμενου προϊόντος (στις πλέον γνωστές συγκαταλέγονται η eBay, η Amazon, η PriceMinister ή η Fnac).
- 4 Όπως και τα αποτελέσματα γενικής αναζήτησης, έτσι και τα αποτελέσματα εξειδικευμένης αναζήτησης ενδέχεται να είναι, κατά το κοινώς λεγόμενον «φυσικά», δηλαδή η εμφάνισή τους να μην εξαρτάται από την καταβολή τιμήματος εκ μέρους των ιστοτόπων στους οποίους παραπέμπουν, ακόμη και αν οι εν λόγω ιστότοποι είναι εμπορικοί. Η σειρά παρουσίασης των φυσικών αποτελεσμάτων στις σελίδες αποτελεσμάτων επίσης δεν εξαρτάται από την καταβολή τιμήματος.

- 5 Στις σελίδες αποτελεσμάτων της Google, όπως και σε εκείνες άλλων μηχανών αναζήτησης, εμφανίζονται και αποτελέσματα τα οποία, αντιθέτως, συνδέονται με πληρωμές από τους ιστοτόπους στους οποίους παραπέμπουν. Τα αποτελέσματα αυτά, κοινώς καλούμενα ως «διαφημίσεις» (εν συντομία, στα αγγλικά: ads), έχουν επίσης σχέση με την αναζήτηση που πραγματοποιεί ο χρήστης και διακρίνονται από τα φυσικά αποτελέσματα γενικής αναζήτησης ή εξειδικευμένης αναζήτησης, παραδείγματος χάριν, μέσω ενδείξεων όπως «διαφήμιση» ή «επί πληρωμή». Εμφανίζονται είτε σε συγκεκριμένα πεδία των σελίδων αποτελεσμάτων είτε μεταξύ των λοιπών αποτελεσμάτων. Μπορεί να πρόκειται για αποτελέσματα εξειδικευμένης αναζήτησης και, στην πράξη, ορισμένες από τις υπηρεσίες εξειδικευμένης αναζήτησης της Google βασίζονται στη μέθοδο της συμπεριληψης έναντι πληρωμής. Η εμφάνισή τους συνδέεται με δεσμεύσεις πληρωμών τις οποίες αναλαμβάνουν οι διαφημιζόμενοι στο πλαίσιο δημοπρασιών. Σε ορισμένες περιπτώσεις εφαρμόζονται συμπληρωματικά κριτήρια επιλογής. Οι διαφημιζόμενοι καταβάλλουν στην Google αμοιβή κάθε φορά που ένας χρήστης ενεργοποιεί, κάνοντας κλικ, τον περιεχόμενο στη διαφήμισή τους υπερσύνδεσμο, ο οποίος παραπέμπει στον δικό τους ιστότοπο.
- 6 Οι σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google ενδέχεται να περιλαμβάνουν ή να έχουν περιλάβει όλα τα είδη αποτελεσμάτων για τα οποία έγινε λόγος στις σκέψεις 2 έως 5 ανωτέρω. Όπως εκτίθεται επίσης στη σκέψη 2 ανωτέρω, τα αποτελέσματα εξειδικευμένης αναζήτησης είναι επίσης δυνατόν, ανεξαρτήτως του αν είναι φυσικά ή αν πρόκειται για διαφημίσεις, να εμφανίζονται ξεχωριστά, είτε κατόπιν στοχευμένης αναζήτησης του χρήστη μέσω ειδικής σελίδας της μηχανής αναζήτησης της Google είτε κατόπιν της ενεργοποίησης υπερσυνδέσμων που περιέχονται σε ορισμένα πεδία των σελίδων με τα γενικά αποτελέσματα.
- 7 Και άλλες μηχανές αναζήτησης, πέραν αυτής της Google, όπως η Alta Vista, η Yahoo, η Bing ή η Qwant, παρέχουν ή έχουν παράσχει υπηρεσίες γενικής και εξειδικευμένης αναζήτησης. Εξάλλου, υπάρχουν και ειδικές μηχανές αναζήτησης για τη σύγκριση προϊόντων, όπως η Bestlist, η Nextag, η IdealPrice, η Twenga, η Kelkoo ή η Prix.net.
- 8 Η Google, σύμφωνα με τις εξηγήσεις τις οποίες έδωσε χωρίς να αμφισβητηθεί συναφώς, άρχισε να παρέχει στους χρήστες υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων το 2002, μετά από ή παράλληλα με άλλες μηχανές αναζήτησης, όπως είναι η Alta Vista, η Yahoo, η AskJeeves ή η America On Line (AOL). Οι ανωτέρω πρωτοβουλίες οφείλονταν στη διαπίστωση ότι οι μέθοδοι τις οποίες χρησιμοποιούσαν έως τότε οι μηχανές αναζήτησης δεν έδιναν απαραίτητως τα πιο συναφή αποτελέσματα επί εξειδικευμένων αναζητήσεων, όπως εκείνων που αφορούσαν την επικαιρότητα ή την αγορά προϊόντων. Κατόπιν τούτου, από τα τέλη του 2002, η Google ξεκίνησε να παρέχει αποτελέσματα σχετικά με τη σύγκριση προϊόντων (στο εξής: αποτελέσματα για προϊόντα) στις Ηνωμένες Πολιτείες και, εν συνεχεία, περίπου δύο έτη αργότερα, σε ορισμένες χώρες της Ευρώπης σταδιακά. Τα εν λόγω αποτελέσματα δεν ήταν εκείνα των συνήθων αλγορίθμων γενικής αναζήτησης της Google που εφαρμόζονται στις πληροφορίες οι οποίες προέρχονται από τους ιστοτόπους και, αρχικώς, εξάγονται με τη μέθοδο «crawling», μια δραστηριότητα αναζήτησης διαδικτυακού περιεχόμενου στην οποία επιδίδεται η Google με σκοπό την ευρετηρίαση, στη συνέχεια τοποθετούνται στο «index web» της και, τέλος, επιλέγονται με βάση το πόσο συναφείς είναι για να εμφανιστούν ως αποτελέσματα σε απάντηση της αναζήτησης του χρήστη, αλλά επρόκειτο για τα αποτελέσματα ειδικών αλγορίθμων εφαρμοζόμενων σε πληροφορίες που περιέχονται σε βάση δεδομένων η οποία τροφοδοτείται από τους ίδιους τους πωλητές και είναι γνωστή ως «ευρετήριο προϊόντων». Τα αποτελέσματα αυτά παρέχονταν αρχικώς μέσω ειδικής σελίδας αναζήτησης, η οποία ονομαζόταν Froogle και ήταν χωριστή από τη σελίδα γενικής αναζήτησης της μηχανής αναζήτησης, ενώ αργότερα, και συγκεκριμένα από το 2003 στις Ηνωμένες Πολιτείες και από το 2005 σε ορισμένες χώρες της Ευρώπης, παρέχονταν πλέον και από τη σελίδα γενικής αναζήτησης. Στην τελευταία αυτή περίπτωση, τα αποτελέσματα για

προϊόντα εμφανίζονταν ομαδοποιημένα στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων εντός του λεγόμενου Product OneBox (στο εξής: Product OneBox), κάτω από ή πλάι στις διαφημίσεις που εμφανίζονταν στην κορυφή ή στην άκρη της σελίδας, και πάνω από τα αποτελέσματα γενικής αναζήτησης, όπως δείχνει η ακόλουθη εικόνα την οποία προσκόμισε η Google, έχοντας προσθέσει και τις σχετικές λεζάντες:

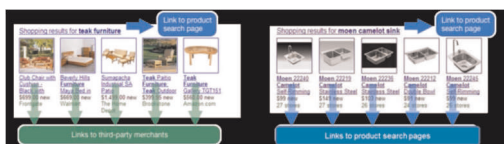


- 9 Ειδικότερα, όταν ένας χρήστης χρησιμοποιούσε τη σελίδα γενικής αναζήτησης για να υποβάλει το αίτημα αναζήτησής του για ένα προϊόν, τα αποτελέσματα της μηχανής αναζήτησης περιλάμβαναν τόσο εκείνα που προέκυπταν από την εξειδικευμένη αναζήτηση όσο και εκείνα που προέκυπταν από τη γενική αναζήτηση. Όταν ο χρήστης έκανε κλικ στον υπερσύνδεσμο ενός αποτελέσματος του Product OneBox, οδηγούνταν απευθείας στην κατάλληλη σελίδα του ιστοτόπου του πωλητή του αναζητούμενου προϊόντος, όπου είχε τη δυνατότητα να το αγοράσει. Εξάλλου, ένας διαφορετικός υπερσύνδεσμος ο οποίος περιεχόταν στο Product OneBox παρείχε τη δυνατότητα μετάβασης σε σελίδα αποτελεσμάτων της Froogle όπου εμφανιζόταν διευρυμένη επιλογή εξειδικευμένων αποτελεσμάτων για προϊόντα. Η Google εξηγεί ότι τα αποτελέσματα της Froogle ουδέποτε περιλαμβάνονταν στα αποτελέσματα γενικής αναζήτησης, ενώ τα αποτελέσματα άλλων μηχανών εξειδικευμένης αναζήτησης για τη σύγκριση προϊόντων ήταν δυνατόν να περιλαμβάνονται εκεί.
- 10 Η Google σημειώνει ότι, από το 2007, έχει αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο επεξεργάζεται τα αποτελέσματα για προϊόντα.
- 11 Στο πλαίσιο των αλλαγών, η Google αντικατέστησε την ονομασία Froogle με την ονομασία Product Search όσον αφορά τις εξειδικευμένες στη σύγκριση προϊόντων σελίδες αναζήτησης και αποτελεσμάτων της.

- 12 Όσον αφορά τα αποτελέσματα για προϊόντα που εμφανίζονται μέσω της σελίδας γενικής αναζήτησης στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων, η Google εμπλούτισε, καταρχάς, το περιεχόμενο του Product OneBox προσθέτοντας φωτογραφίες. Η Google προσκόμισε την ακόλουθη εικόνα σε σχέση με το πρώτο είδος προσθήκης φωτογραφιών:



- 13 Η Google διαφοροποίησε επίσης τα πιθανά αποτελέσματα της επιλογής του χρήστη να κάνει κλικ πάνω σε έναν υπερσύνδεσμο που εμφανιζόταν εκεί: αναλόγως της περίπτωσης, ο χρήστης είτε οδηγούνταν απευθείας, όπως και παλαιότερα, στην κατάλληλη σελίδα του ιστοτόπου του πωλητή του αναζητούμενου προϊόντος, μέσω της οποίας μπορούσε να το αγοράσει, είτε οδηγούνταν στην εξειδικευμένη σελίδα αποτελεσμάτων της Product Search για να ανακαλύψει περισσότερες προσφορές σε σχέση με το ίδιο προϊόν. Το Product Onebox μετονομάστηκε σταδιακά, στις διάφορες χώρες, σε Product Universal (στο εξής: Product Universal) (για παράδειγμα, στο Ηνωμένο Βασίλειο και στη Γερμανία μετονομάστηκε το 2008) και ταυτόχρονα γινόταν ολοένα και ελκυστικότερη. Η Google προσκόμισε την ακόλουθη εικόνα των δύο παραλλαγών του Product Universal, έχοντας προσθέσει και τις σχετικές λεζάντες:



- 14 Πέραν τούτου, η Google δημιούργησε έναν μηχανισμό, την επονομαζόμενη Universal Search, που μόλις εντόπιζε ότι γίνεται αναζήτηση με σκοπό την αγορά προϊόντος, εμφάνιζε τα προϊόντα του Product Onebox, εν συνεχεία δε του Product Universal, πάνω από τα αποτελέσματα γενικής αναζήτησης στη σελίδα γενικών αποτελεσμάτων.
- 15 Όσον αφορά τα επί πληρωμή αποτελέσματα για προϊόντα τα οποία εμφανίζονταν στις σελίδες αποτελεσμάτων της, η Google εγκαινίασε, από τον Σεπτέμβριο του 2010 στην Ευρώπη, έναν μορφότυπο πιο εμπλουτισμένο από τον μέχρι τότε εμφανιζόμενο μορφότυπο των διαφημίσεων που αποτελούνταν αποκλειστικώς από κείμενο διαφημίσεων (text ads στα αγγλικά, στο εξής: διαφημίσεις με κείμενο). Κατ' επιλογήν του διαφημιζομένου, ο χρήστης είχε τη δυνατότητα, κάνοντας κλικ στο κείμενο, να μεγεθύνει τις περιεχόμενες στην αρχική διαφήμιση με κείμενο φωτογραφίες των αναζητούμενων προϊόντων, καθώς και τις αντίστοιχες τιμές που προτείνονταν από τον διαφημιζόμενο. Η Google προσκόμισε μια εικόνα τέτοιας εμπλουτισμένης διαφήμισης με κείμενο, έχοντας προσθέσει και τις σχετικές λεζάντες:

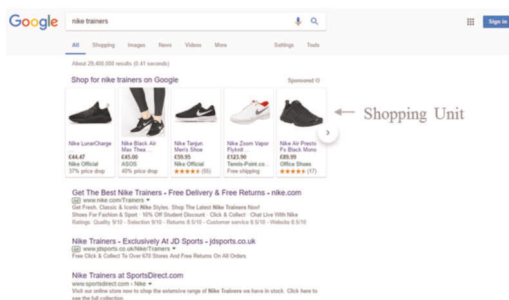


- 16 Από τον Νοέμβριο του 2011 στην Ευρώπη, η Google εξέλιξε αυτόν τον μηχανισμό μεγέθυνσης των διαφημίσεων με κείμενο, μέσω της απευθείας εμφάνισης, στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της, ομάδων διαφημίσεων περισσότερων διαφημιζομένων με φωτογραφίες και τιμές, τις οποίες ονόμασε «καταλόγους διαφημίσεων για προϊόντα» ή «διαφημίσεις για προϊόντα» (στο εξής: διαφημίσεις για προϊόντα) και τις οποίες εμφάνιζε είτε στα δεξιά είτε στο πάνω μέρος της σελίδας

αποτελεσμάτων. Κάνοντας κλικ σε οποιαδήποτε διαφήμιση περιλαμβανόταν στην ομάδα, ο χρήστης οδηγούνταν στον ιστότοπο του διαφημιζομένου. Η Google προσκομίζει την ακόλουθη εικόνα ως παράδειγμα διαφήμισης για προϊόντα:

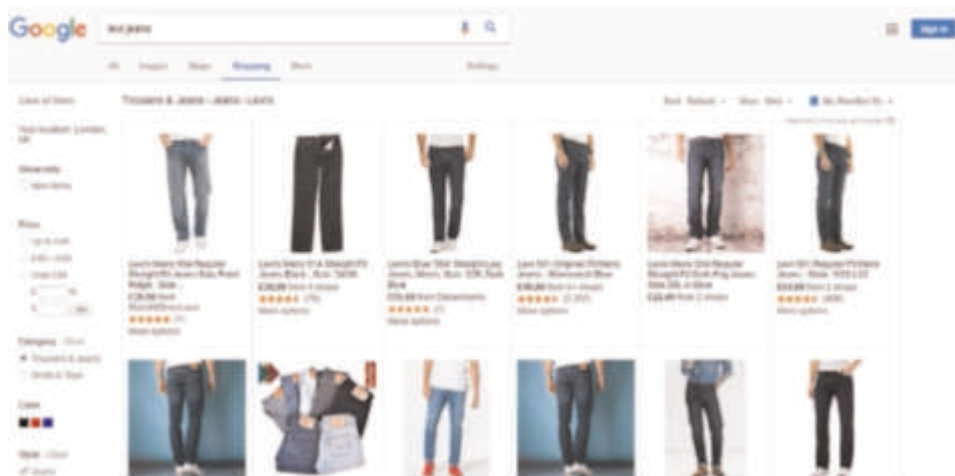


- 17 Στη συνέχεια, η Google σταμάτησε να εμφανίζει συγχρόνως, στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της, ομαδοποιημένα φυσικά αποτελέσματα για προϊόντα επί εξειδικευμένης αναζήτησης (Product Universal), ομαδοποιημένες διαφημίσεις για προϊόντα (product ads), διαφημίσεις με κείμενο (text ads), εμπλουτισμένες ή μη, καθώς και αποτελέσματα γενικής αναζήτησης, εκτιμώντας ότι η διατήρηση της ανωτέρω κατάστασης δεν ήταν επιθυμητή. Επιπλέον, το 2013, η Google κατήργησε τη χρήση του Product Universal και των διευρυμένων διαφημίσεων με κείμενο στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της στην Ευρώπη. Ως εκ τούτου, στις εν λόγω σελίδες εμφανίζονταν πλέον αποκλειστικώς ομαδοποιημένες διαφημίσεις για προϊόντα, οι οποίες μετονομάστηκαν σε «Shopping Commercial Units» ή «Shopping Units» (στο εξής: Shopping Units), διαφημίσεις με κείμενο και αποτελέσματα γενικής αναζήτησης. Η Google προσκόμισε την ακόλουθη εικόνα μιας Shopping Unit εμφανιζόμενης πάνω από τις διαφημίσεις με κείμενο και από ένα αποτέλεσμα γενικής αναζήτησης, έχοντας προσθέσει και τη σχετική λεζάντα:



- 18 Επομένως, ο χρήστης ο οποίος έκανε κλικ σε διαφήμιση που περιεχόταν σε Shopping Unit οδηγούνταν πάντοτε στον ιστότοπο πώλησης του διαφημιζομένου. Από τη σελίδα γενικών αποτελεσμάτων μπορούσε να φθάσει στην εξειδικευμένη στη σύγκριση προϊόντων σελίδα αναζήτησης και αποτελεσμάτων της Google, όπου περιείχονταν περισσότερες διαφημίσεις, μόνον εάν έκανε κλικ σε έναν ειδικό υπερσύνδεσμο εμφανιζόμενο πάνω από τη Shopping Unit ή σε έναν υπερσύνδεσμο προσβάσιμο μέσω του γενικού καταλόγου πλοήγησης (καρτέλα «Shopping»).
- 19 Η Google διευκρινίζει ότι οι διαφημίσεις που εμφανίζονταν στη Shopping Unit επιλέγονταν όχι μόνο με βάση τον προαναφερθέντα στη σκέψη 5 μηχανισμό δημοπρασίας, αλλά και με κριτήρια παρεμφερή με εκείνα που εφαρμόζε για να παράσχει τα φυσικά αποτελέσματά της για προϊόντα, για τα οποία έγινε λόγος στη σκέψη 8 ανωτέρω. Ισχυρίζεται, χωρίς να αντικρουστεί επ' αυτού, ότι η επιλογή μπορούσε ενδεχομένως να οδηγήσει στο να εμφανιστούν στη σελίδα γενικών αποτελεσμάτων οι διαφημίσεις με κείμενο πάνω από τη Shopping Unit ή το αντίστροφο, ή ακόμη στο να μην εμφανιστεί καθόλου η Shopping Unit αν δεν υπήρχαν αρκετές διαφημίσεις υψηλής ποιότητας.

- 20 Παράλληλα με την κατάργηση του Product Universal και την εξαφάνισή του από τη σελίδα γενικών αποτελεσμάτων της, η Google σταμάτησε επίσης να εμφανίζει φυσικά αποτελέσματα για προϊόντα στην εξειδικευμένη σελίδα αποτελεσμάτων της Product Search, η οποία εξελίχθηκε σε σελίδα με αποκλειστικώς διαφημιστικό περιεχόμενο και με την ονομασία Google Shopping. Η Google προσκόμισε την ακόλουθη εικόνα μιας σελίδας Google Shopping:



B. Διοικητική διαδικασία

- 21 Η υπό κρίση υπόθεση ανέκυψε κατόπιν πολλών καταγγελιών τις οποίες υπέβαλαν στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή, από τον Νοέμβριο του 2009, επιχειρήσεις, ενώσεις επιχειρήσεων και ενώσεις καταναλωτών, καθώς και κατόπιν υποθέσεων που παραπέμφθηκαν στην Επιτροπή από εθνικές αρχές ανταγωνισμού [ιδίως δε από την Bundeskartellamt (ομοσπονδιακή υπηρεσία ελέγχου συμπράξεων, Γερμανία)].
- 22 Στις 30 Νοεμβρίου 2010, η Επιτροπή κίνησε εις βάρος της Google διαδικασία βάσει του άρθρου 2, παράγραφος 1, του κανονισμού (ΕΚ) 773/2004 της Επιτροπής, της 7ης Απριλίου 2004, σχετικά με τη διεξαγωγή από την Επιτροπή των διαδικασιών δυνάμει των άρθρων [101] και [102 ΣΛΕΕ] (ΕΕ 2004, L 123, σ. 18).
- 23 Στις 13 Μαρτίου 2013, η Επιτροπή κατέληξε σε προκαταρκτική εκτίμηση δυνάμει του άρθρου 9 του κανονισμού (ΕΚ) 1/2003 του Συμβουλίου, της 16ης Δεκεμβρίου 2002, για την εφαρμογή των κανόνων ανταγωνισμού που προβλέπονται στα άρθρα [101] και [102 ΣΛΕΕ] (ΕΕ 2003, L 1, σ. 1), ενόψει της ενδεχόμενης αποδοχής δεσμεύσεων της Google που να κάμπτουν τις αντιρρήσεις της. Στην προκαταρκτική εκτίμησή της, η Επιτροπή έκρινε, μεταξύ άλλων, ότι η ευνοϊκή μεταχείριση, εντός των σελίδων γενικών αποτελεσμάτων της Google, υπερσυνδέσμων που παρέπεμπαν προς τις δικές της υπηρεσίες εξειδικευμένης αναζήτησης έναντι των υπερσυνδέσμων που παρέπεμπαν προς ανταγωνιστικές υπηρεσίες εξειδικευμένης αναζήτησης συνιστούσε, πιθανώς, παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και του άρθρου 54 της Συμφωνίας για τον Ευρωπαϊκό Οικονομικό Χώρο (ΕΟΧ).
- 24 Επισημαίνοντας ότι δεν συμεριζόταν τη νομική ανάλυση που περιεχόταν στην προκαταρκτική εκτίμηση και αμφισβητώντας τη θέση ότι οι περιγραφείσες από την Επιτροπή πρακτικές συνιστούσαν παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, η Google υπέβαλε τρία πακέτα δεσμεύσεων, το πρώτο εξ αυτών στις 3 Απριλίου 2013, το δεύτερο στις 21 Οκτωβρίου 2013 και το τρίτο στις 31 Ιανουαρίου 2014.

- 25 Μεταξύ της 27ης Μαΐου 2014 και της 11ης Αυγούστου 2014, η Επιτροπή απέστειλε, βάσει του άρθρου 7, παράγραφος 1, του κανονισμού 773/2004, επιστολές στους καταγγέλλοντες που είχαν υποβάλει καταγγελία πριν από τις 27 Μαΐου 2014, ενημερώνοντάς τους για την πρόθεσή της να απορρίψει τις καταγγελίες τους. Οι επιστολές εξέθεταν την προσωρινή εκτίμηση της Επιτροπής ότι το τρίτο πακέτο δεσμεύσεων το οποίο υπέβαλε η Google μπορούσε να κάμψει τις σχετικές με τον ανταγωνισμό αντιρρήσεις οι οποίες είχαν διατυπωθεί στην προκαταρκτική εκτίμηση.
- 26 Δεκαεννέα καταγγέλλοντες υπέβαλαν παρατηρήσεις σε απάντηση των επιστολών της Επιτροπής. Αφού εξέτασε τις παρατηρήσεις, η Επιτροπή ενημέρωσε την Google, στις 4 Σεπτεμβρίου 2014, ότι δεν ήταν εν τέλει σε θέση να εκδώσει απόφαση περί αποδοχής των δεσμεύσεων δυνάμει του άρθρου 9 του κανονισμού 1/2003.
- 27 Στις 15 Απριλίου 2015, η Επιτροπή επανήλθε στη διαδικασία του άρθρου 7, παράγραφος 1, του κανονισμού 1/2003 για τη διαπίστωση παράβασης, εκδίδοντας και απευθύνοντας στην Google ανακοίνωση αιτιάσεων με την οποία κατέληγε στο προσωρινό συμπέρασμα ότι οι επίδικες πρακτικές συνιστούσαν κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης και, ως εκ τούτου, παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ.
- 28 Στις 27 Απριλίου 2015, η Επιτροπή παρέσχε στην Google πρόσβαση στον φάκελο.
- 29 Μεταξύ Ιουνίου και Σεπτεμβρίου 2015, η Επιτροπή απέστειλε μη εμπιστευτικό κείμενο της ανακοίνωσης αιτιάσεων σε είκοσι τέσσερις καταγγέλλοντες και σε δέκα ενδιαφερόμενα μέρη. Παρατηρήσεις υπέβαλαν συνολικά είκοσι καταγγέλλοντες και επτά ενδιαφερόμενα μέρη.
- 30 Η Google απάντησε στην ανακοίνωση αιτιάσεων στις 27 Αυγούστου 2015.
- 31 Μεταξύ Οκτωβρίου και Νοεμβρίου 2015, η Επιτροπή απέστειλε μη εμπιστευτικό κείμενο της απάντησης προς την ανακοίνωση αιτιάσεων σε είκοσι τρεις καταγγέλλοντες και σε εννέα ενδιαφερόμενα μέρη. Παρατηρήσεις υπέβαλαν συνολικά δεκατέσσερις καταγγέλλοντες και επτά ενδιαφερόμενα μέρη.
- 32 Στις 14 Ιουλίου 2016, η Επιτροπή εξέδωσε συμπληρωματική ανακοίνωση αιτιάσεων.
- 33 Στις 27 Ιουλίου 2016, η Επιτροπή παρέσχε στην Google εκ νέου πρόσβαση στον φάκελο.
- 34 Μεταξύ Σεπτεμβρίου και Οκτωβρίου 2016, η Επιτροπή απέστειλε μη εμπιστευτικό κείμενο της ανακοίνωσης αιτιάσεων σε είκοσι καταγγέλλοντες και σε έξι ενδιαφερόμενα μέρη. Εννέα καταγγέλλοντες και τρία ενδιαφερόμενα μέρη υπέβαλαν παρατηρήσεις επί της συμπληρωματικής ανακοίνωσης αιτιάσεων.
- 35 Στις 3 Νοεμβρίου 2016, η Google απάντησε στη συμπληρωματική ανακοίνωση αιτιάσεων.
- 36 Στις 28 Φεβρουαρίου 2017, η Επιτροπή απέστειλε «έκθεση πραγματικών περιστατικών» στην Google, εφιστώντας την προσοχή της σε αποδεικτικά στοιχεία τα οποία δεν μνημονεύονταν μεν ρητώς στην ανακοίνωση αιτιάσεων και στη συμπληρωματική ανακοίνωση αιτιάσεων, πλην όμως, κατόπιν ανάλυσης του φακέλου, μπορούσαν ενδεχομένως να είναι κρίσιμα για την τεκμηρίωση του προκαταρκτικού συμπεράσματος που είχε συναχθεί με τις προαναφερθείσες πράξεις.
- 37 Την 1η Μαρτίου 2017, η Επιτροπή παρέσχε στην Google εκ νέου πρόσβαση στον φάκελο.

- 38 Στις 18 Απριλίου 2017, η Google απάντησε στην «έκθεση πραγματικών περιστατικών».
- 39 Στις 27 Ιουνίου 2017, η Επιτροπή εξέδωσε την απόφαση C(2017) 4444 τελικό σχετικά με διαδικασία βάσει του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και του άρθρου 54 της Συμφωνίας για τον ΕΟΧ [υπόθεση AT.39740 – Google Search (Shopping)] (στο εξής: προσβαλλόμενη απόφαση).

Γ. Προσβαλλόμενη απόφαση

- 40 Στην προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή, αφού παρέθεσε τα στάδια της διαδικασίας που οδήγησε στην έκδοση της απόφασης και απέρριψε τις αιτιάσεις της Google όσον αφορά τη διεξαγωγή της, προσδιόρισε καταρχάς τις σχετικές αγορές, κατά την έννοια των κανόνων περι ανταγωνισμού.
- 41 Η Επιτροπή υπενθύμισε ότι, όταν διερευνά αν μια επιχείρηση κατέχει δεσπόζουσα θέση σε μία αγορά, πρέπει να λαμβάνει υπόψη, για τον προσδιορισμό της σχετικής αγοράς ή των σχετικών αγορών, όχι μόνον τα χαρακτηριστικά των επίμαχων προϊόντων ή υπηρεσιών, αλλά και τη διάρθρωση της προσφοράς και της ζήτησης. Υπογράμμισε ότι το ζήτημα αν, στο πλαίσιο αυτό, τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες διέφεραν έπρεπε να εκτιμηθεί υπό το πρίσμα της ζήτησης του καταναλωτή.
- 42 Η Επιτροπή έκρινε ότι οι σχετικές αγορές προϊόντων ήταν, αφενός, η αγορά των υπηρεσιών γενικής αναζήτησης στο διαδίκτυο και, αφετέρου, η αγορά των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων στο διαδίκτυο.
- 43 Πρώτον, όσον αφορά την αγορά των υπηρεσιών γενικής αναζήτησης στο διαδίκτυο, η Επιτροπή επισήμανε ότι η δραστηριότητα που συνίσταται στην παροχή τέτοιας υπηρεσίας είναι οικονομική, διότι, μολονότι οι χρήστες χρησιμοποιούν την υπηρεσία δωρεάν, αποδέχονται ότι ο φορέας εκμετάλλευσης της μηχανής αναζήτησης συλλέγει δεδομένα που τους αφορούν, από τα οποία μπορεί στη συνέχεια να αποκομίσει οικονομικό όφελος, ιδίως δε μέσω των διαφημιζομένων που επιθυμούν να προβάλλουν διαφημίσεις στις σελίδες αποτελεσμάτων. Γενικώς, στις πλατφόρμες «δύο όψεων», η δωρεάν παροχή της μίας όψης στο ένα είδος χρηστών (εν προκειμένω, στους χρήστες) συμβάλλει, εφόσον η πλατφόρμα λειτουργεί ομαλά, στην ενίσχυση της ζήτησης για την άλλη όψη, για την οποία το άλλο είδος χρηστών (εν προκειμένω, ο διαφημιζόμενος που επιθυμεί να προσεγγίσει όσο το δυνατόν περισσότερους χρήστες) καταβάλλει αντίτιμο. Στο μέτρο αυτό, οι διάφορες υπηρεσίες γενικής αναζήτησης στο διαδίκτυο τελούν σε σχέση ανταγωνισμού προκειμένου να προσελκύσουν, μέσω της ποιότητας της μηχανής αναζήτησής τους, τόσο χρήστες όσο και διαφημιζόμενους.
- 44 Περαιτέρω, η Επιτροπή εκτίμησε ότι, από πλευράς ζήτησης των χρηστών, υφίσταται περιορισμένη δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ των υπηρεσιών γενικής αναζήτησης και των λοιπών υπηρεσιών που παρέχονται μέσω του διαδικτύου.
- 45 Ειδικότερα, κατά την Επιτροπή, υφίσταται περιορισμένη δυνατότητα να υποκαταστήσουν οι υπηρεσίες εξειδικευμένης αναζήτησης τις υπηρεσίες γενικής αναζήτησης, διότι καθεμία από τις υπηρεσίες εξειδικευμένης αναζήτησης καλύπτει μόνον το αντίστοιχο εξειδικευμένο πεδίο. Επιπλέον, στις περισσότερες περιπτώσεις, οι υπηρεσίες εξειδικευμένης αναζήτησης παραπέμπουν μόνον σε εμπορικές προσφορές, ενώ οι υπηρεσίες γενικής αναζήτησης παραπέμπουν σε κάθε είδους διαδικτυακή υπηρεσία. Ο τρόπος με τον οποίο παρέχονται τα αποτελέσματα των διαφόρων υπηρεσιών αναζήτησης είναι επίσης διαφορετικός, έστω και μόνον από πλευράς της σύστασης των βάσεων δεδομένων από τις οποίες αντλούν. Τα οικονομικά

μοντέλα τους επίσης διαφέρουν, δεδομένου ότι οι υπηρεσίες γενικής αναζήτησης χρηματοδοτούνται αποκλειστικώς από το τίμημα που καταβάλλεται για την εμφάνιση διαφημίσεων στις σελίδες αποτελεσμάτων, ενώ οι υπηρεσίες εξειδικευμένης αναζήτησης χρηματοδοτούνται και από τις πληρωμές των επιχειρήσεων των οποίων οι ιστότοποι εμφανίζονται στα αποτελέσματα αναζήτησης κάθε φορά που οι χρήστες επιλέγουν το εμφανιζόμενο αποτέλεσμα (πληρωμές ανά κλικ ή επακόλουθες συναλλαγές). Συγκεκριμένα παραδείγματα, ιδίως δε αυτό της Google, επιβεβαιώνουν τις ανωτέρω διαφορές. Κατά την άποψη της Επιτροπής, είναι ενδεικτικό ότι πολλές επιχειρήσεις που παρέχουν υπηρεσίες εξειδικευμένης αναζήτησης, όπως η Shorzilla (υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων) ή η Kayak (υπηρεσία σύγκρισης τιμών ταξιδιού), δεν παρέχουν υπηρεσίες γενικής αναζήτησης. Η ίδια η Google διακρίνει σαφώς τα δύο είδη υπηρεσιών αναζήτησης και έχει στη διάθεσή της, σε μόνιμη βάση, σελίδες εξειδικευμένης αναζήτησης και σελίδες εξειδικευμένων αποτελεσμάτων για τις υπηρεσίες της εξειδικευμένης αναζήτησης. Οι αναλυτές του τομέα διακρίνουν επίσης τα δύο είδη υπηρεσιών. Η Επιτροπή υπογραμμίζει την ύπαρξη και άλλων διαφοροποιήσεων όσον αφορά τις λειτουργίες ή τη χρήση των δύο ειδών υπηρεσιών, έστω και αν συμβαίνει ενίοτε αμφότερες οι υπηρεσίες να παρέχουν αποτελέσματα επί της αυτής αναζήτησης.

- 46 Όσον αφορά τη δυνατότητα υποκατάστασης από την πλευρά της προσφοράς, η Επιτροπή σημείωσε επιπροσθέτως ότι υφίσταται περιορισμένη δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ των υπηρεσιών γενικής αναζήτησης και των λοιπών υπηρεσιών που παρέχονται μέσω του διαδικτύου. Ειδικότερα, η Επιτροπή στηρίχθηκε στην ύπαρξη φραγμών για την είσοδο παρόχων άλλων διαδικτυακών υπηρεσιών στις υπηρεσίες γενικής αναζήτησης για να καταδείξει ότι οι πάροχοι άλλων διαδικτυακών υπηρεσιών δύσκολα θα μπορούσαν να ανταγωνιστούν τους παρόχους υπηρεσιών γενικής αναζήτησης σε σύντομο χρόνο και δίχως να υποβληθούν σε σημαντικό κόστος ή να αναλάβουν σοβαρούς κινδύνους.
- 47 Κατ' ουσίαν, κατά την Επιτροπή, ένας πάροχος διαδικτυακών υπηρεσιών ο οποίος επιθυμεί να παράσχει νέα υπηρεσία γενικής αναζήτησης πρέπει να πραγματοποιήσει πολύ σημαντικές επενδύσεις. Πολλές μεγάλες επιχειρήσεις παροχής διαδικτυακών υπηρεσιών υπογράμμισαν την ύπαρξη σοβαρών φραγμών εισόδου στη σχετική αγορά. Προκειμένου μια υπηρεσία γενικής αναζήτησης να λειτουργεί με τρόπο ομαλό και βιώσιμο, θα πρέπει να λαμβάνει σημαντικό αριθμό αιτημάτων αναζήτησης. Δεδομένου ότι η ποιότητα των αποτελεσμάτων επί των αιτημάτων αναζήτησης των χρηστών έχει αναβαθμιστεί σε σημαντικό βαθμό, σήμερα δεν είναι πλέον πιθανή μια μεταβολή των θέσεων στην αγορά, όπως αυτή που παρατηρήθηκε στο παρελθόν, όταν η Google κατέλαβε την ηγετική θέση που κατείχαν οι προγενέστερες μηχανές αναζήτησης Alta Vista και Lycos. Η εμφάνιση διαφημίσεων στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων ευνοεί επίσης τον ηγέτη της αγοράς που προσελκύει περισσότερους διαφημιζομένους, λαμβανομένου υπόψη του αριθμού των χρηστών που χρησιμοποιούν την υπηρεσία γενικής αναζήτησης την οποία παρέχει. Τούτο καθιστά ακόμη δυσχερέστερη την ανάδυση νέων επιχειρήσεων, ενώ από το 2007 παρατηρήθηκε, αντιθέτως, ότι ορισμένες επιχειρήσεις αποσύρονταν ή περιορίζονταν σε μία εθνική αγορά ή σε μία γλωσσική ζώνη. Μόνον η Microsoft μπόρεσε να αναπτύξει σημαντικά την εν λόγω δραστηριότητα με τη μηχανή αναζήτησης Bing, η οποία, ωστόσο, δεν κατέχει σε καμία χώρα του ΕΟΧ πάνω από το 10 % των μεριδίων αγοράς.
- 48 Περαιτέρω, η Επιτροπή έκρινε ότι οι υπηρεσίες γενικής αναζήτησης στο διαδίκτυο δεν πρέπει να διακρίνονται ανάλογα με το αν οι χρήστες τις χρησιμοποιούν μέσω υπολογιστών ή άλλων συσκευών, όπως μέσω των tablet ή των έξυπνων τηλεφώνων. Ως εκ τούτου, κατέληξε στο συμπέρασμα ότι υφίσταται αγορά προϊόντων για τις υπηρεσίες γενικής αναζήτησης στο διαδίκτυο.

- 49 Δεύτερον, όσον αφορά την αγορά των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων στο διαδίκτυο, η Επιτροπή αιτιολόγησε την ύπαρξη τέτοιας αγοράς με τον ακόλουθο τρόπο. Οι υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων διακρίνονται από τις λοιπές υπηρεσίες εξειδικευμένης αναζήτησης στο διαδίκτυο. Από άποψη ζήτησης, κάθε υπηρεσία εξειδικευμένης αναζήτησης ανταποκρίνεται σε αναζητήσεις που επικεντρώνονται σε ένα εξειδικευμένο θέμα και παρέχει αποτελέσματα μόνον επί του συγκεκριμένου θέματος, με αποτέλεσμα οι διάφορες υπηρεσίες εξειδικευμένης αναζήτησης να μην μπορούν να υποκαταστήσουν εύκολα η μία την άλλη. Από άποψη προσφοράς, τα κριτήρια επιλογής των αποτελεσμάτων, το περιεχόμενο των βάσεων δεδομένων, η φύση και ο τομέας δραστηριοποίησης των διαχειριστών ιστοτόπων στους οποίους είναι δυνατόν να παραπέμψει μια υπηρεσία εξειδικευμένης αναζήτησης και οι συμβατικές σχέσεις με τους ανωτέρω διαχειριστές διαφέρουν σε τόσο μεγάλο βαθμό ανάλογα με το είδος της εξειδικευμένης αναζήτησης ώστε ο πάροχος υπηρεσίας εξειδικευμένης αναζήτησης δύσκολα θα μπορούσε να προσφέρει, σε σύντομο χρόνο και δίχως να υποβληθεί σε σημαντικά πρόσθετα έξοδα, υπηρεσία εξειδικευμένης αναζήτησης άλλου είδους και, επομένως, να είναι ανταγωνιστικός και σε αυτήν. Επομένως, ούτε από άποψη προσφοράς υφίσταται δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ των διαφόρων ειδών υπηρεσιών εξειδικευμένης αναζήτησης.
- 50 Για διαφόρους λόγους, οι υπηρεσίες εμφάνισης γενικών διαφημίσεων στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων (οι οποίες αναφέρονται στην προσβαλλόμενη απόφαση ως online search advertising platforms) δύσκολα μπορούν να υποκαταστήσουν τις υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων. Ως προς το ζήτημα αυτό, η Επιτροπή επικατέστηκε κατ' ουσίαν λόγους που αφορούν τον τρόπο ανάπτυξης και λειτουργίας των δύο ειδών υπηρεσιών, ιδίως δε το γεγονός ότι, στο πλαίσιο του πρώτου είδους υπηρεσιών, ο χρήστης δεν αναζητεί ειδικώς τις διαφημίσεις, ενώ ανατρέχει επί τούτω στο εργαλείο σύγκρισης προϊόντων για να λάβει τα σχετικά αποτελέσματα.
- 51 Ούτε οι υπηρεσίες των απευθείας διαδικτυακών πωλητών μπορούν να υποκαταστήσουν εύκολα τις υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων. Επ' αυτού, η Επιτροπή υπογράμμισε κατ' ουσίαν ότι οι απευθείας πωλητές επικεντρώνονται στα προϊόντα ή στις υπηρεσίες που οι ίδιοι πρέπει να πωλήσουν ή να παράσχουν και ότι το γεγονός ότι ο χρήστης μπορεί να προβεί σε αγορές από τους εν λόγω πωλητές χωρίς να περάσει από το στάδιο της αναζήτησης μέσω υπηρεσίας σύγκρισης προϊόντων δεν σημαίνει ότι υφίσταται δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ των δύο ειδών υπηρεσιών, οι οποίες είναι πολύ διαφορετικές.
- 52 Οι υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων δεν είναι δυνατόν να υποκατασταθούν εύκολα ούτε από τις υπηρεσίες τις οποίες παρέχουν οι διαδικτυακές πλατφόρμες πωλήσεων, που είναι γνωστές ως «εμπορικές πλατφόρμες». Η δε Επιτροπή, απαντώντας ειδικότερα σε διάφορα επιχειρήματα της Google περί του αντιθέτου, παρουσίασε εμπειριστατωμένη ανάλυση όσον αφορά τα σημεία ως προς τα οποία εκτιμούσε ότι τα δύο είδη υπηρεσιών διέφεραν, και δη σε σχέση με το ότι τα δύο είδη υπηρεσιών ανταποκρίνονταν, κατά την άποψή της, σε διαφορετικές ανάγκες των χρηστών και των διαδικτυακών πωλητών, μεταξύ άλλων επειδή, σε αντίθεση με τις διαδικτυακές πλατφόρμες, οι υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων δεν πωλούσαν προϊόντα και, κατά συνέπεια, δεν αναλάμβαναν την εκπλήρωση διαφόρων παροχών ή υποχρεώσεων που συνδέονται με την πώληση.
- 53 Όσον αφορά τη γεωγραφική διάσταση των επίμαχων αγορών, η Επιτροπή κατέληξε στο συμπέρασμα ότι τόσο οι αγορές γενικής αναζήτησης όσο και οι αγορές εξειδικευμένης αναζήτησης για τη σύγκριση προϊόντων ήταν εθνικής εμβέλειας. Μολονότι οι ιστοτόποι είναι προσβάσιμοι από οποιαδήποτε τοποθεσία, το συμπέρασμα αυτό, το οποίο εξάλλου δεν αμφισβητείται από την Google, στηρίχθηκε σε παράγοντες, ιδίως γλωσσικής φύσης, σχετικούς με την εθνική στεγανοποίηση και την ύπαρξη «εθνικών» μηχανών αναζήτησης.

- 54 Στη συνέχεια, η Επιτροπή ανέφερε ότι η Google κατέχει από το 2008 δεσπόζουσα θέση στην αγορά γενικής αναζήτησης σε όλες τις χώρες του ΕΟΧ, με εξαίρεση την Τσεχική Δημοκρατία όπου κατέχει δεσπόζουσα θέση από το 2011. Η Επιτροπή στήριξε το συμπέρασμά της σε διάφορους παράγοντες. Τόνισε ότι, όπως έχει παρατηρηθεί σε διάφορες μελέτες, η Google είχε πολύ υψηλά και σταθερά μερίδια τα οποία ανέρχονταν σχεδόν πάντοτε σε ποσοστό υψηλότερο του 80 % ήδη από το 2008, με εξαίρεση την Τσεχική Δημοκρατία όπου η Google κατέλαβε εντούτοις αδιαμφισβήτητα την ηγετική θέση από τον Ιανουάριο του 2011, με μερίδιο αγοράς που υπερβαίνει το 70 %. Η Επιτροπή υπογράμμισε επίσης ότι οι ανταγωνιστές της Google, όπως η Bing ή η Yahoo, κατείχαν πολύ χαμηλά μερίδια αγοράς. Επανέλαβε τις εκτιμήσεις σχετικά με τους φραγμούς εισόδου στην αγορά, τις οποίες είχε εκθέσει στην ανάλυσή της όσον αφορά τον ορισμό της αγοράς και τόνισε επίσης ότι λίγοι χρήστες χρησιμοποιούσαν περισσότερες μηχανές γενικής αναζήτησης, ότι η Google έχαιρε μεγάλης φήμης και ότι οι χρήστες, οι οποίοι ενεργούν αυτόνομα, δεν συνιστούσαν αντισταθμιστική αγοραστική δύναμη. Απέρριψε τα επιχειρήματα της Google ότι η δωρεάν παροχή υπηρεσιών στους χρήστες μεταβάλλει την κατάσταση και επισήμανε ότι η Google κατείχε δεσπόζουσα θέση όσον αφορά τις αναζητήσεις που πραγματοποιούνται τόσο από επιτραπέζιους υπολογιστές όσο και από κινητές συσκευές.
- 55 Ακολούθως, η Επιτροπή έκρινε ότι η Google είχε καταχραστεί σε διάφορα χρονικά σημεία, αρχής γενομένης από τον Ιανουάριο του 2008, τη δεσπόζουσα θέση που κατείχε σε δεκατρείς εθνικές αγορές γενικής αναζήτησης εντός του ΕΟΧ, μειώνοντας την κίνηση από τις δικές της σελίδες γενικών αποτελεσμάτων προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και αυξάνοντας την κίνηση προς το δικό της εργαλείο σύγκρισης, όπερ ήταν δυνατόν ή πιθανόν να επιφέρει αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα στις δεκατρείς αντίστοιχες εθνικές αγορές εξειδικευμένης αναζήτησης για τη σύγκριση προϊόντων, αλλά και στις αντίστοιχες αγορές γενικής αναζήτησης. Οι επίμαχες χώρες είναι το Βέλγιο, η Τσεχική Δημοκρατία, η Δανία, η Γερμανία, η Ισπανία, η Γαλλία, η Ιταλία, οι Κάτω Χώρες, η Αυστρία, η Πολωνία, η Σουηδία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Νορβηγία.
- 56 Η Επιτροπή περιέγραψε κατ' αυτόν τον τρόπο την κατάχρηση την οποία προσήψε στην Google. Όσον αφορά τις αρχές, η Επιτροπή εξέθεσε ότι οι απαγορεύσεις του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και του άρθρου 54 της Συμφωνίας για τον ΕΟΧ αφορούν όχι μόνον τη συμπεριφορά επιχείρησης που προτίθεται να ενισχύσει τη θέση της στην αγορά στην οποία ήδη κατέχει δεσπόζουσα θέση, αλλά και τη συμπεριφορά επιχείρησης η οποία κατέχει δεσπόζουσα θέση σε δεδομένη αγορά και σχεδιάζει να την επεκτείνει σε παραπλήσια αγορά νοθεύοντας τον ανταγωνισμό. Η Επιτροπή υπενθύμισε ότι η κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης απαγορεύεται όποια και αν είναι τα μέσα ή οι διαδικασίες που χρησιμοποιούνται συναφώς και ανεξαρτήτως οποιασδήποτε υπαιτιότητας και ότι η ενδιαφερόμενη επιχείρηση μπορεί, πάντως, να επικαλεστεί δικαιολογητικό λόγο, τεκμηριώνοντας ότι η συμπεριφορά της είναι αντικειμενικώς αναγκαία ή ότι το επακόλουθο αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά μπορεί να αντισταθμιστεί από αύξηση της αποτελεσματικότητας η οποία ωφελεί επίσης τον καταναλωτή.
- 57 Στο τμήμα 7.2 της προσβαλλόμενης απόφασης η Επιτροπή επισήμανε ότι η διαπιστωθείσα εν προκειμένω κατάχρηση συνίστατο στο ότι, στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google, η εταιρία τοποθετούσε σε ευνοϊκότερη θέση και παρουσίαζε με ευνοϊκότερο τρόπο το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων σε σχέση με τα ανταγωνιστικά.
- 58 Για να καταδείξει για ποιον λόγο οι πρακτικές αυτές ήταν καταχρηστικές και δεν συμβιβάζονταν με τους κανόνες του υγιούς ανταγωνισμού, η Επιτροπή περιέγραψε, πρώτον, στο τμήμα 7.2.1 της προσβαλλόμενης απόφασης, τον τρόπο με τον οποίο η Google τοποθετούσε σε ευνοϊκότερη θέση και παρουσίαζε με ευνοϊκότερο τρόπο το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων σε σχέση με τα

ανταγωνιστικά. Η Επιτροπή εξέτασε καταρχάς πώς τοποθετούνταν και παρουσιάζονταν τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων μεταξύ των γενικών αποτελεσμάτων της Google, προτού εξετάσει στη συνέχεια πώς η Google τοποθετούσε και παρουσίαζε το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της.

- 59 Όσον αφορά, αφενός, τον τρόπο τοποθέτησης των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, η Επιτροπή παρατήρησε ότι αυτά εμφανίζονταν μεταξύ των γενικών αποτελεσμάτων, υπό τη μορφή υπερσυνδέσμων οι οποίοι παρέπεμπαν στις δικές τους σελίδες αποτελεσμάτων προς απάντηση του εκάστοτε αιτήματος αναζήτησης, ενώ παράλληλα η σειρά κατάταξής τους στα γενικά αποτελέσματα υποβιβάζονταν μέσω αλγορίθμων, οι οποίοι αποκαλούνται αλγόριθμοι «προσαρμογής» των αποτελεσμάτων, και δη μέσω του αλγορίθμου Panda, λόγω ιδίως των χαρακτηριστικών των άλλων εργαλείων σύγκρισης προϊόντων και ειδικότερα του ότι δεν διέθεταν πρωτότυπο περιεχόμενο. Η Επιτροπή επισήμανε μεταξύ άλλων ότι, από τότε που εγκαινιάστηκαν, οι επίμαχοι αλγόριθμοι είχαν εφαρμοστεί στη συντριπτική πλειονότητα των τριακοσίων εξήντα ενός εργαλείων σύγκρισης προϊόντων στα οποία αναφέρθηκε η Google με την απάντησή της επί της ανακοίνωσης αιτιάσεων (στο εξής: τριακόσιοι εξήντα ένα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων στα οποία αναφέρθηκε η Google) και ότι, στο Ηνωμένο Βασίλειο, στη Γερμανία, στη Γαλλία, στην Ιταλία και στην Ισπανία, μεταξύ 2ας Αυγούστου 2010 και 2ας Δεκεμβρίου 2016, η ορατότητα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google, ενώ κυμαινόταν στα υψηλότερα επίπεδα στα τέλη του 2010 και στις αρχές του 2011, σημείωσε αιφνίδια πτώση μετά την έναρξη της εφαρμογής του αλγορίθμου Panda και έκτοτε δεν σημειώθηκε καμία ανάκαμψη.
- 60 Όσον αφορά, αφετέρου, την παρουσίαση των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, η Επιτροπή τόνισε ότι αυτά μπορούσαν να εμφανίζονται αποκλειστικώς ως γενικά αποτελέσματα στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google, δηλαδή υπό τη μορφή απλώς μπλε υπερσυνδέσμων και ότι, ως εκ τούτου, δεν μπορούσαν να εμφανίζονται σε εμπλουτισμένο μορφότυπο με εικόνες και πρόσθετες πληροφορίες σχετικές με τα προϊόντα, τις τιμές και τον πωλητή, μολονότι τέτοιες πληροφορίες αύξαναν το ποσοστό των κλικ (ποσοστό ενεργοποίησης του υπερσυνδέσμου). Η Επιτροπή επικαλέστηκε αρκετά στοιχεία προς στήριξη της ως άνω διαπίστωσης, ιδίως δε μελέτες και πειράματα.
- 61 Στη συνέχεια, η Επιτροπή εξέτασε πώς τοποθετούνταν και παρουσιάζονταν το εργαλείο σύγκρισης της Google στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων. Όσον αφορά τον τρόπο τοποθέτησης, η Επιτροπή εντόπισε δύο διαφορές σε σχέση με τον τρόπο τοποθέτησης ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, ήτοι, αφενός, ότι στην περίπτωση του εργαλείου της Google δεν εφαρμόζονταν οι ίδιοι μηχανισμοί κατάταξης, και πρωτίστως οι αλγόριθμοι προσαρμογής όπως ο Panda, και, αφετέρου, ότι όταν το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων προβαλλόταν μέσα σε «box», εμφανιζόταν σε ιδιαίτερος περίοπτη θέση. Αναφορικά με την εφαρμογή των μηχανισμών προσαρμογής, η Επιτροπή σημείωσε ότι οι σχετικοί αλγόριθμοι δεν εφαρμόζονταν ως προς το εργαλείο σύγκρισης της Google παρά το γεγονός ότι είχε, σε σχέση με τα ανταγωνιστικά εργαλεία, πολλά κοινά χαρακτηριστικά λόγω των οποίων θα έπρεπε να είναι εξίσου πιθανόν να υποβιβαστούν στα γενικά αποτελέσματα. Ως προς την ορατότητα του εργαλείου σύγκρισης προϊόντων της Google στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων, η Επιτροπή επισήμανε ειδικότερα ότι, από τότε που άρχισε να λειτουργεί ο Product Universal, η Google είχε, στην πλειονότητα των περιπτώσεων, τοποθετήσει τα αποτελέσματα του δικού της εργαλείου είτε πάνω από όλα τα γενικά αποτελέσματα είτε στα πρώτα γενικά αποτελέσματα, σκοπός δε ήταν, σύμφωνα με εσωτερικό ηλεκτρονικό μήνυμα της Google, η «σημαντική αύξηση της κίνησης». Η Επιτροπή, αφού περιέγραψε πώς εξελίχθηκε ο Product Universal από το 2007 έως το 2012, εξέτασε τον τρόπο τοποθέτησης της Shopping Unit και σημείωσε ότι η τελευταία τοποθετούνταν

πάντοτε πάνω από τα πρώτα γενικά αποτελέσματα της Google. Επ' αυτού, απαντώντας στο επιχείρημα της Google ότι το ποσοστό ενεργοποίησης (ποσοστό εμφάνισης) της Shopping Unit ήταν χαμηλό, η Επιτροπή υπογράμμισε ότι το ποσοστό ενεργοποίησης της τελευταίας υπερέβαινε στην πλειονότητα των περιπτώσεων το ποσοστό ενεργοποίησης των τριακοσίων εξήντα ενός ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων στα οποία αναφέρθηκε η Google, τόσο ανάμεσα στα τέσσερα πρώτα γενικά αποτελέσματα όσο και ως προς το πρώτο γενικό αποτέλεσμα. Προς στήριξη της ως άνω διαπίστωσης, η Επιτροπή προσκόμισε αριθμητικά στοιχεία για τις δεκατρείς επίμαχες γεωγραφικές αγορές.

- 62 Όσον αφορά τον τρόπο παρουσίασης του εργαλείου σύγκρισης της Google, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η κύρια διαφορά σε σχέση με τον τρόπο παρουσίασης των ανταγωνιστικών εργαλείων συνίστατο στο γεγονός ότι το εργαλείο της Google παρουσιαζόταν με πλουσιότερα γραφικά χαρακτηριστικά, όπως εικόνες και δυναμικές πληροφορίες. Τα εν λόγω εμπλουτισμένα γραφικά χαρακτηριστικά οδηγούσαν, κατά την Επιτροπή, σε μεγαλύτερο ποσοστό κλικ για την Google και επομένως σε αύξηση των εσόδων της. Η Επιτροπή απαρίθμησε σχετικά στοιχεία, τα οποία είχε αντλήσει από τις εξηγήσεις της ίδιας της Google και από τη συμβολή μιας άλλης επιχείρησης στη διοικητική διαδικασία.
- 63 Ακολούθως, η Επιτροπή απάντησε στα επιχειρήματα που προέβαλε η Google για να αμφισβητήσει τη μεροληπτική συμπεριφορά που της καταλογιζόταν. Ειδικότερα, εξέθεσε διάφορους λόγους για τους οποίους η εμφάνιση και η χρήση των Product Universals και των Shopping Units ευνοούσαν το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων της Google. Έκρινε επίσης ότι ήταν αλυσιτελές το επιχείρημα ότι η Google εφάρμοζε τα ίδια κριτήρια συνάφειας όσον αφορά, αφενός, το Product Universal και τα γενικά αποτελέσματα και, αφετέρου, τη Shopping Unit και τις λοιπές διαφημίσεις για προϊόντα.
- 64 Δεύτερον, για να καταδείξει τον καταχρηστικό χαρακτήρα των επίδικων πρακτικών, η Επιτροπή εξέτασε, στο τμήμα 7.2.2 της προσβαλλόμενης απόφασης, τη σημασία που είχε ο όγκος της κίνησης για τις υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων. Η Επιτροπή επισήμανε συναφώς ότι ο όγκος της κίνησης ήταν, από πολλές απόψεις, σημαντικός για να μπορεί ένα εργαλείο σύγκρισης προϊόντων να είναι ανταγωνιστικό. Αφού παρέθεσε ως προς το σημείο αυτό την άποψη ενός προσώπου το οποίο εκμεταλλεύεται διάφορα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και διατύπωσε την εκτίμηση ότι η κίνηση αποτελεί το ουσιώδες πλεονέκτημα μιας μηχανής εξειδικευμένης αναζήτησης, διότι, για πολλούς λόγους, όσο μεγαλύτερη είναι η κίνηση, τόσο περισσότερο αυξάνεται η συνάφεια των υπηρεσιών αναζήτησης, η Επιτροπή επιβεβαίωσε, στηριζόμενη σε πολυάριθμες δηλώσεις, ότι η συνάφεια μιας εξειδικευμένης υπηρεσίας αναζήτησης συνδέεται με το εύρος και τον επίκαιρο χαρακτήρα των παρεχόμενων πληροφοριών. Συνεπώς, αν η κίνηση είναι μεγάλη, τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων μπορούν να πείσουν τους πωλητές να του; παράσχουν περισσότερα στοιχεία σχετικά με τα προϊόντα τους και με τον τρόπο αυτόν να αυξήσουν τη διαδικτυακή τους προσφορά σύγκρισης προϊόντων και, κατά συνέπεια, τα έσοδά τους. Η Επιτροπή σημείωσε επίσης, παραπέμποντας σε πολυάριθμες σχετικές δηλώσεις, ότι η κίνηση ενίσχυε τη μηχανική μάθηση, χάρη στην οποία τα παρεχόμενα αποτελέσματα αναζήτησης ήταν περισσότερο συναφή και η υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων που προσφερόταν στους χρήστες ήταν, ως εκ τούτου, αποτελεσματικότερη. Τέλος, η Επιτροπή εξήγησε ότι η κίνηση έδινε στα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων τη δυνατότητα να πραγματοποιούν δοκιμές για να βελτιώσουν τις παρεχόμενες υπηρεσίες αναζήτησης και να προτείνουν πρόσθετες υπηρεσίες αναζήτησης στους χρήστες που τα συμβουλευόνταν.

- 65 Τρίτον, προκειμένου να καταδείξει τον καταχρηστικό χαρακτήρα των επίδικων πρακτικών, η Επιτροπή εξέθεσε, στο τμήμα 7.2.3 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι οι πρακτικές αυτές μείωναν την κίνηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και αύξαναν την κίνηση από τις ανωτέρω σελίδες προς το εργαλείο σύγκρισης της Google. Η Επιτροπή στήριξε το ανωτέρω συμπέρασμα σε τρία στοιχεία. Καταρχάς, βάσει ανάλυσης της συμπεριφοράς των χρηστών, η Επιτροπή κατέληξε στη διαπίστωση ότι τα γενικά αποτελέσματα προκαλούσαν μεγάλη κίνηση προς έναν ιστότοπο όταν κατατάσσονταν μεταξύ των τριών έως πέντε πρώτων αποτελεσμάτων της πρώτης σελίδας γενικών αποτελεσμάτων, δεδομένου ότι οι χρήστες δεν αποδίδουν καμία σημασία ή αποδίδουν ελάχιστη προσοχή στα παρακάτω αποτελέσματα, τα οποία συχνά δεν εμφανίζονται κατευθείαν στην οθόνη. Η Επιτροπή προσέθεσε ότι τα δέκα πρώτα αποτελέσματα συγκέντρωναν περίπου το 95 % των κλικ των χρηστών. Βασισόμενη σε μελέτες της Microsoft, η Επιτροπή διευκρίνισε ότι η θέση συγκεκριμένου υπερσυνδέσμου μεταξύ των γενικών αποτελεσμάτων είχε σημαντικό αντίκτυπο στο ποσοστό των κλικ για τον εν λόγω υπερσύνδεσμο ανεξαρτήτως της συνάφειας της ιστοσελίδας στην οποία παρέπεμπε, καθώς και ότι η μεταβολή της σειράς κατάταξης ενός αποτελέσματος αναζήτησης στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google επηρέαζε σημαντικά την κίνηση που προέκυπτε από τη γενική αναζήτηση. Εν συνεχεία, η Επιτροπή σημείωσε ότι οι επίδικες πρακτικές είχαν οδηγήσει σε πτώση της κίνησης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς όλα σχεδόν τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων για μεγάλο χρονικό διάστημα και, μάλιστα, και στις δεκατρείς χώρες του EOX στις οποίες είχαν εφαρμοστεί οι πρακτικές. Τέλος, η Επιτροπή διατύπωσε την άποψη ότι οι επίδικες πρακτικές είχαν οδηγήσει σε αύξηση της κίνησης από την Google προς το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων. Η Επιτροπή επικαλέστηκε διάφορα στοιχεία προς στήριξη των διαπιστώσεών της. Αντέκρουσε τα επιχειρήματα που είχε προβάλει η Google για να αμφισβητήσει ότι η κίνηση είχε όντως εξελιχθεί με τον τρόπο που περιγράφηκε και ότι υπήρχε αιτιώδης συνάφεια μεταξύ της συμπεριφοράς της και της εξέλιξης αυτής.
- 66 Τέταρτον, για να καταδείξει τον καταχρηστικό χαρακτήρα των επίδικων πρακτικών, η Επιτροπή υποστήριξε, στο τμήμα 7.2.4 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η εκτροπή της κίνησης λόγω των πρακτικών αυτών αντιπροσώπευε μεγάλο ποσοστό της κίνησης προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και ότι δεν μπορούσε ουσιαστικά να αντικατασταθεί από άλλες πηγές κίνησης που είναι επί του παρόντος διαθέσιμες στα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, ήτοι από τις διαφημίσεις με κείμενο AdWords, τις εφαρμογές κινητής τηλεφωνίας, την απευθείας κίνηση, τις παραπομπές άλλων συνεργαζόμενων ιστοτόπων, τα κοινωνικά δίκτυα ή άλλες μηχανές γενικής αναζήτησης.
- 67 Πέμπτον, για να καταδείξει τον καταχρηστικό χαρακτήρα των επίδικων πρακτικών, η Επιτροπή εξέθεσε, στο τμήμα 7.3 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι οι εν λόγω πρακτικές είχαν δυνητικά αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα στις δεκατρείς εθνικές αγορές εξειδικευμένης αναζήτησης για τη σύγκριση προϊόντων και στις δεκατρείς εθνικές αγορές γενικής αναζήτησης που μνημονεύονται στη σκέψη 55 ανωτέρω. Όσον αφορά τις πρώτες, θέλησε να καταδείξει ότι οι επίδικες πρακτικές μπορούσαν να οδηγήσουν τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων να παύσουν τις δραστηριότητές τους, να έχουν αρνητικό αντίκτυπο στην καινοτομία και, ως εκ τούτου, να περιορίσουν τις δυνατότητες πρόσβασης των καταναλωτών στις πλέον συναφείς υπηρεσίες. Επομένως, θιγόταν η ανταγωνιστική δομή των σχετικών αγορών. Ακόμη και αν οι εμπορικές πλατφόρμες συμπεριλαμβάνονταν στις αγορές αυτές, η Επιτροπή έκρινε ότι θα εκδηλώνονταν τα ίδια αποτελέσματα στους εγγύτερους ανταγωνιστές της Google, ήτοι στα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Όσον αφορά τις εθνικές αγορές γενικής αναζήτησης, κατά την Επιτροπή, τα αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού

αποτελέσματα των επίδικων πρακτικών οφείλονται στο ότι οι πρόσθετοι πόροι τους οποίους αποκομίζει το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων της Google από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της καθιστούν δυνατή την ενίσχυση της υπηρεσίας της γενικής αναζήτησης.

- 68 Συνοψίζοντας, στην προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή θέλησε να καταδείξει ότι η Google τοποθετούσε και προέβαλλε στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων με τρόπο ευνοϊκότερο απ' ό,τι τα ανταγωνιστικά (τμήμα 7.2.1 της προσβαλλόμενης απόφασης), ότι η μεγάλη κίνηση, με άλλα λόγια, η συχνή επισκεψιμότητα, ήταν ουσιώδους σημασίας για τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων (τμήμα 7.2.2 της προσβαλλόμενης απόφασης), ότι η συμπεριφορά της Google οδηγούσε σε αύξηση της κίνησης προς το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων και σε πτώση της κίνησης προς τα ανταγωνιστικά (τμήμα 7.2.3 της προσβαλλόμενης απόφασης), ότι η κίνηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google καταλάμβανε μεγάλο τμήμα της κίνησης των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων και δεν μπορούσε στην πράξη να αντικατασταθεί από άλλες πηγές κίνησης (τμήμα 7.2.4 της προσβαλλόμενης απόφασης), ότι η επίμαχη συμπεριφορά μπορούσε να έχει ως συνέπεια την επέκταση της δεσπίζουσας θέσης της Google και σε άλλες αγορές εκτός από αυτήν στην οποία κατείχε ήδη δεσπίζουσα θέση, ήτοι στις αγορές εξειδικευμένης αναζήτησης για τη σύγκριση προϊόντων (τμήμα 7.3.1 της προσβαλλόμενης απόφασης), ότι, ακόμη και σε περίπτωση ένταξης των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων σε ευρύτερες αγορές οι οποίες περικλείουν και τις υπηρεσίες που παρέχουν οι διαδικτυακές πλατφόρμες πωλήσεων, τα ίδια αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα θα εκδηλώνονταν και πάλι στο συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς το οποίο θα αφορούσε τις υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων (τμήμα 7.3.2 της προσβαλλόμενης απόφασης) και ότι εν λόγω συμπεριφορά προστάτευε επίσης τη δεσπίζουσα θέση της Google στις αγορές γενικής αναζήτησης (τμήμα 7.3.3 της προσβαλλόμενης απόφασης). Η Επιτροπή τόνισε ιδίως τη ζημία που θα μπορούσε να προκληθεί στους καταναλωτές από την κατάσταση. Απέρριψε δε τα επιχειρήματα που προέβαλε προς αμφισβήτηση της ανωτέρω ανάλυσης η Google, η οποία υποστήριζε ότι δεν είχαν χρησιμοποιηθεί τα ορθά νομικά κριτήρια (τμήμα 7.4 της προσβαλλόμενης απόφασης). Η Επιτροπή απέρριψε επιπροσθέτως τους δικαιολογητικούς λόγους τους οποίους είχε προβάλει η Google για να καταδείξει ότι η συμπεριφορά της δεν ήταν καταχρηστική (τμήμα 7.5 της προσβαλλόμενης απόφασης), στον βαθμό που η εταιρία είχε ισχυριστεί ότι η συμπεριφορά της ήταν αντικειμενικώς αναγκαία ή ότι οι τυχόν επακόλουθοι περιορισμοί του ανταγωνισμού αντισταθμίζονταν από αύξηση της αποτελεσματικότητας η οποία ωφελούσε τους καταναλωτές.
- 69 Όπως προκύπτει ιδίως από τις αιτιολογικές σκέψεις 344 και 512 της προσβαλλόμενης απόφασης, η συμπεριφορά την οποία η Επιτροπή προσδιόρισε ειδικώς ως πηγή της κατάχρησης από την Google συνίσταται κατ' ουσίαν στο ότι η τελευταία τοποθετούσε το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων σε περίοπτη και ελκυστική θέση μέσα σε ειδικά «κουτάκια στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων, χωρίς να εφαρμόζει ως προς τη δική της υπηρεσία τους αλγορίθμους προσαρμογής που χρησιμοποιούνταν για τη γενική αναζήτηση, ενώ ταυτόχρονα τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων μπορούσαν να εμφανιστούν στις ίδιες σελίδες μόνον υπό τη μορφή αποτελεσμάτων γενικής αναζήτησης (μπλε υπερσυνδέσμων), οι οποίοι συνήθως κατατάσσονταν χαμηλά λόγω της εφαρμογής των αλγορίθμων κατάταξης. Η Επιτροπή υπογράμμισε, στις αιτιολογικές σκέψεις 440 και 537 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η καταχρηστικότητα δεν συνίστατο σε αυτά καθεαυτά τα διάφορα κριτήρια επιλογής τα οποία είχε διαλέξει η Google χαρακτηρίζοντάς τα ως κριτήρια συνάφειας, αλλά στο ότι δεν εφαρμόζονταν τα ίδια κριτήρια τοποθέτησης και παρουσίασης τόσο για το δικό της όσο και για τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Ομοίως, στην αιτιολογική σκέψη 538 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή διευκρίνισε ότι η καταχρηστικότητα δεν συνίστατο σε αυτή καθεαυτήν

την προνομιακή προβολή των εξειδικευμένων αποτελεσμάτων σύγκρισης προϊόντων που θεωρούνταν συναφή από τη Google, αλλά στο ότι τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων δεν τύχαιναν της ίδιας προνομιακής προβολής όπως το δικό της.

- 70 Αφού εξέθεσε τα ανωτέρω, η Επιτροπή διαπίστωσε, στο άρθρο 1 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η Google Inc. και η Alphabet, κατόπιν της εκ μέρους της απόκτησης του ελέγχου επί της Google Inc., είχαν παραβεί το άρθρο 102 ΣΛΕΕ και το άρθρο 54 της Συμφωνίας για τον ΕΟΧ στις προαναφερθείσες στη σκέψη 55 χώρες, οι οποίες ήταν είτε κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης είτε συμβαλλόμενα μέρη της Συμφωνίας για τον ΕΟΧ, από την αντίστοιχη ημερομηνία έναρξης της λειτουργίας της υπηρεσίας εξειδικευμένων αποτελεσμάτων για προϊόντα ή διαφημίσεων για προϊόντα στη γενική σελίδα αποτελεσμάτων της Google.
- 71 Η Επιτροπή έκρινε ότι η κατάσταση ήταν τέτοια ώστε έπρεπε να υποχρεώσει την Google να παύσει την προσαπτόμενη συμπεριφορά εντός προθεσμίας 90 ημερών και να μην υιοθετήσει αντίστοιχη συμπεριφορά με το ίδιο αντικείμενο ή το ίδιο αποτέλεσμα στο μέλλον. Υπογράμμισε ότι, μολονότι η Google μπορούσε να συμμορφωθεί προς την ως άνω υποχρέωση με διάφορους τρόπους, θα έπρεπε να τηρηθούν ορισμένες αρχές, ανεξαρτήτως του αν η Google επιλέξει ή όχι να διατηρήσει τις Shopping Units ή άλλα εξειδικευμένα για τη σύγκριση προϊόντων ομαδοποιημένα αποτελέσματα αναζήτησης στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της. Μεταξύ των αρχών συγκαταλεγόταν κατ' ουσίαν η αρχή της μεταχείρισης του εργαλείου της Google και των ανταγωνιστικών εργαλείων με τρόπο που να μην εισάγει διακρίσεις. Η υποχρέωση παύσης και παράλειψης της προσαπτόμενης συμπεριφοράς επιβλήθηκε με το άρθρο 3 του διατακτικού της προσβαλλόμενης απόφασης.
- 72 Τέλος, η Επιτροπή έκρινε ότι ήταν δικαιολογημένη εν προκειμένω η επιβολή χρηματικής κύρωσης στην Google. Υπενθύμισε ότι, δυνάμει του άρθρου 23, παράγραφος 2, στοιχείο α', του κανονισμού 1/2003 και του άρθρου 5 του κανονισμού (ΕΚ) 2894/94 του Συμβουλίου, της 28ης Νοεμβρίου 1994, σχετικά με ορισμένες λεπτομέρειες εφαρμογής της συμφωνίας για τον Ευρωπαϊκό Οικονομικό Χώρο (ΕΕ 1994, L 305, σ. 6), μπορούσε να επιβάλει τέτοια κύρωση στις επιχειρήσεις που είχαν παραβεί, εκ προθέσεως ή εξ αμελείας, το άρθρο 102 ΣΛΕΕ και το άρθρο 54 της Συμφωνίας για τον ΕΟΧ. Υπενθύμισε επίσης τις γενικές παραμέτρους καθορισμού των προστίμων οι οποίες προβλέπονται στο άρθρο 23, παράγραφος 3, του κανονισμού 1/2003, ήτοι τη σοβαρότητα και τη διάρκεια της παράβασης, καθώς και τον τρόπο εφαρμογής των ως άνω παραμέτρων, όπως τον έχει διευκρινίσει με τις κατευθυντήριες γραμμές της για τη μέθοδο υπολογισμού των προστίμων που επιβάλλονται κατ' εφαρμογή του άρθρου 23 παράγραφος 2 σημείο α) του κανονισμού 1/2003 (ΕΕ 2006, C 210, σ. 2, στο εξής: κατευθυντήριες γραμμές).
- 73 Η Επιτροπή εκτίμησε ειδικότερα ότι η Google δεν είναι δυνατόν να μην είχε επίγνωση του ότι κατείχε δεσπόζουσα θέση στις εθνικές αγορές γενικής αναζήτησης ή του καταχρηστικού χαρακτήρα της συμπεριφοράς της, έστω και αν ορισμένες πτυχές της κατάστασης δεν είχαν εξεταστεί στο πλαίσιο προηγούμενων υποθέσεων. Επομένως, η Google ενήργησε εκ προθέσεως ή εξ αμελείας. Η Επιτροπή έκρινε ότι το γεγονός ότι, σε ορισμένο στάδιο της διαδικασίας, υπήρξαν συζητήσεις για την αντιμετώπιση, μέσω δεσμεύσεων της Google, του προβλήματος που ανέκυψε σε επίπεδο δεν εμπόδιζε την επιβολή προστίμου.
- 74 Στη συνέχεια, η Επιτροπή επισήμανε ότι, λαμβανομένου υπόψη του ελέγχου που ασκούσε η Alphabet επί της Google Inc. από τις 2 Οκτωβρίου 2015 κι εντεύθεν, η Alphabet έπρεπε να θεωρηθεί ως αλληλεγγύως υπεύθυνη για την καταβολή του επιβληθέντος προστίμου όσον αφορά το χρονικό διάστημα από την ανωτέρω ημερομηνία κι έπειτα.

- 75 Ακολούθως, η Επιτροπή έλαβε ως βάση για τον υπολογισμό της χρηματικής κύρωσης, η οποία, όπως ορίζεται στα σημεία 12 έως 19 των κατευθυντήριων γραμμών, συνίσταται στην «αξία των πωλήσεων», τα έσοδα τα οποία είχαν πραγματοποιηθεί το 2016 στις δεκατρείς χώρες όπου είχε εντοπίσει την προσαπτόμενη συμπεριφορά, τόσο από τις διαφημίσεις για προϊόντα που εμφανίζονταν εντός των Shopping Units ή στην εξειδικευμένη σελίδα Google Shopping όσο και από τις διαφημίσεις με κείμενο που εμφανίζονταν επίσης στην ίδια σελίδα.
- 76 Η Επιτροπή έκρινε ότι, λαμβανομένης υπόψη της μεγάλης οικονομικής σημασίας των δεκατριών εθνικών αγορών υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων και δεδομένου ότι η Google δεν κατείχε απλώς δεσπόζουσα θέση στις επίμαχες χώρες όσον αφορά την αγορά των υπηρεσιών γενικής αναζήτησης, αλλά είχε και ξεκάθαρο προβάδισμα έναντι των ανταγωνιστών της όσον αφορά τα μερίδια αγοράς, ο συντελεστής βαρύτητας που έπρεπε να ληφθεί υπόψη για τον καθορισμό της χρηματικής κύρωσης, όπως προβλέπεται στα σημεία 20 έως 23 των κατευθυντήριων γραμμών, ανερχόταν στο 10 % της βάσης για τον υπολογισμό η οποία περιγράφεται στη σκέψη 75 ανωτέρω. Εν συνεχεία, η Επιτροπή πολλαπλασίασε, όπως προβλέπεται στο σημείο 24 των κατευθυντήριων γραμμών, για καθεμία από τις δεκατρείς χώρες τις οποίες αφορούσε η διαπίστωση της παράβασης, το ανωτέρω ποσό με τον αριθμό των ετών διάρκειας της παράβασης από το χρονικό σημείο εισαγωγής του Product Universal ή, άλλως, της Shopping Unit. Συναφώς, η Επιτροπή κατέληξε, ανάλογα με τη χώρα, σε περιόδους με διάρκεια 1 305 έως 3 435 ημερών.
- 77 Προκειμένου να διασφαλίσει ουσιαστικά το αποτρεπτικό αποτέλεσμα της κύρωσης, στην περίπτωση επιχειρήσεων ίδιου μεγέθους και ίδιων οικονομικών δυνατοτήτων με την Google, η Επιτροπή –υπογραμμίζοντας ότι ο συνολικός κύκλος εργασιών της εταιρίας ανερχόταν το 2016 σε 81 597 000 000 ευρώ– προσέθεσε ένα ποσό, όπως προβλέπεται στο σημείο 25 των κατευθυντήριων γραμμών, το οποίο αντιστοιχεί στο 10 % της βάσης υπολογισμού που μνημονεύθηκε στη σκέψη 75 ανωτέρω και εφάρμοσε επί του ποσού πολλαπλασιαστικό συντελεστή 1,3. Δεν έλαβε υπόψη επιβαρυντικές ή ελαφρυντικές περιστάσεις που θα δικαιολογούσαν την αύξηση ή τη μείωση του προστίμου.
- 78 Με το άρθρο 2 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή επέβαλε στην Google Inc. χρηματική κύρωση ύψους 2 424 495 000 ευρώ, εκ των οποίων τα 523 518 000 ευρώ της επιβλήθηκαν εις ολόκληρον με την Alphabet.

II. Διαδικασία

- 79 Με δικόγραφο που κατέθεσε στη Γραμματεία του Γενικού Δικαστηρίου στις 11 Σεπτεμβρίου 2017, η Google άσκησε την υπό κρίση προσφυγή.
- 80 Με δικόγραφο που κατέθεσε στη Γραμματεία του Γενικού Δικαστηρίου στις 28 Νοεμβρίου 2017, το Ευρωπαϊκό Γραφείο Ενώσεων Καταναλωτών (ΕΓΕΚ) ζήτησε να παρέμβει υπέρ της Επιτροπής.
- 81 Με δικόγραφο που κατέθεσαν στη Γραμματεία του Γενικού Δικαστηρίου στις 4 Δεκεμβρίου 2017, η Connexity Inc., η Connexity UK Ltd, η Connexity Europe GmbH και η Pricegrabber.com ζήτησαν να παρέμβουν υπέρ της Επιτροπής.
- 82 Με δικόγραφο που κατέθεσε στη Γραμματεία του Γενικού Δικαστηρίου στις 7 Δεκεμβρίου 2017, η Infederation Ltd (στο εξής: Foundem) ζήτησε να παρέμβει υπέρ της Επιτροπής.

- 83 Με δικόγραφο που κατέθεσαν στη Γραμματεία του Γενικού Δικαστηρίου στις 11 Δεκεμβρίου 2017, η Εποπτεύουσα Αρχή της ΕΖΕΣ και η Initiative for a Competitive Online Marketplace ζήτησαν να παρέμβουν υπέρ της Επιτροπής.
- 84 Με δικόγραφο που κατέθεσε στη Γραμματεία του Γενικού Δικαστηρίου στις 19 Δεκεμβρίου 2017, η Prestige Gifting Ltd ζήτησε να παρέμβει υπέρ της Google.
- 85 Με δικόγραφο που κατέθεσε στη Γραμματεία του Γενικού Δικαστηρίου στις 19 Δεκεμβρίου 2017, η Kelkoo ζήτησε να παρέμβει υπέρ της Επιτροπής.
- 86 Με δικόγραφο που κατέθεσε στη Γραμματεία του Γενικού Δικαστηρίου στις 20 Δεκεμβρίου 2017, η Computer & Communication Industry Association (στο εξής: CCIA) ζήτησε να παρέμβει υπέρ της Google.
- 87 Με δικόγραφο που κατέθεσαν στη Γραμματεία του Γενικού Δικαστηρίου στις 20 Δεκεμβρίου 2017, η Consumer Watchdog, η Yelp Inc., η Verband Deutscher Zeitschriftenverleger eV (στο εξής: VDZ), η Visual Meta GmbH, η BDZV – Bundesverband Digitalpublisher και η Zeitungsverleger eV, πρώην Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger eV (στο εξής: BDZV), η Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας, η Open Internet Project (OIP) και η Twenga ζήτησαν να παρέμβουν υπέρ της Επιτροπής.
- 88 Με δικόγραφο που κατέθεσε στη Γραμματεία του Γενικού Δικαστηρίου στις 21 Δεκεμβρίου 2017, η FairSearch ζήτησε να παρέμβει υπέρ της Επιτροπής.
- 89 Η Επιτροπή κατέθεσε υπόμνημα αντικρούσεως στις 31 Ιανουαρίου 2018.
- 90 Με δικόγραφο που κατέθεσε στη Γραμματεία του Γενικού Δικαστηρίου στις 20 Μαρτίου 2018, η StyleLounge GmbH ζήτησε να παρέμβει υπέρ της Επιτροπής.
- 91 Με έγγραφο της 23ης Μαρτίου 2018, η Google και η Επιτροπή ζήτησαν, δυνάμει του άρθρου 144 του Κανονισμού Διαδικασίας του Γενικού Δικαστηρίου, να μην κοινοποιηθούν στους παρεμβαίνοντες ορισμένα στοιχεία της δικογραφίας λόγω του εμπιστευτικού τους χαρακτήρα. Στο πλαίσιο αυτό, η Google και η Επιτροπή υπέβαλαν αιτήσεις με πανομοιότυπο περιεχόμενο σε σχέση με όλες τις αιτούσες την παρέμβαση, περιλαμβανομένης της Εποπτεύουσας Αρχής της ΕΖΕΣ.
- 92 Η προσφεύγουσα κατέθεσε υπόμνημα απαντήσεως στις 7 Μαΐου 2018.
- 93 Με διάταξη της 16ης Μαΐου 2018, Google και Alphabet κατά Επιτροπής (Τ-612/17, μη δημοσιευθείσα, ΕΥ:Τ:2018:292), ο πρόεδρος του ενάτου τμήματος του Γενικού Δικαστηρίου απέρριψε, λόγω εκπρόθεσμης υποβολής της, την αίτηση της StyleLounge να παρέμβει στη δίκη υπέρ της Επιτροπής.
- 94 Η Επιτροπή κατέθεσε υπόμνημα ανταπαντήσεως στις 20 Ιουλίου 2018.
- 95 Κατόπιν μέτρου οργάνωσης της διαδικασίας που έλαβε το Γενικό Δικαστήριο προκειμένου να περιορίσει την έκταση των αιτήσεων εμπιστευτικής μεταχείρισης των στοιχείων της δικογραφίας, η Google και η Επιτροπή υπέβαλαν, για όλες τις αιτούσες την παρέμβαση, αναθεωρημένες αιτήσεις εμπιστευτικής μεταχείρισης του δικογράφου της προσφυγής και του υπομνήματος αντικρούσεως στις 28 Σεπτεμβρίου 2018, ενώ στη συνέχεια, στις 12 Οκτωβρίου 2018, η Google

και η Επιτροπή υπέβαλαν αιτήσεις εμπιστευτικής μεταχείρισης του υπομνήματος απαντήσεως και του υπομνήματος ανταπαντήσεως. Οι αιτήσεις αυτές είχαν επίσης πανομοιότυπο περιεχόμενο για όλες τις αιτούσες την παρέμβαση.

- 96 Με διατάξεις της 7ης Δεκεμβρίου 2018, Google και Alphabet κατά Επιτροπής (T-612/17, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2018:978), της 7ης Δεκεμβρίου 2018, Google και Alphabet κατά Επιτροπής (T-612/17, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2018:982), της 7ης Δεκεμβρίου 2018, Google και Alphabet κατά Επιτροπής (T-612/17, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2018:996), της 7ης Δεκεμβρίου 2018, Google και Alphabet κατά Επιτροπής (T-612/17, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2018:1001), και της 7ης Δεκεμβρίου 2018, Google και Alphabet κατά Επιτροπής (T-612/17, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2018:1002), ο πρόεδρος του ενάτου τμήματος του Γενικού Δικαστηρίου απέρριψε τις αιτήσεις παρεμβάσεως της Prestige Gifting, της FairSearch, της Consumer Watchdog, της Yelp, της Connexity, της Connexity UK, της Connexity Europe και της Pricegrabber.com καθώς και της Initiative for a Competitive Online Marketplace, επειδή δεν είχαν αποδείξει ότι είχαν συμφέρον στην επίλυση της διαφοράς.
- 97 Με διατάξεις της 17ης Δεκεμβρίου 2018, Google και Alphabet κατά Επιτροπής (T-612/17, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2018:1007), της 17ης Δεκεμβρίου 2018, Google και Alphabet κατά Επιτροπής (T-612/17, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2018:1008), της 17ης Δεκεμβρίου 2018, Google και Alphabet κατά Επιτροπής (T-612/17, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2018:1009), της 17ης Δεκεμβρίου 2018, Google και Alphabet κατά Επιτροπής (T-612/17, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2018:1010), της 17ης Δεκεμβρίου 2018, Google και Alphabet κατά Επιτροπής (T-612/17, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2018:1011), της 17ης Δεκεμβρίου 2018, Google και Alphabet κατά Επιτροπής (T-612/17, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2018:1028), και της 17ης Δεκεμβρίου 2018, Google και Alphabet κατά Επιτροπής (T-612/17, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2018:1029), ο πρόεδρος του ενάτου τμήματος του Γενικού Δικαστηρίου έκανε δεκτές τις αιτήσεις παρεμβάσεως του ΕΓΕΚ, της Foundem, της CCIA, της VDZ, της BDZV, της Visual Meta, της Twenga, της Εποπτεύουσας Αρχής της ΕΖΕΣ, της Kelkoo και της Ομοσπονδιακής Δημοκρατίας της Γερμανίας. Με τις ανωτέρω διατάξεις, το Γενικό Δικαστήριο επιφυλάχθηκε ως προς τα δικαστικά έξοδα που συνδέονται με τις παρεμβάσεις.
- 98 Με διάταξη της 17ης Δεκεμβρίου 2018, Google και Alphabet κατά Επιτροπής (T-612/17, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2018:1005), ο πρόεδρος του ενάτου τμήματος του Γενικού Δικαστηρίου απέρριψε την αίτηση παρεμβάσεως της OIP, επειδή η τελευταία δεν είχε αποδείξει ότι είχε συμφέρον στην επίλυση της διαφοράς.
- 99 Στις διατάξεις με τις οποίες έγιναν δεκτές οι αιτήσεις παρεμβάσεως, το Γενικό Δικαστήριο επιφυλάχθηκε ως προς την κρίση επί του βασίμου των αιτήσεων εμπιστευτικής μεταχείρισης και αποφάσισε ότι έπρεπε να κοινοποιηθεί στο ΕΓΕΚ, στη Foundem, στη CCIA, στη VDZ, στην BDZV, στη Visual Meta, στην Twenga, στην Εποπτεύουσα Αρχή της ΕΖΕΣ, στην Kelkoo και στην Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας μια μη εμπιστευτική εκδοχή των διαδικαστικών εγγράφων εν αναμονή τυχόν εκ μέρους τους παρατηρήσεων επί των αιτήσεων εμπιστευτικής μεταχείρισης.
- 100 Στις 15 Ιανουαρίου 2019, η Foundem αμφισβήτησε εν μέρει τις αιτήσεις εμπιστευτικής μεταχείρισης της Google.

- 101 Στις 15 Ιανουαρίου 2019 και στη συνέχεια στις 25 Ιανουαρίου 2019, η Εποπτεύουσα Αρχή της ΕΖΕΣ επισήμανε ότι, κατά το μέρος που την αφορούσαν, οι αιτήσεις εμπιστευτικής μεταχείρισης τόσο της Επιτροπής όσο και της Google ήταν, εν όλω ή εν μέρει, άνευ αντικειμένου ή αβάσιμες. Διευκρίνισε εντούτοις ότι δεν ζητούσε να της κοινοποιηθούν οι εμπιστευτικές εκδοχές των εγγράφων της δικογραφίας.
- 102 Με διάταξη της 11ης Απριλίου 2019, Google και Alphabet κατά Επιτροπής (Τ-612/17, μη δημοσιευθείσα, ΕΥ:Τ:2019:250), ο πρόεδρος του ενάτου τμήματος του Γενικού Δικαστηρίου έκανε δεκτές, αφενός, ορισμένες από τις αναθεωρημένες αιτήσεις εμπιστευτικής μεταχείρισης όσον αφορά πληροφορίες που περιείχονταν στο δικόγραφο της προσφυγής και στο υπόμνημα αντικρούσεως και, αφετέρου, ορισμένες από τις αιτήσεις εμπιστευτικής μεταχείρισης πληροφοριών που περιείχονταν στα υπομνήματα απαντήσεως και ανταπαντήσεως. Απέρριψε δε τις αιτήσεις εμπιστευτικής μεταχείρισης κατά τα λοιπά. Ως εκ τούτου, στην Google και στην Επιτροπή τάχθηκε προθεσμία για την κοινοποίηση νέων, μη εμπιστευτικών εκδοχών ορισμένων εγγράφων της δικογραφίας, ενώ προθεσμία τάχθηκε και στη Foundem προκειμένου να συμπληρώσει το υπόμνημά της παρεμβάσεως υπό το πρίσμα των στοιχείων τα οποία δεν υπέκριντο πλέον σε εμπιστευτική μεταχείριση. Απαντώντας στις παρατηρήσεις της Εποπτεύουσας Αρχής της ΕΖΕΣ η οποία είχε επικαλεστεί την ιδιαίτερη θέση της στο πλαίσιο των διοικητικών διαδικασιών επί των οποίων εκδίδονται αποφάσεις της Επιτροπής περί διαπίστωσης παράβασης των προβλεπόμενων στη Συμφωνία για τον ΕΟΧ κανόνων του ανταγωνισμού, όπως είναι η προσβαλλόμενη απόφαση, ο πρόεδρος του ενάτου τμήματος του Γενικού Δικαστηρίου επισήμανε ότι, στο πλαίσιο της ένδικης διαδικασίας ενώπιον του Γενικού Δικαστηρίου, ισχύουν για την Αρχή αυτή οι ίδιες απαιτήσεις όπως και για τους λοιπούς παρεμβαίνοντες και ότι, υπό τις περιστάσεις της υπό κρίση υπόθεσης, δεν μπορούσε να δοθεί συνέχεια στις παρατηρήσεις της.
- 103 Το ΕΓΕΚ, η Foundem, η CCIA, η VDZ, η BDZV, η Visual Meta, η Twenga, η Εποπτεύουσα Αρχή της ΕΖΕΣ, η Kelkoo και η Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας κατέθεσαν τα αντίστοιχα υπομνήματα παρεμβάσεως στις 15 Μαρτίου 2019 και η Foundem κατέθεσε συμπληρωματικό υπόμνημα παρεμβάσεως στις 11 Ιουνίου 2019. Η Επιτροπή υπέβαλε παρατηρήσεις επί του υπομνήματος παρεμβάσεως της CCIA στις 20 Μαΐου 2019 και η Google υπέβαλε παρατηρήσεις επί των υπομνημάτων παρεμβάσεως του ΕΓΕΚ, της CCIA, της VDZ, της BDZV, της Visual Meta, της Twenga, της Εποπτεύουσας Αρχής της ΕΖΕΣ, της Kelkoo και της Ομοσπονδιακής Δημοκρατίας της Γερμανίας στις 21 Ιουνίου 2019 και επί του υπομνήματος απαντήσεως της Foundem την 1η Ιουλίου 2019.
- 104 Κατόπιν πρότασης του ενάτου τμήματος, το Γενικό Δικαστήριο αποφάσισε, στις 10 Ιουλίου 2019, να παραπέμψει την υπόθεση ενώπιον πενταμελούς τμήματος, κατ' εφαρμογήν του άρθρου 28 του Κανονισμού Διαδικασίας.
- 105 Με έγγραφα της 9ης και της 23ης Αυγούστου 2019, η Επιτροπή και η Google ζήτησαν να μην κοινοποιηθούν, λόγω του εμπιστευτικού χαρακτήρα τους, στο ΕΓΕΚ, στη Foundem, στη CCIA, στη VDZ, στην BDZV, στη Visual Meta, στην Twenga, στην Εποπτεύουσα Αρχή της ΕΖΕΣ, στην Kelkoo και στην Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας ορισμένα στοιχεία των παρατηρήσεων της Google επί διαφόρων υπομνημάτων παρεμβάσεως.
- 106 Στις 5 και στις 10 Σεπτεμβρίου 2019, το ΕΓΕΚ και η Kelkoo αμφισβήτησαν ορισμένες από τις αιτήσεις εμπιστευτικής μεταχείρισης της Google όσον αφορά τις παρατηρήσεις της επί των υπομνημάτων παρεμβάσεώς τους.

- 107 Με διάταξη της 8ης Οκτωβρίου 2019, Google και Alphabet κατά Επιτροπής (Τ-612/17, μη δημοσιευθείσα, ΕΥ:Τ:2019:770), ο πρόεδρος του ενάτου πενταμελούς τμήματος του Γενικού Δικαστηρίου έκρινε ότι δεν ήταν αναγκαίο να αποφανθεί σε σχέση με τις μη αμφισβητηθείσες αιτήσεις εμπιστευτικής μεταχείρισης για τις οποίες γίνεται λόγος στη σκέψη 105 ανωτέρω και, ως προς τις αιτήσεις που είχαν αμφισβητηθεί, έκανε δεκτές ορισμένες από τις αιτήσεις όσον αφορά το ΕΓΕΚ, τη CCIA, τη VDZV, την BDZV, τη Visual Meta, την Twenga, την Εποπτεύουσα Αρχή της ΕΖΕΣ, την Kelkoo και την Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας, όπως και άλλες αιτήσεις με εξαίρεση αυτή της Kelkoo, ενώ άλλες τις απέρριψε.
- 108 Κατόπιν έκθεσης του εισηγητή δικαστή, το Γενικό Δικαστήριο (ένατο πενταμελές τμήμα) αποφάσισε να προχωρήσει στην προφορική διαδικασία και κάλεσε τους κύριους διαδίκους, δυνάμει του άρθρου 89, παράγραφοι 2 και 3, του Κανονισμού Διαδικασίας, να απαντήσουν σε διάφορες ερωτήσεις είτε εγγράφως είτε κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση.
- 109 Στις 21 και στις 22 Ιανουαρίου 2020, η Επιτροπή και η Google απάντησαν στις ερωτήσεις του Γενικού Δικαστηρίου στις οποίες έπρεπε να δοθεί γραπτή απάντηση. Η Google ζήτησε να μην κοινοποιηθούν, λόγω του εμπιστευτικού χαρακτήρα τους, ορισμένα στοιχεία της απάντησής της στο ΕΓΕΚ, στη Foundem, στη CCIA, στη VDZ, στην BDZV, στη Visual Meta, στην Twenga, στην Εποπτεύουσα Αρχή της ΕΖΕΣ, στην Kelkoo και στην Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας.
- 110 Στις 5 Φεβρουαρίου 2020, η BDZV αμφισβήτησε ορισμένες από τις αιτήσεις εμπιστευτικής μεταχείρισης που είχε υποβάλει η Google όσον αφορά τη γραπτή απάντησή της στις ερωτήσεις του Γενικού Δικαστηρίου, αλλά και όσον αφορά τα παραρτήματα των υπομνημάτων αντικρούσεως και απαντήσεως.
- 111 Με διάταξη της 10ης Φεβρουαρίου 2020, Google και Alphabet κατά Επιτροπής (Τ-612/17, μη δημοσιευθείσα, ΕΥ:Τ:2020:69), ο πρόεδρος του ενάτου πενταμελούς τμήματος του Γενικού Δικαστηρίου απέρριψε ως απαράδεκτες τις αιτήσεις περί άρσης του εμπιστευτικού χαρακτήρα που είχε υποβάλει η BDZV σχετικά με τα παραρτήματα του υπομνήματος αντικρούσεως και του υπομνήματος απαντήσεως, έκρινε ότι δεν ήταν αναγκαίο να αποφανθεί σε σχέση με τις μη αμφισβητηθείσες αιτήσεις εμπιστευτικής μεταχείρισης για τις οποίες γίνεται λόγος στη σκέψη 109 ανωτέρω και έκανε δεκτές τις αιτήσεις που είχαν αμφισβητηθεί.
- 112 Η επ' ακροατηρίου συζήτηση διεξήχθη από τις 12 έως τις 14 Φεβρουαρίου 2020, αφού, κατόπιν προπαρασκευαστικής συνάντησης του προέδρου του τμήματος και του εισηγητή δικαστή με τους κύριους διαδίκους στις 15 Ιανουαρίου 2020 βάσει του άρθρου 89 του Κανονισμού Διαδικασίας, οι τελευταίοι δέχθηκαν να αρθεί η εμπιστευτικότητα έναντι του ΕΓΕΚ, της Foundem, της CCIA, της VDZ, της BDZV, της Visual Meta, της Twenga, της Εποπτεύουσας Αρχής της ΕΖΕΣ, της Kelkoo, της Ομοσπονδιακής Δημοκρατίας της Γερμανίας, και του κοινού όσον αφορά ορισμένα στοιχεία της δικογραφίας.

III. Αιτήματα των διαδίκων

- 113 Η Google ζητεί από το Γενικό Δικαστήριο:
- να ακυρώσει την προσβαλλόμενη απόφαση·
 - επικουρικώς, στο πλαίσιο της πλήρους δικαιοδοσίας του, να διαγράψει ή να μειώσει το πρόστιμο·

- σε κάθε περίπτωση, να καταδικάσει την Επιτροπή στα δικαστικά έξοδα·
 - να καταδικάσει το ΕΓΕΚ, τη Foundem, τη VDZ, την BDZV, τη Visual Meta, την Twenga, την Εποπτεύουσα Αρχή της ΕΖΕΣ, την Kelkoo και την Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας στα δικαστικά έξοδα που σχετίζονται με τις παρεμβάσεις τους.
- 114 Η Επιτροπή ζητεί από το Γενικό Δικαστήριο:
- να απορρίψει την προσφυγή·
 - να καταδικάσει την Google στα δικαστικά έξοδα·
 - να καταδικάσει τη CCIA στα δικαστικά έξοδα στα οποία υποβλήθηκε λόγω της παρέμβασής της.
- 115 Η CCIA ζητεί από το Γενικό Δικαστήριο να ακυρώσει την προσβαλλόμενη απόφαση και να καταδικάσει την Επιτροπή στα δικαστικά έξοδα που σχετίζονται με την παρέμβασή της.
- 116 Η Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας ζητεί από το Γενικό Δικαστήριο να απορρίψει την προσφυγή.
- 117 Το ΕΓΕΚ ζητεί από το Γενικό Δικαστήριο να απορρίψει την προσφυγή και να καταδικάσει την Επιτροπή στα δικαστικά έξοδα που σχετίζονται με την παρέμβασή του.
- 118 Η Foundem, η Kelkoo, η VDZ, η Visual Meta, η BDZV και η Twenga ζητούν από το Γενικό Δικαστήριο να απορρίψει την προσφυγή και να καταδικάσει την Google στα δικαστικά έξοδα.

IV. Σκεπτικό

A. Προκαταρκτικές παρατηρήσεις

- 119 Πρέπει να υπογραμμιστεί εξ αρχής ότι η Google δεν αμφισβητεί ότι κατέχει δεσπόζουσα θέση στις δεκατρείς εθνικές αγορές γενικής αναζήτησης που αντιστοιχούν στις χώρες στις οποίες η Επιτροπή εκτίμησε ότι είχε καταχραστεί την εν λόγω θέση. Τούτο συνιστά παραδοχή επί της οποίας στηρίζονται όλες οι ακόλουθες αναλύσεις.

1. Επί της σειράς εξέτασης των λόγων ακυρώσεως και των επιχειρημάτων στην υπό κρίση υπόθεση

- 120 Η Google προβάλλει έξι λόγους ακυρώσεως κατά της προσβαλλόμενης απόφασης τους οποίους διατυπώνει ως εξής:

«Ο πρώτος και ο δεύτερος λόγος ακυρώσεως καταδεικνύουν ότι κακώς διαπιστώνεται με την απόφαση ότι η Google ευνοεί τη δική της υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων λόγω του τρόπου εμφάνισης των Product Universals και των Shopping Units. Ο τρίτος λόγος ακυρώσεως εξηγεί ότι η απόφαση είναι εσφαλμένη, κατά το μέρος που γίνεται δεκτό ότι ο τρόπος τοποθέτησης και εμφάνισης των Product Universals και των Shopping Units εξέτρεψαν τη ροή αναζήτησης της Google. Με τον τέταρτο λόγο ακυρώσεως θα καταδειχθεί ότι η εικασία της απόφασης ως προς τα

αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα είναι αβάσιμη. Ο πέμπτος λόγος ακυρώσεως καταδεικνύει ότι κακώς η απόφαση χαρακτηρίζει ως καταχρηστικές πρακτικές συνιστάμενες σε ποιοτικές βελτιώσεις οι οποίες αποτελούν έκφραση υγιούς ανταγωνισμού. Ο έκτος λόγος ακυρώσεως αποδεικνύει ότι είναι αβάσιμοι οι λόγοι για τους οποίους επιβλήθηκε πρόστιμο με την απόφαση.»

- 121 Το Γενικό Δικαστήριο παρατηρεί ότι η επιχειρηματολογία της Google περιέχει πολλά πραγματικά και τεχνικά στοιχεία καθώς και επικρίσεις νομικής φύσης που επαναλαμβάνονται προς στήριξη διαφόρων λόγων ακυρώσεως. Το Γενικό Δικαστήριο θα εξετάσει τους λόγους ακυρώσεως και τα επιχειρήματα της Google με την ακόλουθη σειρά.
- 122 Το Γενικό Δικαστήριο θα εξετάσει καταρχάς, υπό τον τίτλο Β του παρόντος μέρους, το οποίο αφορά το κύριο αίτημα, και πιο συγκεκριμένα στο σημείο 1, τα επιχειρήματα της Google ότι οι πρακτικές τις οποίες επέκρινε η Επιτροπή συνιστούν στην πραγματικότητα ποιοτικές βελτιώσεις της παρεχόμενης υπηρεσίας αναζήτησης στο διαδίκτυο (πέμπτος λόγος ακυρώσεως), όπερ σημαίνει, αφενός, ότι η Google δεν είναι δυνατόν να έχει διαπράξει κατάχρηση, δεδομένου ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι οι βελτιώσεις αυτές ενέχουν στοιχεία ξένα προς τον υγιή ανταγωνισμό, και, αφετέρου, ότι η Επιτροπή, επειδή δεν μπόρεσε να εντοπίσει και να απομονώσει τέτοια στοιχεία, υποχρέωσε, στην πραγματικότητα, την Google σε παροχή δίχως να πληρούνται οι αυστηρές προϋποθέσεις οι οποίες απαιτούνται με βάση την απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, *Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569)*. Ειδικότερα, κατά την Google, η Επιτροπή της επέβαλε την υποχρέωση να παράσχει στους ανταγωνιστές της πρόσβαση στις υπηρεσίες της ως αν επρόκειτο για «ουσιαστική διευκόλυνση» που τους είναι αναγκαία, χωρίς να αποδείξει ότι συνέτρεχαν οι προϋποθέσεις οι οποίες απαιτούνται σχετικώς από τη νομολογία του Δικαστηρίου. Στο πλαίσιο πάντοτε της επιχειρηματολογίας της Google σχετικά με τον υγιή ανταγωνισμό, θα εξεταστεί ο ισχυρισμός ότι η Google, θέτοντας σε λειτουργία τα επίμαχα στην υπό κρίση υπόθεση εξειδικευμένα αποτελέσματα, δεν επεδίωξε κατ' ουσίαν κανέναν σκοπό αντίθετο προς τους κανόνες του ανταγωνισμού, αφού αυτά απλώς βελτιώνουν την ποιότητα της υπηρεσίας αναζήτησης την οποία παρέχει. Το ανωτέρω επιχείρημα, το οποίο προβάλλεται με το πρώτο σκέλος του πρώτου λόγου ακυρώσεως, θα εξεταστεί επίσης στο σημείο 1 του τίτλου Β.
- 123 Επομένως, το Γενικό Δικαστήριο θα εξετάσει, στο σημείο 1 του τίτλου Β, τη νομιμότητα του νομικού χαρακτηρισμού περί μεροληπτικής συμπεριφοράς στον οποίο κατέληξε η Επιτροπή βάσει του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και το ζήτημα αν ορθώς η Επιτροπή διαπίστωσε την ύπαρξη κατάχρησης, σε μια περίπτωση όπου προσάπτεται κατ' ουσίαν σε επιχείρηση η οποία κατέχει δεσπόζουσα θέση ότι ευνοεί τη δική της υπηρεσία εις βάρος των υπηρεσιών των ανταγωνιστών της.
- 124 Εν συνεχεία, το Γενικό Δικαστήριο θα εξετάσει στο σημείο 2 του τίτλου Β του παρόντος μέρους, εάν υφίστατο διαφορετική μεταχείριση με βάση τον ανωτέρω χαρακτηρισμό, ήτοι εάν η Google προέβη σε διάκριση υπέρ της δικής της υπηρεσία εξειδικευμένης αναζήτησης όσον αφορά, αντιστοίχως, το χρονικό διάστημα λειτουργίας του *Product Universal* (πρώτος λόγος ακυρώσεως) και το χρονικό διάστημα λειτουργίας της *Shopping Unit* (δεύτερος λόγος ακυρώσεως).
- 125 Ακολούθως, το Γενικό Δικαστήριο θα εξετάσει, στο σημείο 3 του τίτλου Β του παρόντος μέρους, τον τρίτο και τον τέταρτο λόγο ακυρώσεως, με τους οποίους η Google υποστηρίζει ότι η προσαπτόμενη συμπεριφορά δεν είχε αποτελέσματα αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού.

- 126 Τέλος, το Γενικό Δικαστήριο θα εξετάσει στο σημείο 4 του τίτλου Β του παρόντος μέρους, το τρίτο σκέλος του πρώτου και το τρίτο σκέλος του δευτέρου λόγου ακυρώσεως, με τα οποία η Google υποστηρίζει ότι η προσαπτόμενη συμπεριφορά δικαιολογούνταν αντικειμενικώς και, κατά συνέπεια, δεν αντέβαινε προς το άρθρο 102 ΣΛΕΕ.
- 127 Αφού καταλήξει σε κρίση επί του βασίμου στο σημείο 5 του τίτλου Β του παρόντος μέρους, το Γενικό Δικαστήριο θα εξετάσει, στον τίτλο Γ της παρούσας απόφασης, τον έκτο λόγο ακυρώσεως, με τον οποίο η Google υποστηρίζει ότι η χρηματική κύρωση είναι, εν πάση περιπτώσει, αδικαιολόγητη και, αν μη τι άλλο, υπέρμετρα υψηλή.

2. Επί της έκτασης του ελέγχου του Γενικού Δικαστηρίου στην υπό κρίση υπόθεση

- 128 Το Γενικό Δικαστήριο υπενθυμίζει, εισαγωγικώς, τι είδους έλεγχο ασκεί ο δικαστής της Ένωσης επί των αποφάσεων τις οποίες εκδίδει η Επιτροπή βάσει του άρθρου 102 ΣΛΕΕ.
- 129 Ο δικαστικός έλεγχος στον οποίο προβαίνει το Γενικό Δικαστήριο περιλαμβάνει τον προβλεπόμενο στο άρθρο 263 ΣΛΕΕ έλεγχο της νομιμότητας των πράξεων των θεσμικών οργάνων, ο οποίος ενδεχομένως συμπληρώνεται, κατ' εφαρμογήν του άρθρου 261 ΣΛΕΕ, από την άσκηση πλήρους δικαιοδοσίας όσον αφορά την επιβολή κυρώσεων (πρβλ. απόφαση της 21ης Ιανουαρίου 2016, Galp Energía España κ.λπ. κατά Επιτροπής, C-603/13 P, EU:C:2016:38, σκέψη 71).
- 130 Όπως έχει διευκρινίσει το Δικαστήριο, η έκταση του ελέγχου νομιμότητας τον οποίο προβλέπει το άρθρο 263 ΣΛΕΕ καλύπτει όλα τα στοιχεία των αποφάσεων της Επιτροπής οι οποίες αφορούν διαδικασίες εφαρμογής των άρθρων 101 ΣΛΕΕ και 102 ΣΛΕΕ και ελέγχονται από το Γενικό Δικαστήριο εμπειριστατωμένα, τόσο από νομική όσο και από πραγματική άποψη, υπό το πρίσμα των λόγων που προβάλλουν οι προσφεύγοντες και λαμβανομένου υπόψη του συνόλου των στοιχείων τα οποία αυτοί υποβάλλουν στην κρίση του, είτε είναι προγενέστερα είτε μεταγενέστερα της εκδοθείσας απόφασης, είτε είχαν προσκομιστεί προηγουμένως στο πλαίσιο της διοικητικής διαδικασίας είτε προσκομίζονται για πρώτη φορά στο πλαίσιο της προσφυγής της οποίας έχει επιληφθεί το Γενικό Δικαστήριο, εφόσον όμως είναι ουσιώδη για τον έλεγχο της νομιμότητας της απόφασης της Επιτροπής (απόφαση της 21ης Ιανουαρίου 2016, Galp Energía España κ.λπ. κατά Επιτροπής, C-603/13 P, EU:C:2016:38, σκέψη 72· πρβλ., επίσης, απόφαση της 26ης Σεπτεμβρίου 2018, Infineon Technologies κατά Επιτροπής, C-99/17 P, EU:C:2018:773, σκέψη 48).
- 131 Το Δικαστήριο έχει κρίνει ότι, μολονότι η Επιτροπή έχει ευρεία διακριτική ευχέρεια σε οικονομικά ζητήματα, τούτο δεν σημαίνει ότι ο δικαστής της Ένωσης δεν πρέπει να ελέγχει την ερμηνεία της Επιτροπής αναφορικά με στοιχεία οικονομικής φύσης. Πράγματι, ο δικαστής της Ένωσης οφείλει ειδικότερα όχι μόνο να εξετάζει την ακρίβεια, την αξιοπιστία και τη συνοχή των αποδεικτικών στοιχείων των οποίων γίνεται επίκληση, αλλά και να ελέγχει αν τα στοιχεία αυτά αποτελούν το σύνολο των κρίσιμων δεδομένων που πρέπει να ληφθούν υπόψη για να εκτιμηθεί μια πολύπλοκη κατάσταση, καθώς και αν τεκμηριώνουν τα συμπεράσματα που συνάγονται από αυτά (αποφάσεις της 15ης Φεβρουαρίου 2005, Επιτροπή κατά Tetra Laval, C-12/03 P, EU:C:2005:87, σκέψη 39, της 8ης Δεκεμβρίου 2011, Χαλκόρ κατά Επιτροπής, C-386/10 P, EU:C:2011:815, σκέψη 54, και της 10ης Ιουλίου 2014, Telefónica και Telefónica de España κατά Επιτροπής, C-295/12 P, EU:C:2014:2062, σκέψη 54). Όταν, προκειμένου να χαρακτηρίσει μια πρακτική υπό το πρίσμα των διατάξεων του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, η Επιτροπή αποδίδει ιδιαίτερη σημασία σε μια οικονομική ανάλυση, ο δικαστής της Ένωσης είναι υποχρεωμένος να εξετάσει το σύνολο των επιχειρημάτων

που προβάλλει σχετικά με την ανάλυση αυτή η επιχείρηση στην οποία επιβλήθηκε η κύρωση (πρβλ. απόφαση της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής, C-413/14 P, EU:C:2017:632, σκέψεις 141 έως 144).

- 132 Επιπλέον, από τη νομολογία του Δικαστηρίου συνάγεται ότι στον τομέα του δικαίου του ανταγωνισμού, σε περίπτωση που ερίζεται η ύπαρξη παράβασης, εναπόκειται στην Επιτροπή να αποδεικνύει τις παραβάσεις τις οποίες διαπιστώνει και να προσκομίζει στοιχεία που να θεμελιώνουν, επαρκώς κατά νόμον, τη συνδρομή των πραγματικών περιστατικών που στοιχειοθετούν την παράβαση. Τυχόν αμφιβολία του δικαστή είναι υπέρ της επιχείρησης στην οποία απευθύνεται η απόφαση που διαπιστώνει την παράβαση (αποφάσεις της 22ας Νοεμβρίου 2012, E.ON Energie κατά Επιτροπής, C-89/11 P, EU:C:2012:738, σκέψεις 71 και 72, και της 16ης Φεβρουαρίου 2017, Hansen & Rosenthal και H&R Wax Company Vertrieb κατά Επιτροπής, C-90/15 P, μη δημοσιευθείσα, EU:C:2017:123, σκέψεις 17 και 18).
- 133 Μολονότι η αρχή η οποία προβάλλει τον ισχυρισμό περί παράβασης των κανόνων του ανταγωνισμού οφείλει να αποδείξει την ύπαρξη παράβασης, η επιχείρηση που προβάλλει αμυντικό ισχυρισμό προς αντίκρουση διαπίστωσης περί παράβασης των ως άνω κανόνων είναι εκείνη η οποία οφείλει να αποδείξει ότι ο αμυντικός ισχυρισμός πρέπει να γίνει δεκτός, οπότε η προαναφερθείσα αρχή θα πρέπει να βασιστεί σε άλλα αποδεικτικά στοιχεία που περιέχονται στην προσβαλλόμενη απόφαση. Επιπλέον, έστω και αν, σύμφωνα με τις αρχές αυτές, το βάρος απόδειξης το φέρει είτε η Επιτροπή είτε η ενδιαφερόμενη επιχείρηση, τα πραγματικά στοιχεία τα οποία επικαλείται η μία πλευρά ενδέχεται να είναι τέτοια ώστε η άλλη πλευρά να υποχρεωθεί να παράσχει μια εξήγηση ή μια δικαιολόγηση, ελλείψει της οποίας θα μπορεί να γίνει δεκτό ότι τηρήθηκαν οι κανόνες περί του βάρους απόδειξης (πρβλ. απόφαση της 17ης Ιουνίου 2010, Lafarge κατά Επιτροπής, C-413/08 P, EU:C:2010:346, σκέψεις 29 και 30 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).
- 134 Κατόπιν τούτου, όταν η Επιτροπή στηρίζεται σε αποδεικτικά στοιχεία τα οποία είναι καταρχήν επαρκή προς απόδειξη της ύπαρξης παράβασης, δεν αρκεί η ενδιαφερόμενη επιχείρηση απλώς να επικαλεστεί το ενδεχόμενο να επέλθει ένα γεγονός το οποίο θα μπορούσε να επηρεάσει την αποδεικτική αξία των εν λόγω στοιχείων, έτσι ώστε να φέρει πλέον η Επιτροπή το βάρος απόδειξης ότι το γεγονός αυτό δεν ήταν σε θέση να επηρεάσει την αποδεικτική αξία των στοιχείων. Αντιθέτως, εκτός από τις περιπτώσεις όπου η ενδιαφερόμενη αδυνατεί, λόγω της συμπεριφοράς της ίδιας της Επιτροπής να προσκομίσει τέτοια απόδειξη, εναπόκειται στην επιχείρηση να αποδείξει επαρκώς κατά νόμο, αφενός, την ύπαρξη του γεγονότος το οποίο επικαλείται και, αφετέρου, ότι το γεγονός αυτό αναιρεί την αποδεικτική αξία των στοιχείων στα οποία στηρίζεται η Επιτροπή (απόφαση της 22ας Νοεμβρίου 2012, E.ON Energie κατά Επιτροπής, C-89/11 P, EU:C:2012:738, σκέψη 76).
- 135 Τέλος, υπενθυμίζεται ότι το Δικαστήριο και το Γενικό Δικαστήριο δεν μπορούν, εν πάση περιπτώσει, στο πλαίσιο του κατ' άρθρο 263 ΣΛΕΕ ελέγχου νομιμότητας, να υποκαταστήσουν με τη δική τους αιτιολογία όσον αφορά την εκτίμηση των πραγματικών περιστατικών αυτήν του εκδόντος την προσβαλλόμενη πράξη (αποφάσεις της 27ης Ιανουαρίου 2000, DIR International Film κ.λπ. κατά Επιτροπής, C-164/98 P, EU:C:2000:48, σκέψη 38, της 24ης Ιανουαρίου 2013, Frucosa Košice κατά Επιτροπής, C-73/11 P, EU:C:2013:32, σκέψη 89, και της 21ης Ιανουαρίου 2016, Galp Energía España κ.λπ. κατά Επιτροπής, C-603/13 P, EU:C:2016:38, σκέψη 73). Δεδομένου ότι ο έλεγχος της νομιμότητας της προσβαλλόμενης απόφασης αφορά την αιτιολογία της απόφασης αυτής, ο δικαστής δεν μπορεί, ούτε αυτεπαγγέλτως ούτε κατόπιν αιτήματος της Διοίκησης, να προσθέσει αιτιολογίες σε αυτές που ήδη χρησιμοποιήθηκαν στην προσβαλλόμενη απόφαση.

B. Επί του κύριου αιτήματος, με το οποίο ζητείται η ακύρωση της προσβαλλόμενης απόφασης

1. Επί του πέμπτου λόγου ακυρώσεως και του πρώτου σκέλους του πρώτου λόγου ακυρώσεως που προβάλλει η προσφεύγουσα, υποστηρίζοντας ότι οι επίδικες πρακτικές συνάδουν με τον υγιή ανταγωνισμό

- 136 Όπως επισημάνθηκε στις σκέψεις 122 και 123 ανωτέρω, η Google υποστηρίζει καταρχάς, με το πρώτο σκέλος του πέμπτου λόγου ακυρώσεως, ότι η προσβαλλόμενη απόφαση δεν προσδιορίζει ποια στοιχεία της συμπεριφοράς της, η οποία συνίστατο στην πραγματοποίηση ποιοτικών βελτιώσεων στην υπηρεσία της αναζήτησης στο διαδίκτυο, είναι ξένα προς τον υγιή ανταγωνισμό.
- 137 Περαιτέρω, η Google ισχυρίζεται, με το δεύτερο σκέλος του πέμπτου λόγου ακυρώσεως, ότι η συμπεριφορά η οποία επικρίνεται με την προσβαλλόμενη απόφαση συνιστά στην πραγματικότητα άρνηση παροχής, δεδομένου ότι η Επιτροπή της προσάπτει ότι δεν παρέσχε στα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων πρόσβαση στις «τεχνολογίες και τα designs της» και ειδικότερα στα «κουτάκια» που εμφανίζονταν στο πάνω μέρος των σελίδων γενικών αποτελεσμάτων της. Για να διαπιστώσει όμως ότι μια τέτοια συμπεριφορά αντιβαίνει προς το άρθρο 102 ΣΛΕΕ, η Επιτροπή θα όφειλε να αποδείξει ότι πληρούνταν οι προϋποθέσεις της απόφασης της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), όπερ παρέλειψε να πράξει. Επομένως, η Επιτροπή, χαρακτηρίζοντας τη συμπεριφορά μεροληπτική, επιδίωξε στην πραγματικότητα να παρακάμψει τις προϋποθέσεις από τις οποίες εξαρτάται η διαπίστωση άρνησης παροχής και υπέπεσε, ως εκ τούτου, σε νομικό σφάλμα στην απόφασή της.
- 138 Τέλος, η Google διατείνεται, με το πρώτο σκέλος του πρώτου λόγου ακυρώσεως, ότι η προσβαλλόμενη απόφαση παραμορφώνει τους λόγους για τους οποίους η εταιρία δημιούργησε τα εξειδικευμένα αποτελέσματα για προϊόντα. Συγκεκριμένα, η Google δεν καθιέρωσε τα ομαδοποιημένα αποτελέσματα για προϊόντα προκειμένου, όπως υποστήριξε η Επιτροπή, να κατευθύνει την κίνηση προς το δικό της εργαλείο σύγκρισης, αλλά για να βελτιώσει την ποιότητα των αποτελεσμάτων της και τον τρόπο με τον οποίο αυτά εμφανίζονται στους χρήστες.

α) Επί του πρώτου σκέλους του πέμπτου λόγου ακυρώσεως, με το οποίο υποστηρίζεται ότι οι επίδικες πρακτικές συνιστούν ποιοτικές βελτιώσεις που εντάσσονται στο πλαίσιο του υγιούς ανταγωνισμού και δεν μπορούν να χαρακτηριστούν καταχρηστικές

1) Επιχειρήματα των διαδίκων

- 139 Η Google υποστηρίζει, στο πρώτο σκέλος του πέμπτου λόγου ακυρώσεως, ότι οι προσαπτόμενες πρακτικές συνιστούν ποιοτικές βελτιώσεις οι οποίες εντάσσονται στο πλαίσιο του υγιούς ανταγωνισμού και δεν μπορούν να χαρακτηριστούν καταχρηστικές.
- 140 Ως προς την πρώτη πτυχή, η Google παραπέμπει ιδίως στις αποφάσεις της 13ης Φεβρουαρίου 1979, Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής (85/76, EU:C:1979:36, σκέψη 91), της 3ης Ιουλίου 1991, AKZO κατά Επιτροπής (C-62/86, EU:C:1991:286, σκέψη 70), και της 14ης Οκτωβρίου 2010, Deutsche Telekom κατά Επιτροπής (C-280/08 P, EU:C:2010:603, σκέψη 177), για να τεκμηριώσει την άποψή της ότι το Δικαστήριο διακρίνει, όσον αφορά τις κατέχουσες δεσπόζουσα θέση επιχειρήσεις, τις καταχρηστικές πρακτικές οι οποίες είναι αντίθετες προς τους κανόνες του ανταγωνισμού από τις θετικές για τον ανταγωνισμό συμπεριφορές οι οποίες εντάσσονται στο πλαίσιο του «κανονικού» ή του «υγιούς» ανταγωνισμού.

- 141 Ειδικότερα, το καίριο στοιχείο όλων των υποθέσεων επί των οποίων εκδόθηκαν οι αποφάσεις που παρατίθενται στη σκέψη 140 ανωτέρω είναι ότι οι επιχειρήσεις έχουν το δικαίωμα να χρησιμοποιούν όλες τις «κανονικές» μεθόδους για να συμμετάσχουν στον ανταγωνισμό και να κερδίσουν μερίδια αγοράς. Τούτο σημαίνει ότι η Google έχει το δικαίωμα να αποκτήσει «ανταγωνιστικό πλεονέκτημα», βελτιώνοντας την ποιότητα των τεχνολογιών της και των παρεχόμενων υπηρεσιών εξειδικευμένης αναζήτησης τόσο για τα φυσικά αποτελέσματα για προϊόντα όσο και για τις διαφημίσεις για προϊόντα οι οποίες είναι προσβάσιμες μέσω της σελίδας της γενικής αναζήτησης. Η CCIA υπογραμμίζει επ' αυτού ότι η ανάπτυξη και η βελτίωση του «design» ενός ιστοτόπου αποτελούν μέρος της ανταγωνιστικής διαδικασίας. Συγκεκριμένα, κατά τη CCIA, τέτοιες βελτιώσεις ανταποκρίνονται στις προσδοκίες τόσο των καταναλωτών όσο και των διαφημιζομένων. Η CCIA επισημαίνει ότι η ποιότητα ενός ιστοτόπου αποτελεί μία από τις σημαντικότερες πτυχές του ανταγωνισμού στις ψηφιακές αγορές. Η CCIA προσθέτει ότι, στη σύγχρονη οικονομία, η κάθετη ολοκλήρωση είναι πανταχού παρούσα και, γενικώς, θετική από οικονομική άποψη.
- 142 Κατά την Google, η θεωρία η οποία διατυπώνεται στην προσβαλλόμενη απόφαση δεν προσδιορίζει κανένα στοιχείο από το οποίο να μπορεί να συναχθεί γιατί οι πρακτικές της δεν εντάσσονται στο πλαίσιο του υγιούς ανταγωνισμού. Ο ισχυρισμός ότι η Google εφάρμοσε μεροληπτικές πρακτικές και η υπόθεση περί δυνητικών επιπτώσεων δεν αναιρούν το ότι τα αποτελέσματα και οι διαφημίσεις για ομαδοποιημένα προϊόντα βελτίωσαν την ποιότητα της υπηρεσίας γενικής αναζήτησης την οποία παρέχει η εταιρία. Εμφανίζοντας τέτοια «designs» στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων και αναπτύσσοντας τις κατάλληλες καινοτόμες τεχνολογίες για να τα υποστηρίξει, η Google επιδόθηκε, κατά την άποψή της, σε υγιή ανταγωνισμό στην αγορά γενικής αναζήτησης.
- 143 Κατά την Google, η Επιτροπή επιχειρεί να αποσιωπήσει τα ανωτέρω στοιχεία διαπιστώνοντας, στην αιτιολογική σκέψη 334 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η «πρακτική μιας επιχείρησης η οποία κατέχει δεσπόζουσα θέση σε δεδομένη αγορά» μπορεί να είναι καταχρηστική εάν με την πρακτική «επιδιώκεται η επέκταση της θέσης αυτής σε διακριτή, αλλά παραπλήσια αγορά». Η Επιτροπή υποστηρίζει, στην αιτιολογική σκέψη 652 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η εφαρμογή του συγκεκριμένου κανόνα σε σχέση με τη βελτίωση προϊόντων και υπηρεσιών συνάδει προς την υφιστάμενη νομολογία. Συνεπώς, κατά την Google, η Επιτροπή αρκέστηκε στην εκτίμηση ότι η συμπεριφορά της αποσκοπούσε στην επέκταση, μέσω «μόχλευσης», της δεσπόζουσας θέσης της σε αγορές παραπλήσιες με εκείνες στις οποίες κατείχε τέτοια θέση, χωρίς να λάβει υπόψη ότι η εν λόγω συμπεριφορά συνίστατο στη βελτίωση των υπηρεσιών της και ότι δεν απέκλινε από τον «κανονικό» ή «υγιή» ανταγωνισμό.
- 144 Από τη νομολογία προκύπτει ότι ο εκτοπισμός δεν σημαίνει οπωσδήποτε ότι νοθεύεται ο ανταγωνισμός, δεδομένου ότι ο υγιής ανταγωνισμός μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα την εξαφάνιση ή την περιθωριοποίηση λιγότερο αποτελεσματικών ανταγωνιστών. Η Google παραπέμπει συναφώς στις αποφάσεις της 27ης Μαρτίου 2012, *Post Danmark* (C-209/10, EU:C:2012:172, σκέψη 22), και της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, *Intel* κατά Επιτροπής (C-413/14 P, EU:C:2017:632, σκέψη 134). Η ανωτέρω διαπίστωση ισχύει όχι μόνον όταν τέτοιο αποτέλεσμα εκτοπισμού εκδηλώνεται στην αγορά στην οποία η οικεία επιχείρηση κατέχει δεσπόζουσα θέση, αλλά και όταν εκδηλώνεται σε άλλη αγορά. Η προσφεύγουσα αναγνωρίζει, βεβαίως, ότι η βελτίωση μιας υπηρεσίας δεν «θωρακίζει» έναντι του χαρακτηρισμού μιας συμπεριφοράς ως κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης, αλλά, εν προκειμένω, η Επιτροπή εσφαλμένως χαρακτήρισε καταχρηστική τη συμπεριφορά της Google, δεδομένου ότι δεν προσδιόρισε κανένα στοιχείο της συμπεριφοράς της εταιρίας, πέραν της «μόχλευσης», το οποίο να είναι αντίθετο προς τους κανόνες του ανταγωνισμού.

- 145 Ως προς το ζήτημα αυτό, η Google, υποστηριζόμενη από τη CCIA, διατείνεται ότι η έκφραση «κατάχρηση μέσω μόχλευσης» είναι γενικός όρος ο οποίος περικλείει διάφορες μορφές καταχρηστικών πρακτικών. Η νομολογία προσδιορίζει ειδικά στοιχεία για καθεμία μορφή «κατάχρησης μέσω μόχλευσης» τα οποία διακρίνουν την επίμαχη συμπεριφορά από τον υγιή ανταγωνισμό και την καθιστούν καταχρηστική, όπως είναι η ποιοτική υποβάθμιση, η συμπίεση των περιθωρίων κέρδους ή η άρνηση παροχής απαραίτητου ενδιάμεσου αγαθού. Επομένως, όταν εφαρμόζεται πρακτική χαμηλών τιμών από επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση, η πρακτική δεν πρέπει να θεωρηθεί, αυτή καθαυτή, ως καταχρηστική. Μπορεί να χαρακτηριστεί ως πρακτική επιθετικών τιμών μόνον εφόσον διαπιστωθεί η ύπαρξη ενός πρόσθετου στοιχείου το οποίο αποκλίνει από τον υγιή ανταγωνισμό. Επομένως, κατά τη CCIA, η απουσία θεωρητικής βάσης προς θεμελίωση της κατάχρησης λόγω μεροληπτικής συμπεριφοράς στην οποία αναφέρθηκε η Επιτροπή σημαίνει ότι δεν μπορεί να γίνει αντιληπτό ποιοι πρόσθετοι παράγοντες ή ποιες νομικές αρχές καθιστούν αντίθετη προς το άρθρο 102 ΣΛΕΕ αυτήν την κατά τα λοιπά απολύτως φυσική μεροληπτική συμπεριφορά, όπερ θέτει ζήτημα ασφάλειας δικαίου για τον τομέα του διαδικτύου συνολικά.
- 146 Η Επιτροπή, υποστηριζόμενη από την Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας, εκθέτει ότι δεν αποκλείεται η βελτίωση υπηρεσίας να συνιστά κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης, ιδίως εάν έχει ως συνέπεια να ευνοεί η επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση τη δική της υπηρεσία με μέσα ξένα προς τον υγιή ανταγωνισμό και εάν αυτό μπορεί να έχει αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα.
- 147 Η Επιτροπή διευκρινίζει ότι αμφισβητεί εξάλλου κατά πόσον βελτιώθηκε η υπηρεσία γενικής αναζήτησης της Google. Κατά την Επιτροπή, μολονότι είναι πράγματι δυνατόν η Google να βελτιώσει την παρεχόμενη υπηρεσία γενικής αναζήτησης εμφανίζοντας «συγκεκριμένα» ομαδοποιημένα αποτελέσματα στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της, δεν συνιστούσε τέτοια βελτίωση της υπηρεσίας γενικής αναζήτησης η εμφάνιση «αποκλειστικώς» ομαδοποιημένων αποτελεσμάτων προερχόμενων από το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της. Η Επιτροπή υπενθυμίζει δε ότι, κατά την άποψή της, δεν συντρέχουν, ως προς τη συμπεριφορά της Google, αντικειμενικοί δικαιολογητικοί λόγοι που να σχετίζονται με τη βελτίωση της ποιότητας της υπηρεσίας της γενικής αναζήτησης.
- 148 Η Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας διατείνεται ότι η συμπεριφορά η οποία προσάπτεται στην Google δεν εντάσσεται στο πλαίσιο υγιούς ανταγωνισμού, εφόσον εμποδίζει την ύπαρξη ανταγωνισμού βασιζόμενου στην ποιότητα του αλγορίθμου που χρησιμοποιείται για τη διενέργεια εξειδικευμένων αναζητήσεων για προϊόντα. Η ποιότητα του αλγορίθμου εξειδικευμένης αναζήτησης είναι όμως το στοιχείο ως προς το οποίο ανταγωνίζονται οι επιχειρήσεις του τομέα. Με την επίμαχη συμπεριφορά, η Google παρακινεί τους χρήστες να μην κάνουν κλικ στα αποτελέσματα που είναι πιο συναφή, αλλά σε εκείνα τα οποία είναι πιο εμφανή, δηλαδή στα δικά της, ανεξαρτήτως του εάν είναι όντως συναφή για τον χρήστη.
- 149 Η VDZ υποστηρίζει ότι το ζήτημα εάν η Google βελτίωσε την υπηρεσία της είναι άνευ σημασίας. Το μόνο κρίσιμο ζήτημα είναι εάν η Google χρησιμοποίησε τα νέα χαρακτηριστικά των υπηρεσιών της (Product Universals, Shopping Units, αλγορίθμους προσαρμογής) ως μέσο για την προώθηση του δικού της εργαλείου σύγκρισης προϊόντων εις βάρος των ανταγωνιστικών. Κατά την άποψη της VDZ, οι βελτιώσεις της υπηρεσίας σύγκρισης προϊόντων της Google θα μπορούσαν, στην καλύτερη περίπτωση, να εκτιμηθούν υπό το πρίσμα της αύξησης της αποτελεσματικότητας. Εντούτοις, κατά τη VDZ, η Google δεν προσκόμισε, όπως απαιτεί η νομολογία, στοιχεία που να καταδεικνύουν τέτοια αύξηση της αποτελεσματικότητας. Η VDZ προσθέτει ότι η υπό κρίση υπόθεση αποτελεί χαρακτηριστική περίπτωση κατάχρησης μέσω μόχλευσης. Η VDZ προσθέτει

ότι κατ' ουσίαν οι πρακτικές αποκλίνουν από τον υγιή ανταγωνισμό, διότι το μοναδικό οικονομικό κίνητρο το οποίο θα μπορούσε να υπαγορεύσει τη συμπεριφορά της Google στο πλαίσιο της πρωτογενούς αγοράς είναι ο περιορισμός του ανταγωνισμού στο πλαίσιο της δευτερογενούς αγοράς. Συγκεκριμένα, κατά τη VDZ, η μεροληπτική συμπεριφορά της Google υπέρ του δικού της εργαλείου σύγκρισης προϊόντων και εις βάρος των ανταγωνιστικών οδηγεί στον αποκλεισμό των πλέον συναφών αποτελεσμάτων εξειδικευμένης αναζήτησης των ανταγωνιστών, πράγμα που δεν έχει νόημα από οικονομική άποψη.

2) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου

- 150 Κατά πάγια νομολογία, η επιχείρηση η οποία κατέχει δεσπόζουσα θέση υπέχει ειδική υποχρέωση να μη θίγει, με τη συμπεριφορά της, τον αποτελεσματικό και ανόθευτο ανταγωνισμό στην εσωτερική αγορά (βλ. απόφαση της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής, C-413/14 P, EU:C:2017:632, σκέψη 135 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).
- 151 Το δε άρθρο 102 ΣΛΕΕ καλύπτει ειδικότερα εκείνες τις συμπεριφορές της κατέχουσας δεσπόζουσα θέση επιχείρησης οι οποίες έχουν ως αποτέλεσμα να κωλύεται, επί ζημιά των καταναλωτών, η διατήρηση του υφισταμένου στην αγορά ανταγωνισμού ή η ανάπτυξή του, λόγω της χρησιμοποίησης μέσων διαφορετικών από εκείνα που διέπουν τον κανονικό ανταγωνισμό των προϊόντων που προσφέρουν ή των υπηρεσιών που παρέχουν οι επιχειρήσεις (βλ. απόφαση της 27ης Μαρτίου 2012, Post Danmark, C-209/10, EU:C:2012:172, σκέψη 24 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).
- 152 Συνεπώς, το άρθρο 102 ΣΛΕΕ απαγορεύει, μεταξύ άλλων, σε επιχείρηση η οποία κατέχει δεσπόζουσα θέση να εφαρμόζει πρακτικές που οδηγούν σε εκτοπισμό, καταφεύγοντας σε μέσα τα οποία δεν εντάσσονται στο πλαίσιο του υγιούς ανταγωνισμού (πρβλ. αποφάσεις της 27ης Μαρτίου 2012, Post Danmark, C-209/10, EU:C:2012:172, σκέψη 25 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία, και της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής, C-413/14 P, EU:C:2017:632, σκέψη 136).
- 153 Το άρθρο 102 ΣΛΕΕ δεν αφορά μόνον τις πρακτικές που ζημιώνουν άμεσα τους καταναλωτές, αλλά και τις πρακτικές οι οποίες τους προκαλούν ζημιά πλήττοντας τη λειτουργία του ανταγωνισμού (απόφαση της 27ης Μαρτίου 2012, Post Danmark, C-209/10, EU:C:2012:172, σκέψη 20 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία· πρβλ., επίσης, απόφαση της 29ης Μαρτίου 2012, Telefónica και Telefónica de España κατά Επιτροπής, T-336/07, EU:T:2012:172, σκέψη 171).
- 154 Ο κατάλογος των καταχρηστικών πρακτικών ο οποίος περιλαμβάνεται στο άρθρο 102 ΣΛΕΕ δεν είναι περιοριστικός, οπότε η απαρίθμηση των καταχρηστικών πρακτικών στη διάταξη αυτή δεν εξαντλεί τους τρόπους καταχρηστικής εκμετάλλευσης δεσπόζουσας θέσης που απαγορεύονται από το δίκαιο της Ένωσης (αποφάσεις της 21ης Φεβρουαρίου 1973, Euroemballage και Continental Can κατά Επιτροπής, 6/72, EU:C:1973:22, σκέψη 26, της 17ης Φεβρουαρίου 2011, TeliaSonera Sverige, C-52/09, EU:C:2011:83, σκέψη 26, και της 29ης Μαρτίου 2012, Telefónica και Telefónica de España κατά Επιτροπής, T-336/07, EU:T:2012:172, σκέψη 174).
- 155 Η κατάχρηση μπορεί να έχει τη μορφή αδικαιολόγητης διαφορετικής μεταχείρισης (πρβλ. αποφάσεις της 17ης Ιουλίου 1997, GT-Link, C-242/95, EU:C:1997:376, σκέψη 41, της 24ης Οκτωβρίου 2002, Aéroports de Paris κατά Επιτροπής, C-82/01 P, EU:C:2002:617, σκέψη 114, και της 7ης Οκτωβρίου 1999, Irish Sugar κατά Επιτροπής, T-228/97, EU:T:1999:246, σκέψη 140). Τούτο διότι η γενική αρχή της ίσης μεταχείρισης, ως γενική αρχή του δικαίου της Ένωσης, επιβάλλει να μην επιφυλάσσεται σε όμοιες καταστάσεις διαφορετική μεταχείριση ούτε σε

διαφορετικές καταστάσεις όμοια μεταχείριση, εκτός αν η διαφοροποίηση δικαιολογείται αντικειμενικώς (βλ. απόφαση της 16ης Δεκεμβρίου 2008, Arcelor Atlantique και Lorraine κ.λπ., C-127/07, EU:C:2008:728, σκέψη 23 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).

- 156 Το άρθρο 102 ΣΛΕΕ ουδόλως έχει ως σκοπό να εμποδίσει μια επιχείρηση να κατακτήσει, με τις δικές της ικανότητες, δεσπόζουσα θέση σε μια αγορά (βλ. απόφαση της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής, C-413/14 P, EU:C:2017:632, σκέψη 133 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).
- 157 Συνεπώς, ο εκτοπισμός ανταγωνιστή από την αγορά δεν σημαίνει οπωσδήποτε ότι πλήττεται η λειτουργία του ανταγωνισμού. Εξ ορισμού, ο υγιής ανταγωνισμός μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα την εξαφάνιση από την αγορά ή την περιθωριοποίηση ανταγωνιστών λιγότερο αποτελεσματικών και, ως εκ τούτου, λιγότερο ελκυστικών για τους καταναλωτές από άποψη τιμών, επιλογών, ποιότητας ή καινοτομίας (βλ. απόφαση της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής, C-413/14 P, EU:C:2017:632, σκέψη 134 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).
- 158 Κατ' ουσίαν, η Google υποστηρίζει ότι οι επίμαχες στην προσβαλλόμενη απόφαση πρακτικές συμβάλλουν σε ποιοτικές βελτιώσεις των δικών της υπηρεσιών αναζήτησης και επομένως εντάσσονται στο πλαίσιο του υγιούς ανταγωνισμού. Η Google παρατηρεί ειδικότερα ότι η Επιτροπή δεν προσδιορίζει, στις πρακτικές που της προσάπτει, κανένα στοιχείο το οποίο να αποκλίνει από τον υγιή ανταγωνισμό. Ουδέποτε, κατά την Google, έχει κριθεί από τον δικαστή της Ένωσης ότι οι ποιοτικές βελτιώσεις ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας κωλύουν τον ανταγωνισμό.
- 159 Όσον αφορά την προβαλλόμενη παράλειψη της Επιτροπής να προσδιορίσει ποια στοιχεία διαφοροποιούν τις επίδικες πρακτικές από τον κανονικό ανταγωνισμό, ο οποίος, κατά την Επιτροπή, περιορίστηκε, διαπιστώνεται ότι δεν μπορεί να κριθεί παράνομο βάσει του άρθρου 102 ΣΛΕΕ το γεγονός και μόνον ότι μια επιχείρηση κατέχει δεσπόζουσα θέση, ακόμη και στην έκταση που την κατέχει η Google στην αγορά των υπηρεσιών γενικής αναζήτησης.
- 160 Πράγματι, κατά πάγια νομολογία, η διαπίστωση της ύπαρξης τέτοιας δεσπόζουσας θέσης δεν συνεπάγεται, αυτή καθεαυτήν, καμία μομφή έναντι της οικείας επιχείρησης (βλ. απόφαση της 27ης Μαρτίου 2012, Post Danmark, C-209/10, EU:C:2012:172, σκέψη 21 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία). Αυτό το οποίο απαγορεύει το άρθρο 102 ΣΛΕΕ είναι η «καταχρηστική εκμετάλλευση» δεσπόζουσας θέσης.
- 161 Εναπόκειται δε στην Επιτροπή, για τους σκοπούς της διαπίστωσης τέτοιας «καταχρηστικής εκμετάλλευσης», να προσδιορίσει με ποιον ακριβώς τρόπο η επίμαχη επιχείρηση, χρησιμοποιώντας τη δεσπόζουσα θέση της, κατέφυγε σε μέσα διαφορετικά από εκείνα που διέπουν τον κανονικό ανταγωνισμό (βλ. σκέψη 151 ανωτέρω).
- 162 Στο πλαίσιο αυτό, η επέκταση απλώς και μόνον της δεσπόζουσας θέσης μιας επιχείρησης σε παραπλήσια αγορά δεν συνιστά, αυτή καθεαυτήν, απόδειξη συμπεριφοράς που αποκλίνει από τον κανονικό ανταγωνισμό, ακόμη και εάν τέτοια επέκταση έχει ως αποτέλεσμα την εξαφάνιση ή την περιθωριοποίηση των ανταγωνιστών (πρβλ. αποφάσεις της 27ης Μαρτίου 2012, Post Danmark, C-209/10, EU:C:2012:172, σκέψη 22, και της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής, C-413/14 P, EU:C:2017:632, σκέψη 134).

- 163 Επιπροσθέτως, όπως προκύπτει κατ' ουσίαν από την απόφαση της 25ης Οκτωβρίου 2002, Tetra Laval κατά Επιτροπής (T-5/02, EU:T:2002:264, σκέψεις 156, 158 και 217), η μόχλευση είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται γενικώς για να περιγράψει τις επιπτώσεις που μπορεί να έχει σε δεδομένη αγορά μια πρακτική η οποία διαπιστώθηκε σε μια άλλη αγορά. Ο ανωτέρω όρος είναι δυνατόν να αναφέρεται σε πληθώρα διαφορετικών πρακτικών που ενδέχεται να είναι καταχρηστικές, όπως, μεταξύ άλλων, σε συνδυασμένες πωλήσεις, όπως στην υπόθεση επί της οποίας εκδόθηκε η απόφαση της 17ης Σεπτεμβρίου 2007, Microsoft κατά Επιτροπής (T-201/04, EU:T:2007:289), σε πρακτικές συμπίεσης των περιθωρίων κέρδους, όπως στην υπόθεση επί της οποίας εκδόθηκε η απόφαση της 29ης Μαρτίου 2012, Telefónica και Telefónica de España κατά Επιτροπής (T-336/07, EU:T:2012:172), ή σε έκπτωση υπέρ πιστών πελατών, όπως στην υπόθεση επί της οποίας εκδόθηκε η απόφαση της 30ής Σεπτεμβρίου 2003, Michelin κατά Επιτροπής (T-203/01, EU:T:2003:250).
- 164 Διαπιστώνεται ότι, μολονότι οι πρακτικές μόχλευσης τις οποίες εφαρμόζει μια επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση δεν απαγορεύονται αυτές καθεαυτές από το άρθρο 102 ΣΛΕΕ, γεγονός παραμένει ότι το συγκεκριμένο άρθρο έχει εφαρμογή σε σχέση με τέτοιες πρακτικές. Επομένως, χωρίς το Γενικό Δικαστήριο να χρειάζεται να αποφανθεί, στο στάδιο αυτό, επί των προϋποθέσεων απαγόρευσής τους, διαπιστώνεται ότι, όπως προεκτέθηκε στη σκέψη 163, πολλές μορφές μόχλευσης έχουν κριθεί αντίθετες προς το άρθρο 102 ΣΛΕΕ. Ειδικότερα, με την απόφαση της 17ης Σεπτεμβρίου 2007, Microsoft κατά Επιτροπής (T-201/04, EU:T:2007:289, σκέψη 1344), το Γενικό Δικαστήριο έκρινε ότι οι επίμαχες σε εκείνη την υπόθεση πρακτικές, ήτοι η συνδυασμένη πώληση και η άρνηση παροχής των σχετικών με τη διαλειτουργικότητα πληροφοριών, εντάσσονταν στην ίδια παράβαση, η οποία συνίστατο στην εφαρμογή από τη Microsoft μιας στρατηγικής μόχλευσης, ήτοι στη χρήση της δεσπόζουσας θέσης που κατείχε στην αγορά των λειτουργικών συστημάτων για προσωπικούς υπολογιστές πελάτη με σκοπό την επέκτασή της σε δύο άλλες παραπλήσιες αγορές.
- 165 Εξάλλου, το καθ' ύλην πεδίο εφαρμογής της ειδικής ευθύνης που υπέχει μια επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση πρέπει να εκτιμάται με βάση τις ειδικές περιστάσεις της κάθε περίπτωσης οι οποίες καταδεικνύουν την εξασθένηση του ανταγωνισμού (πρβλ. απόφαση της 17ης Φεβρουαρίου 2011, TeliaSonera Sverige, C-52/09, EU:C:2011:83, σκέψη 84 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).
- 166 Εν προκειμένω, όπως προκύπτει από την προσβαλλόμενη απόφαση και όπως ορθώς υπενθύμισε η Επιτροπή κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, η τελευταία δεν αναφέρθηκε απλώς σε πρακτικές με αποτέλεσμα μόχλευσης για να διαπιστώσει την ύπαρξη παράβασης του άρθρου 102 ΣΛΕΕ.
- 167 Συγκεκριμένα, η Επιτροπή εκτίμησε ότι η Google στηριζόταν, μέσω μόχλευσης, στη δεσπόζουσα θέση της στην αγορά γενικής αναζήτησης για να ευνοήσει τη δική της υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων στην αγορά εξειδικευμένης αναζήτησης για τη σύγκριση προϊόντων, τοποθετώντας και παρουσιάζοντας με προνομιακό τρόπο, στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της, το δικό της εργαλείο σύγκρισης και τα δικά της αποτελέσματα σε σχέση με τις υπηρεσίες των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης, των οποίων τα αποτελέσματα ήταν, λαμβανομένων υπόψη των εγγενών χαρακτηριστικών τους, πιο πιθανόν να υποβιβαστούν στις προαναφερθείσες σελίδες, λόγω της χρήσης αλγορίθμων προσαρμογής.
- 168 Η Επιτροπή παρατήρησε επ' αυτού, στην αιτιολογική σκέψη 344 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι, ενώ τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων μπορούσαν να εμφανιστούν μόνον ως γενικά αποτελέσματα, δηλαδή απλώς ως μπλε υπερσύνδεσμοι οι οποίοι μάλιστα ήταν δυνατόν να υποβιβαστούν μέσω αλγορίθμων προσαρμογής, τα αποτελέσματα του

εργαλείου της Google τοποθετούνταν σε περίοπτη θέση στο πάνω μέρος των σελίδων γενικών αποτελεσμάτων της Google, εμφανίζονταν σε εμπλουτισμένο μορφότυπο και ήταν αδύνατον να υποβιβαστούν μέσω αλγορίθμων, όπερ οδηγούσε σε διαφορετική μεταχείριση με τη μορφή της μεροληπτικής συμπεριφοράς την οποία επιδείκνυε η Google υπέρ του δικού της εργαλείου σύγκρισης προϊόντων.

- 169 Η Επιτροπή εξήγησε ειδικότερα ότι, λόγω της συνδρομής τριών ειδικών περιστάσεων, ήτοι, πρώτον, του πόσο σημαντική είναι η κίνηση που δημιουργείται από τη μηχανή γενικής αναζήτησης της Google για τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων (τμήμα 7.2.2 της προσβαλλόμενης απόφασης), δεύτερον, της συμπεριφοράς των χρηστών όταν πραγματοποιούν αναζητήσεις στο διαδίκτυο (τμήμα 7.2.3 της προσβαλλόμενης απόφασης) και, τρίτον, του ότι η εκτρεπόμενη κίνηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google αντιπροσωπεύει μεγάλο ποσοστό της κίνησης προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και είναι ουσιαστικά αδύνατον να αντικατασταθεί από άλλες πηγές (σημείο 7.2.4 της προσβαλλόμενης απόφασης), η μεροληπτική αυτή συμπεριφορά ήταν ικανή να οδηγήσει σε εξασθένηση του ανταγωνισμού στην αγορά.
- 170 Πρώτον, όσον αφορά το πόσο σημαντική είναι η κίνηση που δημιουργείται από τη μηχανή γενικής αναζήτησης της Google, η Επιτροπή υπογράμμισε, στο τμήμα 7.2.2 της προσβαλλόμενης απόφασης (αιτιολογικές σκέψεις 444 έως 450), ότι η κίνηση αποτελεί, σύμφωνα με τη δήλωση εκπροσώπου ανταγωνιστικού εργαλείου σύγκρισης προϊόντων η οποία παρατίθεται στην αιτιολογική σκέψη 444 της προσβαλλόμενης απόφασης, το «σημαντικότερο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μηχανής εξειδικευμένης αναζήτησης». Κατά συνέπεια, η Επιτροπή εξέθεσε ότι η κίνηση συμβάλλει στην επίτευξη πιο συναφών εξειδικευμένων αποτελεσμάτων αναζήτησης και ενισχύει τον επίκαιρο χαρακτήρα και το εύρος της προσφοράς των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων, με συνέπεια να πείθονται ευκολότερα οι έμποροι να τους παράσχουν στοιχεία σχετικά με τα προϊόντα τους (αιτιολογική σκέψη 445), ότι αποφέρει έσοδα είτε μέσω προμηθειών τις οποίες καταβάλλουν οι έμποροι είτε μέσω της διαδικτυακής διαφήμισης (αιτιολογική σκέψη 446) και ότι παρέχει πληροφορίες όσον αφορά τη συμπεριφορά των χρηστών, καθιστώντας δυνατή την επίτευξη πιο συναφών και χρήσιμων αποτελεσμάτων, ιδίως μέσω της μηχανικής μάθησης (machine learning, αιτιολογική σκέψη 447), των πειραμάτων (αιτιολογική σκέψη 448) ή της πρότασης άλλων όρων αναζήτησης οι οποίοι έχουν ενδιαφέρον για τους χρήστες (αιτιολογική σκέψη 449).
- 171 Επομένως, στο τμήμα 7.2.2 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή κατέληξε κατ' ουσίαν στο συμπέρασμα ότι, αφενός, η κίνηση δημιουργούσε δικτυακό φαινόμενο, στον βαθμό που όσο περισσότεροι χρήστες επισκέπτονταν ένα εργαλείο σύγκρισης προϊόντων, τόσο πιο συναφείς και χρήσιμες γίνονταν οι υπηρεσίες του και τόσο περισσότεροι έμποροι ωθούνταν να κάνουν χρήση των υπηρεσιών, και, αφετέρου, η κίνηση δημιουργούσε επίσης, μέσω προμηθειών ή διαφημιστικών μηνυμάτων, έσοδα τα οποία ο πάροχος των υπηρεσιών μπορούσε ενδεχομένως να χρησιμοποιήσει για να κάνει ακόμη πιο χρήσιμες τις υπηρεσίες του και, κατ' επέκταση, να διακριθεί έναντι των ανταγωνιστών του. Με άλλα λόγια, κατά την Επιτροπή, η δημιουργία κίνησης άνοιγε έναν ενάρετο κύκλο, συμβάλλοντας στην επίτευξη πιο συναφών αποτελεσμάτων και, ως εκ τούτου, προσελκύοντας περισσότερους χρήστες και αποφέροντας, εν τέλει, περισσότερα έσοδα από διαφημιζόμενους εμπορικούς εταίρους ή διαδικτυακούς πωλητές οι οποίοι αναρτούσαν τα προϊόντα τους στον ιστότοπο του συγκεκριμένου εργαλείου σύγκρισης προϊόντων, πράγμα που σήμαινε, με τη σειρά του, ότι η οικεία επιχείρηση είχε την ευχέρεια να πραγματοποιήσει περισσότερες επενδύσεις προκειμένου να βελτιώσει ή τουλάχιστον να διατηρήσει την ανταγωνιστική θέση της σε έναν τομέα, και δη στον ψηφιακό, στον οποίο η καινοτομία είναι το κλειδί για την εμπορική επιτυχία. Αντιστρόφως, η απώλεια κίνησης μπορεί να οδηγήσει σε έναν φαύλο κύκλο και μακροπρόθεσμα σε έξοδο από την αγορά λόγω της αδυναμίας του παρόχου

υπηρεσιών να ανταγωνιστεί τους άλλους παρόχους ως προς στοιχεία, όπως είναι η συνάφεια των αποτελεσμάτων και η καινοτομία, τα οποία είναι όχι μόνον ουσιώδη αλλά και αλληλένδετα, δεδομένου ότι τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων καινοτομούν προκειμένου να επιτύχουν πιο συναφή αποτελέσματα και, κατά συνέπεια, να αυξήσουν την κίνηση και να αποκομίσουν περισσότερα έσοδα.

- 172 Δεύτερον, όσον αφορά τη συμπεριφορά των χρηστών, η Επιτροπή επισήμανε ότι η μεροληπτική συμπεριφορά της Google, η οποία επιχειρούσε να προβάλλει σε περίοπτη θέση τα δικά της αποτελέσματα και με τρόπο λιγότερο εμφανή τα ανταγωνιστικά αποτελέσματα, μπορούσε να επηρεάσει τη συμπεριφορά των χρηστών όταν είχαν την πρόθεση να συμβουλευθούν ιστοτόπους σύγκρισης προϊόντων (τμήμα 7.2.3.1 και αιτιολογικές σκέψεις 454 έως 461 της προσβαλλόμενης απόφασης). Όπως εξέθεσε ειδικότερα η Επιτροπή στις αιτιολογικές σκέψεις 455 έως 457 της προσβαλλόμενης απόφασης, οι χρήστες επικεντρώνονταν κατά κανόνα στα τρία έως πέντε πρώτα αποτελέσματα αναζήτησης και δεν απέδιδαν καμία σημασία ή απέδιδαν ελάχιστη μόνον προσοχή στα αποτελέσματα που ακολουθούσαν, ιδίως δε στα αποτελέσματα κάτω από το τμήμα της οθόνης το οποίο εμφανίζεται κατευθείαν (fold). Στο πλαίσιο αυτό, η Επιτροπή ανέφερε, στην αιτιολογική σκέψη 535 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι οι χρήστες είχαν την τάση να υποθέτουν ότι τα πιο εμφανή αποτελέσματα ήταν τα πλέον συναφή, τούτο δε ανεξαρτήτως του εάν ήταν όντως συναφή.
- 173 Τρίτον, όσον αφορά τον αντίκτυπο της εκτρεπόμενης κίνησης, η Επιτροπή υπογράμμισε ότι η εκτρεπόμενη κίνηση αντιπροσώπευε μεγάλο ποσοστό της κίνησης προς τις ανταγωνιστικές υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων (τμήμα 7.2.4.1 της προσβαλλόμενης απόφασης) και δεν μπορούσε ουσιαστικά να αντικατασταθεί από άλλες πηγές, συμπεριλαμβανομένων των διαφημίσεων με κείμενο, των εφαρμογών κινητής τηλεφωνίας, της απευθείας κίνησης, των παραπομπών σε συνεργαζόμενους ιστοτόπους, των κοινωνικών δικτύων ή άλλων μηχανών αναζήτησης (τμήμα 7.2.4.2 της προσβαλλόμενης απόφασης).
- 174 Λαμβανομένων υπόψη όλων των πραγματικών στοιχείων που υπενθυμίστηκαν με τις σκέψεις 168 έως 173 ανωτέρω, η Επιτροπή χαρακτήρισε, χωρίς να υποπέσει συναφώς σε νομικό σφάλμα, τη σημασία την οποία έχει η κίνηση της Google από τις σελίδες της γενικών αποτελεσμάτων και τον ουσιαστικά αναντικατάστατο χαρακτήρα ως κρίσιμες περιστάσεις ικανές να στοιχειοθετήσουν την ύπαρξη πρακτικών που δεν εμπίπτουν στο πλαίσιο του υγιούς ανταγωνισμού.
- 175 Από τα προεκτεθέντα προκύπτει ότι η Επιτροπή δεν περιορίστηκε στο να διαπιστώσει την ύπαρξη μόχλευσης, αλλά, όπως απαιτεί η νομολογία, χαρακτήρισε νομικώς, στηριζόμενη σε πρόσφορα κριτήρια, τις πρακτικές τις οποίες εφάρμοσε η Google στο πλαίσιο της μόχλευσης. Επομένως, αν υποθεθεί ότι η Επιτροπή απέδειξε τη μεροληπτική συμπεριφορά και τα αποτελέσματά της τα οποία προσδιόρισε λαμβάνοντας υπόψη τις ειδικές περιστάσεις των σχετικών αγορών, όπερ θα εξεταστεί με γνώμονα το σύνολο των λόγων ακυρώσεως και των επιχειρημάτων, τότε ορθώς η Επιτροπή έκρινε ότι η μεροληπτική αυτή συμπεριφορά ήταν ξένη προς τον υγιή ανταγωνισμό.
- 176 Παρατηρείται ειδικότερα ότι, λαμβανομένης υπόψη της οικουμενικής εμβέλειας της μηχανής γενικής αναζήτησης της Google η οποία, όπως προκύπτει από την αιτιολογική σκέψη 12 της προσβαλλόμενης απόφασης, είναι σχεδιασμένη για να ευρετηριάζει αποτελέσματα με κάθε πιθανό περιεχόμενο, η προνομιακή προβολή, στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google, ενός είδους εξειδικευμένων αποτελεσμάτων, δηλαδή των δικών της, σε σχέση με τα ανταγωνιστικά εξειδικευμένα αποτελέσματα είναι σε ορισμένο βαθμό αφύσικη.

- 177 Συγκεκριμένα, η επίμαχη υποδομή, ήτοι οι σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google, οι οποίες δημιουργούν κίνηση προς άλλους ιστοτόπους, μεταξύ των οποίων και οι ιστοτόποι ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, είναι καταρχήν ανοικτή, χαρακτηριστικό που τη διακρίνει από άλλες μνημονευόμενες στη νομολογία υποδομές οι οποίες αποτελούνται από ενσώματα (συστήματα διανομής εντύπων) ή άυλα περιουσιακά στοιχεία (δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας), των οποίων η αξία εξαρτάται από τη δυνατότητα του κατόχου τους να τα χρησιμοποιεί κατ' αποκλειστικότητα.
- 178 Σε αντίθεση προς τις τελευταίες υποδομές, ο λόγος ύπαρξης και η αξία μιας μηχανής γενικής αναζήτησης συνίστανται στην ικανότητά της να είναι ανοικτή σε αποτελέσματα προερχόμενα από εξωτερικές, δηλαδή τρίτες, πηγές και να εμφανίζει στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων τις πολυάριθμες και ποικίλες αυτές πηγές, οι οποίες εμπλουτίζουν τη μηχανή αναζήτησης, ενισχύουν την αξιοπιστία της στο ευρύ κοινό και της παρέχουν τη δυνατότητα να επωφεληθεί από το δικτυακό φαινόμενο και τις οικονομίες κλίμακας, στοιχεία που είναι ουσιώδη για την ανάπτυξη της και την επιβίωσή της σε μια αγορά όπου, ως εκ της φύσης της και δεδομένου του προαναφερθέντος δικτυακού φαινομένου, λίγες υποδομές τέτοιου τύπου μπορούν να αντέξουν. Πράγματι, απαιτείται ένας πολύ μεγάλος αριθμός χρηστών για να επιτευχθεί ένα μέγεθος ικανό, αφενός, να αντισταθμίσει το ότι η υπηρεσία παρέχεται δωρεάν στη μία όψη της αγοράς και, αφετέρου, να αποφέρει έσοδα από τις διαφημίσεις της άλλης όψης, πράγμα που σημαίνει ότι το να εμφανίζει μια μηχανή αναζήτησης μόνο τα δικά της αποτελέσματα ενέχει ένα στοιχείο κινδύνου και ότι μια τέτοια επιλογή δεν είναι κατ' ανάγκην συνετή, εκτός εάν, όπως εν προκειμένω, λόγω της κυριαρχίας και των φραγμών εισόδου στην αγορά, είναι αδύνατο να διεισδύσει αρκετά γρήγορα στην αγορά άλλη επιχείρηση προκειμένου να διευρύνει την περιορισμένη αυτή επιλογή που προσφέρεται στους χρήστες.
- 179 Επομένως, αν θεωρηθεί αποδεδειγμένο ότι η Google ευνοεί τα δικά της εξειδικευμένα αποτελέσματα σε σχέση με τα τρίτα αποτελέσματα, όπερ φαίνεται να έρχεται σε αντίθεση προς το οικονομικό μοντέλο στο οποίο στηρίζεται η αρχική επιτυχία της ομώνυμης μηχανής αναζήτησης, κάτι τέτοιο δεν μπορεί παρά να είναι, σε ορισμένο βαθμό, αφύσικο. Επομένως, κατ' εφαρμογήν της νομολογίας που μνημονεύεται στη σκέψη 133 ανωτέρω, όποιος προβαίνει σε διαφορετική μεταχείριση οφείλει να τη δικαιολογήσει βάσει του δικαίου του ανταγωνισμού (πρβλ. απόφαση της 12ης Δεκεμβρίου 2018, Servier κ.λπ. κατά Επιτροπής, T-691/14, κατά της οποίας εκκρεμεί αίτηση αναιρέσεως, EU:T:2018:922, σκέψη 1377 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).
- 180 Εξάλλου, μπορεί να επισημανθεί, ως εκ περισσού και παρότι πρόκειται για κατάσταση διαφορετική από αυτή της υπό κρίση υπόθεσης, ότι το Δικαστήριο έχει αποφανθεί, σε σχέση με τους παρόχους πρόσβασης στο διαδίκτυο, ότι ο νομοθέτης της Ένωσης θέλησε, με τον κανονισμό (ΕΕ) 2015/2120 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 25ης Νοεμβρίου 2015, για τη θέσπιση μέτρων σχετικά με την πρόσβαση στο ανοικτό διαδίκτυο και την τροποποίηση της οδηγίας 2002/22/ΕΚ για την καθολική υπηρεσία και τα δικαιώματα των χρηστών όσον αφορά δίκτυα και υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών και του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 531/2012 για την περιαγωγή σε δημόσια δίκτυα κινητών επικοινωνιών εντός της Ένωσης (ΕΕ 2015, L 310, σ. 1), να επιβάλει στους εν λόγω παρόχους γενική υποχρέωση ίσης μεταχείρισης, χωρίς διακρίσεις, περιορισμούς και παρεμβάσεις στην κίνηση, από την οποία υποχρέωση δεν χωρεί σε καμία περίπτωση παρέκκλιση μέσω εμπορικών πρακτικών (πρβλ. απόφαση της 15ης Σεπτεμβρίου 2020, Telenor Magyarorszá, C-807/18 και C-39/19, EU:C:2020:708, σκέψη 47). Η ύπαρξη τέτοιας επιλογής του νομοθέτη και η εντεύθεν απορρέουσα έννομη υποχρέωση των παρόχων υπηρεσιών πρόσβασης στο διαδίκτυο οι οποίοι δραστηριοποιούνται σε αγορά προηγούμενου σταδίου για μεταχείριση που να μην εισάγει διακρίσεις πρέπει να ληφθούν

υπόψη στο πλαίσιο της ανάλυσης των πρακτικών μιας επιχείρησης όπως η Google στην αγορά επόμενου σταδίου, δεδομένης της αδιαμφισβήτητα υπερδεσπόζουσας θέσης της Google στην αγορά γενικής αναζήτησης και της ιδιαίτερης ευθύνης της να μη θίγει με τη συμπεριφορά της τον αποτελεσματικό και ανόθευτο ανταγωνισμό στην εσωτερική αγορά. Δεν ασκεί επιρροή συναφώς το αν νομοθετική ρύθμιση επιβάλλει εν γένει τέτοια πρόσβαση άνευ διακρίσεων στα αποτελέσματα αναζήτησης στο διαδίκτυο, στον βαθμό που, όπως προκύπτει από τη νομολογία, καθεστώς ανόθευτου ανταγωνισμού μπορεί να επιτευχθεί μόνον εφόσον εξασφαλίζεται η ισότητα ευκαιριών μεταξύ των διαφόρων επιχειρηματιών (βλ. απόφαση της 14ης Οκτωβρίου 2010, Deutsche Telekom κατά Επιτροπής, C-280/08 P, EU:C:2010:603, σκέψη 230 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία), όπερ σημαίνει ότι είναι δυνατόν να γίνει δεκτό ότι ορισμένες περιπτώσεις διαφορετικής μεταχείρισης αντιβαίνουν προς το άρθρο 102 ΣΛΕΕ, όταν πρόκειται για πρακτικές μεροληπτικής συμπεριφοράς τις οποίες εφαρμόζουν επιχειρηματίες με δεσπόζουσα θέση στον τομέα του διαδικτύου.

- 181 Εξάλλου, όπως υπογραμμίζει η VDZ, η επίμαχη απόκλιση από τον υγιή ανταγωνισμό, αν αποδειχθεί, είναι ακόμη πιο πρόδηλη επειδή σημειώθηκε αλλαγή στη συμπεριφορά της επιχείρησης που κατέχει δεσπόζουσα θέση. Πράγματι, η Google μετέβαλε τη συμπεριφορά της στην αγορά γενικής αναζήτησης.
- 182 Από τη δικογραφία προκύπτει ότι στο παρελθόν η Google παρείχε αρχικώς υπηρεσίες γενικής αναζήτησης και ότι απέκτησε «υπερδεσπόζουσα» θέση στην αγορά αυτή, η οποία χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη ιδιαίτερως ισχυρών φραγμών εισόδου. Στο πλαίσιο της δραστηριότητάς στην ως άνω αγορά, η Google εμφάνιζε αποτελέσματα τα οποία κατηύθυναν τους χρήστες προς υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων. Επιπλέον, η Google εμφάνιζε όλα τα αποτελέσματα των υπηρεσιών εξειδικευμένης αναζήτησης με τον ίδιο τρόπο και σύμφωνα με τα ίδια κριτήρια. Εξάλλου, ο ίδιος ο σκοπός μιας υπηρεσίας γενικής αναζήτησης είναι να ανατρέχει στον μεγαλύτερο δυνατό ιστοσελίδων, και μάλιστα να τις ευρετηριάζει, προκειμένου να εμφανίζει το σύνολο των αποτελεσμάτων που αντιστοιχούν σε ένα αίτημα αναζήτησης.
- 183 Στη συνέχεια, η Google στράφηκε στην αγορά εξειδικευμένης αναζήτησης για τη σύγκριση προϊόντων. Όταν η Google άρχισε να δραστηριοποιείται στην αγορά αυτή, υπήρχαν ήδη πολλοί πάροχοι τέτοιων υπηρεσιών. Εξάλλου, λαμβανομένης υπόψη της «υπερδεσπόζουσας» θέσης της, του ρόλου της ως σημείου εισόδου στο διαδίκτυο και των ιδιαίτερως ισχυρών φραγμών εισόδου στην αγορά εξειδικευμένης αναζήτησης, υπείχε επιτακτικότερη υποχρέωση να μη θίγει με τη συμπεριφορά της τον αποτελεσματικό και ανόθευτο ανταγωνισμό στην αγορά που σχετίζεται με την εξειδικευμένη αναζήτηση για τη σύγκριση προϊόντων.
- 184 Κατά την Επιτροπή, αφού η Google άρχισε να δραστηριοποιείται στην αγορά εξειδικευμένης αναζήτησης για τη σύγκριση προϊόντων και αφού απέτυχε με την ιστοσελίδα την οποία σχεδίασε ειδικώς για την εν λόγω υπηρεσία (Froogle), τροποποίησε τις πρακτικές της στην αγορά της γενικής αναζήτησης η οποία τελούσε υπό την κυριαρχία της, γεγονός που είχε ως αποτέλεσμα να προβάλλονται με πιο εμφανή τρόπο τα αποτελέσματα του δικού της εργαλείου σύγκρισης προϊόντων στις σελίδες αποτελεσμάτων γενικής αναζήτησης. Συγκεκριμένα, άπαξ και άρχισαν να εμφανίζονται αποτελέσματα για ομαδοποιημένα προϊόντα, έπαυσαν να τυγχάνουν της ίδιας μεταχείρισης όλα τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Η Google προέβαλλε τα δικά της αποτελέσματα εξειδικευμένης αναζήτησης προνομιακά (από άποψη θέσης και παρουσίας) και υποβίβαζε τα αποτελέσματα των ανταγωνιστών της, τα οποία δεν εμφανίζονταν επιπλέον με τον ίδιο τρόπο (συγκεκριμένα, εμφανίζονταν απλώς ως «μπλε υπερσύνδεσμοι» χωρίς εικόνα ή εμπλουτισμένο κείμενο). Η αλλαγή στη συμπεριφορά της Google είχε ως συνέπεια να μειώνεται η ορατότητα των αποτελεσμάτων των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων και

συγχρόνως να αυξάνεται η ορατότητα των αποτελεσμάτων της δικής της υπηρεσίας σύγκρισης προϊόντων. Επομένως, η εφαρμογή των επίδικων πρακτικών παρέσχε στην Google τη δυνατότητα να αναδείξει τη δική της υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων στις σελίδες της αποτελεσμάτων γενικής αναζήτησης, καθιστώντας σχεδόν αόρατες, στις σελίδες αυτές, τις ανταγωνιστικές υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων, όπερ δεν συνάδει καταρχήν με τον αναμενόμενο σκοπό υπηρεσίας γενικής αναζήτησης.

- 185 Επομένως, υπό την επιφύλαξη της έγκυρης διαπίστωσης της μεροληπτικής συμπεριφοράς και των αποτελεσμάτων της τα οποία προσδιορίστηκαν κατόπιν της ανάλυσης που συνοψίστηκε στις σκέψεις 170 έως 173 ανωτέρω, η συμπεριφορά της Google δεν είναι δυνατόν, αυτή καθαυτήν, να εντάσσεται στο πλαίσιο του υγιούς ανταγωνισμού.
- 186 Το ανωτέρω συμπέρασμα δεν αναιρείται από την επιχειρηματολογία της Google ότι ο τρόπος εμφάνισης των Product Universals και των Shopping Units δεν είναι δυνατόν να χαρακτηριστεί καταχρηστικός, επειδή τα αποτελέσματα και οι διαφημίσεις συνιστούν ποιοτικές βελτιώσεις των υπηρεσιών της οι οποίες εντάσσονται στο πλαίσιο του υγιούς ανταγωνισμού.
- 187 Συγκεκριμένα, αφενός, πρέπει να υπογραμμιστεί ότι η επιχειρηματολογία της Google στηρίζεται στην εσφαλμένη παραδοχή ότι η επίμαχη συμπεριφορά συνίσταται μόνον στον ιδιαίτερο τρόπο παρουσίασης και τοποθέτησης των Product Universals και των Shopping Units, ενώ η συμπεριφορά αυτή συνίσταται στον συνδυασμό δύο πρακτικών, ήτοι στην προνομιακή παρουσίαση των εξειδικευμένων αποτελεσμάτων του εργαλείου σύγκρισης της Google και στον επακόλουθο υποβιβασμό των αποτελεσμάτων των ανταγωνιστικών εργαλείων μέσω αλγορίθμων προσαρμογής. Διαπιστώνεται δε ότι η Google δεν χαρακτηρίζει ως «ποιοτική βελτίωση», η οποία συνιστά γνώρισμα υγιούς ανταγωνισμού, τον υποβιβασμό των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, αλλά όχι του δικού της, στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της.
- 188 Αφετέρου, αντιθέτως προς τα όσα υποστηρίζει η Google, από καμία από τις αποφάσεις στις οποίες παραπέμπει η Επιτροπή στην αιτιολογική σκέψη 334 της προσβαλλόμενης απόφασης δεν προκύπτει ότι συμπεριφορά η οποία οδηγεί σε βελτίωση του προϊόντος ή της υπηρεσίας δεν μπορεί να συνιστά, αυτή καθαυτήν, αυτοτελή μορφή κατάχρησης, όταν η βελτίωση οδηγεί την επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση στο να ευνοήσει το δικό της προϊόν ή τη δική της υπηρεσία καταφεύγοντας σε μέσα ξένα προς τον υγιή ανταγωνισμό και η συμπεριφορά αυτή είναι δυνατόν να έχει αποτελέσματα αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού. Όπως ορθώς υπογραμμίζει επ' αυτού η VDZ, οι βελτιώσεις ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας τεχνικής ή εμπορικής φύσης μπορούν να ληφθούν υπόψη μόνον κατά το στάδιο στο οποίο εξετάζεται το εάν ενδεχομένως υφίστανται αντικειμενικοί δικαιολογητικοί λόγοι και αύξηση της αποτελεσματικότητας χάρη στις πρακτικές αυτές.
- 189 Το ως άνω συμπέρασμα, δηλαδή το ότι η συμπεριφορά της Google, εφόσον διαπιστωθεί ότι ανταποκρίνεται στον χαρακτηρισμό της ως μεροληπτικής, αποκλίνει από τον υγιή ανταγωνισμό, δεν αναιρείται από τα επιχειρήματα της CCIA ότι η απουσία σαφούς νομικού κριτηρίου στην προσβαλλόμενη απόφαση παραβιάζει την αρχή της ασφάλειας δικαίου.
- 190 Διαπιστώνεται, εκ προοιμίου, ότι η Επιτροπή αμφισβητεί το παραδεκτό του συγκεκριμένου επιχειρήματος υποστηρίζοντας ότι είναι απαράδεκτο, διότι κατ' ουσίαν είναι νέο σε σχέση με την επιχειρηματολογία την οποία προέβαλε η Google.

- 191 Κατά το άρθρο 40, τέταρτο εδάφιο, του Οργανισμού του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης, το οποίο, δυνάμει του άρθρου 53, πρώτο εδάφιο, του ιδίου Οργανισμού, έχει εφαρμογή και στη διαδικασία ενώπιον του Γενικού Δικαστηρίου, η παρέμβαση έχει ως αντικείμενο την υποστήριξη των αιτημάτων του ενός των διαδίκων. Κατά συνέπεια, ο παρεμβαίνων σε δίκη ενώπιον του Γενικού Δικαστηρίου δεν μπορεί να μεταβάλει το αντικείμενο της διαφοράς, όπως αυτό έχει οριοθετηθεί με τα αιτήματα και τους ισχυρισμούς που έχουν προβάλει οι κύριοι διάδικοι. Επομένως, παραδεκτά είναι μόνο τα επιχειρήματα του παρεμβαίνοντος τα οποία εντάσσονται στο πλαίσιο που έχει οριοθετηθεί με τα προβληθέντα αιτήματα και τους προβληθέντες ισχυρισμούς (απόφαση της 29ης Ιουλίου 2019, Bayerische Motoren Werke και Freistaat Sachsen κατά Επιτροπής, C-654/17 P, EU:C:2019:634, σκέψη 50). Επιπλέον, κατά το άρθρο 142, παράγραφος 3, του Κανονισμού Διαδικασίας, ο παρεμβαίνων αποδέχεται τη δίκη στο στάδιο που αυτή βρίσκεται κατά τον χρόνο της παρέμβασής του.
- 192 Υπενθυμίζεται δε ότι, μολονότι οι προαναφερθείσες διατάξεις δεν απαγορεύουν στον παρεμβαίνοντα να προβάλει νέα ή διαφορετικά επιχειρήματα από τα επιχειρήματα του διαδίκου τον οποίο υποστηρίζει, διότι άλλως η παρέμβαση θα περιοριζόταν στην απλή επανάληψη των επιχειρημάτων που προβλήθηκαν με το δικόγραφο της προσφυγής, δεν μπορεί να γίνει δεκτό ότι οι διατάξεις αυτές του παρέχουν τη δυνατότητα να μεταβάλει ή να αλλοιώσει το πλαίσιο της διαφοράς, όπως αυτό ορίστηκε με το δικόγραφο της προσφυγής, προβάλλοντας νέους λόγους προσφυγής (απόφαση της 12ης Δεκεμβρίου 2006, SELEX Sistemi Integrati κατά Επιτροπής, T-155/04, EU:T:2006:387, σκέψη 42).
- 193 Εντούτοις, εν προκειμένω, το επίμαχο επιχείρημα προβάλλεται προς στήριξη της επιχειρηματολογίας της Google κατά την οποία η Επιτροπή, παραβιάζοντας τη νομολογία σχετικά με την κατάχρηση μέσω μόχλευσης, δεν προσδιορίζει στην προκειμένη περίπτωση κανένα συγκεκριμένο στοιχείο που να διακρίνει την επίμαχη συμπεριφορά από εκείνες οι οποίες εντάσσονται στο πλαίσιο του υγιούς ανταγωνισμού και, βάσει της ανωτέρω συμπεριφοράς, καταλήγει στο συγκεκριμένο συμπέρασμα ότι τα μέλη της CCIA παραβίασαν την αρχή της ασφάλειας δικαίου. Υπό τις συνθήκες αυτές, το επιχείρημα αυτό κρίνεται παραδεκτό.
- 194 Όσον αφορά τη βασιμότητά του, υπενθυμίζεται ότι η τήρηση της αρχής της ασφάλειας δικαίου επιτάσσει να αποφεύγουν τα θεσμικά όργανα της Ένωσης, για λόγους αρχής, τυχόν ασυνέπειες που μπορεί να ανακύψουν κατά την εφαρμογή των διαφόρων διατάξεων του δικαίου της Ένωσης (βλ. απόφαση της 22ας Απριλίου 2016, Ιρλανδία και Aughinish Alumina κατά Επιτροπής, T-50/06 RENV II και T-69/06 RENV II, EU:T:2016:227, σκέψη 59 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).
- 195 Εν προκειμένω, αληθεύει ότι στην αιτιολογική σκέψη 341 της προσβαλλόμενης απόφασης εκτίθενται οι λόγοι για τους οποίους οι επίδικες πρακτικές αποκλίνουν από τον υγιή ανταγωνισμό και επισημαίνεται κατ' ουσίαν ότι οι πρακτικές αυτές, αφενός, εκτρέπουν την κίνηση και, αφετέρου, ενδέχεται να έχουν αποτελέσματα αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού. Κατά συνέπεια, στην ανωτέρω αιτιολογική σκέψη, αν διαβαστεί μεμονωμένα, η Επιτροπή φαίνεται να έχει συναγάγει ότι οι επίδικες πρακτικές αποκλίνουν από τον υγιή ανταγωνισμό στηριζόμενη στα αποτελέσματα εκτοπισμού που απορρέουν από αυτές. Η ως άνω περιγραφή, καθώς αναφέρεται αποκλειστικώς στα αποτελέσματα εκτοπισμού των πρακτικών, θα μπορούσε να εγείρει ερωτήματα ως προς το αν το κριτήριο βάσει του οποίου η Επιτροπή διαπίστωσε την ύπαρξη παράβασης του άρθρου 102 ΣΛΕΕ είναι σύμφωνο με την αρχή της ασφάλειας δικαίου. Τούτο διότι από τη νομολογία που μνημονεύεται στη σκέψη 157 ανωτέρω προκύπτει ότι κάθε

τιμολογιακή ή μη πρακτική η οποία έχει ως αποτέλεσμα τον εκτοπισμό των ανταγωνιστών από την αγορά δεν μπορεί να θεωρηθεί, εκ του γεγονότος αυτού και μόνον, ως αντίθετη προς τους κανόνες του ανταγωνισμού.

- 196 Εντούτοις, η αιτιολογική σκέψη 341 της προσβαλλόμενης απόφασης πρέπει να διαβαστεί σε συνδυασμό με την αιτιολογική σκέψη της 342, στην οποία η Επιτροπή εκθέτει «προς απόδειξη των λόγων για τους οποίους η συμπεριφορά είναι καταχρηστική και δεν εντάσσεται στο πλαίσιο του υγιούς ανταγωνισμού» ότι, με τις επίδικες πρακτικές, η Google προωθεί το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων εις βάρος των ανταγωνιστικών και ότι η μεροληπτική συμπεριφορά εντάσσεται σε ένα ιδιαίτερο πλαίσιο. Η Επιτροπή παραθέτει συναφώς, στην εν λόγω αιτιολογική σκέψη, πολυάριθμα στοιχεία τα οποία συνεκτίμησε για να τεκμηριώσει γιατί η πρακτική είναι καταχρηστική και αποκλίνει από τον υγιή ανταγωνισμό και ειδικότερα, όπως προκύπτει από τις σκέψεις 170 έως 173 ανωτέρω, τα τρία κριτήρια σχετικά με το πόσο σημαντική είναι η κίνηση που δημιουργείται από τη μηχανή γενικής αναζήτησης της Google για τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων (τμήμα 7.2.2 της προσβαλλόμενης απόφασης), με τη συμπεριφορά των χρηστών όταν πραγματοποιούν αναζητήσεις στο διαδίκτυο (τμήμα 7.2.3.1 της προσβαλλόμενης απόφασης) και με τον ουσιαστικά αναντικατάστατο χαρακτήρα της εκτρεπόμενης κίνησης (τμήμα 7.2.4 της προσβαλλόμενης απόφασης).
- 197 Επομένως, η ανάλυση της Επιτροπής η οποία οδηγεί στη διαπίστωση κατάχρησης δεν είναι σε καμία περίπτωση «ασυνεπής», κατά την έννοια της νομολογίας που μνημονεύεται στη σκέψη 194 ανωτέρω, με τη μνημονευθείσα στην αιτιολογική σκέψη 334 της προσβαλλόμενης απόφασης νομολογία σχετικά με την κατάχρηση μέσω μόχλευσης, στον βαθμό που καταλήγει στο συμπέρασμα ότι υφίσταται παράβαση βάσει της ύπαρξης, αφενός, στοιχείων ύποπτων υπό το πρίσμα του δικαίου του ανταγωνισμού (και δη της ύπαρξης μη δικαιολογημένης διαφορετικής μεταχείρισης), τα οποία απουσιάζουν σε περίπτωση άρνησης παροχής, και, αφετέρου, ειδικών περιστάσεων, κατά την έννοια της νομολογίας που μνημονεύεται στη σκέψη 165 ανωτέρω, σχετικών με τη φύση της υποδομής από την οποία εκκινεί η διαφορετική αυτή μεταχείριση (εν προκειμένω, ιδίως, των περιστάσεων που αφορούν το πόσο σημαντική είναι η κίνηση και τον ουσιαστικά αναντικατάστατο χαρακτήρα της).
- 198 Υπό τις συνθήκες αυτές, το πρώτο σκέλος του πέμπτου λόγου ακυρώσεως πρέπει να απορριφθεί.

β) Επί του δεύτερου σκέλους του πέμπτου λόγου ακυρώσεως, με το οποίο υποστηρίζεται ότι η Επιτροπή υποχρεώνει την Google να παράσχει στα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων πρόσβαση στις βελτιωμένες υπηρεσίες της χωρίς να πληρούνται οι προϋποθέσεις οι οποίες προσδιορίζονται στη νομολογία

1) Επιχειρήματα των διαδίκων

- 199 Με το δεύτερο σκέλος του πέμπτου λόγου ακυρώσεως ζητείται να κριθεί ότι η Επιτροπή δεν μπορούσε να υποχρεώσει την Google να παράσχει στα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων πρόσβαση στις υπηρεσίες που προέκυψαν από τις βελτιώσεις τις οποίες η ίδια επέφερε στον τομέα της σύγκρισης προϊόντων, χωρίς να πληρούνται οι προϋποθέσεις που έχουν προσδιοριστεί στη νομολογία και, ιδίως, εκείνες οι οποίες ισχύουν για τις υποδομές που χαρακτηρίζονται ως ουσιώδεις διευκολύνσεις.

- 200 Καταρχάς, η Google υπογραμμίζει ότι αυτό είναι στην πραγματικότητα το αληθές νόημα της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι δηλαδή της επιβάλλει υποχρέωση παροχής, έστω και αν η προσαπτόμενη συμπεριφορά περιγράφεται απλώς ως μεροληπτική, υπό την έννοια ότι η Google επιφυλάσσει προνομιακή μεταχείριση στα αποτελέσματα της δικής της υπηρεσίας αναζήτησης σε σχέση με εκείνα των ανταγωνιστών της. Ως προς το σημείο αυτό, η Google στηρίζεται κυρίως στις αιτιολογικές σκέψεις 538 και 662 της προσβαλλόμενης απόφασης, όπου επισημαίνεται ότι «[η] κατάχρηση που διαπιστώνεται με την εν λόγω απόφαση έγκειται απλώς στο γεγονός ότι η Google δεν τοποθετεί και δεν παρουσιάζει με τον ίδιο τρόπο τα αποτελέσματα του δικού της εργαλείου σύγκρισης προϊόντων και εκείνα των ανταγωνιστικών εργαλείων». Η Google υποστηρίζει ότι η προσβαλλόμενη απόφαση δεν αναφέρεται σε κανένα κριτήριο και σε καμία αρχή βάσει των οποίων η επίμαχη παράβαση θα μπορούσε να διαφοροποιηθεί από μια οποιαδήποτε υπόθεση σχετική με υποχρέωση παροχής. Κατά την Google, μικρή σημασία έχει το ότι, για να τιμωρηθεί μια άρνηση παροχής, χρησιμοποιήθηκε διαφορετική διατύπωση στη συγκεκριμένη απόφαση. Η Google προσθέτει ότι η υποχρέωση εφαρμογής των κριτηρίων που διέπουν την υποχρέωση παροχής εξαρτάται από την ουσία και τη φύση της υποχρέωσης και όχι από τον τρόπο διατύπωσής της.
- 201 Η Google διατείνεται ότι ο ισχυρισμός περί μεροληπτικής συμπεριφοράς τον οποίο διατυπώνει η Επιτροπή στην προσβαλλόμενη απόφαση αφορά, στην πραγματικότητα, την πρόσβαση των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων στις «τεχνολογίες και στα designs» της Google, δεδομένου ότι η Επιτροπή δεν θέλει να της απαγορεύσει να εμφανίζει τα Product Universals και τις Shopping Units (αιτιολογικές σκέψεις 656 και 662 της προσβαλλόμενης απόφασης), αλλά της προσάπτει ότι δεν τοποθετεί και δεν εμφανίζει τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων με τον ίδιο τρόπο, όπερ σημαίνει ότι θα πρέπει να τους δοθεί πρόσβαση στις «τεχνολογίες και στα designs». Το ίδιο επιχείρημα με αυτό το οποίο επικαλέστηκε η Επιτροπή στην προσβαλλόμενη απόφαση προκειμένου να διαπιστώσει την ύπαρξη πρακτικής μεροληπτικής συμπεριφοράς θα μπορούσε να έχει προβληθεί στην υπόθεση επί της οποίας εκδόθηκε η απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), δεδομένου ότι η οικεία εκδότρια εφημερίδων, και συγκεκριμένα η Mediaprint, περιλάμβανε στο δίκτυο διανομής της τις δικές της εφημερίδες και όχι εκείνες του ανταγωνιστή της. Ομοίως, στην υπόθεση επί της οποίας εκδόθηκε η απόφαση της 3ης Οκτωβρίου 1985, CBEM (311/84, EU:C:1985:394), θα μπορούσε να έχει υποστηριχτεί ότι το επίμαχο τηλεοπτικό δίκτυο ευνοούσε τις δικές του υπηρεσίες προώθησης των πωλήσεων διά τηλεφώνου, κάνοντας δεκτές μόνον τις διαφημίσεις που περιείχαν τον δικό του αριθμό τηλεφώνου. Επομένως, κατά την Google, εάν η προσβαλλόμενη απόφαση επιβεβαιωθεί, κάθε υποχρέωση παροχής θα μπορούσε να επαναχαρακτηριστεί ως εκδήλωση μεροληπτικής συμπεριφοράς, δίχως δε να χρειάζεται να πληροί την προϋπόθεση του αναγκαίου χαρακτήρα την οποία απαιτεί το Δικαστήριο στη νομολογία του. Κατά την άποψη της Google, όλες οι αποφάσεις στις οποίες το Δικαστήριο απαίτησε τη συνδρομή της ανωτέρω προϋπόθεσης θα ετίθεντο υπό αμφισβήτηση. Όπως υπογράμμισε το Bundesgerichtshof (Ανώτατο Ομοσπονδιακό Δικαστήριο, Γερμανία), το οποίο επιλήφθηκε αγωγών που αφορούσαν παρόμοια περιστατικά μεροληπτικής συμπεριφοράς, οι επιχειρήσεις δεν είναι υποχρεωμένες να επιδοτούν τους ανταγωνιστές τους.
- 202 Επιπροσθέτως, δεν προσάπτεται στην Google ότι έθεσε φραγμούς εισόδου ή ότι εφάρμοσε περιορισμούς λόγω των οποίων τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων δεν μπορούσαν να προσελκύσουν κίνηση από τρίτες πηγές. Δεδομένου ότι τα φερόμενα ως αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα ανέκυψαν λόγω της έλλειψης πρόσβασης στην κίνηση της Google, η τελευταία είναι της άποψης ότι η Επιτροπή όφειλε να αποδείξει, όπως

απαιτεί η απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), ότι η πρόσβαση ήταν «απαραίτητη» για τον ανταγωνισμό και ότι η έλλειψη πρόσβασης ενείχε τον κίνδυνο εξάλειψης του ανταγωνισμού.

- 203 Δεύτερον, η Google παρατηρεί ότι η προσβαλλόμενη απόφαση δεν καταδεικνύει ότι η πρόσβαση στις υπηρεσίες της ήταν απαραίτητη για τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και ότι, χωρίς τέτοια πρόσβαση, ο πραγματικός ανταγωνισμός μπορούσε να εξαιρεθεί, προϋποθέσεις οι οποίες είναι αναγκαίες, κατά τη νομολογία, προκειμένου να επιβληθεί υποχρέωση παροχής σε επιχείρηση που κατέχει δεσπόμενη θέση. Κατά συνέπεια, η Google καταλήγει ότι, στην προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή αναφέρει απλώς και μόνον ότι η κίνηση από τη μηχανή αναζήτησης της Google είναι «σημαντική ώστε μια υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων να μπορεί να είναι ανταγωνιστική» (αιτιολογική σκέψη 444) χωρίς σε κανένα σημείο να τεκμηριώνει ότι η κίνηση είναι «απαραίτητη», όπως επίσης περιορίζεται στο να διαπιστώσει ότι η κίνηση από άλλες πηγές είναι λιγότερο συμφέρουσα για τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων (αιτιολογική σκέψη 542).
- 204 Τρίτον, η Google προσθέτει ότι, στην προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή αποκλίνει, ως μη όφειλε, από τη νομολογία σχετικά με την υποχρέωση παροχής, στηριζόμενη σε δύο εσφαλμένους λόγους. Καταρχάς, στην αιτιολογική σκέψη 650 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή εξέθεσε ότι η συμπεριφορά της Google δεν συνίστατο απλώς σε παθητική άρνηση να παράσχει πρόσβαση στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων, αλλά σε ενεργή συμπεριφορά που ευνοούσε το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων με την προνομιακή τοποθέτηση και παρουσίασή του στις ανωτέρω σελίδες. Κατά την Google, στην υπόθεση, παραδείγματος χάριν, επί της οποίας εκδόθηκε η απόφαση της 3ης Οκτωβρίου 1985, CBEM (311/84, EU:C:1985:394, σκέψη 5), μολοντί η επίμαχη συμπεριφορά ήταν επίσης ενεργή, το Δικαστήριο υπογράμμισε τον απαραίτητο χαρακτήρα της οικείας υπηρεσίας και τον κίνδυνο εξάλειψης κάθε μορφής ανταγωνισμού για να κρίνει ότι η επιχείρηση που κατείχε δεσπόμενη θέση δεν μπορούσε να επιφυλάσσει την υπηρεσία αυτή μόνο για την ίδια.
- 205 Περαιτέρω, η Google επισημαίνει ότι, στην αιτιολογική σκέψη 651 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή εκτίμησε ότι το κριτήριο του απαραίτητου χαρακτήρα δεν έχει εφαρμογή, διότι η απόφαση υποχρεώνει απλώς την «Google να παύσει τις πρακτικές» και όχι να μεταβιβάσει ένα περιουσιακό στοιχείο ή να συνάψει νέες συμφωνίες. Εντούτοις, ακόμη και αν η Google είχε όντως τη δυνατότητα, αντί να παράσχει πρόσβαση στις επίμαχες υπηρεσίες συνάπτοντας συμφωνίες με τους ενδιαφερόμενους, να σταματήσει να τις χρησιμοποιεί προς δικό της όφελος, την ίδια επιλογή είχαν και οι επιχειρήσεις στις οποίες είχε επιβληθεί υποχρέωση παροχής υπηρεσιών προκειμένου να παύσει η κατάχρηση δεσπόμενων θέσεων.
- 206 Συνοψίζοντας, η Google καταλήγει ότι, με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή δεν δέχθηκε ότι επήλθαν βελτιώσεις στα αποτελέσματα αναζήτησης και στις διαφημίσεις για προϊόντα, καθώς και στις σχετικές τεχνολογίες, με την αιτιολογία ότι η Google δεν είχε παράσχει πρόσβαση στα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Για να διαπιστώσει όμως κατάχρηση βάσει της ανωτέρω συλλογιστικής, η Επιτροπή όφειλε να καταδείξει ότι η πρόσβαση ήταν απαραίτητη και ότι η απουσία της ενείχε τον κίνδυνο εξάλειψης κάθε μορφής ανταγωνισμού.
- 207 Η CCIA θεωρεί γενικότερα ότι η προσβαλλόμενη απόφαση στηρίζεται στην εσφαλμένη παραδοχή ότι η μηχανή αναζήτησης της Google είναι η πύλη εισόδου στο διαδίκτυο. Η CCIA υποστηρίζει ότι, κατά μείζονα λόγο στη σημερινή εποχή, τα σημεία εισόδου και άρα τα πεδία ανταγωνισμού στο διαδίκτυο είναι περισσότερα από ποτέ και κανένας ιστότοπος δεν αποτελεί τη μοναδική πύλη εισόδου στο διαδίκτυο.

- 208 Η Επιτροπή, υποστηριζόμενη από την Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας, ισχυρίζεται ότι τα κριτήρια τα οποία διατυπώθηκαν στην απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), δεν έχουν εφαρμογή εν προκειμένω. Στο πλαίσιο αυτό, επαναλαμβάνει τα επιχειρήματα τα οποία περιέχονται στην προσβαλλόμενη απόφαση και παρατίθενται στις σκέψεις 204 και 205 ανωτέρω και διευκρινίζει ότι άφησε στην Google την επιλογή των μέσων για τη διασφάλιση της ίσης μεταχείρισης μεταξύ του δικού της εργαλείου σύγκρισης προϊόντων και των ανταγωνιστικών, όπερ σήμαινε ότι η Google μπορούσε να επιλέξει εάν θα συνεχίσει να εμφανίζει τις Shopping Units στη σελίδα γενικών αποτελεσμάτων της, συμπεριλαμβάνοντας σ' αυτήν, δυνάμει σχετικών συμβάσεων, και τα αποτελέσματα ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων ή εάν θα παύσει να εμφανίζει τις Shopping Units στην ιστοσελίδα της.
- 209 Η Επιτροπή αμφισβητεί τη βασιμότητα της επιχειρηματολογίας της Google ότι η διαπίστωση της κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης εξαρτάται από τη συνδρομή των προϋποθέσεων που σχετίζονται με την άρνηση παροχής «ουσιώδους διευκόλυνσης», ενώ άλλες αντίθετες προς τους κανόνες του ανταγωνισμού συμπεριφορές οι οποίες έχουν ως αποτέλεσμα την επέκταση ή την ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης σε μια αγορά μπορούν να υφίστανται. Η Επιτροπή είναι της γνώμης ότι, στον βαθμό που καταδεικνύει ότι ο ανταγωνισμός είναι δυνατόν να περιοριστεί από την αντίθετη προς τους κανόνες του ανταγωνισμού συμπεριφορά μιας επιχείρησης που κατέχει δεσπόζουσα θέση, δεν είναι υποχρεωμένη να καταδείξει ότι η εν λόγω επιχείρηση αρνήθηκε να παράσχει ένα απολύτως απαραίτητο προϊόν ή μια απολύτως απαραίτητη υπηρεσία στους ανταγωνιστές της. Αναφέρει δε ως παράδειγμα την υπόθεση επί της οποίας εκδόθηκε η απόφαση της 23ης Οκτωβρίου 2003, Van den Bergh Foods κατά Επιτροπής (T-65/98, EU:T:2003:281, σκέψεις 159 και 161).
- 210 Η Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας προβάλλει προς στήριξη της Επιτροπής το επιχείρημα ότι, αντιθέτως προς την περίπτωση την οποία αφορούσε η απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), εν προκειμένω δεν τίθεται ζήτημα πρόσβασης σε «ουσιώδη διευκόλυνση». Κατά την άποψή της, η Google «παρέχει» ήδη στους ανταγωνιστές της πρόσβαση στην υπηρεσία της γενικής αναζήτησης. Δεν υφίσταται αποκλεισμός των ανταγωνιστών, όπως στην υπόθεση επί της οποίας εκδόθηκε η απόφαση εκείνη. Αντιθέτως, η αιτίαση της Επιτροπής κατά της Google αφορά τον λιγότερο ευνοϊκό τρόπο παρουσίασης των ανταγωνιστικών υπηρεσιών σε σχέση με τον τρόπο παρουσίασης της δικής της υπηρεσίας, δεδομένου ότι τα αποτελέσματα των ανταγωνιστών παρουσιάζονταν ως λιγότερο συναφή σε σχέση με εκείνα της Google.
- 211 Η VDZ υποστηρίζει ότι η επίμαχη συμπεριφορά συνιστά χαρακτηριστική περίπτωση κατάχρησης μέσω μόχλευσης, παρόμοια προς πρακτικές οι οποίες έχουν ήδη κριθεί παράνομες, όπως είναι η σύζευξη και η συνδυασμένη πώληση, η συμπίεση των περιθωρίων κέρδους και ορισμένες ιδιαίτερες μορφές άρνησης παροχής, και ότι αντιμετώπιστηκε ακριβώς ως τέτοια.

2) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου

- 212 Στην προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή έκρινε ότι οι προϋποθέσεις που τέθηκαν με την απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), δεν έχουν εφαρμογή στα πραγματικά περιστατικά της υπό κρίση υπόθεσης για τρεις ιδίως λόγους. Η Επιτροπή διαπίστωσε, πρώτον, ότι οι καταχρήσεις μέσω μόχλευσης αποτελούν παγιωμένες και αυτοτελείς μορφές κατάχρησης, οι οποίες αποκλίνουν από τον υγιή ανταγωνισμό (αιτιολογική σκέψη 649), δεύτερον, ότι οι επίδικες πρακτικές δεν αφορούν παθητική άρνηση της Google να παράσχει πρόσβαση στις σελίδες της γενικών αποτελεσμάτων, αλλά ενεργή συμπεριφορά συνιστάμενη σε ευνοϊκή μεταχείριση με την προώθηση του δικού της εργαλείου σύγκρισης προϊόντων έναντι των

ανταγωνιστικών (αιτιολογική σκέψη 650) και, τρίτον, ότι, εν προκειμένω, η επίμαχη επιχείρηση δεν ήταν αναγκαίο να μεταβιβάσει στοιχείο του ενεργητικού ή να συνάψει συμφωνίες με πρόσωπα τα οποία δεν επέλεξε για να παύσει η κατάχρηση. Η Επιτροπή δικαιολόγησε την εκτίμησή της ότι η απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), δεν έχει εφαρμογή στο πλαίσιο της τρίτης διαπίστωσής της παραπέμποντας στην απόφαση της 23ης Οκτωβρίου 2003, Van den Bergh Foods κατά Επιτροπής (T-65/98, EU:T:2003:281, σκέψη 161) (αιτιολογική σκέψη 651).

- 213 Προκαταρκτικώς, υπενθυμίζεται ότι, στην απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), το Δικαστήριο έκρινε ότι, προκειμένου η άρνηση κατέχουσας δεσπόζουσα θέση επιχείρησης να παράσχει πρόσβαση σε υπηρεσία να μπορεί να συνιστά κατάχρηση κατά την έννοια του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, απαιτείται όχι μόνο η άρνηση παροχής της επίμαχης υπηρεσίας να μπορεί να εξαλείψει οποιονδήποτε ανταγωνισμό στην αγορά εκ μέρους του αιτούντος την υπηρεσία και να μην μπορεί να δικαιολογηθεί αντικειμενικά, αλλά και η υπηρεσία αυτή καθεαυτή να είναι απαραίτητη για την άσκηση της δραστηριότητας του αιτούντος, υπό την έννοια ότι δεν υπάρχει κανένα πραγματικό ή δυνητικό υποκατάστατο της υπηρεσίας (απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner, C-7/97, EU:C:1998:569, σκέψη 41· βλ., επίσης, απόφαση της 9ης Σεπτεμβρίου 2009, Clearstream κατά Επιτροπής, T-301/04, EU:T:2009:317, σκέψη 147 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).
- 214 Κατ' ουσίαν, στο πλαίσιο του δεύτερου σκέλους του πέμπτου λόγου ακυρώσεως, η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι εξέλαβε τις επίδικες πρακτικές ως «άρνηση παροχής» χωρίς να ελέγξει, μεταξύ άλλων, εάν η πρόσβαση στα οικεία στοιχεία, ήτοι στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων και στα εξειδικευμένα αποτελέσματά της (Product Universals και Shopping Units), ήταν απαραίτητη και εάν υπήρχε κίνδυνος εξάλειψης κάθε μορφής ανταγωνισμού, όπως όφειλε να πράξει υπό το πρίσμα της απόφασης της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569). Ως εκ τούτου, η Επιτροπή τιμώρησε, κατά την άποψη της Google, την άρνηση παροχής χωρίς να τηρήσει τις προϋποθέσεις και να προσκομίσει τα αποδεικτικά στοιχεία για την απόδειξη της παράβασης.
- 215 Οι προϋποθέσεις που διατυπώθηκαν στην απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), έχουν καταρχήν εφαρμογή σε σχέση με υποδομές ή υπηρεσίες οι οποίες συχνά χαρακτηρίζονται ως «ουσιώδης διευκόλυνση» υπό την έννοια ότι είναι απαραίτητες για την άσκηση δραστηριότητας στην αγορά, στον βαθμό που δεν υπάρχει κανένα υποκατάστατο πραγματικό ή δυνητικό (βλ. αποφάσεις της 15ης Σεπτεμβρίου 1998, European Night Services κ.λπ. κατά Επιτροπής, T-374/94, T-375/94, T-384/94 και T-388/94, EU:T:1998:198, σκέψεις 208 και 212 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία, και της 9ης Σεπτεμβρίου 2009, Clearstream κατά Επιτροπής, T-301/04, EU:T:2009:317, σκέψη 147 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία), με συνέπεια η άρνηση πρόσβασης σε αυτές να μπορεί να οδηγήσει σε εξάλειψη κάθε μορφής ανταγωνισμού. Συνεπώς, η νομολογία σχετικά με τις ουσιώδεις διευκολύνσεις αφορά ιδίως καταστάσεις όπου η ελεύθερη άσκηση αποκλειστικού δικαιώματος, διά του οποίου αναγνωρίζεται η πραγματοποίηση επένδυσης ή η δημιουργία, μπορεί να περιοριστεί χάριν του ανόθευτου ανταγωνισμού στην εσωτερική αγορά (βλ. αποφάσεις της 1ης Ιουλίου 2010, AstraZeneca κατά Επιτροπής, T-321/05, EU:T:2010:266, σκέψη 679, και της 18ης Νοεμβρίου 2020, Lietuvos geležinkeliai κατά Επιτροπής, T-814/17, κατά της οποίας έχει ασκηθεί αναίρεση, EU:T:2020:545, σκέψη 87 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).
- 216 Εμπνεόμενος από τη θεωρία των ουσιωδών διευκολύνσεων, ο δικαστής της Ένωσης έχει χρησιμοποιήσει επανειλημμένως (αποφάσεις της 6ης Μαρτίου 1974, Istituto Chemioterapico Italiano και Commercial Solvents κατά Επιτροπής, 6/73 και 7/73, EU:C:1974:18, σκέψη 25, της

3ης Οκτωβρίου 1985, CBEM, 311/84, EU:C:1985:394, σκέψη 26, της 6ης Απριλίου 1995, RTE και ITP κατά Επιτροπής, C-241/91 P και C-242/91 P, EU:C:1995:98, σκέψη 56, της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner, C-7/97, EU:C:1998:569, σκέψη 41, της 29ης Απριλίου 2004, IMS Health, C-418/01, EU:C:2004:257, σκέψη 52, της 12ης Ιουνίου 1997, Tiercé Ladbroke κατά Επιτροπής, T-504/93, EU:T:1997:84, σκέψη 132, και της 17ης Σεπτεμβρίου 2007, Microsoft κατά Επιτροπής, T-201/04, EU:T:2007:289, σκέψη 332) το κριτήριο του απαραίτητου χαρακτήρα καθώς και το κριτήριο του κινδύνου εξάλειψης κάθε μορφής ανταγωνισμού προκειμένου να διαπιστώσει ή να αποκλείσει την ύπαρξη κατάχρησης σε υποθέσεις οι οποίες αφορούσαν τη δυνατότητα μιας κατέχουσας δεσπόζουσα θέση επιχείρησης να επιφυλάσσει για τον εαυτό της δραστηριότητα σε παραπλήσια αγορά.

- 217 Όπως εξηγεί κατ' ουσίαν ο γενικός εισαγγελέας F. G. Jacobs στις προτάσεις του στην υπόθεση Bronner (C-7/97, EU:C:1998:264, σημεία 56, 57 και 62), η επιλογή του κριτηρίου του απαραίτητου χαρακτήρα, καθώς και του κριτηρίου του κινδύνου εξάλειψης κάθε μορφής ανταγωνισμού ανταποκρίνεται, από νομική άποψη, στη βούληση να προστατευθούν το δικαίωμα επιχείρησης στην επιλογή των συμβαλλομένων της και στην ελευθερία διάθεσης της ιδιοκτησίας της, αρχές γενικώς αναγνωρισμένες στα δίκαια των κρατών μελών με ενίοτε συνταγματικό χαρακτήρα και, από οικονομική άποψη, στη βούληση να ευνοηθεί μακροπρόθεσμα ο ανταγωνισμός, προς το συμφέρον των καταναλωτών, με το να επιτρέπεται σε μια επιχείρηση να επιφυλάσσει για τον εαυτό της τις διευκολύνσεις τις οποίες αυτή δημιούργησε για τις ανάγκες της δραστηριότητάς της. Ο σκοπός των τριών προϋποθέσεων οι οποίες διατυπώθηκαν στην απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), και υπενθυμίστηκαν στη σκέψη 213 ανωτέρω είναι, κατά συνέπεια, να διασφαλιστεί ότι η υποχρέωση που επιβάλλεται σε επιχείρηση η οποία κατέχει δεσπόζουσα θέση να παράσχει πρόσβαση στην υποδομή της δεν παρακωλύει εν τέλει τον ανταγωνισμό μειώνοντας, για την επιχείρηση, το αρχικό κίνητρο να κατασκευάσει την οικεία υποδομή. Ειδικότερα, μια επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση θα αποθαρρυνόταν από το να επενδύσει σε υποδομές αν οι ανταγωνιστές της μπορούσαν, άπαξ και το ζητήσουν, να μοιραστούν με αυτήν τα οφέλη (απόφαση της 18ης Νοεμβρίου 2020, Lietuvos geležinkeliai κατά Επιτροπής, T-814/17, κατά της οποίας έχει ασκηθεί αναίρεση, EU:T:2020:545, σκέψη 90).
- 218 Υπό το πρίσμα των ως άνω προκαταρκτικών παρατηρήσεων πρέπει να εξετασθούν τα επιχειρήματα της Google ότι η Επιτροπή παρέβη το άρθρο 102 ΣΛΕΕ τιμωρώντας τις επίδικες πρακτικές χωρίς να αποδείξει ότι πληρούνταν οι προϋποθέσεις που διατυπώθηκαν στην απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), και ειδικότερα η προϋπόθεση του απαραίτητου χαρακτήρα.
- 219 Πρώτον, αντιθέτως προς τα όσα υποστηρίζει η Επιτροπή, η υπό κρίση υπόθεση αφορά τους όρους που διέπουν την εκ μέρους της Google παροχή της υπηρεσίας της γενικής αναζήτησης μέσω της πρόσβασης των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων, δεδομένου ότι τέτοια πρόσβαση είναι, όπως προκύπτει από το τμήμα 7.2.2 της προσβαλλόμενης απόφασης, «σημαντική» για τη δημιουργία κίνησης στον ιστότοπο των εργαλείων σύγκρισης και, κατά συνέπεια, για την αποκόμιση κερδών μακροπρόθεσμα ενώ, όπως προκύπτει από το τμήμα 7.2.4.2, «είναι ουσιαστικά αναντικατάστατη».
- 220 Επομένως, όπως προκύπτει από την αιτιολογική σκέψη 662 της προσβαλλόμενης απόφασης, στην Google προσάπτεται ότι δεν παρέχει στα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων τη δυνατότητα να τοποθετούνται και να εμφανίζονται με τον ίδιο τρόπο όπως το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων και ότι, ως εκ τούτου, δεν εξασφαλίζει την ίση μεταχείρισή τους.

- 221 Η προσβαλλόμενη απόφαση εκθέτει επ' αυτού, στην αιτιολογική σκέψη 699, ότι κάθε «μέτρο» εκτέλεσης πρέπει να διασφαλίζει ότι η Google δεν επιφυλάσσει στις ανταγωνιστικές υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων μεταχείριση «λιγότερο ευνοϊκή» από αυτή την οποία επιφυλάσσει στη δική της υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων στο πλαίσιο των σελίδων της με τα γενικά αποτελέσματα και, στην αιτιολογική σκέψη 700, στοιχείο γ', ότι κάθε μέτρο εκτέλεσης θα έπρεπε να υποβάλλει την τοποθέτηση και την παρουσίαση της υπηρεσίας σύγκρισης προϊόντων της Google στις «ίδιες διαδικασίες και μεθόδους» όπως αυτές που χρησιμοποιούνται για τις ανταγωνιστικές υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων.
- 222 Επομένως, η προσβαλλόμενη απόφαση αναφέρεται στην ισότιμη πρόσβαση του εργαλείου σύγκρισης της Google και των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google ανεξαρτήτως του είδους των αποτελεσμάτων (γενικά αποτελέσματα, Product Universals ή Shopping Units) και, επομένως, έχει ως σκοπό να παράσχει στα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων πρόσβαση στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google με τοποθέτηση και παρουσίαση εξίσου εμφανείς με το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων, έστω και αν δεν αποκλείει το ενδεχόμενο η Google, προκειμένου να εκτελέσει τα διορθωτικά μέτρα ζητεί η Επιτροπή, να παύσει να προβάλλει και να τοποθετεί στις σελίδες της γενικών αποτελεσμάτων το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων με τρόπο πιο ευνοϊκό σε σχέση με τα ανταγωνιστικά.
- 223 Δεύτερον, διαπιστώνεται ότι, όπως προκύπτει από τις αιτιολογικές σκέψεις 649 έως 652 της προσβαλλόμενης απόφασης, στο πλαίσιο της εξέτασης του ζητήματος της πρόσβασης, η Επιτροπή δεν αναφέρθηκε, τουλάχιστον ρητώς, στις προϋποθέσεις οι οποίες διατυπώθηκαν στην απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), προκειμένου να κρίνει ότι υπήρχε αποδεδειγμένα κατάχρηση. Αντιθέτως, όπως προκύπτει από τις αιτιολογικές σκέψεις 334 και 649 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή στηρίχθηκε στη νομολογία σχετικά με τις καταχρήσεις μέσω μόχλευσης για να καταλήξει στο συμπέρασμα ότι η ύπαρξη των επίμαχων, αντίθετων προς τους κανόνες του ανταγωνισμού, πρακτικών ήταν αποδεδειγμένη. Η Επιτροπή έκρινε ειδικότερα ότι η Google χρησιμοποιούσε ως μοχλό τη δεσπόζουσα θέση της στην αγορά γενικής αναζήτησης για να ευνοήσει το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων στην αγορά των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων, δεδομένου ότι η μεροληπτική συμπεριφορά οδηγεί σε δυνητική ή σε πραγματική εξάλειψη του ανταγωνισμού στην αγορά επόμενου σταδίου (αιτιολογικές σκέψεις 341 και 342 της προσβαλλόμενης απόφασης).
- 224 Επισημαίνεται ότι η σελίδα γενικών αποτελεσμάτων της Google παρουσιάζει χαρακτηριστικά τα οποία την καθιστούν παρόμοια προς ουσιώδη διευκόλυνση (πρβλ. αποφάσεις της 15ης Σεπτεμβρίου 1998, European Night Services κ.λπ. κατά Επιτροπής, T-374/94, T-375/94, T-384/94 και T-388/94, EU:T:1998:198, σκέψεις 208 και 212 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία, και της 9ης Σεπτεμβρίου 2009, Clearstream κατά Επιτροπής, T-301/04, EU:T:2009:317, σκέψη 147 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία) υπό την έννοια ότι, επί του παρόντος, δεν υπάρχει διαθέσιμο κανένα πραγματικό ή δυνητικό υποκατάστατο που να μπορεί να την αντικαταστήσει στην αγορά με τρόπο οικονομικώς βιώσιμο (πρβλ. απόφαση της 17ης Σεπτεμβρίου 2007, Microsoft κατά Επιτροπής, T-201/04, EU:T:2007:289, σκέψεις 208, 388, 390, 421 και 436).
- 225 Σημειώνεται δε ότι, όπως προκύπτει από τις σκέψεις 170 έως 173 ανωτέρω, η Επιτροπή διαπίστωσε, στο τμήμα 7.2.4 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η σχετική με τη γενική αναζήτηση κίνηση η οποία προέκυπτε από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google αντιπροσώπευε μεγάλο ποσοστό της κίνησης προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και ότι η κίνηση αυτή δεν μπορούσε ουσιαστικά να αντικατασταθεί από άλλες πηγές

που είναι επί του παρόντος διαθέσιμες στα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, στοιχεία τα οποία παρουσιάζονται ως ουσιώδεις πτυχές της ανάλυσης της καταχρηστικής συμπεριφοράς.

- 226 Στο πλαίσιο αυτό, η Επιτροπή διευκρίνισε, στο τμήμα 7.2.4.2 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι, επί του παρόντος, δεν υφίσταται βιώσιμη εναλλακτική λύση για την κίνηση η οποία αντιπροσωπεύει μεγάλο ποσοστό της δραστηριότητας των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων. Στην αιτιολογική σκέψη 588 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή ανέφερε ότι «η κίνηση από άλλες μηχανές γενικής αναζήτησης (όπως είναι η Bing ή η Yahoo) είναι χαμηλή και είναι αδύνατο να αυξηθεί δεδομένων των φραγμών εισόδου στις εθνικές αγορές των υπηρεσιών γενικής αναζήτησης». Στις αιτιολογικές σκέψεις 285 έως 305 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή περιέγραψε τους φραγμούς εισόδου στις αγορές γενικής αναζήτησης. Έκρινε ότι οι φραγμοί οφείλονται στην ανάγκη πραγματοποίησης σημαντικών επενδύσεων, στα αποτελέσματα οικονομικών κλίμακας και στο δικτυακό φαινόμενο. Εξέθεσε με ποιον τρόπο το ιστορικό των αγορών γενικής αναζήτησης επιβεβαίωσε την ύπαρξη των φραγμών εισόδου, δεδομένου ότι από το 2009 σημειώθηκε μία μόνον αξιόλογη είσοδος στην αγορά (αυτή της Microsoft με την Bing) και διατηρείται η σχεδόν μονοπωλιακή θέση της Google (σχεδόν παγκοσμίως). Στην αιτιολογική σκέψη 544 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή εξήγησε επίσης ότι η αύξηση των επενδύσεων στις διαφημίσεις με κείμενο προς τον σκοπό της αντιστάθμισης του απολεσθέντος μεριδίου της κίνησης που δημιουργείται από τη μηχανή αναζήτησης της Google δεν αποτελούσε «οικονομικώς βιώσιμη» λύση και ότι δεν υπήρχαν άλλες πηγές κίνησης, όπως κίνηση από εφαρμογές κινητής τηλεφωνίας ή απευθείας κίνηση (αιτιολογικές σκέψεις 568 και 580).
- 227 Κατόπιν τούτου, αφού διαπίστωσε ότι η κίνηση η οποία δημιουργείται από τις γενικές σελίδες αναζήτησης της Google ήταν «ουσιαστικά αναντικατάστατη» και ότι οι λοιπές πηγές κίνησης δεν ήταν «οικονομικώς βιώσιμες», η Επιτροπή έκρινε ότι η κίνηση της Google ήταν απαραίτητη για τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων (πρβλ. κατ' αναλογία, όσον αφορά ένα λειτουργικό σύστημα πληροφορικής με παρόμοια χαρακτηριστικά, απόφαση της 17ης Σεπτεμβρίου 2007, Microsoft κατά Επιτροπής, T-201/04, EU:T:2007:289, σκέψεις 208, 388, 390, 421 και 436).
- 228 Τέλος, στο τμήμα 7.3 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι επίδικες πρακτικές μπορούσαν να οδηγήσουν σε δυνητική εξάλειψη κάθε μορφής ανταγωνισμού. Κατά συνέπεια, η Επιτροπή επισήμανε, στην αιτιολογική σκέψη 594 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι οι πρακτικές αυτές ήταν «ικανές να οδηγήσουν τις ανταγωνιστικές υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων στο να παύσουν να υφίστανται».
- 229 Τρίτον, διαπιστώνεται ότι, μολοντί, όπως υποστηρίζει η Google, οι επίδικες πρακτικές είναι συναφείς με το ζήτημα της πρόσβασης, εντούτοις διακρίνονται ως προς τα συστατικά στοιχεία τους από την άρνηση παροχής που ήταν στο επίκεντρο της υπόθεσης επί της οποίας εκδόθηκε η απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), όπερ δικαιολογεί την επιλογή της Επιτροπής να τις εξετάσει υπό το πρίσμα άλλων κριτηρίων, και όχι των κριτηρίων που χρησιμοποιήθηκαν στην απόφαση εκείνη.
- 230 Πράγματι, το γεγονός ότι ανακύπτει ζήτημα το οποίο αφορά όπως εν προκειμένω, εν όλω ή εν μέρει, την πρόσβαση δεν σημαίνει κατ' ανάγκην ότι πρέπει να εφαρμοστούν οι προϋποθέσεις που διατυπώθηκαν στην απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), σχετικά με τις αρνήσεις παροχής.

- 231 Τούτο ισχύει, ιδίως, όταν, όπως επισημαίνει η Επιτροπή στην αιτιολογική σκέψη 649 της προσβαλλόμενης απόφασης (βλ. σκέψη 212 ανωτέρω), η επίμαχη πρακτική συνίσταται σε αυτοτελή συμπεριφορά η οποία διακρίνεται, ως εκ των συστατικών της στοιχείων, από άρνηση παροχής, ακόμη και αν έχει ενδεχομένως τα ίδια αποτελέσματα αποκλεισμού.
- 232 Ειδικότερα, για να συντρέχει «άρνηση» παροχής η οποία να δικαιολογεί την εφαρμογή των προϋποθέσεων που διατυπώθηκαν στην απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), πρέπει, αφενός, να υπάρχει ρητή διατύπωση, ήτοι έκφραση «αιτήματος» ή, εν πάση περιπτώσει, επιθυμίας για την παροχή υπηρεσίας και επακόλουθη «άρνηση» και, αφετέρου, να έγκειται η γενεσιουργός αιτία του αποτελέσματος εκτοπισμού, δηλαδή η προσαπτόμενη συμπεριφορά, καταρχήν στην άρνηση ως τέτοια και όχι σε εξωγενή πρακτική, όπως ιδίως σε άλλη μορφή κατάχρησης μέσω μόχλευσης (πρβλ. αποφάσεις της 6ης Μαρτίου 1974, Istituto Chemioterapico Italiano και Commercial Solvents κατά Επιτροπής, 6/73 και 7/73, EU:C:1974:18, σκέψεις 24 και 25, της 3ης Οκτωβρίου 1985, CBEM, 311/84, EU:C:1985:394, σκέψεις 26 και 27, της 6ης Απριλίου 1995, RTE και ITP κατά Επιτροπής, C-241/91 P και C-242/91 P, EU:C:1995:98, σκέψεις 9, 11, 54 και 55, της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner, C-7/97, EU:C:1998:569, σκέψεις 8, 11 και 47, της 12ης Ιουνίου 1997, Tiercé Ladbroke κατά Επιτροπής, T-504/93, EU:T:1997:84, σκέψεις 5, 7, 110, 131 και 132, και της 17ης Σεπτεμβρίου 2007, Microsoft κατά Επιτροπής, T-201/04, EU:T:2007:289, σκέψεις 2 και 7).
- 233 Αντιστρόφως, η έλλειψη τέτοιας ρητής άρνησης παροχής σημαίνει ότι αποκλείεται να χαρακτηριστούν ως άρνηση παροχής και να αναλυθούν υπό το πρίσμα των αυστηρών προϋποθέσεων που προβλέπονται για τέτοια άρνηση πρακτικές οι οποίες, έστω και αν θα μπορούσαν εν τέλει να έχουν ως συνέπεια σιωπηρή άρνηση πρόσβασης, συνιστούν παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, λόγω των συστατικών τους στοιχείων, που είναι ως εκ της φύσης τους ξένα προς τον υγιή ανταγωνισμό.
- 234 Όπως άλλωστε διαπίστωσε ο γενικός εισαγγελέας H. Saugmandsgaard Øe με τις προτάσεις του στις υποθέσεις Deutsche Telekom κατά Επιτροπής και Slovak Telekom κατά Επιτροπής (C-152/19 P και C-165/19 P, EU:C:2020:678, σημεία 85 έως 89), όλες ή τουλάχιστον οι περισσότερες πρακτικές που είναι ικανές να περιορίσουν ή να εξαλείψουν τον ανταγωνισμό (στο εξής: πρακτικές εκτοπισμού) ενδέχεται να συνιστούν σιωπηρές αρνήσεις παροχής, δεδομένου ότι αποβλέπουν στο να καταστήσουν δυσχερέστερη την πρόσβαση σε μια αγορά. Εντούτοις, δεν είναι δυνατόν να εφαρμόζονται σε σχέση με όλες αυτές τις πρακτικές τα κριθέντα με την απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), διότι κάτι τέτοιο θα αντέβαινε στο γράμμα και στο πνεύμα του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, του οποίου το πεδίο δεν περικλείει μόνον τις καταχρηστικές πρακτικές που αφορούν «απαραίτητα» αγαθά και «απαραίτητες» υπηρεσίες κατά την έννοια της απόφασης εκείνης.
- 235 Παρατηρείται εξάλλου ότι σε πολλές υποθέσεις στις οποίες εγείρονταν, όπως εν προκειμένω, ζητήματα πρόσβασης σε υπηρεσία, δεν απαιτήθηκε η απόδειξη της προϋπόθεσης του απαραίτητου χαρακτήρα. Το συμπέρασμα αυτό ισχύει, παραδείγματος χάριν, για υποθέσεις σχετικές με πρακτικές συμπίεσης των περιθωρίων κέρδους (αποφάσεις της 17ης Φεβρουαρίου 2011, TeliaSonera Sverige, C-52/09, EU:C:2011:83, σκέψεις 55 έως 58, και της 10ης Ιουλίου 2014, Telefónica και Telefónica de España κατά Επιτροπής, C-295/12 P, EU:C:2014:2062, σκέψη 75) και με πρακτικές συνδυασμένων πωλήσεων (απόφαση της 17ης Σεπτεμβρίου 2007, Microsoft κατά Επιτροπής, T-201/04, EU:T:2007:289, σκέψη 961).

- 236 Όπως έκρινε δε το Δικαστήριο, από τις σκέψεις 48 και 49 της απόφασης της 26ης Νοεμβρίου 1998, *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569), δεν μπορεί να συναχθεί ότι οι αναγκαίες προϋποθέσεις για την απόδειξη ύπαρξης καταχρηστικής άρνησης παροχής πρέπει οπωσδήποτε να εφαρμόζονται και στο πλαίσιο της εκτίμησης του καταχρηστικού χαρακτήρα συμπεριφοράς συνιστάμενης στην εξάρτηση της παροχής υπηρεσιών ή της πώλησης προϊόντων από προϋποθέσεις οι οποίες είναι δυσμενείς ή για τις οποίες ο αγοραστής θα μπορούσε να μην ενδιαφέρεται, δεδομένου ότι τέτοιες συμπεριφορές μπορούν, αυτές καθαυτές, να συνιστούν αυτοτελή μορφή κατάχρησης, διαφορετική από την άρνηση παροχής (απόφαση της 17ης Φεβρουαρίου 2011, *TeliaSonera Sverige*, C-52/09, EU:C:2011:83, σκέψεις 55 και 56· πρβλ., επίσης, απόφαση της 10ης Ιουλίου 2014, *Telefónica* και *Telefónica de España* κατά Επιτροπής, C-295/12 P, EU:C:2014:2062, σκέψεις 75 και 96).
- 237 Ως προς το ζήτημα αυτό, διαπιστώνεται ότι, όπως προκύπτει από το τμήμα 7.2.3 της προσβαλλόμενης απόφασης, οι επίδικες πρακτικές βασίζονται, κατά την Επιτροπή, σε εσωτερική διάκριση μεταξύ της υπηρεσίας σύγκρισης προϊόντων της Google και των ανταγωνιστικών υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων, μέσω της μόχλευσης μιας αγοράς στην οποία υπάρχει δεσπόζουσα θέση και η είσοδος είναι πολύ δύσκολη, ήτοι της αγοράς των υπηρεσιών γενικής αναζήτησης.
- 238 Κατά συνέπεια, όπως προκύπτει από την αιτιολογική σκέψη 344 και από το άρθρο 1 της προσβαλλόμενης απόφασης, στην υπό κρίση υπόθεση δεν πρόκειται απλώς για μονομερή άρνηση της Google να παράσχει στις ανταγωνιστικές επιχειρήσεις πρόσβαση σε υπηρεσία αναγκαία για να ανταγωνιστούν στο πλαίσιο παραπλήσιας αγοράς, όπερ θα αντέβαινε στο άρθρο 102 ΣΛΕΕ και θα δικαιολογούσε επομένως την εφαρμογή της θεωρίας της «ουσιώδους διευκόλυνσης» (πρβλ. απόφαση της 22ας Μαρτίου 2011, *Altstoff Recycling Austria* κατά Επιτροπής, T-419/03, EU:T:2011:102, σκέψη 109), αλλά πρόκειται για διαφορετική μεταχείριση η οποία είναι αντίθετη προς τις διατάξεις του ανωτέρω άρθρου.
- 239 Πάντως, οι γενικοί εισαγγελείς του Δικαστηρίου έχουν επανειλημμένως διαχωρίσει τις υποθέσεις διαφορετικής μεταχείρισης από τις περιπτώσεις άρνησης πρόσβασης, αποκλείοντας την εφαρμογή των προϋποθέσεων που καθιερώθηκαν με την απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569), στις πρώτες. Η γνώμη ότι δεν χωρεί τέτοια εφαρμογή διατυπώθηκε ήδη από τον γενικό εισαγγελέα F. G. Jacobs στις προτάσεις του για την υπόθεση *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:264, σημείο 54), εν συνεχεία από τον γενικό εισαγγελέα J. Mazák, ο οποίος ρητώς απέκλεισε την εφαρμογή της προϋπόθεσης του απαραίτητου χαρακτήρα σε περιπτώσεις όπου «η κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση ενδέχεται να εφαρμόζει άνισους όρους, κατά την έννοια του άρθρου 102, στοιχείο γ', ΣΛΕΕ, επί των ανταγωνιστών της καθώς και σε σχέση με τις συναλλαγές της στην αγορά επόμενου σταδίου» (προτάσεις του γενικού εισαγγελέα J. Mazák στην υπόθεση *TeliaSonera*, C-52/09, EU:C:2010:483, σημείο 32) και επιβεβαιώθηκε από το Γενικό Δικαστήριο με την απόφαση της 7ης Οκτωβρίου 1999, *Irish Sugar* κατά Επιτροπής (T-228/97, EU:T:1999:246, σκέψεις 166 και 167).
- 240 Συνάγεται επομένως το συμπέρασμα ότι η Επιτροπή δεν ήταν υποχρεωμένη να αποδείξει ότι πληρούνταν οι προϋποθέσεις οι οποίες καθιερώθηκαν με την απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569), προκειμένου να διαπιστώσει την ύπαρξη παράβασης βάσει των πρακτικών που διαπιστώθηκαν, δεδομένου ότι, όπως σημειώνει και η ίδια η Επιτροπή στην αιτιολογική σκέψη 649 της προσβαλλόμενης απόφασης, οι επίδικες πρακτικές αποτελούν αυτοτελή μορφή κατάχρησης μέσω μόχλευσης, καθώς έχουν, όπως επισημαίνεται και πάλι από την Επιτροπή στην αιτιολογική σκέψη 650 της απόφασής της, «ενεργό χαρακτήρα», λαμβάνοντας τη μορφή θετικής συμπεριφοράς μέσω πράξεων που εισάγουν διάκριση στη μεταχείριση, από τη μία, των αποτελεσμάτων του εργαλείου σύγκρισης της

Google, τα οποία προβάλλονται προνομιακά στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της, και, αφετέρου, των αποτελεσμάτων των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, τα οποία, από την πλευρά τους, μπορούν να υποβιβαστούν εύκολα. Επομένως, διαφέρουν από την επίμαχη στην απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), συμπεριφορά, η οποία συνίστατο απλώς σε άρνηση παροχής, όπως εξάλλου υπογράμμισε το Δικαστήριο στην απόφαση της 25ης Μαρτίου 2021, Deutsche Telekom κατά Επιτροπής (C-152/19 P, EU:C:2021:238, σκέψη 45), η οποία εκδόθηκε μετά τη διεξαγωγή της επ' ακροατηρίου συζήτησης στην υπό κρίση υπόθεση.

- 241 Αντιθέτως προς τα όσα ισχυρίζεται η Google (βλ. σκέψη 204 ανωτέρω), δεν ασκεί επιρροή συναφώς το ότι, στην απόφαση της 3ης Οκτωβρίου 1985, CBEM (311/84, EU:C:1985:394), το Δικαστήριο εφάρμοσε τις σχετικές με τις ουσιώδεις διευκολύνσεις προϋποθέσεις σε μια περίπτωση «ενεργούς» πρακτικής εκτοπισμού όπως είναι η επίμαχη εν προκειμένω. Πράγματι, στην υπόθεση εκείνη, είχε ζητηθεί από το Δικαστήριο, μέσω προδικαστικού ερωτήματος, να αποφανθεί επί «άρνησης παροχής» και, ως εκ τούτου, το Δικαστήριο έλαβε θέση μόνον επί των προϋποθέσεων που ίσχυαν για την ανωτέρω πρακτική, όπως αυτή είχε οριοθετηθεί με το προδικαστικό ερώτημα (απόφαση της 3ης Οκτωβρίου 1985, CBEM, 311/84, EU:C:1985:394, σκέψεις 19 και 26). Τούτο δεν σημαίνει ότι το κριτήριο που χρησιμοποιείται σε περιπτώσεις άρνησης παροχής και η εξ αυτού απορρέουσα προϋπόθεση του απαραίτητου χαρακτήρα έχουν εφαρμογή σε όλες τις προβλεπόμενες από το άρθρο 102 ΣΛΕΕ πρακτικές εκτοπισμού, μεταξύ των οποίων συγκαταλέγεται η επίμαχη εν προκειμένω μεροληπτική συμπεριφορά, κάτι που θα ήταν άλλωστε αντίθετο προς την ερμηνεία την οποία έδωσε το Δικαστήριο με την απόφαση της 17ης Φεβρουαρίου 2011, TeliaSonera Sverige (C-52/09, EU:C:2011:83, σκέψεις 55 και 56).
- 242 Εξάλλου η Google υποστηρίζει ότι, μολονότι, όπως αναφέρει η Επιτροπή στην αιτιολογική σκέψη 651 της προσβαλλόμενης απόφασης, το Γενικό Δικαστήριο απέκλεισε ήδη μία φορά την εφαρμογή των προβλεπόμενων στην απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), προϋποθέσεων, ιδίως δε για τον λόγο ότι δεν ήταν αναγκαίο, κατ' εφαρμογήν της επίδικης απόφασης, η οικεία επιχείρηση να μεταβιβάσει περιουσιακό στοιχείο της ή να συνάψει συμβάσεις με πρόσωπα που δεν είχε επιλέξει η ίδια (πρβλ. απόφαση της 23ης Οκτωβρίου 2003, Van den Bergh Foods κατά Επιτροπής, T-65/98, EU:T:2003:281, σκέψη 161), ο ιδιοκτήτης απαραίτητου περιουσιακού στοιχείου μπορεί σε κάθε περίπτωση να θέτει τέρμα στην άρνηση παροχής απομακρύνοντάς το, όπερ σημαίνει ότι το κριτήριο είναι αλυσιτελές, κατά μείζονα δε λόγο εν προκειμένω στον βαθμό που η προσβαλλόμενη απόφαση της επιβάλλει κατ' ουσίαν να μεταβιβάσει περιουσιακό στοιχείο μεγάλης αξίας, και δη τον χώρο που προορίζεται για τα αποτελέσματα αναζήτησης. Επομένως, κακώς η Επιτροπή στηρίχθηκε στην απόφαση της 23ης Οκτωβρίου 2003, Van den Bergh Foods κατά Επιτροπής (T-65/98, EU:T:2003:281), για να αποκλείσει τη δυνατότητα εφαρμογής των προϋποθέσεων που διατυπώθηκαν με την απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569).
- 243 Βεβαίως, όπως προκύπτει από τις σκέψεις 219 έως 222 ανωτέρω, στην υπό κρίση υπόθεση αμφισβητούνται, έστω και εμμέσως, οι όροι παροχής από την Google της υπηρεσίας της γενικής αναζήτησης μέσω της πρόσβασης των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων.
- 244 Εντούτοις, η υποχρέωση της επιχείρησης που εκμεταλλεύεται καταχρηστικώς δεσπόζουσα θέση να μεταβιβάσει περιουσιακά στοιχεία, να συνάψει συμβάσεις ή να παράσχει πρόσβαση στην υπηρεσία της υπό συνθήκες οι οποίες να μην εισάγουν διακρίσεις δεν συνεπάγεται κατ' ανάγκην την εφαρμογή των κριτηρίων που καθιερώθηκαν με την απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569). Πράγματι, δεν μπορεί να υφίσταται αυτόματη σχέση μεταξύ

των κριτηρίων για τον νομικό χαρακτηρισμό της κατάχρησης και των διορθωτικών μέτρων για την αντιμετώπισή της. Έτσι, εάν σε μια περίπτωση όπως εκείνη της υπόθεσης επί της οποίας εκδόθηκε η απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), η επιχείρηση η οποία ήλεγχε το σύστημα της κατ' οίκον διανομής εφημερίδων όχι μόνον αρνούνταν να παράσχει πρόσβαση στην υποδομή της, αλλά εφάρμοζε επίσης ενεργώς πρακτικές εκτοπισμού οι οποίες παρακώλυαν την ανάπτυξη ανταγωνιστικού συστήματος κατ' οίκον διανομής ή εμπόδιζαν τη χρήση εναλλακτικών τρόπων διανομής, τα κριτήρια χαρακτηρισμού της κατάχρησης θα ήταν διαφορετικά. Σε μια τέτοια περίπτωση, θα υπήρχε ενδεχομένως η δυνατότητα, για την επιχείρηση στην οποία επιβλήθηκαν κυρώσεις, να θέσει τέρμα στην κατάχρηση παρέχοντας πρόσβαση στο δικό της σύστημα κατ' οίκον διανομής υπό όρους που θα ήταν εύλογοι και δεν θα ενείχαν διακρίσεις. Τούτο δεν θα σήμαινε όμως ότι η διαπιστωθείσα κατάχρηση θα συνίστατο αποκλειστικώς και μόνο σε άρνηση πρόσβασης στο δικό της σύστημα κατ' οίκον διανομής.

- 245 Με άλλα λόγια, το γεγονός ότι ένας από τους τρόπους τερματισμού της καταχρηστικής συμπεριφοράς είναι να παρασχεθεί στους ανταγωνιστές η δυνατότητα να συμπεριλαμβάνονται στα «κουτάκια» που εμφανίζονται στο πάνω μέρος της σελίδας αποτελεσμάτων της Google δεν σημαίνει ότι οι καταχρηστικές πρακτικές αφορούν αποκλειστικώς και μόνον την εμφάνιση στα εν λόγω «κουτάκια» και ότι οι προϋποθέσεις χαρακτηρισμού της κατάχρησης πρέπει να καθορίζονται υπό το πρίσμα μόνον της πτυχής αυτής. Εν προκειμένω, όπως προκύπτει ιδίως από την αιτιολογική σκέψη 344 της προσβαλλόμενης απόφασης, οι επίδικες πρακτικές περιλαμβάνουν επίσης τον υποβιβασμό των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google μέσω αλγορίθμων προσαρμογής, ο οποίος, σε συνδυασμό με την εκ μέρους της Google προώθηση των δικών της αποτελεσμάτων, αποτελεί συστατικό στοιχείο των εν λόγω πρακτικών και μάλιστα ευθύνεται, κατά την Επιτροπή, σε μεγάλο βαθμό για το διαπιστωθέν αποτέλεσμα εκτοπισμού και δεν συνδέεται άμεσα με την πρόσβαση στα «κουτάκια» της Google στη σελίδα γενικών αποτελεσμάτων της.
- 246 Επιπλέον, η δυνατότητα εφαρμογής των κριτηρίων της απόφασης της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), δεν μπορεί να εξαρτάται από τα μέτρα που διατάσσει η Επιτροπή για να τεθεί τέρμα στην παράβαση. Συγκεκριμένα, η διαπίστωση της παράβασης προηγείται, ως εκ της φύσης της, του καθορισμού των μέτρων που είναι ικανά να θέσουν τέρμα στην παράβαση. Υπό τις συνθήκες αυτές, η ύπαρξη παράβασης και το ζήτημα της εφαρμογής των προϋποθέσεων που τέθηκαν με την απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), δεν μπορούν να εξαρτώνται από τα μέτρα τα οποία θα πρέπει να λάβει ακολούθως η επιχείρηση για να θέσει τέρμα στην παράβαση.
- 247 Επομένως, το κριτήριο που στηρίζεται στην ανάγκη μεταβίβασης στοιχείων του ενεργητικού ή σύναψης συμβάσεων για τον τερματισμό της παράβασης δεν μπορεί να εφαρμοστεί στο πλαίσιο ενεργών παραβάσεων οι οποίες, όπως εν προκειμένω, διαφέρουν από την απλή άρνηση παροχής.
- 248 Τέλος, είναι αβάσιμος ο ισχυρισμός της Google ότι το Bundesgerichtshof (Ανώτατο Ομοσπονδιακό Δικαστήριο) έχει επανειλημμένως απορρίψει καταγγελίες ότι μια κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση προβαίνει σε κατάχρηση εξασφαλίζοντας ευνοϊκότερη μεταχείριση για την ίδια σε σχέση με τους ανταγωνιστές της, με το σκεπτικό ότι οι επιχειρήσεις δεν είναι υποχρεωμένες να επιδοτούν τους ανταγωνιστές τους. Συγκεκριμένα, όπως επισημαίνει η Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας με το υπόμνημά της παρεμβάσεως, η αναφορά σε «επιδότηση» του ανταγωνισμού από την επιχείρηση η οποία κατέχει δεσπόζουσα θέση έχει γίνει μόνο σε ένα πολύ συγκεκριμένο πλαίσιο, αυτό των ενδοομιλικών χρηματικών ροών που χαρακτηρίζονται από τον καθορισμό, εκ μέρους της μητρικής εταιρίας, πολύ ευνοϊκών τιμών πώλησης προς θυγατρική. Εν πάση περιπτώσει, ακόμη και εάν η έννοια της μεροληπτικής

συμπεριφοράς δεν είχε αναγνωριστεί καθεαυτήν από τα γερμανικά δικαστήρια, τούτο δεν θα απέκλειε τη σημασία που έχει για τη θεμελίωση της διαπίστωσης της Επιτροπής ότι συντρέχει παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ. Πράγματι, τα δικαιοδοτικά όργανα της Ένωσης επ' ουδενί δεσμεύονται από τη νομολογία των εθνικών δικαστηρίων, ακόμη και των ανωτάτων ή των συνταγματικών (πρβλ. απόφαση της 10ης Απριλίου 2014, Acino κατά Επιτροπής, C-269/13 P, EU:C:2014:255, σκέψη 114), έστω και εάν τίποτε ασφαλώς δεν τα εμποδίζει από το να την συνεκτιμούν και να την λαμβάνουν υπόψη ως στοιχείο ανάλυσης. Αντιθέτως, τα εθνικά δικαστήρια και οι εθνικές αρχές οφείλουν να εφαρμόζουν το άρθρο 102 ΣΛΕΕ με τρόπο ομοιόμορφο και σύμφωνο προς τη νομολογία των δικαιοδοτικών οργάνων της Ένωσης, στο μέτρο που τυχόν αποκλίσεις μεταξύ των αποφάσεων των δικαστηρίων και των αρχών των κρατών μελών ως προς την εφαρμογή του άρθρου αυτού θα μπορούσαν να υπονομεύσουν την ενότητα της έννομης τάξης της Ένωσης και να θίξουν την ασφάλεια δικαίου.

249 Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να απορριφθεί το δεύτερο σκέλος του πέμπτου λόγου ακυρώσεως και, κατά συνέπεια, ο πέμπτος λόγος ακυρώσεως στο σύνολό του.

γ) Επί του πρώτου σκέλους του πρώτου λόγου ακυρώσεως, με το οποίο υποστηρίζεται ότι τα πραγματικά περιστατικά εκτέθηκαν εσφαλμένως, διότι η Google άρχισε να παρέχει ομαδοποιημένα αποτελέσματα για προϊόντα προκειμένου να βελτιώσει την ποιότητα των υπηρεσιών της και όχι για να κατευθύνει την κίνηση προς τη δική της υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων

1) Επιχειρήματα των διαδίκων

250 Η Google υποστηρίζει κατ' ουσίαν ότι η Επιτροπή εξέθεσε εσφαλμένως τα πραγματικά περιστατικά. Καταρχάς, κατά τα λεγόμενά της, η Google άρχισε να εμφανίζει τα ομαδοποιημένα αποτελέσματα για προϊόντα προκειμένου να βελτιώσει την ποιότητα της παρεχόμενης υπηρεσίας γενικής αναζήτησης και όχι για να κατευθύνει την κίνηση προς τη δική της υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων. Στο πλαίσιο αυτό, η Google διευκρινίζει ότι, αντιθέτως προς τα όσα συνάγονται από την έκθεση των πραγματικών περιστατικών στην αιτιολογική σκέψη 386 της προσβαλλόμενης απόφασης, δεν επιδίωκε κανέναν αντίθετο προς τους κανόνες του ανταγωνισμού σκοπό όταν εγκαινίασε την υπηρεσία των αποτελεσμάτων για προϊόντα.

251 Ακολούθως, η Google ισχυρίζεται ότι, αντιθέτως προς τα όσα συνάγονται ιδίως από την αιτιολογική σκέψη 598 της προσβαλλόμενης απόφασης, κατά την οποία η Google δεν εμφάνιζε σε όλες τις περιπτώσεις τα πιο συναφή αποτελέσματα στους χρήστες, τα Product Universals δεν ζημίωσαν τους χρήστες, αλλά βελτίωσαν την ποιότητα και τη συνάφεια των αποτελεσμάτων της. Συνοψίζοντας, η προσβαλλόμενη απόφαση δεν λαμβάνει υπόψη τα αποδεικτικά στοιχεία που καταδεικνύουν τον ευεργετικό για τον ανταγωνισμό σκοπό ο οποίος υπαγόρευσε την ανάπτυξη ομαδοποιημένων αποτελεσμάτων για προϊόντα από την Google, τις τεχνικές λύσεις που βελτίωσαν την ποιότητα της παρεχόμενης υπηρεσίας γενικής αναζήτησης καθώς και την πραγματική εξέλιξη της κίνησης. Τα πραγματικά περιστατικά δείχνουν ότι η Google εξυπηρετούσε τον ανταγωνισμό εμφανίζοντας τα Product Universals, τα οποία βελτίωσαν την ποιότητα της υπηρεσίας γενικής αναζήτησης προς όφελος των χρηστών. Η Google βελτίωσε τις τεχνολογίες της προκειμένου να είναι περισσότερο ανταγωνιστική όσον αφορά τα στοιχεία ως προς τα οποία ανταγωνίζονται οι μηχανές γενικής αναζήτησης. Το γεγονός ότι η Google επικεντρώθηκε στη συνάφεια επιβεβαιώνεται από τον προσεκτικό τρόπο με τον οποίο έθεσε σε εφαρμογή την υπηρεσία των Product Universals, από τα έγγραφα αποδεικτικά στοιχεία και από τα δεδομένα σχετικά με την κίνηση.

- 252 Η Επιτροπή υποστηρίζει μεταξύ άλλων ότι, στην προσβαλλόμενη απόφαση, δεν αμφισβητεί τον ευεργετικό για τον ανταγωνισμό σκοπό της ανάπτυξης των Product Universals αυτών καθεαυτά. Η Επιτροπή υπενθυμίζει ότι προσάπτει στην Google ότι παρουσίαζε με ελκυστικό τρόπο τα Product Universals, ενώ παράλληλα τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων ήταν δυνατόν να εμφανιστούν μόνο μέσω των γενικών αποτελεσμάτων, χωρίς καμία λειτουργία εμπλουτισμένης απεικόνισης, και ότι οι αλγόριθμοι μπορούσαν να τα υποβιβάσουν στα εν λόγω αποτελέσματα (αιτιολογικές σκέψεις 344 και 512 της προσβαλλόμενης απόφασης).
- 253 Το ΕΓΕΚ υπογραμμίζει ότι το πραγματικό κίνητρο της Google ήταν να διαφυλάξει και να μεγιστοποιήσει τα έσοδά της διατηρώντας συστηματικά το πλέον αποδοτικό τμήμα της οθόνης κατ' αποκλειστικότητα για τα δικά της αποτελέσματα, τα οποία παρουσιάζονταν με ελκυστικά γραφικά χαρακτηριστικά, έστω και αν δεν ήταν κατ' ανάγκη τα πλέον συναφή επί συγκεκριμένης αναζήτησης. Η Kelko, από πλευράς της, υποστηρίζει ότι η Google υιοθέτησε συμπεριφορά η οποία είναι αντίθετη προς τους κανόνες του ανταγωνισμού για να αποκλείσει τους ανταγωνιστές της και να προωθήσει το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων. Κατά συνέπεια, η Google έθεσε σε εφαρμογή μια στρατηγική σκόπιμου αποκλεισμού η οποία απέβλεπε, αφενός, στο να υποβιβάζει τους ανταγωνιστές της μέσω των αλγορίθμων της προσαρμογής και, αφετέρου, στο να ευνοεί το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων χάρη στην προνομιακή τοποθέτηση και παρουσίασή του. Τέλος, η Visual Meta επισημαίνει ότι ο φερόμενος ως ευνοϊκός για τον ανταγωνισμό λόγος για τον οποίο η Google εγκαινίασε την υπηρεσία Product Universals είναι, κατά τη νομολογία, αδιάφορος και ότι, εν πάση περιπτώσει, δεδομένου ότι δεν ήταν σε θέση να ωφελήσει όλα τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, η υποτιθέμενη αναβάθμιση την οποία πέτυχε η Google με τα Product Universals δεν μπόρεσε να βελτιώσει τη συνάφεια των αποτελεσμάτων της στο σύνολό τους.

2) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου

- 254 Παρατηρείται ότι η Επιτροπή, όταν εξετάζει τη συμπεριφορά μιας κατέχουσας δεσπόζουσα θέση επιχείρησης, δεδομένου ότι η εξέταση αυτή είναι αναγκαία προκειμένου να συναχθεί συμπέρασμα αναφορικά με την ύπαρξη κατάχρησης τέτοιας θέσης, καλείται εκ των πραγμάτων να αξιολογήσει την εμπορική στρατηγική της οικείας επιχείρησης. Στο πλαίσιο αυτό, είναι φυσιολογικό η Επιτροπή να εκτιμά παράγοντες υποκειμενικής φύσης, όπως τα κίνητρα στα οποία βασίστηκε η επίμαχη εμπορική στρατηγική (απόφαση της 19ης Απριλίου 2012, Tomra Systems κ.λπ. κατά Επιτροπής, C-549/10 P, EU:C:2012:221, σκέψη 19).
- 255 Εντούτοις, η ύπαρξη τυχόν αντίθετης προς τους κανόνες του ανταγωνισμού πρόθεσης συνιστά μία μόνον από τις πολλές πραγματικές παραμέτρους που μπορούν να ληφθούν υπόψη, προκειμένου να διαπιστωθεί κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης (απόφαση της 19ης Απριλίου 2012, Tomra Systems κ.λπ. κατά Επιτροπής, C-549/10 P, EU:C:2012:221, σκέψη 20).
- 256 Η Επιτροπή ουδόλως υποχρεούται να αποδείξει την ύπαρξη τέτοιας πρόθεσης εκ μέρους της κατέχουσας δεσπόζουσα θέση επιχείρησης για τους σκοπούς της εφαρμογής του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, έστω και αν η απόδειξη τέτοιας πρόθεσης, μολονότι δεν αρκεί αφ' εαυτής, αποτελεί πραγματικό στοιχείο που μπορεί να ληφθεί υπόψη για να διαπιστωθεί η κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης [βλ. απόφαση της 30ής Ιανουαρίου 2020, Generics (UK) κ.λπ., C-307/18, EU:C:2020:52, σκέψη 162 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία].
- 257 Επιπλέον, η ύπαρξη πρόθεσης για υγιή ανταγωνισμό, ακόμη και αν θεωρηθεί αποδεδειγμένη, δεν μπορεί να καταδείξει ότι δεν υφίσταται κατάχρηση (απόφαση της 19ης Απριλίου 2012, Tomra Systems κ.λπ. κατά Επιτροπής, C-549/10 P, EU:C:2012:221, σκέψη 22).

- 258 Εν προκειμένω, η Google ισχυρίζεται ότι σε καμία περίπτωση δεν είχε την πρόθεση να αποκλίσει από τον υγιή ανταγωνισμό και υποστηρίζει κατ' ουσίαν ότι η Επιτροπή παραμορφώνει τα πραγματικά περιστατικά αφήνοντας να εννοηθεί, στην προσβαλλόμενη απόφαση, ότι οι επίδικες πρακτικές βασίστηκαν σε τέτοια αντίθετη προς τους κανόνες του ανταγωνισμού πρόθεση.
- 259 Εντούτοις, από τις αιτιολογικές σκέψεις της προσβαλλόμενης απόφασης τις οποίες παραθέτει η Google (και ιδίως από τις αιτιολογικές σκέψεις 386, 490 έως 492 και 598 της προσβαλλόμενης απόφασης) δεν προκύπτει ότι προκειμένου να διαπιστώσει την ύπαρξη της επίμαχης κατάχρησης, η Επιτροπή έλαβε υπόψη, τουλάχιστον αυτοτελώς, τέτοιον «αντίθετο προς τους κανόνες του ανταγωνισμού σκοπό» εκ μέρους της Google στο πλαίσιο της «ανάπτυξης» των τεχνολογιών που οδήγησαν στη δημιουργία των Product Universals.
- 260 Αντιθέτως, όπως προκύπτει από τη διατύπωση του τμήματος 7.2.1 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή έκρινε ότι η καταχρηστική συμπεριφορά συνίστατο σε αντικειμενικά στοιχεία, ήτοι στην «προνομιακή τοποθέτηση και παρουσίαση του εργαλείου σύγκρισης προϊόντων της Google σε σχέση με τα ανταγωνιστικά, όπως εμφανίζονταν στα αποτελέσματα γενικής αναζήτησης της Google», συμπεριφορά η οποία, κατά το τμήμα 7.2.3 της προσβαλλόμενης απόφασης, σε συνδυασμό με τη λειτουργία των αλγορίθμων προσαρμογής γενικής αναζήτησης που εφαρμόζονταν στα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, «μείωνε την κίνηση των αποτελεσμάτων γενικής αναζήτησης της Google προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και αύξανε την αντίστοιχη κίνηση προς το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων της Google». Η ανωτέρω διαπίστωση έγινε λαμβανομένων υπόψη, αφενός, του ότι, κατά το τμήμα 7.2.2 της προσβαλλόμενης απόφασης, η κίνηση είχε «σημασία» για τις υπηρεσίες σύγκρισης ανταγωνιστικών προϊόντων και, αφετέρου, του ότι, κατά το τμήμα 7.2.4 της προσβαλλόμενης απόφασης, η εκτρεπόμενη κίνηση, η οποία αντιπροσώπευε μεγάλο μέρος των ανταγωνιστικών υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων, δεν μπορούσε στην πράξη να αντικατασταθεί από άλλες πηγές.
- 261 Συνεπώς, όπως εξέθεσε επανειλημμένως στα υπομνήματά της, η Επιτροπή έκρινε ότι η προσαπτόμενη στην Google συμπεριφορά συνίστατο, ειδικότερα, στον συνδυασμό δύο αντικειμενικών πρακτικών, και συγκεκριμένα, πρώτον, στον ευνοϊκότερο τρόπο με τον οποίο τοποθετούνταν στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της τα δικά της εξειδικευμένα αποτελέσματα σε σχέση με εκείνα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης και, δεύτερον, στον ταυτόχρονο υποβιβασμό, μέσω της λειτουργίας αλγορίθμων προσαρμογής, των αποτελεσμάτων των ανταγωνιστικών εργαλείων. Επομένως, η Επιτροπή, για να αποδείξει την παράβαση συνέκρινε επιμελώς, σε πρώτο στάδιο, τον τρόπο με τον οποίο τοποθετούνταν και παρουσιάζονταν τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων (τμήμα 7.2.1.1 της προσβαλλόμενης απόφασης) και, σε δεύτερο στάδιο, τον τρόπο με τον οποίο τοποθετούνταν και παρουσιάζονταν τα αποτελέσματα του εργαλείου της Google (τμήμα 7.2.1.2 της προσβαλλόμενης απόφασης), προτού εξετάσει, σε τρίτο στάδιο, τις ιδιαίτερες περιστάσεις στις οποίες εντάσσονταν οι επίδικες πρακτικές, και ειδικότερα το πόσο σημαντική ήταν η κίνηση, τον ουσιαστικά αναντικατάστατο χαρακτήρα της καθώς και τη συμπεριφορά των χρηστών.
- 262 Ως εκ τούτου, η Επιτροπή συνέκρινε απλώς τον τρόπο με τον οποίο η Google τοποθετούσε και παρουσίαζε τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης σε σχέση με τα αποτελέσματα του δικού εργαλείου σύγκρισης και περιέγραψε το οικονομικό πλαίσιο εντός του οποίου ανταγωνίζονταν οι υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων. Συνεπώς, στο πλαίσιο της διαπίστωσης της παράβασης, η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη ούτε στρατηγική ούτε αντίθετο προς

τους κανόνες τους ανταγωνισμού σκοπό που τυχόν επιδίωκε η Google, όπως άλλωστε επιβεβαίωσε ρητώς η Επιτροπή κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, απαντώντας σε γραπτή ερώτηση του Γενικού Δικαστηρίου.

- 263 Βεβαίως, όπως προκύπτει από την απάντηση του Γενικού Δικαστηρίου στο πρώτο σκέλος του πέμπτου λόγου ακυρώσεως (βλ. σκέψη 175 ανωτέρω), η Επιτροπή διαπίστωσε ότι οι επίδικες πρακτικές αποκλίνουν από τον υγιή ανταγωνισμό. Εντούτοις, η διαπίστωση αυτή δεν αναιρείται από την πρόθεση της Google να χρησιμοποιήσει μεθόδους υγιούς ανταγωνισμού βελτιώνοντας την ποιότητα της υπηρεσίας της γενικής αναζήτησης και τη συνάφεια των εξειδικευμένων αποτελεσμάτων της, διότι, όπως προκύπτει από τη μνημονευόμενη στη σκέψη 257 ανωτέρω νομολογία, απλώς η πρόθεση για υγιή ανταγωνισμό, ακόμη και αν θεωρηθεί αποδεδειγμένη, δεν μπορεί να καταδείξει ότι δεν υφίσταται κατάχρηση.
- 264 Πράγματι, υπενθυμίζεται ότι η καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης, η οποία απαγορεύεται από το άρθρο 102 ΣΛΕΕ, είναι έννοια αντικειμενική (απόφαση της 13ης Φεβρουαρίου 1979, Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής, 85/76, EU:C:1979:36, σκέψη 91). Επισημαίνεται επιπλέον ότι, αντιθέτως προς το άρθρο 101, παράγραφος 1, ΣΛΕΕ, το άρθρο 102 ΣΛΕΕ δεν περιέχει καμία αναφορά στο αντικείμενο της πρακτικής (απόφαση της 30ής Σεπτεμβρίου 2003, Michelin κατά Επιτροπής, T-203/01, EU:T:2003:250, σκέψη 237), ακόμη και αν παραπέμπει, έστω και εμμέσως, σε σκοπό αντίθετο προς τους κανόνες του ανταγωνισμού.
- 265 Επομένως, μολονότι η Επιτροπή όντως εξέθεσε τις απόψεις της όσον αφορά την εμπορική στρατηγική που επιδίωκε η Google εγκαινιάζοντας τα Product Universals και όντως αναφέρθηκε σχετικά σε παράγοντες υποκειμενικής φύσης, όπως η έγνοια να διορθωθούν οι κακές επιδόσεις της Google, τα επιχειρήματα περί παραμόρφωσης των πραγματικών στοιχείων αναφορικά με τους λόγους δημιουργίας των Product Universals από την Google πρέπει να απορριφθούν ως αλυσιτελή στο πλαίσιο της ανάλυσης για τη διαπίστωση της παράβασης, δεδομένου ότι αφορούν λόγους στους οποίους δεν βασίστηκε η Επιτροπή για τη στοιχειοθέτηση της παράβασης (η εν λόγω στοιχειοθέτηση συνοψίζεται στη σκέψη 260 ανωτέρω) (πρβλ. απόφαση της 12ης Δεκεμβρίου 2018, Servier κ.λπ. κατά Επιτροπής, T-691/14, κατά της οποίας έχει ασκηθεί αναίρεση, EU:T:2018:922, σκέψη 188 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).
- 266 Εξάλλου, στον βαθμό που η Google ισχυρίζεται ότι τα Product Universals δεν ζημίωσαν τους χρήστες, αλλά βελτίωσαν την ποιότητα και τη συνάφεια των αποτελεσμάτων της, διαπιστώνεται ότι τυχόν οφέλη τα οποία προέκυψαν, σε επίπεδο αποτελεσματικότητας, από τις επίδικες πρακτικές θα πρέπει να ληφθούν υπόψη ως ενδεχόμενος αντικειμενικός δικαιολογητικός λόγος, οπότε δεν μπορούν να στηρίξουν το πρώτο σκέλος του πρώτου λόγου ακυρώσεως, με το οποίο προβάλλεται κατ' ουσίαν ότι η Επιτροπή παραμόρφωσε τα πραγματικά περιστατικά. Επομένως, τα ανωτέρω επιχειρήματα, τα οποία αντλούνται από την προβαλλόμενη βελτίωση της ποιότητας και της συνάφειας των αποτελεσμάτων, θα εξεταστούν στο μεταγενέστερο στάδιο της ανάλυσης, υπό το σημείο 4, του τίτλου Β.
- 267 Υπό τις συνθήκες αυτές, το πρώτο σκέλος του πρώτου λόγου ακυρώσεως και ο πέμπτος λόγος ακυρώσεως στο σύνολό του πρέπει να απορριφθούν ως αβάσιμοι.

2. Επί του πρώτου και του δεύτερου λόγου ακυρώσεως, κατά το μέρος που υποστηρίζεται ότι οι επίδικες πρακτικές δεν ενείχαν διακρίσεις

α) Επί των αιτιάσεων του πρώτου λόγου ακυρώσεως με τις οποίες προσάπτεται στην Επιτροπή ότι κακώς κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η Google είχε ευνοήσει, μέσω του τρόπου εμφάνισης των *Product Universals*, τη δική της υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων

268 Προς στήριξη του πρώτου λόγου ακυρώσεως, η Google αναπτύσσει τρία σκέλη. Όπως επισημάνθηκε προηγουμένως, η Google υποστηρίζει, με το πρώτο σκέλος, ότι τα πραγματικά περιστατικά εκτέθηκαν εσφαλμένως στην προσβαλλόμενη απόφαση, διότι άρχισε να παρέχει ομαδοποιημένα αποτελέσματα για προϊόντα προκειμένου να βελτιώσει την ποιότητα των υπηρεσιών της και όχι για να κατευθύνει την κίνηση προς τη δική της υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων. Η Google υποστηρίζει, με το δεύτερο σκέλος, ότι κακώς η Επιτροπή κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η διαφορετική μεταχείριση των *Product Universals* και των γενικών αποτελεσμάτων είχε οδηγήσει σε ευνοϊκή μεταχείριση, ενώ δεν υπήρξε ουδεμία δυσμενής διάκριση. Ελλείπει δυσμενούς διάκρισης, δεν μπορεί να υπάρξει κατάχρηση. Η Google υποστηρίζει, με το τρίτο σκέλος, ότι, όσον αφορά τον τρόπο εμφάνισης των *Product Universals*, η Επιτροπή παρέβη τους κανόνες δικαίου που διέπουν την εκτίμηση των αντικειμενικών δικαιολογητικών λόγων βάσει των οποίων μπορούν, σε ορισμένες περιπτώσεις, να δικαιολογηθούν συμπεριφορές *a priori* αντίθετες προς τους κανόνες του ανταγωνισμού. Η Επιτροπή δεν εξέτασε αν τα στοιχεία που προέβαλε η Google σχετικά με τα οφέλη των *Product Universals* για τους χρήστες αντισταθμίζουν τα φερόμενα περιοριστικά αποτελέσματα.

269 Το Γενικό Δικαστήριο εκτιμά ότι το τρίτο σκέλος του πρώτου λόγου ακυρώσεως, το οποίο αφορά τους αντικειμενικούς δικαιολογητικούς λόγους, πρέπει, σύμφωνα με τα προεκτεθέντα στη σκέψη 126 ανωτέρω, να εξεταστεί αυτοτελώς, μετά την εξέταση του τρίτου και του τέταρτου λόγου ακυρώσεως που αφορούν τα αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα.

270 Υπενθυμίζεται εξάλλου ότι το πρώτο σκέλος του πρώτου λόγου ακυρώσεως, με το οποίο υποστηρίζεται Google άρχισε να παρέχει ομαδοποιημένα αποτελέσματα για προϊόντα προκειμένου να βελτιώσει την ποιότητα των υπηρεσιών της και όχι, όπως εκθέτει η Επιτροπή, για να κατευθύνει την κίνηση προς τη δική της υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων, εξετάστηκε στις σκέψεις 250 έως 267 ανωτέρω. Επομένως, μόνον το δεύτερο σκέλος του υπό κρίση λόγου ακυρώσεως θα εξεταστεί στο παρόν τμήμα.

1) Επιχειρήματα των διαδίκων

271 Η Google ισχυρίζεται ότι η προσβαλλόμενη απόφαση είναι νομικώς εσφαλμένη, κατά το μέρος που συνάγεται το συμπέρασμα ότι ευνόησε τα *Product Universals*, διότι η Επιτροπή δεν εξέτασε τις αναγκαίες προϋποθέσεις για τη διαπίστωση δυσμενούς διάκρισης.

272 Καταρχάς, η Google επισημαίνει ότι οι μηχανισμοί της για την ανεύρεση των αποτελεσμάτων για προϊόντα και των γενικών αποτελεσμάτων αντιμετώπιζαν με διαφορετικό τρόπο ανόμοιες καταστάσεις, και τούτο για θεμιτούς λόγους. Η Google δεν αμφισβητεί ότι εφαρμόζε διαφορετικούς μηχανισμούς για την ανεύρεση των αποτελεσμάτων για προϊόντα και για την ανεύρεση των γενικών αποτελεσμάτων. Συγκεκριμένα, για τα μεν γενικά αποτελέσματα, η Google στηριζόταν στα δεδομένα τα οποία είχαν συλλεγεί με τη λεγόμενη μέθοδο «*crawling*» καθώς και στις γενικές ενδείξεις συνάφειας που προέκυπταν από τα εν λόγω δεδομένα. Για τα δε

αποτελέσματα για προϊόντα, η Google στηριζόταν σε ροές δεδομένων που παρέχονταν απευθείας από εμπόρους καθώς και σε ειδικές ανά προϊόν ενδείξεις συνάφειας. Εφαρμόζοντας διαφορετικές τεχνολογίες στην περίπτωση των γενικών αποτελεσμάτων και στην περίπτωση των αποτελεσμάτων για προϊόντα, η Google δεν αντιμετώπιζε με διαφορετικό τρόπο παρόμοιες καταστάσεις. Αντιμετώπιζε με διαφορετικό τρόπο ανόμοιες καταστάσεις, και τούτο για θεμιτό λόγο, και συγκεκριμένα για τη βελτίωση της ποιότητας των αποτελεσμάτων της.

- 273 Ακολούθως, η Google διατείνεται ότι, για να κατατάξει τα προαναφερθέντα αποτελέσματα στις γενικές σελίδες της αναζήτησης, εφάρμοζε ακόμη το ίδιο κριτήριο συνάφειας στα εξειδικευμένα αποτελέσματα και στα γενικά αποτελέσματα, και μάλιστα με συνέπεια. Η Google ισχυρίζεται, ειδικότερα, ότι η περιεχόμενη στην προσβαλλόμενη απόφαση διαπίστωση ότι τα Product Universals τύχαιναν ευνοϊκότερης τοποθέτησης και παρουσίασης σε σχέση με τα γενικά αποτελέσματα είναι επίσης εσφαλμένη, διότι η διαφορετική μεταχείριση δεν οδήγησε σε αναξιοκρατική τοποθέτηση των Product Universals στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google. Υπογραμμίζει ότι η προσβαλλόμενη απόφαση δεν λαμβάνει υπόψη τη λειτουργία της Universal Search, η οποία είχε δημιουργήσει ένα συνεκτικό σύστημα κατάταξης για όλα τα είδη αποτελεσμάτων της Google. Επομένως, τα Product Universals έπρεπε να «κερδίσουν» τη θέση τους σε μια σελίδα αποτελεσμάτων βάσει του ίδιου κριτηρίου συνάφειας με εκείνο το οποίο εφάρμοζε η Google στα γενικά αποτελέσματα. Η Google επισημαίνει συναφώς ότι, χάρη στη Universal Search και στις συνιστώσες της, συγκρίνει απευθείας τη συνάφεια των αποτελεσμάτων για προϊόντα με τα γενικά αποτελέσματα, και τούτο βάσει του ίδιου κριτηρίου συνάφειας. Επομένως, όταν ένα Product Universal εμφανιζόταν σε καλή θέση στη σελίδα γενικής αναζήτησης, αυτό οφειλόταν στο ότι ήταν πιο συναφές σε σχέση με τα γενικά αποτελέσματα που κατατάσσονταν από κάτω και όχι σε ευνοϊκή μεταχείριση.
- 274 Η απάντηση που δόθηκε με την προσβαλλόμενη απόφαση στα ανωτέρω επιχειρήματα είναι εσφαλμένη. Πρώτον, κακώς η Επιτροπή ισχυρίζεται, στην αιτιολογική σκέψη 440 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι δεν έχει σημασία το αν η Google εφάρμοζε το ίδιο κριτήριο συνάφειας τόσο στα Product Universals όσο και στα γενικά αποτελέσματα. Στην πράξη, η Google εμφάνιζε τα Product Universals μόνον όταν ήταν πιο συναφή από τα γενικά αποτελέσματα που κατατάσσονταν από κάτω και δεν μπορούσαν να τύχουν ευνοϊκής μεταχείρισης. Άξιζαν τη θέση που είχαν κατακτήσει στη σελίδα γενικών αποτελεσμάτων. Η κατάταξη των αποτελεσμάτων σε συνάρτηση με τη συνάφειά τους αποκλείει την ευνοϊκή μεταχείριση.
- 275 Δεύτερον, κακώς η Επιτροπή ισχυρίζεται, στην αιτιολογική σκέψη 441 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η Google δεν απέδειξε ότι εφάρμοζε τα ίδια κριτήρια συνάφειας τόσο για τα Product Universals όσο και για τα γενικά αποτελέσματα. Με την ανωτέρω συλλογιστική επιχειρείται να αντιστραφεί το βάρος απόδειξης. Η Επιτροπή είναι εκείνη που όφειλε να αποδείξει ότι η Google δεν εφάρμοσε συνεκτικά κριτήρια συνάφειας όταν εμφάνιζε τα Product Universals. Εφόσον δεν ήταν σε θέση να το πράξει, δεν μπορούσε να στοιχειοθετήσει μεροληπτική συμπεριφορά.
- 276 Τρίτον, εν πάση περιπτώσει, η Google απέδειξε ότι εφάρμοζε συνεκτικά κριτήρια συνάφειας για τα Product Universals. Επ' αυτού, εσφαλμένως η Επιτροπή αναφέρει, στην αιτιολογική σκέψη 442 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η Google στηρίζεται αποκλειστικώς σε δύο εκθέσεις συγκριτικής αξιολόγησης προς απόδειξη των ανωτέρω. Η Google προσκόμισε στην Επιτροπή πολυάριθμα έγγραφα σχετικά με τη λειτουργία του συστήματος κατάταξης και με τα κριτήρια συνάφειας που εφάρμοζε. Οι επικρίσεις τις οποίες διατύπωσε η Επιτροπή με την προσβαλλόμενη απόφαση κατά των δύο αυτών εκθέσεων είναι αβάσιμες. Επίσης, κακώς η

Επιτροπή ισχυρίζεται, στην αιτιολογική σκέψη 390 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι, μεταξύ του 2009 και του Σεπτεμβρίου του 2010, η Google ακολούθησε εσωτερικό κανόνα που διασφάλιζε ότι τα Product Universals «τοποθετούνταν πάνω-πάνω» κάθε φορά που ένα αποτέλεσμα ανταγωνιστικού εργαλείου σύγκρισης προϊόντων κατατασσόταν μεταξύ των τριών πρώτων γενικών αποτελεσμάτων. Πρόκειται για πρόταση η οποία ουδέποτε εφαρμόστηκε. Ο ισχυρισμός της Επιτροπής αντικρούεται από τα στοιχεία σχετικά με τη θέση των Product Universals όταν ένα εργαλείο σύγκρισης προϊόντων περιλαμβανόταν στα τρία πρώτα αποτελέσματα μεταξύ Δεκεμβρίου 2009 και Σεπτεμβρίου 2010, περίοδο κατά την οποία η Επιτροπή διατείνεται ότι ο επίμαχος εσωτερικός κανόνας ήταν σε ισχύ.

277 Η Επιτροπή δεν δέχεται τα ανωτέρω επιχειρήματα. Η Kelko υποστηρίζει, μεταξύ άλλων, ότι οι αλγόριθμοι προσαρμογής δεν εφαρμόζονταν στο εργαλείο σύγκρισης της Google και ότι τα ανταγωνιστικά εργαλεία δεν διέθεταν τους ίδιους μορφότυπους παρουσίασης με το εργαλείο της Google. Το ΕΓΕΚ εκφράζει την άποψη ότι τα αποτελέσματα αναζήτησης της Google για προϊόντα δεν καθορίζονταν με βάση αποκλειστικώς τη συνάφειά τους για τον καταναλωτή, δεδομένου ότι γινόταν επεξεργασία τους με γνώμονα εμπορικές επιδιώξεις. Τούτο είναι αντίθετο προς τη δικαιολογημένη προσδοκία των καταναλωτών ότι η Google επεξεργάζεται τα αποτελέσματα με αμερόληπτο τρόπο. Η Google όμως χειραγωγεί τα αποτελέσματα αναζήτησης καθιστώντας άορατα τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων.

2) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου

278 Κατ' ουσίαν, η Google αμφισβητεί ότι οι επίδικες πρακτικές μπορούσαν να οδηγήσουν σε δυσμενή διάκριση, εφόσον, αφενός, εφαρμόζε διαφορετικούς μηχανισμούς, και συγκεκριμένα μηχανισμούς γενικών αναζητήσεων μέσω της αποκαλούμενης μεθόδου «crawling» και μηχανισμούς εξειδικευμένης αναζήτησης μέσω της επεξεργασίας ροών δεδομένων που απέστειλαν οι συμβεβλημένοι έμποροι, σε διαφορετικές καταστάσεις, δηλαδή, από τη μία, στα γενικά αποτελέσματα και, από την άλλη, στα εξειδικευμένα αποτελέσματα, και, αφετέρου, εφαρμόζε σε όλα τα αποτελέσματα τα ίδια κριτήρια συνάφειας χάρη στην τεχνολογία της Universal Search και στον αλγόριθμό της Superroot. Επομένως, κατά την Google, δεν θα ήταν δυνατόν να υπάρξει δυσμενής διάκριση, αφού εμφάνιζε τα Product Universals μόνον όταν αυτά ήταν, βάσει των τεχνολογιών που προαναφέρθηκαν, πιο συναφή από τα γενικά αποτελέσματα, με αποτέλεσμα να έχουν κερδίσει τη θέση τους λόγω της αξίας τους.

279 Προκαταρκτικώς, προκειμένου να ελεγχθεί αν ορθώς η Επιτροπή κατέληξε ότι υπήρχε δυσμενής διάκριση, πρέπει να εξεταστεί η διαφορετική μεταχείριση την οποία έκρινε ως αντίθετη προς το άρθρο 102 ΣΛΕΕ όσον αφορά ιδίως τον τρόπο τοποθέτησης και παρουσίασης των Product Universals.

280 Διαπιστώνεται επ' αυτού ότι, στο τμήμα 7.2.1 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η καταχρηστική συμπεριφορά συνίστατο στην ευνοϊκότερη «τοποθέτηση» και «παρουσίαση» από την Google των αποτελεσμάτων της δικής της υπηρεσίας σύγκρισης προϊόντων (συμπεριλαμβανομένων των Product Universals) στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της σε σχέση με τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων. Όπως προκύπτει από το ανωτέρω τμήμα, από την αιτιολογική σκέψη 344 της προσβαλλόμενης απόφασης και από το άρθρο 1 του διατακτικού της, η Επιτροπή προσάπτει, στο πλαίσιο αυτό, στην Google ότι τοποθετεί και παρουσιάζει στις σελίδες της με τα γενικά αποτελέσματα το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων «ευνοϊκότερα» απ' ό,τι τα ανταγωνιστικά.

- 281 Για να καταλήξει στο ανωτέρω συμπέρασμα, η Επιτροπή συνέκρινε τον τρόπο με τον οποίο «τοποθετούνταν» και «παρουσιάζονταν» τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google (τμήμα 7.2.1.1) με τον τρόπο με τον οποίο «τοποθετούνταν» και «παρουσιάζονταν» στις ίδιες σελίδες τα αποτελέσματα του εργαλείου σύγκρισης προϊόντων της Google, εν προκειμένω των Product Universals (τμήμα 7.2.1.2).
- 282 Η Επιτροπή συνήγαγε ότι, ενώ τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων μπορούσαν να εμφανιστούν μόνον υπό τη μορφή γενικών αποτελεσμάτων, δηλαδή υπό τη μορφή απλώς μπλε υπερσυνδέσμων χωρίς πρόσθετες εικόνες ή πληροφορίες σχετικές με τα προϊόντα και τις τιμές τους (αιτιολογική σκέψη 371 της προσβαλλόμενης απόφασης) και, αντιθέτως προς τα αποτελέσματα του εργαλείου σύγκρισης της Google, η κατάταξή τους στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google υποβιβάζονταν μέσω αλγορίθμων προσαρμογής στο κάτω μέρος της πρώτης σελίδας ή στις επόμενες σελίδες (αιτιολογικές σκέψεις 352 έως 355), όπως είχε εξάλλου συμβεί και μετά την έναρξη της εφαρμογής του αλγορίθμου Panda (αιτιολογική σκέψη 361), τα εξειδικευμένα αποτελέσματα του εργαλείου σύγκρισης της Google και, για την επίμαχη περίοδο, των Product Universals τοποθετούνταν σε περίοπτη θέση στα αποτελέσματα γενικής αναζήτησης της Google (αιτιολογικές σκέψεις 379 και 385), παρουσιάζονταν σε εμπλουτισμένο μορφότυπο με εικόνες και πληροφορίες για τα προϊόντα (αιτιολογική σκέψη 397) και δεν ήταν δυνατόν να υποβιβαστούν μέσω αλγορίθμων προσαρμογής (αιτιολογική σκέψη 512).
- 283 Η Επιτροπή διαπίστωσε, ως εκ τούτου, ότι η διαφορετική μεταχείριση των αποτελεσμάτων των ανταγωνιστικών υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων σε σχέση με τα αποτελέσματα της υπηρεσίας σύγκρισης προϊόντων της Google (δηλαδή των Product Universals) ευνοούσε την τελευταία έναντι των ανταγωνιστικών υπηρεσιών, λαμβανομένων υπόψη, μεταξύ άλλων, της σημασίας που έχει η κίνηση η οποία δημιουργείται από τη μηχανή γενικής αναζήτησης της Google για τις ανταγωνιστικές υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων (τμήμα 7.2.2 της προσβαλλόμενης απόφασης), της συμπεριφοράς των χρηστών του διαδικτύου, των οποίων η προσοχή επικεντρώνεται συνήθως στα πιο ορατά αποτελέσματα στη σελίδα αποτελεσμάτων γενικής αναζήτησης, ήτοι στα αποτελέσματα που έχουν την καλύτερη θέση (τμήμα 7.2.3.1 της προσβαλλόμενης απόφασης), καθώς και του «ουσιαστικά αναντικατάστατου χαρακτήρα» της εκτρεπόμενης κίνησης, η οποία δεν μπορεί να υποκατασταθεί από άλλες πηγές (τμήμα 7.2.4 της προσβαλλόμενης απόφασης).
- 284 Πρώτον, συνάγεται ότι η προσαπτόμενη από την Επιτροπή διαφορετική μεταχείριση δεν συνίσταται, όπως αφήνει να εννοηθεί η Google, στην εφαρμογή διαφορετικών μηχανισμών επιλογής αποτελεσμάτων αναζήτησης όσον αφορά τη μεταχείριση των αποτελεσμάτων αναζήτησης του εργαλείου σύγκρισης της Google και των αποτελεσμάτων αναζήτησης των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, με άλλα λόγια μηχανισμών επιλογής γενικών αποτελεσμάτων για τις ανταγωνιστικές υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων και μηχανισμών επιλογής αποτελεσμάτων εξειδικευμένης αναζήτησης για τη δική της υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων, αλλά σε ευνοϊκή μεταχείριση όσον αφορά τον τρόπο τοποθέτησης και παρουσίασης των δικών της εξειδικευμένων αποτελεσμάτων σε σχέση με τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων που εμφανίζονταν στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων.
- 285 Επομένως, μολονότι η Google υποστηρίζει ότι η διαφορετική μεταχείριση των αποτελεσμάτων της αναζήτησης εξαρτάται από τη φύση των αποτελεσμάτων που προκύπτουν από τη μηχανή της γενικής αναζήτησης, δηλαδή ανάλογα με το αν πρόκειται για εξειδικευμένα ή για γενικά αποτελέσματα, η διαφορετική αυτή μεταχείριση βασίζεται στην πράξη στην προέλευση των

αποτελεσμάτων, ήτοι στο αν αυτά προέρχονται από ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης ή από το δικό της. Στην πραγματικότητα, η Google ευνοεί το τελευταίο σε σχέση με τα πρώτα, και όχι ένα είδος αποτελεσμάτων σε σχέση με ένα άλλο.

- 286 Τούτο διότι μόνον τα αποτελέσματα εξειδικευμένης αναζήτησης της Google, ήτοι τα Product Universals, μπορούν να εμφανίζονται μέσα στα «κουτάκια» στη σελίδα γενικής αναζήτησης της Google, με εμπλουτισμένο μορφότυπο και χωρίς τον κίνδυνο να υποβιβαστούν μέσω των αλγορίθμων προσαρμογής.
- 287 Αντιστρόφως, ακόμη και αν τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών υπηρεσιών σύγκρισης είναι ιδιαίτερος συναφή για τον χρήστη, δεν μπορούν σε καμία περίπτωση να τύχουν παρόμοια μεταχείριση με εκείνη των αποτελεσμάτων της υπηρεσίας της Google, είτε σε επίπεδο τοποθέτησης, επειδή λόγω των εγγενών χαρακτηριστικών τους είναι πιθανόν να υποβιβαστούν από τους αλγορίθμους προσαρμογής και επειδή τα «κουτάκια» προορίζονται επίσης μόνο για τα αποτελέσματα του εργαλείου σύγκρισης της Google, είτε σε επίπεδο παρουσίασής τους, δεδομένου ότι τα εμπλουτισμένα χαρακτηριστικά και οι εικόνες προορίζονται αποκλειστικώς για την υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων της Google. Κατά συνέπεια, ακόμη και σε περίπτωση που, παρά τη λειτουργία των αλγορίθμων υποβιβασμού, τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης εμφανίζονται, λόγω της συνάφειάς τους, στην πρώτη σελίδα γενικών αποτελεσμάτων της Google, ποτέ δεν μπορούν να εμφανίζονται με τρόπο εξίσου ορατό και ελκυστικό όπως τα αποτελέσματα που περιέχονται στα Product Universals.
- 288 Η διαφορετική μεταχείριση όχι μόνον δεν εδράζεται σε αντικειμενική διαφορά μεταξύ δύο ειδών αποτελεσμάτων στο διαδίκτυο αλλά οφείλεται σε επιλογή της Google να μεταχειρίζεται λιγότερο ευνοϊκά τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων σε σχέση με τα αποτελέσματα του δικού της εργαλείου, παρουσιάζοντάς τα και τοποθετώντας τα με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι λιγότερο ορατά.
- 289 Δεύτερον, από την περιγραφή στις σκέψεις 280 έως 283 ανωτέρω των πρακτικών τις οποίες διαπίστωσε η Επιτροπή προκύπτει ότι είναι απορριπτέο το επιχείρημα της Google ότι εφαρμόζε το «ίδιο κριτήριο συνάφειας» στα ομαδοποιημένα αποτελέσματα για προϊόντα και στα γενικά αποτελέσματα και ότι, κατ' ουσίαν, χάρη στην τεχνολογία της Universal Search και στον αλγόριθμό της Superroot, εμφάνιζε τα Product Universals μόνον όταν τα αποτελέσματα αυτά ήταν πιο συναφή σε σχέση με τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, με συνέπεια να μην είναι δυνατόν να έχει υπάρξει δυσμενής διάκριση.
- 290 Πράγματι, διαπιστώνεται καταρχάς ότι, όπως προκύπτει από την αιτιολογική σκέψη 440 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή δεν προσάπτει στην Google ότι εφαρμόζει ή ότι δεν εφαρμόζει το ίδιο κριτήριο συνάφειας σε δύο είδη αποτελεσμάτων, ήτοι στα εξειδικευμένα αποτελέσματα για προϊόντα και στα γενικά αποτελέσματα, αλλά ότι δεν εφαρμόζει τα ίδια κριτήρια όσον αφορά τον τρόπο παρουσίασης και τοποθέτησης στην περίπτωση των ανταγωνιστικών υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων και στην περίπτωση της δικής της, δεδομένου ότι οι πρώτες υπόκεινται σε λιγότερο ευνοϊκή μεταχείριση απ' ό,τι η δεύτερη.
- 291 Ειδικότερα, όπως προκύπτει από τη σκέψη 287 ανωτέρω, τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης, ανεξαρτήτως της συνάφειάς τους, δεν μπορούν ποτέ να τύχουν παρόμοια μεταχείριση με εκείνη των αποτελεσμάτων του εργαλείου της Google, είτε σε επίπεδο τοποθέτησης είτε σε επίπεδο παρουσίασης, με αποτέλεσμα να βρίσκονται κατ' ανάγκη σε μειονεκτική θέση όταν την ανταγωνίζονται.

- 292 Πράγματι, ακόμη και αν το αποτέλεσμα ανταγωνιστικού εργαλείου αποδεικνύεται, υπό το πρίσμα των κριτηρίων συνάφειας που εφαρμόζονται από τους αλγόριθμους της Google, λιγότερο συναφές σε σχέση με ένα αποτέλεσμα του εργαλείου της Google, ο υποβιβασμός του στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google από αλγόριθμους προσαρμογής και η παρουσίασή του απλώς και μόνον σε γενικό μπλε υπερσύνδεσμο, ενδεχομένως δε κάτω από το «κουτάκι» που προορίζεται για το αποτέλεσμα του εργαλείου της Google το οποίο εμφανίζεται με εμπλουτισμένο τρόπο, δεν είναι κατ' ανάγκην ανάλογος, βάσει των εν λόγω κριτηρίων, χαμηλότερο βαθμό συνάφειας. Επιπλέον, ακόμη και στις περιπτώσεις στις οποίες τα αποτελέσματα ανταγωνιστικού εργαλείου είναι, υπό το πρίσμα των προαναφερθέντων κριτηρίων, περισσότερο συναφή, δεν μπορούν ποτέ, όπως υπενθυμίστηκε στις σκέψεις 286 και 287 ανωτέρω, να τύχουν της ίδιας παρουσίας ή μεταχείρισης όσον αφορά τον τρόπο τοποθέτησή τους, με αποτέλεσμα ο ανταγωνισμός να νοθεύεται ακόμη και πριν ο χρήστης πραγματοποιήσει αναζήτηση σχετική με προϊόντα.
- 293 Επομένως, η επιχειρηματολογία της Google η οποία στηρίζεται στην ύπαρξη κοινών κριτηρίων συνάφειας πρέπει να απορριφθεί ως αλυσιτελής.
- 294 Συναφώς, οι εκτιμήσεις στις οποίες αναφέρεται η αιτιολογική σκέψη 442 της προσβαλλόμενης απόφασης, όπως και τα άλλα πειράματα που μνημονεύονται από την Google, ακόμη και αν υποθεθεί ότι αποδεικνύουν τη μεγαλύτερη συνάφεια των Product Universals σε σχέση με τα γενικά αποτελέσματα που εμφανίζουν αποτελέσματα ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης, δεν κάμπτουν τη σχετική με τον ανταγωνισμό αντίρρηση την οποία η Επιτροπή διατύπωσε στο τμήμα 7.2.1 και συνόψισε στην αιτιολογική σκέψη 440 της προσβαλλόμενης απόφασης, εκθέτοντας ότι η Google εφαρμόζει διαφορετικούς μηχανισμούς στα δικά της εξειδικευμένα αποτελέσματα και στα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης όσον αφορά τον τρόπο παρουσίασης και τοποθέτησης, όπερ συνεπάγεται κατ' ανάγκην τη μειονεκτική μεταχείριση των αποτελεσμάτων των ανταγωνιστικών υπηρεσιών σύγκρισης σε σχέση με τα αποτελέσματα των υπηρεσιών σύγκρισης της Google.
- 295 Πέραν τούτου, ακόμη και αν υποθεθεί ότι οι αξιολογητές προτιμούσαν τα Product Universals στα πρώτα γενικά αποτελέσματα που εμφανίζονταν στην πρώτη σελίδα των γενικών αποτελεσμάτων, όπερ πάντως δεν προκύπτει σαφώς από τα επίμαχα πειράματα αφού επισημαίνεται ότι οι αξιολογητές θεωρούν παρεμφερή τη χρησιμότητα των εξειδικευμένων αποτελεσμάτων αναζήτησης και των γενικών αποτελεσμάτων για προϊόντα, τούτο δεν σημαίνει ότι προτιμούσαν να αποτελούνται τα Product Universals αποκλειστικώς από τα αποτελέσματα του εργαλείου σύγκρισης της Google. Ούτε σημαίνει ότι προτιμούσαν να εμφανίζονται τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων με τρόπο λιγότερο ορατό και να υπόκεινται σε υποβιβασμό στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google.
- 296 Εν συνεχεία διαπιστώνεται, ως εκ περισσού, ότι η επιχειρηματολογία της Google η οποία στηρίζεται στο κοινό κριτήριο συνάφειας, πέραν του ότι είναι αλυσιτελής, είναι και αβάσιμη, όπως συναγεται άλλωστε από τα δικόγραφα της ίδιας της Google. Συγκεκριμένα, όπως επιβεβαιώνει και η ίδια η Google με το τρίτο σκέλος του πρώτου λόγου ακυρώσεως, δεν μπορούσε να συγκρίνει ευθέως, βάσει παραμέτρων που ισχύουν για την εξειδικευμένη αναζήτηση, όπως είναι η τιμή, τα αποθέματα ή η φήμη του πωλητή, τα εξειδικευμένα αποτελέσματα του δικού της εργαλείου σύγκρισης προϊόντων με τα εξειδικευμένα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων, διότι δεν γνώριζε πώς λειτουργούσαν οι αλγόριθμοι αναζήτησης των τελευταίων και δεν διέθετε πρόσβαση στις ροές δεδομένων τις οποίες απέστειλαν οι συμβεβλημένοι με τους ιστοτόπους τους έμποροι, ιδίως δε όσον αφορά την τιμή.

- 297 Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τις διευκρινίσεις της ίδιας της Google, αφενός, η εταιρία δεν γνώριζε τίποτα σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων κατέτασσαν και βαθμολογούσαν τα αποτελέσματά τους επί αιτημάτων αναζήτησης για προϊόντα και, αφετέρου, αντλούσε τα δεδομένα σχετικά με τα προϊόντα που καταχωρίζονταν στο δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων από ροές παρεχόμενες απευθείας από τους εμπόρους και όχι, όπως γινόταν για τις γενικές αναζητήσεις, από ιστοτόπους μέσω της λεγόμενης μεθόδου «crawling». Η Google δεν διέθετε όμως παρόμοιες πληροφορίες όσον αφορά τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων, δεδομένου ότι οι αντίστοιχοι ιστοτόποι τους έχουν τη δική τους ροή και τον δικό τους τρόπο κατάταξης των προϊόντων.
- 298 Βεβαίως, όπως επισημαίνει η Επιτροπή στην αιτιολογική σκέψη 440 της προσβαλλόμενης απόφασης, χάρη στη Universal Search, η Google εφάρμοζε «ορισμένα κριτήρια συνάφειας» για να συγκρίνει τα δικά της εξειδικευμένα αποτελέσματα με τα γενικά αποτελέσματά της στα οποία εμφανίζονταν σελίδες αποτελεσμάτων των ανταγωνιστών της. Εντούτοις, σύμφωνα με τις διευκρινίσεις τις οποίες παρέχει η Google με τη συνημμένη στο δικόγραφο της προσφυγής έκθεσή της για τις τεχνολογίες, η Universal Search λειτουργεί βάσει στατιστικών κριτηρίων στηριζόμενων σε έρευνες που πραγματοποιούνται μεταξύ των χρηστών. Δεν αποδείχθηκε όμως, και ούτε καν υποστηρίχθηκε, ότι, λαμβανομένων υπόψη των δυσχερειών που αντιμετωπίζει η Google στο πλαίσιο της σύγκρισης διαφόρων ειδών αποτελεσμάτων (βλ. σκέψη 297 ανωτέρω), το εργαλείο αυτό είναι σε θέση, εφόσον η ποιότητά του το επιτρέπει, να δώσει αποτελέσματα εξίσου αξιόπιστα, από άποψη επιλογής των συναφών αποτελεσμάτων, όπως η σύγκριση στην οποία προβαίνει η Google βάσει των κριτηρίων που εφαρμόζει εκείνη στην εξειδικευμένη αναζήτηση ανά προϊόν, ήτοι κριτηρίων σχετικών ιδίως με την τιμή, το επίπεδο των αποθεμάτων, τη δημοφιλία του προϊόντος ή τη φήμη του πωλητή.
- 299 Συνεπώς, οι ανωτέρω έρευνες, όσο αξιόπιστες και να είναι, δεν συνιστούν, όπως ισχυρίστηκε η Foundem κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, παρά μια στατιστική προσέγγιση αυτού του εν δυνάμει πλέον συναφούς αποτελέσματος. Όπως προκύπτει δε από εσωτερικό έγγραφο της Google, το οποίο μνημονεύεται στην έκθεσή της για τις τεχνολογίες, «μία από τις μεγαλύτερες δυσχέριες στο πλαίσιο της ανθρώπινης αξιολόγησης είναι ότι οι αξιολογητές πρέπει να ερμηνεύουν την αναζήτηση του χρήστη· μολονότι οι άνθρωποι ενδέχεται να είναι πιο ακριβείς κατά την ερμηνεία μιας αναζήτησης σε σχέση με μια μηχανή, δεν είναι δυνατή η ακριβής γνώση των προθέσεων του χρήστη [...], η αξιολόγηση αντανάκλα απλώς και μόνον την κοινή εκτίμηση των αξιολογητών μας, η οποία ενδέχεται να αποκλίνει κατά πολύ από εκείνη των χρηστών».
- 300 Τέλος, ο ισχυρισμός της Google ότι η υπηρεσία Product Universals ενεργοποιήθηκε μόλις στο 23 % των περιπτώσεων στις οποίες έγινε «αναζήτηση για προϊόντα» καθώς και ότι τα Product Universals εμφανίστηκαν στο πάνω μέρος των σελίδων γενικών αποτελεσμάτων μόλις στο 4 % των περιπτώσεων αναζήτησης για προϊόντα δεν αρκεί για να αποκλείσει την ύπαρξη διαφορετικής μεταχείρισης. Πράγματι, τέτοιο ποσοστό ενεργοποίησης δεν μπορεί, αυτό καθαυτό, να θεωρηθεί ως παράγοντας ικανός να αποκλείσει την ύπαρξη πρακτικής ευνοϊκής μεταχείρισης, στον βαθμό που το ανωτέρω ποσοστό πρέπει να συγκριθεί με το ποσοστό ενεργοποίησης στην αντίστοιχη θέση (δεδομένου ότι αντίστοιχη παρουσίαση αποκλειόταν) εκατοντάδων παρόμοιων ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, τα οποία λόγω των εγγενών χαρακτηριστικών τους, μπορούσαν εύκολα να υποβιβαστούν από τους αλγόριθμους προσαρμογής της Google.
- 301 Για το σύνολο των ανωτέρω λόγων, το δεύτερο σκέλος του πρώτου λόγου ακυρώσεως πρέπει να απορριφθεί.

β) Επί των αιτιάσεων του δεύτερου λόγου ακυρώσεως με τις οποίες προσάπτεται στην Επιτροπή ότι κακώς κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η Google είχε ευνοήσει, μέσω του τρόπου εμφάνισης των Shopping Units, τη δική της υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων

- 302 Προς στήριξη του δεύτερου λόγου ακυρώσεως, η Google αναπτύσσει τρία σκέλη. Κατά πρώτον, κακώς η Επιτροπή κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η διαφορετική μεταχείριση των διαφημίσεων για ομαδοποιημένα προϊόντα και των γενικών αποτελεσμάτων συνιστά εκδήλωση μεροληπτικής συμπεριφοράς, ενώ δεν συνεπάγεται καμία δυσμενή διάκριση.
- 303 Κατά δεύτερον, εσφαλμένως γίνεται δεκτό με την προσβαλλόμενη απόφαση ότι οι διαφημίσεις για προϊόντα οι οποίες περιέχονται εντός των Shopping Units ευνοούν μία υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων της Google.
- 304 Κατά τρίτον, η Επιτροπή παρέβη τους κανόνες δικαίου που διέπουν την εκτίμηση των αντικειμενικών δικαιολογητικών λόγων όσον αφορά τον τρόπο εμφάνισης των Shopping Units. Με το τελευταίο αυτό σκέλος, η Google αμφισβητεί παρεμπιπτόντως την ύπαρξη μεροληπτικής συμπεριφοράς υπέρ του δικού της εργαλείου σύγκρισης προϊόντων, επισημαίνοντας ότι οι Shopping Units περιλάμβαναν ήδη και τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων. Σημειώνεται εξάλλου ότι η Google προέβαλε το ανωτέρω επιχείρημα για να αμφισβητήσει την ύπαρξη μεροληπτικής συμπεριφοράς στο πλαίσιο της διοικητικής διαδικασίας (αιτιολογική σκέψη 405 της προσβαλλόμενης απόφασης). Ως εκ τούτου, τα στοιχεία αυτά του τρίτου σκέλους πρέπει να εξεταστούν μετά το δεύτερο σκέλος. Ωστόσο, τα στοιχεία του εν λόγω σκέλους τα οποία συνδέονται με τους αντικειμενικούς δικαιολογητικούς λόγους θα εξεταστούν μαζί με εκείνα που άπτονται των Product Universals, αφού αναλυθούν, στο σημείο 3 του τίτλου Β, οι λόγοι ακυρώσεως οι οποίοι αφορούν τα αποτελέσματα των επίδικων πρακτικών.

1) Επί του πρώτου σκέλους του δεύτερου λόγου ακυρώσεως, με το οποίο προσάπτεται στην Επιτροπή ότι κακώς κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η διαφορετική μεταχείριση των διαφημίσεων για προϊόντα και των γενικών αποτελεσμάτων συνιστούσε εκδήλωση μεροληπτικής συμπεριφοράς, ενώ δεν συνεπάγεται καμία δυσμενή διάκριση

ι) Επιχειρήματα των διαδίκων

- 305 Πρώτον, η Google, υποστηριζόμενη από τη CCIA, διατείνεται ότι κακώς η Επιτροπή συγκρίνει τη μεταχείριση των διαφημίσεων για προϊόντα, ήτοι των Shopping Units, με τη μεταχείριση των γενικών αποτελεσμάτων που δεν συνδέονται με πληρωμές, αφού πρόκειται για δύο διαφορετικά πράγματα, οπότε δεν μπορεί να υπάρξει δυσμενής διάκριση. Η Google ισχυρίζεται ειδικότερα ότι οι επί πληρωμή διαφημίσεις, συμπεριλαμβανομένων των διαφημίσεων για προϊόντα, χρηματοδοτούν την παρεχόμενη υπηρεσία γενικής αναζήτησης. Επομένως, η Google τις εμφανίζει κατ' ανάγκη με διαφορετικό τρόπο απ' ό,τι τα γενικά αποτελέσματα που δεν συνδέονται με πληρωμές, όπερ αποτελεί λογική συνέπεια του αμφίδρομου οικονομικού μοντέλου της το οποίο στηρίζεται στη χρηματοδότηση μέσω διαφημίσεων. Η Google υπογραμμίζει επ' αυτού ότι στη γενική σελίδα αποτελεσμάτων χαρακτηρίζει τις Shopping Units ως «επιχορηγούμενες» για να καταδείξει το ότι είναι επί πληρωμή. Ο ισχυρισμός όμως, ο οποίος διατυπώνεται στην προσβαλλόμενη απόφαση, ότι η ένδειξη «επιχορηγούμενο» «μπορεί να γίνει αντιληπτή μόνον από τους πλέον ενημερωμένους χρήστες» (αιτιολογικές σκέψεις 536, 599 και 663 της προσβαλλόμενης απόφασης) δεν στηρίζεται σε κανένα αποδεικτικό στοιχείο. Μολονότι η Επιτροπή απαριθμεί, στην προσβαλλόμενη απόφαση, δώδεκα διαφορές μεταξύ των διαφημίσεων για προϊόντα που περιέχονται εντός των Shopping Units και των διαφημίσεων με κείμενο

(αιτιολογικές σκέψεις 426 έως 438 της προσβαλλόμενης απόφασης) προκειμένου να αποδείξει ότι οι διαφημίσεις για προϊόντα δεν συνιστούν βελτίωση των διαφημίσεων με κείμενο, εντούτοις καμία από τις διαφορές αυτές δεν καταδεικνύει ότι οι διαφημίσεις για προϊόντα είναι συγκρίσιμες με τα γενικά αποτελέσματα που δεν συνδέονται με πληρωμές και πρέπει να τοποθετούνται και να εμφανίζονται με τον ίδιο τρόπο.

- 306 Δεύτερον, η Google ισχυρίζεται ότι εμφανίζει τις Shopping Units διότι περιέχουν καλύτερες διαφημίσεις επί αναζήτησης για προϊόντα σε σχέση με τις διαφημίσεις με κείμενο, και όχι για να τις ευνοήσει. Η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι οι Shopping Units δεν άξιζαν τον χώρο που τους είχε παραχωρηθεί στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων. Διαφημίσεις υψηλής ποιότητας είναι πιο χρήσιμες για τους χρήστες και αποτελεσματικότερες για τους διαφημιζόμενους, ενώ αυξάνουν την αξία της υπηρεσίας αναζήτησης για αμφοτέρωτες ανωτέρω κατηγορίες. Η Google εμφανίζει τις Shopping Units μόνον όταν οι διαφημίσεις τους για προϊόντα δίνουν καλύτερες απαντήσεις σε ένα αίτημα απ' ό,τι οι διαφημίσεις με κείμενο. Ως εκ τούτου, οι Shopping Units εμφανίζονται ως αποτέλεσμα μόνον επί του 25 % περίπου των αναζητήσεων για προϊόντα, όπερ αντιβαίνει προς τον ισχυρισμό της Επιτροπής ότι η Google τοποθετεί «πάντοτε» τις Shopping Units στο πάνω μέρος της σελίδας (αιτιολογική σκέψη 395 της προσβαλλόμενης απόφασης). Ο ισχυρισμός τον οποίο διατυπώνει η Επιτροπή στην προσβαλλόμενη απόφαση, ότι η Google δεν απέδειξε ότι «εφάρμοζε στις Shopping Units τα ίδια κριτήρια συνάφειας με εκείνα που εφαρμόζονται στις διαφημίσεις [με κείμενο]» (αιτιολογική σκέψη 441 της προσβαλλόμενης απόφασης), διαψεύδεται από το γεγονός ότι η Google δρομολόγησε μια διαδικασία προκειμένου να συγκρίνει ευθέως τις διαφημίσεις για προϊόντα με τις διαφημίσεις με κείμενο. Οι διαφημίσεις για προϊόντα και οι διαφημίσεις με κείμενο ανταγωνίζονται μεταξύ τους βάσει των ίδιων κριτηρίων συνάφειας και αξίας. Εξάλλου, τα εμπειρικά δεδομένα αποδεικνύουν ότι οι διαφημίσεις για προϊόντα εντός των Shopping Units είναι καλύτερες από τις διαφημίσεις με κείμενο τόσο για τους χρήστες όσο και για τους διαφημιζόμενους.
- 307 Η Επιτροπή δεν δέχεται τα ανωτέρω επιχειρήματα.
- 308 Το ΕΓΕΚ προβάλλει τα ίδια επιχειρήματα όπως και στο πλαίσιο του δεύτερου σκέλους του πρώτου λόγου ακυρώσεως (βλ. σκέψη 277 ανωτέρω). Η Foundem ισχυρίζεται ότι οι Shopping Units ενισχύουν τον αντίθετο προς τους κανόνες του ανταγωνισμού χαρακτήρα της συμπεριφοράς της Google, καθώς η Google αντικατέστησε τα αποτελέσματα που στηρίζονται στη συνάφεια από τις επί πληρωμή διαφημίσεις των οποίων η εμφάνιση καθορίζεται από το κέρδος που μπορεί να αποκομίσει από αυτές. Η Visual Meta διευκρινίζει ότι το επιχείρημα της Google ότι εμφανίζει τις Shopping Units μόνον όταν είναι πιο συναφείς σε σχέση με τις διαφημίσεις με κείμενο ή με τα γενικά αποτελέσματα πρέπει να απορριφθεί, διότι το γεγονός ότι οι διαφημίσεις της με εμπλουτισμένο μορφότυπο είναι περισσότερο ορατές για τους καταναλωτές σε σχέση με τους απλούς «μπλε υπερσυνδέσμους» είναι ακριβώς ο λόγος για τον οποίο η Google, άπαξ και τις χρησιμοποιεί αποκλειστικώς για τις δικές της υπηρεσίες, στερεί κατ' ανάγκην τους καταναλωτές από πιο συναφή αποτελέσματα άλλων εργαλείων σύγκρισης προϊόντων. Ακριβώς επειδή οι διαφημίσεις για προϊόντα είναι, λόγω του εμπλουτισμένου μορφότυπού τους, καλύτερες για τους χρήστες και τους διαφημιζόμενους, θα έπρεπε η Google να εμφανίζει τα αποτελέσματα με τον ίδιο μορφότυπο και τα αποτελέσματα των άλλων εργαλείων σύγκρισης προϊόντων.

ii) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου

- 309 Κατ' ουσίαν, η Google επαναλαμβάνει την επιχειρηματολογία που προέβαλε στο πλαίσιο του δεύτερου σκέλους του πρώτου λόγου ακυρώσεως. Υποστηρίζει ότι η διαπιστωθείσα από την Επιτροπή δυσμενής διάκριση δεν στοιχειοθετείται στον βαθμό που η ίδια, αφενός, μεταχειρίζεται απλώς με διαφορετικό τρόπο αποτελέσματα τα οποία είναι, ως εκ της φύσης τους, ανόμοια, ήτοι, από τη μία, τα γενικά αποτελέσματα που δεν συνδέονται με πληρωμές και εμφανίζουν αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης και, από την άλλη, τις επί πληρωμή «διαφημίσεις για προϊόντα» του δικού της εργαλείου σύγκρισης (τις Shopping Units), και, αφετέρου, εμφανίζει τις Shopping Units μόνον όταν οι προαναφερθείσες διαφημίσεις για προϊόντα δίνουν καλύτερα αποτελέσματα επί αναζήτησης απ' ό,τι οι διαφημίσεις με κείμενο, δηλαδή οι διαφημίσεις που περιέχουν έναν υπερσύνδεσμο προς τον ιστότοπο του διαφημιστή και ένα σύντομο απόσπασμα κειμένου (χωρίς εικόνες ή δυναμικές πληροφορίες).
- 310 Επισημαίνεται ότι η Επιτροπή, διαπιστώνοντας μεροληπτική συμπεριφορά την οποία επιφύλασσε η Google στα αποτελέσματα της δικής της υπηρεσίας σύγκρισης προϊόντων, συνέκρινε τον τρόπο τοποθέτησης και παρουσίας των Shopping Units με τον τρόπο τοποθέτησης και παρουσίας των γενικών αποτελεσμάτων των ανταγωνιστικών υπηρεσιών. Όσον αφορά τα Product Universals, η Επιτροπή διαπίστωσε (βλ. σκέψεις 280 έως 283 ανωτέρω) ότι τα αποτελέσματα αυτά ευνοούνταν λόγω της προνομιακής τοποθέτησής τους στις σελίδες αποτελεσμάτων της Google (τμήμα 7.2.1.2.1 της προσβαλλόμενης απόφασης), δεδομένου ότι οι Shopping Units τοποθετούνταν πάντοτε πάνω από τα πρώτα αποτελέσματα γενικής αναζήτησης της Google (αιτιολογική σκέψη 395 της προσβαλλόμενης απόφασης), καθώς και λόγω του εμπλουτισμένου τρόπου εμφάνισής τους μέσα στα «κουτάκια» που περιλαμβάνονται στα πάνω μέρος της γενικής σελίδας αποτελεσμάτων της Google (τμήμα 7.2.1.2.2 της προσβαλλόμενης απόφασης). Επιπλέον, οι Shopping Units δεν είναι δυνατόν να υποβιβαστούν από τους ανταγωνιστικούς αλγορίθμους προσαρμογής. Η Επιτροπή διαπίστωσε επίσης, στην αιτιολογική σκέψη 439 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων δεν μπορούσαν να περιληφθούν εντός των Shopping Units και, ως εκ τούτου, να τοποθετηθούν και να εμφανιστούν με τον ίδιο τρόπο όπως τα εξειδικευμένα αποτελέσματα της Google, παρά μόνον εάν αυτές οι ανταγωνιστικές υπηρεσίες σύγκρισης μετέβαλλαν το οικονομικό τους μοντέλο, μετατρέπόμενες σε εμπορικούς ιστοτόπους με διαφημιστικό περιεχόμενο για να μπορέσουν να περιληφθούν εντός των Shopping Units, και, επομένως, αν πωλούσαν οι ίδιες προϊόντα.
- 311 Πρώτον, πρέπει να δοθεί απάντηση στο επιχείρημα της Google ότι, λαμβανομένου υπόψη του διαφημιστικού τους χαρακτήρα, οι διαφημίσεις της για προϊόντα εντός των Shopping Units διαφέρουν λόγω της ίδιας της φύσης τους από τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης τα οποία δεν συνδέονται με πληρωμές, όπερ αποκλείει κάθε δυσμενή διάκριση.
- 312 Επισημαίνεται ότι οι Shopping Units παρουσιάζουν αποτελέσματα του εργαλείου σύγκρισης της Google και τελούν σε σχέση ανταγωνισμού με τα άλλα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Συναφώς, είναι αδιάφορο το γεγονός ότι, για να τοποθετήσουν προϊόντα στις Shopping Units, οι πωλητές πρέπει να καταβάλουν διαφημιστικό τέλος, δεδομένου ότι, όπως προκύπτει από το τμήμα 5.2.2 της προσβαλλόμενης απόφασης, για τους χρήστες η υπηρεσία εξειδικευμένης αναζήτησης της Google προσφέρει την ίδια δωρεάν υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων με εκείνη των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης. Επομένως, η Google δεν καταδεικνύει με ποιον τρόπο η υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων την οποία παρέχουν στους χρήστες οι Shopping Units διαφέρει, ως εκ της ίδιας της φύσης της, από την υπηρεσία που προσφέρουν τα λοιπά εργαλεία σύγκρισης. Αντιθέτως, αμφότερες οι υπηρεσίες έχουν ως αντικείμενο τη σύγκριση προϊόντων στο διαδίκτυο και, ως εκ τούτου, μπορούν να υποκαταστήσουν η μία την άλλη, από την οπτική των χρηστών.

- 313 Βεβαίως, οι Shopping Units συνοδεύονται από την ένδειξη «επιχορηγούμενο», η οποία έχει ως σκοπό να δηλώσει τον διαφημιστικό χαρακτήρα τους στους χρήστες. Εντούτοις, όπως προκύπτει από τις αιτιολογικές σκέψεις 536, 599 και 663 της προσβαλλόμενης απόφασης, οι περισσότεροι χρήστες δεν αντιλαμβάνονται εύκολα την ένδειξη «επιχορηγούμενο» υπό την έννοια ότι τα αποτελέσματα του εργαλείου σύγκρισης της Google και τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων κατατάσσονται βάσει διαφορετικών μηχανισμών και ότι, ως εκ τούτου, τα ανταγωνιστικά εργαλεία μπορούν να υποβιβάζονται και να εμφανίζονται με τρόπο λιγότερο ορατό στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων, όχι όμως λόγω της μικρότερης συνάφειας των αποτελεσμάτων τους σε σχέση με τα αποτελέσματα του εργαλείου σύγκρισης της Google. Τούτο ισχύει κατά μείζονα λόγο όταν η χαμηλότερη κατάταξή τους στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google οφείλεται σε αλγορίθμους προσαρμογής και όχι στη μικρότερη συνάφεια του περιεχομένου τους σε σχέση με το αίτημα αναζήτησης που εισήγαγε ο χρήστης, καθώς ο συγκεκριμένος μηχανισμός δεν είναι γνωστός στους χρήστες.
- 314 Αντιθέτως προς τα όσα υποστηρίζει η Google, η προσβαλλόμενη απόφαση, στον βαθμό που επικρίνει τον τρόπο τοποθέτησης και παρουσίασης των Shopping Units, δεν αποτελεί αντίρρηση ως προς το οικονομικό μοντέλο της Google βάσει του οποίου οι δωρεάν παρεχόμενες υπηρεσίες χρηματοδοτούνται από τη διαφήμιση. Αν ο τρόπος χρηματοδότησης μιας επιχείρησης την οδηγεί, όπως εν προκειμένω, σε κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης, ουδόλως μπορεί να αποκλειστεί το ενδεχόμενο να εμπίπτει ο τρόπος αυτός χρηματοδότησης στην απαγόρευση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ. Άλλωστε, χαρακτηριστικό γνώρισμα πολυάριθμων καταχρήσεων δεσπόζουσας θέσης είναι ότι αποσκοπούν στη βελτίωση των πηγών χρηματοδότησης μιας επιχείρησης.
- 315 Εξάλλου, κακώς η Google ισχυρίζεται κατ' επέκταση ότι η Επιτροπή αμφισβητεί τη νομιμότητα των διαφημίσεων της με κείμενο, οι οποίες αποτελούν παρά ταύτα τη βάση του οικονομικού μοντέλου και της εμπορικής επιτυχίας της και σε σχέση δε με τις οποίες η Επιτροπή ουδέποτε προέβαλε οποιαδήποτε αντίρρηση. Πράγματι, σε αντίθεση προς τις Shopping Units, οι διαφημίσεις με κείμενο δεν εντάσσονται στην υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων της Google και δεν προβάλλεται ως προς αυτές οποιαδήποτε αντίρρηση ότι έβλαψαν τους ανταγωνιστές στο πλαίσιο μιας πρακτικής μεροληπτικής συμπεριφοράς.
- 316 Δεύτερον, στον βαθμό που η Google αμφισβητεί την ύπαρξη της μεροληπτικής συμπεριφοράς που διαπίστωσε η Επιτροπή, επικαλούμενη ότι εμφανίζει τις Shopping Units μόνον όταν οι διαφημίσεις της για προϊόντα δίνουν καλύτερα αποτελέσματα στο αίτημα αναζήτησης απ' ό,τι οι διαφημίσεις με κείμενο οι οποίες μνημονεύονται στη σκέψη 309 ανωτέρω, με συνέπεια να μην υφίσταται καμία δυσμενής διάκριση, υπενθυμίζεται ότι η διαπιστωθείσα από την Επιτροπή διαφορετική μεταχείριση αφορά, όπως προκύπτει από τη σκέψη 310 ανωτέρω, από τη μία, τα γενικά αποτελέσματα που εμφανίζουν αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων και, από την άλλη, τα εξειδικευμένα αποτελέσματα του εργαλείου της Google τα οποία περιέχονται εντός των Shopping Units. Επομένως, η σύγκριση που έχει σημασία για να διαπιστωθεί κατά πόσον υπήρξε δυσμενής διάκριση δεν είναι αυτή μεταξύ των Shopping Units και των διαφημίσεων με κείμενο, αλλά η σύγκριση μεταξύ των Shopping Units και των αποτελεσμάτων των ανταγωνιστικών υπηρεσιών τα οποία ενδέχεται να περιληφθούν και να εμφανιστούν στα γενικά αποτελέσματα.
- 317 Βεβαίως, η Επιτροπή, απαντώντας σε επιχείρημα της Google το οποίο συνοψίζεται στην αιτιολογική σκέψη 406 της προσβαλλόμενης απόφασης, επισημαίνει, στην αιτιολογική σκέψη 440 της απόφασής της, ότι είναι άνευ σημασίας το ζήτημα αν η Google εφάρμοζε το ίδιο

κριτήριο συνάφειας για τις Shopping Units και τις λοιπές διαφημίσεις για προϊόντα, πριν προσθέσει, στην αιτιολογική σκέψη 441, ότι, εν πάση περιπτώσει, η Google δεν εφάρμοζε τέτοιο κοινό κριτήριο συνάφειας για τις διαφορετικές αυτές κατηγορίες διαφημίσεων.

- 318 Εντούτοις, η ανωτέρω εκτίμηση δεν αναιρεί το γεγονός ότι, όπως συνάγεται από τις σκέψεις 310 και 316 ανωτέρω, η επίμαχη στην προσβαλλόμενη απόφαση διαφορετική μεταχείριση δεν αφορά τις διαφημίσεις της Google για προϊόντα διαφορετικά από τα περιλαμβανόμενα στις Shopping Units, αλλά τα γενικά αποτελέσματα που εμφανίζουν τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων. Όπως προκύπτει από την αιτιολογική σκέψη 440 της προσβαλλόμενης απόφασης, «η αντίρρηση της Επιτροπής [...] αφορά [...] το γεγονός ότι η υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων της Google δεν υπόκειται στα ίδια κριτήρια με τις ανταγωνιστικές υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων».
- 319 Συγκεκριμένα, όπως προκύπτει τόσο από την αιτιολογική σκέψη 439 της προσβαλλόμενης απόφασης, δηλαδή την αμέσως προηγούμενη της αιτιολογικής σκέψης 440, όσο και από τη σκέψη 310 ανωτέρω, δεν ίσχυαν για τις ανταγωνιστικές υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων τα ίδια κριτήρια εμφάνισης όπως για την υπηρεσία της Google ώστε να μπορούν, έστω και επί πληρωμή, να περιληφθούν εντός των Shopping Units, οπότε η μόνη λύση θα ήταν, όπως εξηγείται στις σκέψεις 346 επ. κατωτέρω, να αλλάξουν οικονομικό μοντέλο.
- 320 Επομένως, το πρώτο σκέλος του δεύτερου λόγου ακυρώσεως πρέπει να απορριφθεί.

2) Επί του δεύτερου σκέλους του δεύτερου λόγου ακυρώσεως, με το οποίο προσάπτεται στην Επιτροπή ότι οι διαφημίσεις για προϊόντα που περιλαμβάνονταν εντός των Shopping Units ευνοούσαν την υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων της Google

i) Επιχειρήματα των διαδίκων

- 321 Η Google διατείνεται ότι κακώς η Επιτροπή έκρινε ότι οι διαφημίσεις για προϊόντα που περιλαμβάνονταν εντός των Shopping Units «ευνοού[σαν]» την υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων της Google. Τούτο διότι οι υπερσύνδεσμοί τους δεν παρέπεμπαν στην ανωτέρω υπηρεσία, ούτε απέφεραν έσοδα για αυτή. Το γεγονός αυτό αναγνωρίζεται ρητώς στην προσβαλλόμενη απόφαση.
- 322 Η Google εκθέτει συναφώς ότι η Επιτροπή παραθέτει στην προσβαλλόμενη απόφαση οκτώ λόγους οι οποίοι, κατά την άποψή της, εξηγούν γιατί ο τρόπος εμφάνισης των Shopping Units αποτελεί μέσο για να ευνοηθεί ο «ιστότοπος» Google Shopping (αιτιολογικές σκέψεις 414 έως 421 της προσβαλλόμενης απόφασης). Ωστόσο, οι επτά από τους ανωτέρω λόγους δεν προσδιορίζουν κανένα όφελος το οποίο να αντλούσε ο ιστότοπος Google Shopping από τις διαφημίσεις για προϊόντα που περιλαμβάνονται εντός των Shopping Units, πολλώ δε μάλλον όφελος το οποίο θα μπορούσε να δικαιολογήσει τον συνυπολογισμό των κλικ επί των διαφημίσεων για προϊόντα στην κίνηση προς τον ιστότοπο Google Shopping. Η προσβαλλόμενη απόφαση αναφέρεται, μεταξύ άλλων, στους υπερσυνδέσμους μιας καρτέλας του καταλόγου και στους υπερσυνδέσμους «εμφάνιση όλων» των Shopping Units, οι οποίοι πράγματι παραπέμπουν στον ιστότοπο Google Shopping (αιτιολογική σκέψη 419 της προσβαλλόμενης απόφασης). Εντούτοις, τούτο δεν δικαιολογεί ούτε τις αιτιάσεις ως προς τις διαφημίσεις για προϊόντα οι οποίες περιλαμβάνονται εντός των Shopping Units ούτε τον συνυπολογισμό των κλικ επί των διαφημίσεων για προϊόντα στην κίνηση προς τον ιστότοπο Google Shopping. Η Επιτροπή επισημαίνει ακόμη ότι τα κλικ επί των διαφημίσεων για προϊόντα που περιλαμβάνονται εντός

των Shopping Units και στη σελίδα Google Shopping είναι δυνατόν να παραπέμπουν στους ιστοτόπους των ίδιων πωλητών (αιτιολογική σκέψη 418 της προσβαλλόμενης απόφασης). Τούτο εξηγεί το όφελος το οποίο αποφέρουν –ανεξαρτήτως της πηγής τους– οι διαφημίσεις για προϊόντα στους πωλητές, αλλά δεν εξηγεί για ποιον λόγο ο ιστοτόπος Google Shopping επωφελείται από τα κλικ επί των διαφημίσεων για προϊόντα που περιλαμβάνονται σε μια Shopping Unit. Ούτε οι λοιποί λόγοι που παρατίθενται στην προσβαλλόμενη απόφαση (αιτιολογικές σκέψεις 414 έως 417 και 420) καταδεικνύουν ότι ο ιστοτόπος Google Shopping επωφελούνταν από τα κλικ επί των διαφημίσεων για προϊόντα που περιλαμβάνονται εντός των Shopping Units.

- 323 Η μοναδική αιτιολογία που δίνεται στην προσβαλλόμενη απόφαση, όσον αφορά τον συνυπολογισμό των κλικ επί των διαφημίσεων για προϊόντα που περιλαμβάνονται εντός των Shopping Units στην κίνηση προς τον ιστότοπο Google Shopping, είναι ότι με τα κλικ δρομολογείται πληρωμή προς όφελος της Google (αιτιολογικές σκέψεις 421 και 630 της προσβαλλόμενης απόφασης). Ωστόσο, η διαπίστωση αυτή είναι εσφαλμένη, διότι τα έσοδα από τις διαφημίσεις για προϊόντα που περιλαμβάνονται εντός των Shopping Units δεν περιέρχονται στον ιστότοπο Google Shopping. Η Google διαθέτει τα έσοδα που αποκομίζει από τις διαφημίσεις για προϊόντα των Shopping Units στην παρεχόμενη υπηρεσία γενικής αναζήτησης. Τούτο αναγνωρίζεται εξάλλου από την Επιτροπή στην αιτιολογική σκέψη 642 της προσβαλλόμενης απόφασης, στην οποία παρατηρείται ότι η εμφάνιση των Shopping Units από την Google «εξυπηρετεί τη χρηματοδότηση της υπηρεσίας γενικής αναζήτησης».
- 324 Επομένως, κατά την Google, ο ισχυρισμός της Επιτροπής ότι η υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων της Google επωφελείται από τα έσοδα που προκύπτουν από τα κλικ επί των διαφημίσεων για προϊόντα είναι ανακριβής ως προς την ουσία. Η συλλογιστική που περιέχεται στην προσβαλλόμενη απόφαση είναι επίσης νομικώς εσφαλμένη, διότι κατ' ουσίαν στηρίζεται σε αιτίαση περί διεπιδότησης, υπό την έννοια ότι η Google επιδοτεί τον ιστότοπο Google Shopping με τα έσοδα που προκύπτουν από τις διαφημίσεις για προϊόντα στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων. Ακόμη πάντως και αν ο ιστοτόπος Google Shopping επωφελούνταν από τα έσοδα που προκύπτουν από τις Shopping Units, όπερ δεν συμβαίνει, η διαπίστωση κατάχρησης και πάλι δεν θα ήταν δικαιολογημένη.
- 325 Η Επιτροπή υποστηρίζει ότι οι Shopping Units εντάσσονται στο εργαλείο σύγκρισης της Google, ότι η παρουσίασή τους με εμφανή τρόπο αποτελεί ένα μέσο με το οποίο η Google τις ευνοεί, ότι το εργαλείο σύγκρισης της Google επωφελείται από κάθε κλικ επί των Shopping Units, παρά το γεγονός ότι τα κλικ κατευθύνουν τον χρήστη προς τους ιστοτόπους των πωλητών και όχι προς την αυτοτελή, εξειδικευμένη ιστοσελίδα Google Shopping και ότι, ακόμη και αν τα έσοδα που προκύπτουν από τις διαφημίσεις για προϊόντα δεν διατίθενται στον ιστότοπο Google Shopping, η Google παρουσιάζει στους πωλητές και στους χρήστες τις Shopping Units και την αυτοτελή ιστοσελίδα Google Shopping ως εάν να επρόκειτο για μία ενιαία υπηρεσία ή εμπειρία. Για τους πωλητές και τους χρήστες, ο τρόπος διάθεσης των εσόδων της Google είναι αδιάφορος (αιτιολογική σκέψη 420 της προσβαλλόμενης απόφασης). Η Google επιχειρεί να συσχετίσει τον προσδιορισμό των ωφελειών για το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων με τον τρόπο με τον οποίο διατίθενται τα έσοδα που προκύπτουν από τα κλικ επί των Shopping Units χωρίς να λαμβάνει υπόψη τα διάφορα πλεονεκτήματα τα οποία αντλεί η Google από τα κλικ επί των Shopping Units, όπως αυτά προσδιορίζονται στις αιτιολογικές σκέψεις 445, 447 και 450 της προσβαλλόμενης απόφασης. Η Επιτροπή προσθέτει ότι οι αιτιολογικές σκέψεις 414 έως 420 της προσβαλλόμενης απόφασης περιέχουν επτά λόγους που αιτιολογούν τη διαπίστωση ότι τα κλικ επί των Shopping Units ευνοούν το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων της Google.

326 Ως προς τα ζητήματα αυτά, η Visual Meta υπογραμμίζει, μεταξύ άλλων, ότι η εσωτερική κατανομή των εσόδων της Google δεν μπορεί να την απαλλάξει από τη διαπίστωση κατάχρησης κατά την έννοια του άρθρου 102 ΣΛΕΕ. Η Visual Meta συμμαρτυρεί επίσης την ανάλυση της Επιτροπής στην αιτιολογική σκέψη 630 της προσβαλλόμενης απόφασης, όπου διαπιστώνεται ότι το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων της Google επωφελείται «οικονομικώς» από τα κλικ επί των υπερσυνδέσμων των Shopping Units ακριβώς ως εάν ο χρήστης είχε μεταβεί ενδιάμεσα στην αυτοτελή ιστοσελίδα Google Shopping και είχε κλικάρει επί του προϊόντος του συμβεβλημένου εμπόρου. Επισημαίνει ότι, όπως προκύπτει από την αιτιολογική σκέψη 421 της προσβαλλόμενης απόφασης, οι υπερσύνδεσμοι που περιέχονται στις Shopping Units και στην Google Shopping επιτελούν την ίδια οικονομική λειτουργία. Η Foundem και η Twenga προβάλλουν κατ' ουσίαν τα ίδια επιχειρήματα.

ii) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου

327 Προκαταρκτικώς, διαπιστώνεται ότι η επιχειρηματολογία της Google στηρίζεται στην εσφαλμένη παραδοχή ότι η Επιτροπή της προσάπτει ότι, μέσω προνομιακής παρουσίασης και τοποθέτησης των Shopping Units, ευνοεί το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων, το οποίο νοείται ως αυτοτελής ιστότοπος που αντιστοιχεί στην εξειδικευμένη ιστοσελίδα Google Shopping.

328 Οι υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων ορίζονται στην αιτιολογική σκέψη 191 της προσβαλλόμενης απόφασης ως υπηρεσίες εξειδικευμένης αναζήτησης οι οποίες, αφενός, δίνουν στους χρήστες τη δυνατότητα να αναζητούν προϊόντα και να συγκρίνουν τις τιμές τους και τα χαρακτηριστικά τους μεταξύ των προσφορών πληθώρας διαδικτυακών πωλητών και εμπορικών πλατφορμών και, αφετέρου, περιέχουν υπερσυνδέσμους οι οποίοι παραπέμπουν (απευθείας ή μέσω μίας ή περισσότερων διαδοχικών ενδιάμεσων σελίδων) στους ιστοτόπους των πωλητών ή των πλατφορμών. Η Google δεν αμφισβητεί τον ανωτέρω ορισμό.

329 Ως εκ τούτου, πρέπει να γίνει δεκτό ότι οι αιτιολογικές σκέψεις 26 έως 35 της προσβαλλόμενης απόφασης παρέχουν επαρκή αιτιολογία ώστε να μπορεί να συναχθεί το συμπέρασμα ότι το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων της Google έχει παρουσιαστεί με διάφορες μορφές, ήτοι υπό μορφή εξειδικευμένης σελίδας, της οποίας η πιο πρόσφατη ονομασία είναι Google Shopping, υπό μορφή ομαδοποιημένων αποτελεσμάτων για προϊόντα, των οποίων η τελευταία εξέλιξη ήταν τα Product Universals, και υπό μορφή διαφημίσεων για προϊόντα, των οποίων η τελευταία εξέλιξη ήταν οι Shopping Units.

330 Υπό τις συνθήκες αυτές, τόσο οι εξειδικευμένες σελίδες Froogle, Google Product Search και Google Shopping όσο και τα ομαδοποιημένα αποτελέσματα για προϊόντα, ιδίως δε τα Product Universals, και οι διαφημίσεις για προϊόντα, ιδίως δε οι Shopping Units, πρέπει να θεωρηθούν ότι εντάσσονται στην υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων, με άλλα λόγια στο εργαλείο σύγκρισης προϊόντων, που η Google παρείχε στους χρήστες.

331 Αντιθέτως προς τα όσα υποστηρίζει η Google, η επίμαχη στην υπό κρίση υπόθεση συμπεριφορά δεν περιορίζεται σε ευνοϊκή μεταχείριση της εξειδικευμένης σελίδας Google Shopping, μέσω προνομιακού τρόπου τοποθέτησης και παρουσίασης των Shopping Units, ούτε αφορά πρακτική «διεπιδοτήσεων». Πρόκειται για ευνοϊκότερη μεταχείριση της υπηρεσίας σύγκρισης προϊόντων της Google στο σύνολό της, η οποία περιλαμβάνει τις Shopping Units.

332 Όπως ορθώς παρατηρεί η Επιτροπή στην αιτιολογική σκέψη 412 της προσβαλλόμενης απόφασης, «αυτό το οποίο υποστηρίζεται [...] είναι ότι ο τρόπος τοποθέτησης και εμφάνισης των Shopping Units προσφέρει στην Google ένα μέσο για να ευνοήσει τη δική της υπηρεσία σύγκρισης τιμών».

- 333 Πράγματι, όπως προκύπτει από τις λεπτομερείς διαπιστώσεις της Επιτροπής, οι οποίες δεν αντικρούστηκαν από την Google, οι Shopping Units συνδέονται εγγενώς με την Google Shopping λόγω της κοινής τους βάσης προϊόντων (αιτιολογική σκέψη 414 της προσβαλλόμενης απόφασης), του κοινού τους μηχανισμού επιλογής των αποτελεσμάτων (αιτιολογική σκέψη 415 της προσβαλλόμενης απόφασης) και των αποτελεσμάτων τους αυτών καθεαυτά, δεδομένου ότι παραπέμπουν στην ίδια σελίδα προορισμού των εμπορικών ιστοτόπων (αιτιολογική σκέψη 418 της προσβαλλόμενης απόφασης). Επιπλέον, όπως προκύπτει επίσης από τα υλικά στοιχεία τα οποία προσκόμισε η Επιτροπή προς στήριξη των ως άνω διαπιστώσεων, οι Shopping Units και η Google Shopping παρουσιάζονται στους χρήστες και στους εμπόρους ως μία ενιαία υπηρεσία και εμπειρία (αιτιολογική σκέψη 420 της προσβαλλόμενης απόφασης).
- 334 Επομένως, οι πωλητές δεν γνωρίζουν εάν πληρώνουν για ένα κλικ επί των προσφερόμενων προϊόντων τους τα οποία εμφανίζονται εντός των Shopping Units ή για ένα κλικ επί του αυτοτελούς ιστοτόπου Google Shopping (αιτιολογική σκέψη 417 της προσβαλλόμενης απόφασης), ενώ οι χρήστες, όταν πλοηγούνται εντός των Shopping Units, καλούνται να κατευθυνθούν προς την Google Shopping μέσω μιας καρτέλας καταλόγου και ενός υπερσυνδέσμου «εμφάνιση όλων» (αιτιολογική σκέψη 419 της προσβαλλόμενης απόφασης), με αποτέλεσμα, τόσο για τους πωλητές όσο και για τους χρήστες, οι Shopping Units και η Google Shopping να αποτελούν ακριβώς την ίδια υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων.
- 335 Ειδικότερα, υπογραμμίζεται ότι όλα τα αποτελέσματα που παρουσιάζονταν στις διάφορες μορφές που μνημονεύθηκαν στη σκέψη 329 ανωτέρω ήταν αποτελέσματα του εργαλείου σύγκρισης της Google. Αντιθέτως προς τα όσα υποστηρίζει η Google, ένα εργαλείο σύγκρισης προϊόντων δικαιούται να χαρακτηριστεί ως τέτοιο μόνον αν μπορεί, όπως η εξειδικευμένη σελίδα της Google, να επιτύχει επίπεδο ακρίβειας που να καθιστά δυνατή την παρουσίαση περισσότερων διαφορετικών προσφορών ενός και του αυτού προϊόντος ή υποδείγματος. Ένα τέτοιο εργαλείο σύγκρισης προϊόντων ενδέχεται επίσης να παρουσιάζει προσφορές διαφόρων προϊόντων που είναι πιθανόν να ανταποκρίνονται στην αναζήτηση του χρήστη, όπως συνέβαινε στην περίπτωση των Product Universals και των Shopping Units. Όλα εξαρτώνται τόσο από τις παραμέτρους του εργαλείου σύγκρισης όσο και από την ακρίβεια του αρχικού αιτήματος αναζήτησης του χρήστη. Δεν είναι δυνατόν η Google να επιβάλει έναν γενικό ορισμό του τι εστί εργαλείο σύγκρισης προϊόντων με βάση τον τρόπο με τον οποίο έχει διαμορφώσει η ίδια την εξειδικευμένη σελίδα της, τα Product Universals ή τις Shopping Units.
- 336 Εν προκειμένω, πρέπει να γίνει δεκτός ο ορισμός του εργαλείου σύγκρισης προϊόντων ο οποίος παρατίθεται στην αιτιολογική σκέψη 191 της προσβαλλόμενης απόφασης και υπενθυμίστηκε στη σκέψη 328 ανωτέρω, χωρίς άλλωστε να έχει αμφισβητηθεί από την Google. Μάλιστα, η ίδια η Google σημειώνει, στο λεξικό τεχνικών όρων το οποίο έχει επισυνάψει στο δικόγραφο της προσφυγής της, ότι ως υπηρεσία συγκέντρωσης νοείται ένας «ιστότοπος που κατατάσσει τα προϊόντα και τις προσφορές για προϊόντα διαφόρων εμπόρων και παρέχει στους χρήστες τη δυνατότητα να τα αναζητήσουν και να τα συγκρίνουν μεταξύ τους», με τη διευκρίνιση ότι «η απόφαση» αποκαλεί τους ιστοτόπους αυτούς «υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων».
- 337 Ως εκ τούτου, τόσο οι εξειδικευμένες σελίδες Froogle, Google Product Search και Google Shopping όσο και τα ομαδοποιημένα αποτελέσματα για προϊόντα, ιδίως δε τα Product Universals, και οι διαφημίσεις για προϊόντα, ιδίως δε οι Shopping Units, πρέπει να θεωρηθούν ως τμήμα της υπηρεσίας σύγκρισης προϊόντων, με άλλα λόγια του εργαλείου σύγκρισης προϊόντων, που η Google παρείχε στους χρήστες. Επιπλέον, όσον αφορά ειδικότερα τις Shopping Units, η Επιτροπή υπογράμμισε, μεταξύ άλλων, στις αιτιολογικές σκέψεις 414 έως 421 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η βάση δεδομένων των Shopping Units και εκείνη της

εξειδικευμένης σελίδας ήταν η ίδια, ότι η τεχνική υποδομή τους και η βάση των σχέσεών τους με τους πωλητές ήταν σε μεγάλο βαθμό πανομοιότυπη, ότι οι πωλητές όφειλαν να δεχθούν ότι οι προσφορές τους θα παρουσιάζονταν υπό αμφότερες τις μορφές, ότι οι πωλητές δεν γνώριζαν από ποια μορφή προέρχονταν τα κλικ που τους χρεώνονταν, ότι το σύστημα πληρωμών από τους πωλητές ήταν το ίδιο και ότι οι υπερσύνδεσμοι αμφοτέρων των μορφών παρέπεμπαν στις ίδιες ιστοσελίδες των ιστοτόπων των πωλητών. Κατά συνέπεια, ένα κλικ επί μίας Shopping Unit έπρεπε να θεωρηθεί ως εκδήλωση χρήσης του εργαλείου σύγκρισης προϊόντων της Google από τη γενική σελίδα αποτελεσμάτων, δηλαδή ως κίνηση από τη σελίδα αυτή προς το συγκεκριμένο εργαλείο σύγκρισης.

- 338 Διευκρινίζεται ότι ορισμένες διατυπώσεις που χρησιμοποιούνται στην προσβαλλόμενη απόφαση, όπως στις αιτιολογικές σκέψεις 408 και 423, ενδέχεται, εξεταζόμενες μεμονωμένως και εκ πρώτης όψης, να φαίνονται κάπως ασαφείς. Εντούτοις, δεν θέτουν εν αμφιβόλω τη γενική ανάλυση που ακολούθησε η Επιτροπή διαπιστώνοντας ότι το εργαλείο σύγκρισης της Google παρέχεται υπό διάφορες μορφές. Ειδικότερα, η αιτιολογική σκέψη 423 της προσβαλλόμενης απόφασης αποτελεί συνέχεια των αιτιολογικών σκέψεων 414 έως 421, με τις οποίες επιχειρείται να καταδειχθεί ότι οι Shopping Units και η Google Shopping αποτελούν συστατικά στοιχεία του ίδιου συνόλου. Στο πλαίσιο αυτό, επισημαίνεται ότι στην αιτιολογική σκέψη 422 αναφέρεται ότι, σε έξι χώρες του ΕΟΧ, «η Google Shopping υφίστατο» για ορισμένο χρονικό διάστημα «μόνον υπό τη μορφή Shopping Unit χωρίς αυτοτελή συμβεβλημένη ιστοσελίδα».
- 339 Υπό τις συνθήκες αυτές, ορθώς η Επιτροπή διαπίστωσε ότι οι Shopping Units ευνοούσαν το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων της Google, ανεξαρτήτως του επιπλέον ζητήματος αν ευνοούσαν άμεσα την αυτοτελή ιστοσελίδα Google Shopping, αποφέροντάς της έσοδα.
- 340 Επομένως, πρέπει να απορριφθεί το δεύτερο σκέλος του δεύτερου λόγου ακυρώσεως, με το οποίο υποστηρίζεται ότι οι διαφημίσεις για προϊόντα που περιλαμβάνονταν εντός των Shopping Units δεν ευνοούσαν το εργαλείο σύγκρισης της Google.

γ) Επί του τρίτου σκέλους του δεύτερου λόγου ακυρώσεως, κατά το μέρος που υποστηρίζεται ότι η Google έχει ήδη συμπεριλάβει στις Shopping Units τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, με αποτέλεσμα να μην μπορεί να υπάρξει εννοϊκή μεταχείριση

1) Επιχειρήματα των διαδίκων

- 341 Η Google υποστηρίζει ότι έχει ήδη συμπεριλάβει στις Shopping Units τις διαφημίσεις για προϊόντα που προέρχονται από τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, με αποτέλεσμα να μην μπορεί να της προσαφθεί ότι ευνοεί τη δική της υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων. Επισημαίνει, στο πλαίσιο αυτό, ότι οργανώνει τις προτεινόμενες από τις υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων διαφημίσεις για προϊόντα με τα συστήματά της καταλογογράφησης και ευρετηρίασης και ότι διενεργεί τους ίδιους ελέγχους ποιότητας με εκείνους που εφαρμόζονται στις διαφημίσεις των άλλων διαφημιζομένων.
- 342 Πολλά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων στην Ευρώπη, περιλαμβανομένων των Idealo, Twenga, Ceneo, Check24, Heureka και Kelko, χρησιμοποιούν επιτυχώς τις δυνατότητες αυτές, τοποθετώντας εκατομμύρια διαφημίσεις για προϊόντα στην Google. Η Google αμφισβητεί συναφώς τη διαπίστωση η οποία εκτίθεται στις αιτιολογικές σκέψεις 344 και 371 της προσβαλλόμενης απόφασης, όπου αναφέρεται ότι οι «ανταγωνιστικές υπηρεσίες σύγκρισης

προϊόντων μπορούν να εμφανίζονται μόνον ως αποτελέσματα γενικής αναζήτησης». Στην πραγματικότητα, η Επιτροπή δεν αντικρούει το γεγονός ότι τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων μπορούν να περιληφθούν στις Shopping Units.

- 343 Αντιθέτως, στην έκθεση πραγματικών περιστατικών, η Επιτροπή αναφέρθηκε στον τρόπο με τον οποίο η μηχανή γενικής αναζήτησης Bing της Microsoft εμφάνιζε τις διαφημίσεις για προϊόντα και στην πρόταση της Kelko για τη λήψη διορθωτικών μέτρων της Kelko ως μέσα για να παύσει η φερόμενη παράβαση. Ωστόσο, αμφότερες οι ανωτέρω προσεγγίσεις αντιστοιχούν σε αυτό το οποίο η Google έπραττε ήδη.
- 344 Η Επιτροπή καταγγέλλει ότι για να εξασφαλιστεί η πρόσβαση σε μια Shopping Unit, τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων θα πρέπει να μεταβάλουν το οικονομικό τους μοντέλο προσθέτοντας μια λειτουργία αγοράς ή να ενεργήσουν «ως ενδιάμεσοι» (αιτιολογική σκέψη 439 της προσβαλλόμενης απόφασης). Εντούτοις, στην προσβαλλόμενη απόφαση η Επιτροπή ούτε εξηγεί περαιτέρω ούτε θεμελιώνει την ανωτέρω αιτίαση. Δεν προσδιορίζει ποιες είναι οι ιδιαίτερες ανησυχίες της ως προς τις προϋποθέσεις τις οποίες πρέπει να πληρούν τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων προκειμένου να περιλαμβάνονται στις Shopping Units, ούτε εξηγεί για ποιους λόγους οι εν λόγω προϋποθέσεις δεν συνάδουν προς τους κανόνες ανταγωνισμού.
- 345 Η Επιτροπή αμφισβητεί τη βασιμότητα των ανωτέρω επιχειρημάτων. Η BDZV επισημαίνει ότι τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων δεν μπορούν να εμφανίζονται εντός των Shopping Units, διότι, για να γίνει κάτι τέτοιο, θα πρέπει να δημιουργηθεί λογαριασμός «Google Merchant Center», όπερ σημαίνει ότι θα πρέπει να είναι έμποροι, δηλαδή, σύμφωνα με τις κατευθυντήριες γραμμές της Google, να παρέχουν τη δυνατότητα απευθείας αγοράς μέσω του ιστοτόπου. Η BDZV υπενθυμίζει ότι τα εργαλεία σύγκρισης κατευθύνουν τους χρήστες προς τους ιστοτόπους των πωλητών. Όσον αφορά τις δύο επιλογές που παρέχονται στα εργαλεία σύγκρισης για να εμφανιστούν εντός των Shopping Units (να προσθέσουν την επιλογή «αγορά» ή να καταστούν ενδιάμεσοι πωλητές), η BDZV διευκρινίζει ότι οι ως άνω επιλογές τροποποιούν ουσιωδώς το οικονομικό τους μοντέλο και ότι δεν είναι συμφέρουσες ώστε να πειστούν οι πωλητές να αναθέσουν τις πωλήσεις τους στα εργαλεία σύγκρισης, δεδομένου ότι οι πωλητές επιθυμούν καταρχήν να διατηρήσουν τον έλεγχο επί της πελατειακής σχέσης. Αυτός είναι, κατά την άποψή της, ο λόγος για τον οποίο μόνον ένας πολύ μικρός αριθμός εργαλείων σύγκρισης προϊόντων μπόρεσε να χρησιμοποιήσει τις Shopping Units.

2) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου

- 346 Στην προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή διαπίστωσε, στην αιτιολογική σκέψη 439, ότι τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων θα ήταν επιλέξιμα για συμμετοχή στην Google Shopping μόνον αν μετέβαλλαν το οικονομικό τους μοντέλο, είτε με την προσθήκη της επιλογής «αγορά» είτε ενεργώντας ως ενδιάμεσοι ώστε να τοποθετούνται τα αποτελέσματα για τα επί πληρωμή προϊόντα των πωλητών εντός των Shopping Units.
- 347 Από τη δε αιτιολογική σκέψη 220, σημείο 2, της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι η Google δήλωσε στην πολωνική υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων Ceneo ότι θα μπορούσε να συμμετάσχει στην Google Shopping και επομένως να περιληφθεί εντός των Shopping Units μόνον εάν υιοθετούσε τα χαρακτηριστικά των διαδικτυακών πωλητών ή των εμπορικών πλατφορμών (των κύριων πελατών της Google Shopping), είτε εισάγοντας μια λειτουργία απευθείας αγοράς και κάνοντας «[τον ιστότοπό της] να μοιάζει με κατάστημα» είτε

«προτείνοντας αγαθά στην Google εξ ονόματος των επιμέρους πωλητών» προς εμφάνιση στη Shopping Unit, υπό την προϋπόθεση ότι η ιστοσελίδα προς την οποία παραπέμπουν «δεν δίνει την εντύπωση ότι αποτελεί ιστότοπο σύγκρισης [προϊόντων].

- 348 Επομένως, όπως προκύπτει από τις αιτιολογικές σκέψεις 439 και 220 της προσβαλλόμενης απόφασης που μνημονεύονται στις σκέψεις 346 και 347 ανωτέρω, τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων δεν ήταν, αυτά καθεαυτά, επιλέξιμα για εμφάνιση εντός των Shopping Units. Όπως επιβεβαιώνει η Google στο δικόγραφο της προσφυγής, οι ανωτέρω υπηρεσίες μπορούν να περιληφθούν εντός των Shopping Units μόνον εάν μεταβάλουν το οικονομικό τους μοντέλο με την προσθήκη της επιλογής «αγορά» ή ενεργώντας ως ενδιάμεσοι για να προτείνουν στην Google προϊόντα εξ ονόματος διαδικτυακών πωλητών. Όπως συνάγεται από το δικόγραφο της προσφυγής και από το υπόμνημα απαντήσεως, η Google δεν αμφισβητεί το ανωτέρω συμπέρασμα.
- 349 Όπως υπογραμμίζει η BDZV, οι επιλογές αυτές μεταβάλλουν θεμελιωδώς το οικονομικό μοντέλο ενός εργαλείου σύγκρισης προϊόντων. Ειδικότερα, από την αιτιολογική σκέψη 240 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι η λειτουργία απευθείας αγοράς διακρίνει τις εμπορικές πλατφόρμες από τις υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων, από την οπτική τόσο των χρηστών όσο και των πωλητών.
- 350 Συγκεκριμένα, όπως διευκρινίζεται στην αιτιολογική σκέψη 240 της προσβαλλόμενης απόφασης, η προσθήκη της εν λόγω λειτουργίας μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα το να μη θεωρούν πλέον οι χρήστες την υπηρεσία ως υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων. Η προσθήκη αυτή μπορεί να έχει ακόμη ως συνέπεια τη μεταβολή του νομικού πλαισίου των παρεχόμενων υπηρεσιών και κυρίως τη μεταβολή της σχέσης του ιστοτόπου σύγκρισης προϊόντων με τους πελάτες του. Επιπροσθέτως, όπως προκύπτει επίσης από την αιτιολογική σκέψη 221 της προσβαλλόμενης απόφασης, η πλειονότητα των μεγάλων πωλητών δεν τάχθηκε υπέρ της προσθήκης της επιλογής «αγοράς» στους ιστοτόπους σύγκρισης προϊόντων, διότι οι περισσότεροι πωλητές επιθυμούν «να διατηρήσουν τον πλήρη έλεγχο επί των δραστηριοτήτων τους λιανικής πώλησης (περιλαμβανομένης της στρατηγικής merchandising, των πελατειακών σχέσεων τους και της διεκπεραίωσης των συναλλαγών)». Πάντως, η διατήρηση της αυτονομίας των πωλητών στις σχέσεις τους με τους αγοραστές των προϊόντων τους οι οποίοι έχουν συμβουλευθεί τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων αποτελεί το πρωτότυπο γνώρισμα των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων σε σχέση με τις πλατφόρμες, όπως η Amazon, οι οποίες επιτελούν οι ίδιες τη λειτουργία πώλησης για τους συμβαλλόμενους πωλητές και εκλαμβάνονται ως ανταγωνιστές από τους πωλητές που αναρτούν τα προϊόντα τους σε εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Αυτός είναι εξάλλου ο λόγος για τον οποίο, όπως προκύπτει επίσης από την αιτιολογική σκέψη 241 της προσβαλλόμενης απόφασης και όπως υπογραμμίζει η BDZV, μόνον ένας πολύ μικρός αριθμός εργαλείων σύγκρισης προϊόντων εισήγαγε την ανωτέρω λειτουργία (επτά από τα τριακόσια εξήντα ένα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης που προσδιορίστηκαν από την Google) και τα ελάχιστα αυτά εργαλεία σύγκρισης εισήγαγαν την επίμαχη λειτουργία όσον αφορά περιορισμένο μόνον αριθμό πωλητών και προσφορών. Από την προαναφερθείσα αιτιολογική σκέψη καθίσταται σαφές ότι η Idealo, η οποία είναι η μεγαλύτερη υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων μετά την Google Shopping στη Γερμανία, κατόρθωσε το 2015 να πείσει λιγότερο από το 5 % των πωλητών της να προσθέσουν την επιλογή «αγορά».
- 351 Εξάλλου, η άλλη εναλλακτική επιλογή που προσφέρεται στις ανταγωνιστικές υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων για να μπορέσουν να προβληθούν εντός των Shopping Units, δηλαδή να ενεργήσουν ως ενδιάμεσοι, τις υποχρεώνει επίσης να μεταβάλουν το οικονομικό τους μοντέλο, αφού ο ρόλος τους θα πρέπει να συνίσταται στο εξής στο να αναρτούν προϊόντα στο εργαλείο

σύγκρισης της Google, όπως θα έπραττε ένας πωλητής, και όχι πλέον στο να συγκρίνουν προϊόντα. Επομένως, για να αποκτήσουν πρόσβαση στις Shopping Units, οι ανταγωνιστικές υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων θα έπρεπε να καταστούν πελάτες της υπηρεσίας σύγκρισης προϊόντων της Google και να παύσουν να είναι άμεσοι ανταγωνιστές της.

- 352 Το ανωτέρω συμπέρασμα δεν αναιρείται από τα επιχειρήματα της Google ότι έχει θέσει σε εφαρμογή τη μέθοδο που χρησιμοποιεί η Bing για την ανάρτηση των διαφημίσεων για προϊόντα και την πρόταση της Kelko για τη λήψη διορθωτικών μέτρων προκειμένου να τερματιστεί η παράβαση. Η Google ισχυρίζεται επ' αυτού ότι, όπως και οι δικές της διαφημίσεις για προϊόντα, ήτοι οι Shopping Units, οι διαφημίσεις για προϊόντα που αναρτώνται από την Bing πρέπει να παραπέμπουν στις σελίδες όπου οι χρήστες μπορούν να αγοράσουν το σχετικό προϊόν και ότι, όπως προτείνει η Kelko, λαμβάνει τα δεδομένα τρίτων εργαλείων σύγκρισης σε ροές και ακολούθως τις οργανώνει με τη βοήθεια των δικών της αλγορίθμων.
- 353 Εντούτοις, πρώτον, η Google δεν καταδεικνύει, στα δικόγρατά της, ότι εφαρμόσε τη μέθοδο την οποία είχε προτείνει η Kelko. Εξάλλου, η Kelko το αμφισβητεί και προσκομίζει στον φάκελο της δικογραφίας έγγραφο το οποίο δείχνει ποιας μεταχείρισης πρέπει να τυγχάνουν τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προκειμένου να διασφαλίζεται η ίση μεταχείριση. Όσον αφορά τον ισχυρισμό της Google στο δικόγραφο της προσφυγής της, ότι η Kelko παραδέχθηκε ότι η Google είχε ήδη εφαρμόσει τα ζητηθέντα διορθωτικά μέτρα, η Kelko διευκρινίζει ότι όχι μόνον ουδέποτε αναγνώρισε ότι οι σχετικές με τον ανταγωνισμό αντιρρήσεις της Επιτροπής είχαν καμφθεί, αλλά είχε επικρίνει και τον ισχυρισμό της Google ότι δεν μπορούσε να εφαρμόσει τις ίδιες διαδικασίες και μεθόδους στα δικά της και στα ανταγωνιστικά αποτελέσματα. Μολονότι, όπως υποστήριξε η Kelko στα σχόλιά της επί της απάντησης της Google στην κοινοποίηση αιτιάσεων, η Google πράγματι παρέχει στους εμπόρους τη δυνατότητα να της αποστέλλουν ροές οι οποίες περιέχουν κατάλογο των προϊόντων τους, προκειμένου να επωφεληθούν της δυνατότητας αυτής, τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων πρέπει, όπως εξηγήθηκε στη σκέψη 348 ανωτέρω, να μεταβάλουν οικονομικό μοντέλο, όπερ σε καμία περίπτωση δεν κάμπτεται την αντίρρηση της Kelko.
- 354 Αφετέρου, ακόμη και αν υποθεθεί, όπως επισημαίνει η Google στο δικόγραφο της προσφυγής της, ότι «οι διαφημίσεις για προϊόντα της Bing πρέπει να παραπέμπουν σε ιστοσελίδες όπου οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα αγοράς προϊόντων», τούτο δεν κάμπτεται τη διατυπωθείσα αντίρρηση σχετικά με τον ανταγωνισμό. Συγκεκριμένα, το ζήτημα εν προκειμένω δεν είναι η συμπεριφορά που επιδεικνύει η Microsoft μέσω της μηχανής αναζήτησης Bing, η οποία άλλωστε δεν κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά γενικής αναζήτησης, αλλά η συμπεριφορά της Google. Πάντως, το γεγονός ότι οι διαφημίσεις της Bing παραπέμπουν επίσης τους χρήστες στις ιστοσελίδες των εμπόρων δεν αναιρεί τον αντίθετο προς τους κανόνες του ανταγωνισμού χαρακτήρα της συμπεριφοράς που προσάπτεται στην Google.
- 355 Υπό τις συνθήκες αυτές, είναι απορριπτέα τα προβληθέντα στο πλαίσιο του τρίτου σκέλους του δεύτερου λόγου ακυρώσεως επιχειρήματα της Google ότι τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων περιλαμβάνονταν ήδη εντός των Shopping Units, με αποτέλεσμα να μη συντρέχει περίπτωση μεροληπτικής συμπεριφοράς.

3. Επί του τρίτου και τέταρτου λόγου ακυρώσεως, με τους οποίους υποστηρίζεται ότι οι επίδικες πρακτικές δεν είχαν αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα

- 356 Ο τρίτος και ο τέταρτος λόγος ακυρώσεως αφορούν αμφότεροι τα αποτελέσματα των επίδικων πρακτικών. Με τον τρίτο λόγο ακυρώσεως αμφισβητούνται οι ουσιαστικές συνέπειες επί της κίνησης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς τα διάφορα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, όπως τις παρουσιάζει η Επιτροπή. Με τον τέταρτο λόγο ακυρώσεως αμφισβητείται ότι οι πρακτικές είχαν επιπτώσεις αντίθετες προς τους κανόνες του ανταγωνισμού στις αγορές που προσδιορίστηκαν ως σχετικές. Οι δύο αυτές πτυχές είναι αλληλένδετες. Συγκεκριμένα, όπως επισημαίνεται στις σκέψεις 65 έως 67 ανωτέρω, η Επιτροπή έκρινε κατ' ουσίαν στην προσβαλλόμενη απόφαση ότι οι επίδικες πρακτικές είχαν μεταβάλει τη ροή της κίνησης, γεγονός που είχε προκαλέσει διάφορα αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα στις σχετικές αγορές. Υπό τις συνθήκες αυτές, αν δεν τεκμηριωθεί η ύπαρξη ουσιαστικών συνεπειών για την κίνηση, τούτο σημαίνει κατ' ανάγκη ότι εξέλιπαν οι παραδοχές στις οποίες στηρίζεται η διαπίστωση περί αντίθετων προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελεσμάτων στις σχετικές αγορές. Ομοίως, το πόσο σημαντικές είναι οι τυχόν τεκμηριωμένες ουσιαστικές συνέπειες στην κίνηση θα έχει αντίκτυπο στο κατά πόσον στοιχειοθετούνται, ή όχι, αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα στις αγορές.
- 357 Επομένως, πρέπει καταρχάς να εξεταστούν οι αμφισβητήσεις της Google όσον αφορά τις ουσιαστικές συνέπειες των επίδικων πρακτικών στην κίνηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της προς τις υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων, μεταξύ των οποίων και η δικής της, πριν εξεταστούν τα επιχειρήματά της σχετικά με την απουσία αντίθετων προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελεσμάτων των εν λόγω πρακτικών.

α) Επί του πρώτου σκέλους του τρίτου λόγου ακυρώσεως, με το οποίο προσάπτεται στην Επιτροπή ότι δεν απέδειξε ότι οι επίδικες πρακτικές είχαν ως συνέπεια την πτώση της κίνησης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων

1) Επιχειρήματα των διαδίκων

- 358 Στο πρώτο σκέλος του τρίτου λόγου ακυρώσεως, η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή εσφαλμένως έκρινε, στο τμήμα 7.2.3.2 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι οι επίδικες πρακτικές «είχαν προκαλέσει πτώση της κίνησης που αφορά τη γενική αναζήτηση» προς όλες σχεδόν τις ανταγωνιστικές υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων «σε μόνιμη βάση» (αιτιολογική σκέψη 462). Κατά την Google, η Επιτροπή παρουσίασε μεν πολλά διαγράμματα τα οποία δείχνουν την εξέλιξη της κίνησης που αφορά την αναζήτηση από την Google προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, πλην όμως δεν αποδεικνύει οποιαδήποτε αιτιώδη συνάφεια μεταξύ της ανωτέρω εξέλιξης και των επίδικων πρακτικών. Η CCIA ισχυρίζεται ομοίως ότι δεν αποδείχθηκε η ύπαρξη τέτοιας αιτιώδους συνάφειας. Η Επιτροπή όφειλε όμως να αποδείξει ότι η διαπιστωθείσα πτώση οφειλόταν στον τρόπο τοποθέτησης και παρουσίασης των Product Universals και των Shopping Units. Όπως προκύπτει από την απόφαση της 6ης Δεκεμβρίου 2012, AstraZeneca κατά Επιτροπής, η ύπαρξη αιτιώδους συνάφειας δεν μπορούσε απλώς να τεκμαρθεί (C-457/10 P, EU:C:2012:770, σκέψη 199).
- 359 Η Google, υποστηριζόμενη επ' αυτού από τη CCIA, διατείνεται ότι η Επιτροπή όφειλε να αναλύσει ένα αντιπαράδειγμα και να εξετάσει το πώς η κίνησή της αναζήτησης θα είχε εξελιχθεί αν δεν είχαν υιοθετηθεί οι επίδικες πρακτικές όσον αφορά τον τρόπο τοποθέτησης και

παρουσίασης των Product Universals και των Shopping Units. Στην προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή αποδίδει τις πτώσεις της κίνησης που αφορά την αναζήτηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς τις ανταγωνιστικές υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων σε άλλες πρακτικές τις οποίες είχε κρίνει νόμιμες, ήτοι στις αλλαγές που επέφερε η εφαρμογή αλγορίθμων προσαρμογής οι οποίοι υποβίβαζαν ορισμένες κατηγορίες ιστοτόπων στην κατάταξη των γενικών αποτελεσμάτων. Αντιθέτως προς τα όσα υποστηρίζει η Επιτροπή στο υπόμνημα αντικρούσεως, η ανάλυση αντιπαραδείγματος δεν πρέπει να στηρίζεται σε ένα σενάριο στο οποίο η Google σταματά να εφαρμόζει τους αλγορίθμους προσαρμογής των γενικών αποτελεσμάτων που είναι ικανοί να υποβιβάσουν τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, δεδομένου ότι δεν τίθεται εν αμφιβόλω η νομιμότητα των αλγορίθμων, όπως επαναλαμβάνει η Google στις παρατηρήσεις της επί πολλών υπομνημάτων παρέμβασης, για παράδειγμα εκείνου της Kelko, η οποία καταγγέλλει τη λειτουργία των αλγορίθμων. Συγκεκριμένα, καμία από τις εναλλακτικές επιλογές που προσφέρονται στην Google για να συμμορφωθεί προς την προσβαλλόμενη απόφαση, όπως εκτίθενται στο υπόμνημα αντικρούσεως της Επιτροπής, δηλαδή είτε να σταματήσει τις Shopping Units είτε να συμπεριλάβει σε αυτές τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, δεν συνεπάγεται την εγκατάλειψη των αλγορίθμων. Η CCIA υπογραμμίζει συναφώς ότι το πρόσφορο αντιπάρδειγμα αντιστοιχεί απλώς σε μια κατάσταση στην οποία δεν υπάρχει η προσβαλλόμενη κατάχρηση, δηλαδή με άλλα λόγια ότι θα έπρεπε να στηρίζεται σε ένα σενάριο στο οποίο δεν θα υφίσταντο πλέον τα Product Universals και οι Shopping Units, όχι όμως και οι αλλαγές που επέρχονται στην κατάταξη των γενικών αποτελεσμάτων. Απαντώντας στο επιχείρημα το οποίο προέβαλε η Foundem με το υπόμνημα παρεμβάσεώς της, ότι θα ήταν παράλογο για την Google να αποσύρει τα αποτελέσματα για προϊόντα ή τις διαφημίσεις για προϊόντα χωρίς να αποσύρει και τους αλγορίθμους προσαρμογής που μπορούν να υποβιβάσουν τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων στα γενικά αποτελέσματα, η Google υποστηρίζει ότι, παρά ταύτα, αυτό ακριβώς έπραξε σε πολλές χώρες, μεταξύ των οποίων και ευρωπαϊκές, όπερ αποδεικνύει ότι το προτεινόμενο από τη Foundem αντιπάρδειγμα δεν είναι υποθετικό και ότι η έγνοια για την καλή ποιότητα των αποτελεσμάτων είναι ο μοναδικός λόγος που εξηγεί τη χρήση των αλγορίθμων.

360 Κατά την Google, δύο περιστάσεις τις οποίες επικαλείται η Επιτροπή θα έπρεπε ακριβώς να οδηγήσουν στο συμπέρασμα ότι οι πτώσεις της κίνησης προς τις ανταγωνιστικές υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων οφείλονται στις μεταβολές που επέρχονται στη γενική κατάταξη λόγω των αλγορίθμων προσαρμογής και όχι στον τρόπο τοποθέτησης και παρουσίασης των Product Universals και των Shopping Units. Ειδικότερα, από τις αιτιολογικές σκέψεις 464 έως 474 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι κανένας από τους εκπροσώπους των εκεί αναφερόμενων ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων δεν ισχυρίζεται ότι ο τρόπος εμφάνισης των Product Universals και των Shopping Units ήταν η αιτία για τις απώλειες κίνησης. Αντιθέτως, ορισμένοι απέρριψαν ρητώς τέτοια συσχέτιση. Ομοίως, το δεύτερο πραγματικό στοιχείο το οποίο επικαλέστηκε η Επιτροπή στις αιτιολογικές σκέψεις 475 έως 477 της προσβαλλόμενης απόφασης αφορά τη μεταβολή στην ορατότητα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων στα γενικά αποτελέσματα «αφού άρχισε να λειτουργεί ή να επικαιροποιείται ο αλγόριθμος Panda». Η προσβαλλόμενη απόφαση περιέχει επίσης, σε άλλες αιτιολογικές σκέψεις, εκτιμήσεις κατά τις οποίες η ορατότητα των εργαλείων αυτών μειώθηκε «μετά την έναρξη της εφαρμογής του αλγορίθμου Panda» ή παρόμοιες εκτιμήσεις (αιτιολογικές σκέψεις 361, 367, 513 και 514), ενώ η κατάταξη από την Google των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης στα γενικά αποτελέσματα, ακόμη και μέσω της εφαρμογής αλγορίθμων προσαρμογής όπως ο Panda, δεν συγκαταλέγεται στις πρακτικές που κρίθηκαν καταχρηστικές.

- 361 Στη δε αιτιολογική σκέψη 661 της προσβαλλόμενης απόφασης επισημαίνεται ότι οι επίδικες πρακτικές συνίστανται αποκλειστικώς στο ότι η Google «δεν εφάρμοσε» στα Product Universals και στις Shopping Units τους αλγόριθμους προσαρμογής που προβλέπονται για τα γενικά αποτελέσματα (και ειδικότερα τον αλγόριθμο Panda). Τούτο προκύπτει σαφώς από την οριοθέτηση, στην προσβαλλόμενη απόφαση, της γεωγραφικής έκτασης και της διάρκειας της φερόμενης ως καταχρηστικής συμπεριφοράς, η οποία καλύπτει μόνον τις χώρες ή τις περιόδους που αφορά η χρήση των Product Universals ή των Shopping Units. Για τον λόγο αυτόν, κατά την Google, δεδομένου ότι τα Product Universals δεν χρησιμοποιούνται πλέον, η κατάργηση των Shopping Units θα αρκούσε για να τερματιστεί η παράβαση η οποία διαπιστώθηκε από την Επιτροπή.
- 362 Μια ανάλυση πρόσφορου αντιπαραδείγματος θα επιβεβαίωνε, κατά την Google, ότι οι πρακτικές τις οποίες επέκρινε η Επιτροπή δεν είχαν, αυτές καθαυτές, καμία επίπτωση επί της κίνησης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων.
- 363 Τούτο διότι, πρώτον, η κίνηση αυτή εξελίχθηκε με παρόμοιο τρόπο στις χώρες στις οποίες λειτούργησαν τα Product Universals και οι Shopping Units και σε εκείνες στις οποίες δεν λειτούργησαν. Η Google προσκομίζει επ' αυτού μια ανάλυση τύπου «διαφορές μέσα στις διαφορές», στην οποία εξετάζεται ένα αντιπρόδειγμα χώρας όπου τα Product Universals και οι Shopping Units δεν λειτούργησαν καθόλου ή λειτούργησαν με καθυστέρηση. Στο πλαίσιο αυτό, η Google συγκρίνει την κατάσταση από το 2004 έως το 2014 στο Ηνωμένο Βασίλειο και την Ιρλανδία, στη Γερμανία και την Αυστρία, στη Γαλλία και το Βέλγιο, καθώς και στις Κάτω Χώρες και το Βέλγιο, κάθε φορά για δέκα περίπου ανταγωνιστικά της Google εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, τα οποία δραστηριοποιούνται σε αμφοτέρως τις χώρες του κάθε ζεύγους. Η σύγκριση αποτυπώνεται με τη μορφή διαγραμμάτων που απεικονίζουν τις μεταβολές της κίνησης για κάθε εργαλείο σύγκρισης προϊόντων στις δύο συγκρινόμενες χώρες. Για παράδειγμα, η εξέλιξη της κίνησης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων Twenga στη Γαλλία, όπου άρχισαν να λειτουργούν τα Product Universals και οι Shopping Units, συγκρίνεται με την εξέλιξη της κίνησης στο Βέλγιο όπου ουδέποτε λειτούργησαν τα Product Universals και οι Shopping Units. Ακόμη όμως και αν ο όγκος της κίνησης μπορεί να είναι διαφορετικός σε κάθε χώρα, η εξέλιξή της στο πέρασμα του χρόνου φαίνεται να είναι σε μεγάλο βαθμό παρόμοια. Η εκτίμηση της Επιτροπής στην προσβαλλόμενη απόφαση ως προς την εν λόγω ανάλυση είναι εσφαλμένη για δύο λόγους. Πρώτον, η Επιτροπή εσφαλμένως κρίνει, στην αιτιολογική σκέψη 520, ότι η ανάλυση δεν λαμβάνει υπόψη το αποτέλεσμα των αλγορίθμων προσαρμογής της γενικής αναζήτησης, ιδίως του αλγορίθμου Panda. Δεύτερον, εσφαλμένως κρίνει, στην αιτιολογική σκέψη 521, ότι η κίνηση δεν εξελισσόταν με τον ίδιο τρόπο στις συγκρινόμενες χώρες πριν από την έναρξη της λειτουργίας των Product Universals και των Shopping Units σε μία από τις χώρες αυτές.
- 364 Κατά δεύτερον, η κίνηση προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων δεν μεταβάλλεται όταν καταργούνται τα Product Universals και οι Shopping Units. Συγκεκριμένα, το 2011, η Επιτροπή είχε ζητήσει από τη Microsoft να διεξαγάγει ένα πείραμα (το Bing Answers experiment) με αντικείμενο την αφαίρεση των αποτελεσμάτων αναζήτησης τύπου Product Universals στην Bing, τη μηχανής αναζήτησης της Microsoft, για μία ομάδα χρηστών και τη σύγκριση της κατάστασης με εκείνη μιας άλλης ομάδας χρηστών που εξακολουθούσε να βλέπει τα εξειδικευμένα αποτελέσματα. Τα στοιχεία τα οποία προέκυψαν από το πείραμα αποδεικνύουν ότι η ανάρτηση των αποτελεσμάτων τύπου Product Universals είχε αμελητέες συνέπειες στην κίνηση προς τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Η ίδια η Google διεξήγαγε όσον αφορά τις Shopping Units παρεμφερές πείραμα, γνωστό ως «αφαίρεση», καταλήγοντας σε παρόμοια

αποτελέσματα. Η διαφορά μεταξύ της κίνησης προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων η οποία προκλήθηκε από την ομάδα χρηστών που δεν έβλεπε τις Shopping Units και εκείνης που προέκυψε από την ομάδα η οποία τις έβλεπε αντιπροσώπευε ένα μικρό ποσοστό της συνολικής κίνησης των εργαλείων σύγκρισης, πολύ κατώτερο του επιπέδου το οποίο η Επιτροπή είχε χαρακτηρίσει, στο σημείο 446 της ανακοίνωσης αιτιάσεων και στις αιτιολογικές σκέψεις 571 και 581 της προσβαλλόμενης απόφασης, ως αμελητέο για τον ανταγωνισμό, έστω και αν αντιπροσώπευε το 20 % περίπου της συνολικής κίνησης που κατέληγε στα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Επιπλέον, εσφαλμένως η Επιτροπή ισχυρίζεται, στην αιτιολογική σκέψη 523 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι το πείραμα της αφαίρεσης δεν λαμβάνει υπόψη ούτε τον αντίκτυπο των αλγορίθμων στη γενική αναζήτηση, ιδίως δε τον αντίκτυπο του αλγορίθμου Panda.

365 Όσον αφορά τους σχολιαζόμενους στις αιτιολογικές σκέψεις 524 έως 535 της προσβαλλόμενης απόφασης δύο υπολογισμούς τους οποίους πραγματοποίησε η Επιτροπή επαναχρησιμοποιώντας στοιχεία που είχαν προκύψει από το πείραμα της αφαίρεσης προκειμένου, κατά τα λεγόμενά της, να το διορθώσει, η Google υποστηρίζει ότι πρόκειται για εσφαλμένους υπολογισμούς. Συγκεκριμένα, όσον αφορά τον πρώτο υπολογισμό, ο οποίος απεικονίζεται στον πίνακα 22 της προσβαλλόμενης απόφασης, δεν μπορεί να γίνει δεκτή η υπόθεση στην οποία στηρίχθηκε η Επιτροπή, ότι ένα εργαλείο σύγκρισης προϊόντων εμφανίζεται πάντοτε μεταξύ των τεσσάρων πρώτων γενικών αποτελεσμάτων. Επιπλέον, κατά παράβαση των δικαιωμάτων άμυνας, δεν δόθηκε στην Google η δυνατότητα να υποβάλει παρατηρήσεις επί του υπολογισμού κατά τη διοικητική διαδικασία. Για τον δεύτερο υπολογισμό, ο οποίος αποτυπώνεται στον πίνακα 23 της προσβαλλόμενης απόφασης και βασίστηκε σε αναζητήσεις σχετικές αποκλειστικώς και μόνον με προϊόντα, τις οποίες η Επιτροπή εξομοίωσε με εκείνες που οδηγούν συνήθως στην εμφάνιση των Shopping Units, η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη ότι μεγάλο ποσοστό της γενικής κίνησης των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων προέκυπτε επίσης από πολυάριθμες γενικές αναζητήσεις για προϊόντα για τις οποίες δεν εμφανίζονταν οι Shopping Units. Η Επιτροπή αγνόησε επιπροσθέτως ότι, όπως συνάγεται από τον πίνακα 24 που περιέχεται στην προσβαλλόμενη απόφαση, τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων λάμβαναν περίπου το 50 % της κίνησής τους από πηγές άλλες πηγές, εκτός των γενικών αποτελεσμάτων της Google. Η κίνηση αυτή πρέπει να λαμβάνεται υπόψη κατά την αξιολόγηση του αντικτύπου της παρουσίας των Shopping Units στην κίνηση. Τούτο διότι αν αποδεικνυόταν ότι η πτώση της κίνησης αναζήτησης που προέρχεται από την Google ήταν χαμηλή σε σύγκριση με τη συνολική κίνηση των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, δεν θα μπορούσε εξ ορισμού να έχει αντίκτυπο στον ανταγωνισμό. Η Επιτροπή περιορίστηκε όμως απλώς να αναφέρει επ' αυτού, στην αιτιολογική σκέψη 539 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η εκτρεπόμενη κίνηση αντιπροσωπεύει «μεγάλο μερίδιο της κίνησης» προς τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, χωρίς ουδέποτε να το αποδείξει.

366 Κατά τρίτον, στην προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη ούτε τη συνολική εξέλιξη του τομέα ούτε τη μεταβολή στις προτιμήσεις των χρηστών, τις οποίες καταδεικνύει η αυξανόμενη δημοφιλία των εμπορικών πλατφορμών, όπως της Amazon, που συνιστούν εναλλακτικές επιλογές για τη διενέργεια αναζητήσεων για τη σύγκριση προϊόντων. Δεδομένου ότι η δημοφιλία των εμπορικών πλατφορμών έχει αυξηθεί, η κατάταξή τους στα γενικά αποτελέσματα της Google βελτιώθηκε σε σχέση με την κατάταξη των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, ανεξαρτήτως του αν ανήκουν στην ίδια αγορά. Η σύγκριση της εξέλιξης της κίνησης που αφορά τα γενικά αποτελέσματα της Google, αφενός, προς τις εμπορικές πλατφόρμες και, αφετέρου, προς τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων επιβεβαιώνει την ανωτέρω ανάλυση. Από το 2008, η κίνηση προς τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων παρέμεινε στάσιμη, ενώ η κίνηση προς τις πλατφόρμες συνέχισε να αυξάνεται. Ενώ, σύμφωνα με τα εσωτερικά έγγραφα της Google, η

Amazon αποδείχθηκε ως το «σημείο αναφοράς όσον αφορά τα αποτελέσματα, την ταχύτητα και την ποιότητα» της αναζήτησης για προϊόντα, τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων δεν βελτίωσαν τις υπηρεσίες τους, όπερ επιβεβαιώνεται από τις εκτιμήσεις που περιλαμβάνονται στη δικογραφία.

367 Η Επιτροπή, το ΕΓΕΚ, η Foundem, το VDZ, το BDZV, η Visual Meta, η Twenga, η Εποπτεύουσα Αρχή της ΕΖΕΣ, η Kelkoo και η Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας αμφισβητούν τη βασιμότητα των επιχειρημάτων της Google.

2) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου

368 Κατ' ουσίαν, η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι οι επίδικες πρακτικές είχαν ως αποτέλεσμα την πτώση της κίνησης από τις σελίδες της γενικών αποτελεσμάτων προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Συγκεκριμένα, η Google ισχυρίζεται η πτώση της κίνησης, την οποία δεν αμφισβητεί, οφείλεται αποκλειστικώς στη λειτουργία των αλγορίθμων προσαρμογής, ιδίως δε του αλγορίθμου Panda, για τη νομιμότητα της οποίας δεν τέθηκε ζήτημα από την Επιτροπή. Δεν υφίσταται αιτιώδης συνάφεια μεταξύ της επιλήψιμης κατά την Επιτροπή προώθησης από την Google του δικού της εργαλείου σύγκρισης προϊόντων και του αποτελέσματος το οποίο προσδιόρισε η Επιτροπή, δηλαδή του αποτελέσματος εκτοπισμού των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης λόγω της πτώσης της κίνησης που προερχόταν από τις σελίδες της γενικών αποτελεσμάτων.

369 Πρέπει ωστόσο να υπογραμμιστεί εκ προοιμίου ότι, όπως τονίζει η Επιτροπή και όπως εκτίθεται στη σκέψη 69 ανωτέρω, η συμπεριφορά της Google η οποία επικρίνεται στην προσβαλλόμενη απόφαση συνίσταται στον συνδυασμό δύο πρακτικών, ήτοι, αφενός, στο ότι εμφάνιζε στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων με τρόπο προνομιακό και ελκυστικό μέσα σε ειδικά «κουτάκια», χωρίς να εφαρμόζει ως προς αυτό τους αλγορίθμους προσαρμογής τους οποίους χρησιμοποιεί για τη γενική αναζήτηση, και, αφετέρου, στο ότι συγχρόνως εμφάνιζε τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων στις σελίδες της μόνον υπό τη μορφή αποτελεσμάτων γενικής αναζήτησης (μπλε υπερσυνδέσμων) που μπορούσαν εύκολα να καταταγούν χαμηλά λόγω της εφαρμογής των αλγορίθμων προσαρμογής. Υπενθυμίζεται επίσης ότι το εργαλείο σύγκρισης της Google, όπως και οι λοιπές υπηρεσίες της Google, δεν εμφανίζεται ποτέ υπό τη μορφή αποτελεσμάτων γενικής αναζήτησης.

370 Η Επιτροπή διευκρίνισε, στις αιτιολογικές σκέψεις 440 και 537 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι δεν επικρίνει, αυτά καθεαυτά, τα κριτήρια επιλογής, επονομαζόμενα και κριτήρια συνάφειας, τα οποία είχε διαλέξει η Google, αλλά το ότι τα αποτελέσματα του δικού της εργαλείου σύγκρισης προϊόντων και τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων δεν τυγχάνουν της ίδιας μεταχείρισης όσον αφορά τον τρόπο τοποθέτησης και παρουσίασης.

371 Ομοίως, η Επιτροπή αποσαφήνισε, στην αιτιολογική σκέψη 538 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι δεν επέκρινε, αυτή καθεαυτήν, την προνομιακή προβολή των θεωρούμενων από την Google ως συναφών εξειδικευμένων αποτελεσμάτων για τη σύγκριση προϊόντων, αλλά το γεγονός ότι δεν ετύγχαναν της ίδιας προνομιακής προβολής τόσο το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων όσο και τα ανταγωνιστικά.

372 Κατ' ουσίαν, αυτό το οποίο επέκρινε η Επιτροπή είναι συνδυασμένες πρακτικές οι οποίες, αφενός, προωθούσαν το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων της Google και, αφετέρου, υποβίβαζαν τα ανταγωνιστικά στις σελίδες της γενικών αποτελεσμάτων. Εξ αυτού συνάγεται ότι τα αποτελέσματα των συνδυασμένων πρακτικών δεν μπορούν να αναλυθούν αν απομονωθούν τα αποτελέσματα της μίας πτυχής των πρακτικών από εκείνα της άλλης πτυχής.

- 373 Όπως υπογραμμίζει η Google, αυτοτελώς και μεμονωμένως εξεταζόμενη, καμία από τις δύο αυτές πτυχές δεν έχει εγείρει αντιρρήσεις που να αφορούν τον ανταγωνισμό από πλευράς της Επιτροπής. Εντούτοις, καθεμία από αυτές εφαρμόστηκε από κοινού με την άλλη για τις περιόδους και για τις περιοχές για τις οποίες η Επιτροπή έκρινε ότι υπήρξε παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και η συνδυαστική εφαρμογή τους, η οποία κατά την Επιτροπή οδήγησε σε συνδυασμένα αποτελέσματα, ήταν εκείνη που κρίθηκε ως αντίθετη προς τους κανόνες του ανταγωνισμού.
- 374 Κατά συνέπεια, κατά την ανάλυση των αποτελεσμάτων πρέπει οπωσδήποτε να ληφθούν υπόψη τόσο τα αποτελέσματα της εφαρμογής των αλγορίθμων προσαρμογής των γενικών αποτελεσμάτων, ιδίως δε του Panda, όσο και τα αποτελέσματα της προνομιακής προβολής του εργαλείου σύγκρισης της Google μέσω των Product Universals και των Shopping Units. Ως εκ τούτου, αντιθέτως προς τα όσα υποστηρίζει κατ' ουσίαν η Google, η ανάλυση των επιπτώσεων των επίδικων πρακτικών επί των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων δεν μπορεί να αφορά μόνον τον αντίκτυπο που θα μπορούσε να έχει γι' αυτές η εμφάνιση αποτελεσμάτων του εργαλείου σύγκρισης προϊόντων της Google εντός των Product Universals και των Shopping Units, όπερ αντιστοιχεί σε μία μόνον από τις δύο πτυχές των πρακτικών, αλλά πρέπει να λαμβάνει επίσης υπόψη τον αντίκτυπο της εφαρμογής των αλγορίθμων προσαρμογής των γενικών αποτελεσμάτων. Όπως υποστηρίζει η Επιτροπή, η σύγκριση σεναρίων, όπως αυτή στην οποία προβαίνει η Google, στο πλαίσιο εξέτασης αντιπαραδείγματος όπου διαφοροποιείται μόνον το στοιχείο των πρακτικών που συνδέεται με τον τρόπο εμφάνισης των Product Universals ή των Shopping Units, καταλήγει στην εξουδετέρωση του αποτελέσματος των αλγορίθμων προσαρμογής, διότι το αποτέλεσμα αυτό παραμένει ίδιο σε αμφότερα τα συγκρινόμενα σεναρία.
- 375 Κατά συνέπεια, οι επικρίσεις της Google ως προς το ότι, για τη μέτρηση των επιπτώσεων των επίδικων πρακτικών επί των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, η Επιτροπή έλαβε υπόψη τον αντίκτυπο της εφαρμογής των αλγορίθμων προσαρμογής των γενικών αποτελεσμάτων στην κίνηση προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google πρέπει να απορριφθούν και οι μελέτες τις οποίες επικαλέστηκε η Google, στον βαθμό που στοχεύουν στη μέτρηση αποκλειστικώς και μόνον του αντίκτυπου της εμφάνισης των Product Universals και των Shopping Units στην κίνηση, όπως η ανάλυση τύπου «διαφορές μέσα στις διαφορές» ή το πείραμα της αφαίρεσης, δεν αρκούν για να αντικατοπτρίσουν τον αντίκτυπο των επίδικων πρακτικών στα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων.
- 376 Επομένως, δεδομένου ότι η κατάσταση η οποία εν προκειμένω κρίθηκε ως αντίθετη προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αφορά συνδυασμό πρακτικών, το μόνο αντιπάρδειγμα το οποίο η Google θα μπορούσε βασίμως να επικαλεστεί θα ήταν το σενάριο όπου δεν θα είχε εφαρμοστεί καμία συνιστώσα των πρακτικών αυτών, διότι, σε αντίθετη περίπτωση, τα συνδυαστικά αποτελέσματα των συνδυασμένων πρακτικών θα γίνονταν μόνον εν μέρει αντιληπτά.
- 377 Κατά τα λοιπά, ο προσδιορισμός αξιόπιστου αντιπαραδείγματος για την εξέταση των φερόμενων ως αντίθετων προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελεσμάτων των πρακτικών σε μια αγορά, δηλαδή ο προσδιορισμός των γεγονότων που θα επέρχονταν ελλείψει των υπό εξέταση πρακτικών και ο προσδιορισμός της επακόλουθης κατάστασης, ενδέχεται, σε μια περίπτωση όπως η προκειμένη, να αποτελεί αυθαίρετη ή και αδύνατη άσκηση, αν το αντιπάρδειγμα δεν υφίσταται στην πραγματικότητα για αγορά η οποία να διαθέτει στην αρχή χαρακτηριστικά παραπλήσια της αγοράς ή των αγορών όπου εφαρμόστηκαν οι πρακτικές. Πράγματι, όταν καταρχήν πρόκειται για υφιστάμενες σχέσεις ανταγωνισμού και όχι απλώς για ενδεχόμενο ή δυνητικό ανταγωνισμό, ένα αξιόπιστο αντιπάρδειγμα πρέπει να αντιστοιχεί σε πραγματική και αρχικώς παρόμοια κατάσταση, της οποίας όμως η εξέλιξη δεν επηρεάστηκε από το σύνολο των επίδικων

πρακτικών. Από τη σύγκριση τέτοιου αντιπαραδείγματος με την κατάσταση που παρατηρείται στην αγορά όπου εμφανίζονται οι πρακτικές μπορούν κατά κανόνα να διαπιστωθούν τα πραγματικά αποτελέσματα των πρακτικών αν απομονωθούν από τις διαφοροποιήσεις που οφείλονται σε άλλους λόγους. Κατόπιν τούτου, η ανάλυση αντιπαραδείγματος, κατά την οποία συγκρίνονται δύο πραγματικές εξελίξεις σε μια τέτοια κατάσταση, διακρίνεται από την αξιολόγηση των δυνητικών αποτελεσμάτων η οποία, παρότι πρέπει να είναι ρεαλιστική, αποβλέπει στην περιγραφή μιας πιθανής κατάστασης.

- 378 Επίσης, αντιθέτως προς τα όσα υποστηρίζει η Google, στο πλαίσιο της κατανομής του βάρους απόδειξης για την οποία έγινε λόγος στις σκέψεις 132 έως 134 ανωτέρω, προκειμένου να αποδειχθεί παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, ιδίως δε όσον αφορά τα αποτελέσματα των πρακτικών στον ανταγωνισμό, η Επιτροπή δεν είναι υποχρεωμένη, ούτε με δική της πρωτοβουλία ούτε σε απάντηση ανάλυσης αντιπαραδείγματος την οποία έχει προβάλει η ενδιαφερόμενη επιχείρηση, να προβαίνει συστηματικά στην απόδειξη αντιπαραδείγματος κατά την προαναφερθείσα έννοια. Τούτο θα την υποχρέωνε εξάλλου να αποδείξει ότι η επίμαχη συμπεριφορά είχε πραγματικά αποτελέσματα, όπερ, όπως θα υπενθυμιστεί λεπτομερέστερα στις σκέψεις 441 και 442 κατωτέρω, στο πλαίσιο της εξέτασης του πρώτου σκέλους του τέταρτου λόγου ακυρώσεως που προέβαλε η Google, δεν είναι υποχρεωτικό στον τομέα της κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης, όπου αρκεί να αποδεικνύεται η ύπαρξη δυνητικών αποτελεσμάτων.
- 379 Προκειμένου να αμφισβητήσει την εκ μέρους της Επιτροπής εκτίμηση των δυνητικών αποτελεσμάτων μιας πρακτικής στην αγορά ή των πραγματικών αποτελεσμάτων της, εφόσον η Επιτροπή έχει εντοπίσει τέτοια αποτελέσματα, η ενδιαφερόμενη επιχείρηση μπορεί βεβαίως να προβάλει μια ανάλυση αντιπαραδείγματος. Ωστόσο, θα πρέπει τότε να μπορεί να προκύψει από την προβαλλόμενη ανάλυση το σύνολο των αποτελεσμάτων της επικρινόμενης πρακτικής, και όχι μόνον μέρος αυτών.
- 380 Εν προκειμένω, μολονότι η ίδια η Επιτροπή κατάρτισε τον πίνακα 23 της προσβαλλόμενης απόφασης με βάση δεδομένα από το πείραμα της αφαίρεσης της Google, σε απάντηση της επίκλησης του εν λόγω πειράματος από την Google, εντούτοις η Επιτροπή ουδέποτε χαρακτήρισε τον πίνακα ως σενάριο αντιπαραδείγματος. Συγκεκριμένα, όπως εκθέτει η Επιτροπή στις αιτιολογικές σκέψεις 523 επ. της προσβαλλόμενης απόφασης, ο πίνακας λαμβάνει υπόψη μόνον τη μία από τις δύο πτυχές των επίδικων πρακτικών, και δη τη μέτρηση των επιπτώσεων που έχει ο τρόπος εμφάνισης των Shopping Units στην κίνηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Ωστόσο, όπως προκύπτει από τη σκέψη 378 ανωτέρω, η Google δεν μπορεί λυσιτελώς να προσάψει στην Επιτροπή ότι παρέλειψε να προβεί σε απόδειξη αντιπαραδείγματος.
- 381 Πρέπει παρεμπιπτόντως να διευκρινιστεί ότι είναι αλυσιτελές το προαναφερθέν στη σκέψη 365 επιχείρημα της Google ότι δεν της δόθηκε η δυνατότητα να σχολιάσει τον υπολογισμό από τον οποίο προέκυψε ο πίνακας 22 της προσβαλλόμενης απόφασης, όπερ προσέβαλε τα δικαιώματά της άμυνας. Τούτο διότι ο ενδιάμεσος αυτός υπολογισμός, βάσει του οποίου η Επιτροπή μπόρεσε ακολούθως να καταρτίσει τον πίνακα 23 που μνημονεύεται στη σκέψη 380 ανωτέρω, προοριζόταν απλώς ως λεπτομερής απάντηση στην ήδη προβληθείσα κατά τη διοικητική διαδικασία, πλην όμως ανακριβή, όπως προκύπτει από τη σκέψη 375 ανωτέρω, ανάλυση αντιπαραδείγματος της Google και δεν εντασσόταν στο πλαίσιο της απόδειξης των αποτελεσμάτων που είχε το σύνολο των επίδικων πρακτικών στην κίνηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, η οποία θα υπενθυμιστεί κατωτέρω.

- 382 Επίσης, για να αποδείξει τα πραγματικά ή δυνητικά αποτελέσματα των υπό εξέταση πρακτικών, η Επιτροπή μπορεί να στηριχθεί ειδικότερα σε άλλα στοιχεία αντλούμενα από την παρατήρηση της πραγματικής εξέλιξης της αγοράς ή των αγορών τις οποίες αφορούν οι πρακτικές. Σε περίπτωση που παρατηρηθεί ότι οι πρακτικές συσχετίζονται με τη μεταβολή της κατάστασης ανταγωνισμού στις αγορές, πρόσθετα στοιχεία, τα οποία ενδέχεται να περιλαμβάνουν φερ' ειπείν εκτιμήσεις των παραγόντων της αγοράς, των προμηθευτών τους, των πελατών τους, των επαγγελματικών ενώσεων ή των καταναλωτών, μπορούν να αποδείξουν την αιτιώδη συνάφεια μεταξύ των πρακτικών και της εξέλιξης της αγοράς. Εναπόκειται ενδεχομένως στην ενδιαφερόμενη επιχείρηση να προβάλλει, από πλευράς της, κρίσιμα στοιχεία ικανά να θέσουν εν αμφιβόλω την αιτιώδη αυτή συνάφεια.
- 383 Εν προκειμένω, στο τμήμα 7.2.3.2 της προσβαλλόμενης απόφασης, το οποίο αφορά ειδικώς τον αντίκτυπο των επίδικων πρακτικών στην κίνηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, η Επιτροπή αναφέρθηκε καταρχάς, στις αιτιολογικές σκέψεις 464 έως 474, σε δηλώσεις εννέα ομίλων που είχαν την εκμετάλλευση εργαλείων σύγκρισης προϊόντων σε πολλές από τις οικείες χώρες, όπως της eBay, της Nextag, της Twenga ή της Axel Springer, από τις οποίες προέκυπτε ότι, σε διάφορα χρονικά σημεία, αρχής γενομένης από τα μέσα του 2007 κι εντεύθεν, τα αντίστοιχα εργαλεία σύγκρισης είχαν γνωρίσει σημαντική πτώση όσον αφορά την κίνηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google, έστω και αν είχαν σημειώσει ενίοτε πρόσκαιρες αυξήσεις. Για παράδειγμα, στην αιτιολογική σκέψη 464 της προσβαλλόμενης απόφασης, επισημαίνεται ότι, μεταξύ Σεπτεμβρίου 2009 και Σεπτεμβρίου 2010, οι θυγατρικές της eBay που έχουν την εκμετάλλευση εργαλείων σύγκρισης προϊόντων είχαν απολέσει περίπου το 30 % της κίνησης στο Ηνωμένο Βασίλειο, το 40 % της κίνησης στη Γαλλία και το 55 % της κίνησης στη Γερμανία πριν παρατηρηθούν περαιτέρω πτώσεις της κίνησης προς τον τάδε ή τον δείνα από τους ιστοτόπους τους για τη σύγκριση προϊόντων. Κατ' ουσίαν, σύμφωνα με τα εκτιθέμενα στην προσβαλλόμενη απόφαση, οι ως άνω όμιλοι αποδίδουν τις πτώσεις στις εξελίξεις των αλγορίθμων προσαρμογής των γενικών αποτελεσμάτων της Google, ιδίως δε του Panda, μέσω της μείωσης του δείκτη ορατότητας Sistrix των επίμαχων εργαλείων σύγκρισης προϊόντων. Ο δείκτης ορατότητας Sistrix είναι, όπως επισημαίνεται στην υποσημείωση 398 της προσβαλλόμενης απόφασης, ένα στοιχείο το οποίο δημοσιεύεται μία φορά την εβδομάδα από την ομώνυμη εταιρία και λαμβάνει υπόψη τόσο τη συχνότητα εμφάνισης (trigger rate) ενός ιστοτόπου στα αποτελέσματα γενικής αναζήτησης όσο και τη θέση του μεταξύ των αποτελεσμάτων.
- 384 Ως προς το σημείο αυτό, στην αιτιολογική σκέψη 476 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή δείχνει, μέσω εννέα γραφημάτων, την εξέλιξη του δείκτη ορατότητας Sistrix και της κίνησης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google (η οποία υπολογίζεται βάσει του αριθμού των «κλικ» επί των γενικών υπερσυνδέσμων) προς τρία ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων μεταξύ του 2010 και του 2014 στο Ηνωμένο Βασίλειο, του 2008 και του 2014 στη Γερμανία και του 2010 και του 2014 στη Γαλλία. Διαπιστώνεται ότι υφίσταται αρκούντως στενή συσχέτιση όσον αφορά την εξέλιξη των δύο γραμμών –εξαιρουμένου του idealo.de στη Γερμανία το 2014, έτος κατά το οποίο υφίσταται απόκλιση μεταξύ των δύο γραμμών– και, ότι συνολικά, κατά την ανωτέρω περίοδο, οι δύο γραμμές διαγράφουν καθοδική πορεία, με εξαίρεση και πάλι τον idealo.de, όπερ, σύμφωνα με τα όσα αναφέρονται στην υποσημείωση 575 της προσβαλλόμενης απόφασης βάσει σχετικής διευκρίνισης της Google, εξηγείται από το γεγονός ότι ο αλγόριθμος Panda ουδέποτε εφαρμόστηκε στον idealo.de. Αν παραβλεφθούν οι τιμές κατά το τέλος της περιόδου οι οποίες είναι πολύ κοντά στο μηδέν, οι πτώσεις της κίνησης μεταξύ της έναρξης και της λήξης της περιόδου, ανεξαρτήτως των

ενδιάμεσων αποκλίσεων, κυμαίνονται μεταξύ της τάξης μεγέθους 2 έως 1, δηλαδή του 50 % (για τους ιστοτόπους guenstiger.de και touslesprix.com), και της τάξης μεγέθους 15 έως 1, ήτοι του 93 % (για τον ιστοτόπο dealttime.co.uk).

- 385 Στην αιτιολογική σκέψη 479 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή υπογραμμίζει ότι η ανάλυση τύπου «διαφορές μέσα στις διαφορές», την οποία πραγματοποίησε η Google και στην οποία εκτίθεται, μεταξύ άλλων, η εξέλιξη της κίνησης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς δέκα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων στο Ηνωμένο Βασίλειο, στη Γερμανία, στη Γαλλία και στις Κάτω Χώρες από το 2004 έως το 2014, καταδεικνύει επίσης την πτώση της κίνησης προς τα αντίστοιχα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, ιδίως δε μετά την έναρξη της λειτουργίας του αλγορίθμου Panda, αλλά και μακροπρόθεσμα. Μολονότι το ειδοποιό γνώρισμα της ανάλυσης το οποίο επικαλείται η Google δεν είναι κατάλληλο, διότι, όπως εκτέθηκε στη σκέψη 375 ανωτέρω, στηρίζεται σε αντιπαράδειγμα που δεν περιέχει επαρκή στοιχεία, τα ανεπεξέργαστα δεδομένα της ανάλυσης, όπως παρουσιάζεται στο παράρτημα A90 του δικογράφου της προσφυγής, καθιστούν πράγματι δυνατή την εκτίμηση της εξέλιξης της κίνησης κατά τις περιόδους παράβασης που προσδιόρισε η Επιτροπή για κάθε χώρα, δηλαδή από το χρονικό σημείο που άρχισαν να λειτουργούν στην κάθε χώρα τα Product Universals. Πτώσεις μπορούν να παρατηρηθούν για ολόκληρη τη διάρκεια των περιόδων, συνηθέστερα πιο αξιοσημείωτες από το 2011 κι έπειτα, ως προς τη συντριπτική πλειονότητα των 40 εργαλείων σύγκρισης προϊόντων που είχαν αποτελέσει το αντικείμενο της ανάλυσης τύπου «διαφορές μέσα στις διαφορές», έστω και αν προηγήθηκαν ή μεσολάβησαν αυξήσεις και έστω και αν οι πτώσεις δεν αφορούν όλα τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων στη Γερμανία και στις Κάτω Χώρες.
- 386 Στην αιτιολογική σκέψη 481 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή παρουσιάζει, με τη μορφή διαγραμμάτων που εκπόνησε βάσει στοιχείων παρασχεθέντων από την Google, τη συνολική εξέλιξη της κίνησης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς τα 361 ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων τα οποία κατονόμασε η Google, όπως διαμορφώθηκε για το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γαλλία, τη Γερμανία, την Ισπανία, τις Κάτω Χώρες, την Ιταλία, τη Δανία και την Πολωνία από τον Ιανουάριο του 2004 έως τον Δεκέμβριο του 2016 (διαγράμματα 27 έως 36 της προσβαλλόμενης απόφασης). Παρά τις ενδιάμεσες αυξήσεις, στο Ηνωμένο Βασίλειο είναι εμφανής σημαντική πτώση της κίνησης από τον Σεπτέμβριο του 2010 (πτώση από περισσότερα από 30 εκατομμύρια κλικ σε λιγότερα από 5 εκατομμύρια). Στη Γαλλία, παρατηρείται η ίδια κατάσταση από τον Σεπτέμβριο του 2010 (πτώση από περισσότερα από 60 εκατομμύρια κλικ σε λιγότερα από 10 εκατομμύρια). Το ίδιο διαπιστώνεται και στη Γερμανία από τον Σεπτέμβριο του 2010 (πτώση από περισσότερα από 80 εκατομμύρια κλικ σε λιγότερα από 40 εκατομμύρια). Το ίδιο ισχύει και στην Ισπανία από τον Ιανουάριο του 2011 (πτώση από περισσότερα από 20 εκατομμύρια κλικ σε λιγότερα από 5 εκατομμύρια). Αντιθέτως, στις Κάτω Χώρες παρατηρείται πτώση μόνον από τον Ιανουάριο του 2015 κι έπειτα (πτώση από τα 18 εκατομμύρια κλικ σε περίπου 10 εκατομμύρια). Ομοίως, στην Ιταλία, από την κορύφωση του Σεπτεμβρίου του 2010 με σχεδόν 35 εκατομμύρια κλικ, η γραμμή σημειώνει διακυμάνσεις και τερματίζει με λίγο περισσότερα από 20 εκατομμύρια κλικ, επίδοση που είχε επιτευχθεί για πρώτη φορά το 2008. Για τις δύο τελευταίες αυτές χώρες, η Επιτροπή δέχεται ότι η επίμαχη κίνηση παρέμεινε συνολικά σταθερή. Όσον αφορά τη Δανία, η κίνηση έχει ανοδική τάση, εκτός αν, όπως κάνει η Επιτροπή, αφαιρεθεί από τη στατιστική το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων PriceRunner, οπότε η κίνηση ακολουθεί καθοδική πορεία από τον Σεπτέμβριο του 2010 (πτώση από τα 2 εκατομμύρια κλικ σε περίπου 500 000). Η ίδια κατάσταση παρατηρείται στην Πολωνία, δεδομένου ότι το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων Ceneo έχει ανοδική τάση. Αν η συγκεκριμένη υπηρεσία αφαιρεθεί από τη στατιστική, όπως την αφαιρεί η Επιτροπή, η κίνηση παρουσιάζει πτωτική τάση από τον Μάιο του 2013 (πτώση από τα 18 εκατομμύρια κλικ σε 8 εκατομμύρια).

- 387 Στις αιτιολογικές σκέψεις 482 επ. της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή εκθέτει ότι επιπλέον επέλεξε δειγματοληπτικώς ανταγωνιστικά της υπηρεσίας της Google εργαλεία σύγκρισης προϊόντων σε τέσσερις χώρες όπου μπορούσε να απεικονιστεί ο μακροπρόθεσμος αντίκτυπος της μεταχείρισης που επιφύλαξε η Google στα εν λόγω ανταγωνιστικά εργαλεία στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της, διότι το ποσοστό εμφάνισης των Shopping Units εκεί ήταν ιδιαίτερος υψηλό. Οι χώρες αυτές είναι το Ηνωμένο Βασίλειο, για το οποίο η Επιτροπή επέλεξε δειγματοληπτικώς δώδεκα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, η Γερμανία, για την οποία επέλεξε δειγματοληπτικώς εννέα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, οι Κάτω Χώρες, για τις οποίες επέλεξε δειγματοληπτικώς εννέα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, και η Γαλλία, για την οποία επέλεξε δειγματοληπτικώς οκτώ ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Όπως προκύπτει από τα διαγράμματα 53 έως 56 της προσβαλλόμενης απόφασης, η κίνηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς τα δειγματοληπτικώς επιλεγέντα εργαλεία σύγκρισης μειώθηκε πράγματι από 2011 έως το 2016 στο Ηνωμένο Βασίλειο, στη Γερμανία και στη Γαλλία και, ενώ στις Κάτω Χώρες αυξανόταν έως το 2014, έκτοτε σημείωσε πτώση. Από τη μελέτη των διαγραμμάτων προκύπτει ακριβέστερα πτώση μεγαλύτερη του ημίσεος στο Ηνωμένο Βασίλειο και στη Γαλλία, μικρή πτώση από το 2014 στη Γερμανία και πτώση κατά περίπου το ένα τρίτο από το 2014 στις Κάτω Χώρες.
- 388 Επιπροσθέτως, μολονότι περιλαμβάνονται στο τμήμα 7.3.2 της προσβαλλόμενης απόφασης, το οποίο αφορά ειδικώς την εκτίμηση της ύπαρξης αντίθετων προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελεσμάτων των επίδικων πρακτικών σε περίπτωση κατά την οποία η αγορά των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων περικλείει και τις εμπορικές πλατφόρμες, είναι σημαντικά τα αποτελέσματα της συναφώς προσβαλλόμενης από την Επιτροπή δεύτερης μελέτης («the Second Analysis»), της οποίας οι βασικές παράμετροι και τα κύρια αποτέλεσμα εκτίθενται στις αιτιολογικές σκέψεις 612 επ. και της οποίας τα λεπτομερή αποτελέσματα αποτελούν το παράρτημα I της προσβαλλόμενης απόφασης. Τα αποτελέσματα αυτά καταδεικνύουν, για καθεμία από τις δεκατρείς χώρες στις οποίες η Επιτροπή διαπίστωσε την ύπαρξη κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης εκ μέρους της Google, μείωση του μεριδίου των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων επί της κίνησης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google σε σχέση με το εργαλείο σύγκρισης της Google και με τις εμπορικές πλατφόρμες, έστω και αν, για ορισμένες χώρες, το μερίδιο της κίνησης των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων αυξήθηκε σε απόλυτες τιμές. Για παράδειγμα, η μελέτη επισημαίνει ότι, όσον αφορά την Τσεχική Δημοκρατία και το χρονικό διάστημα μεταξύ 2011 και 2016, σημειώθηκε συρρίκνωση του μεριδίου των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων από 73 σε 47 % (αύξηση, σε απόλυτες τιμές, του ετήσιου αριθμού των κλικ από 62,1 εκατομμύρια σε 179,6 εκατομμύρια). Για την Αυστρία, κατά την ίδια περίοδο, η μελέτη κάνει λόγο για μείωση του μεριδίου των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων από 48 σε 16 % ή από 39 σε 15 %, αναλόγως των προσαρμογών (μείωση, σε απόλυτες τιμές, του ετήσιου αριθμού των κλικ από 68,6 εκατομμύρια σε 60,9 εκατομμύρια).
- 389 Υπό το πρίσμα των διαφόρων αυτών στοιχείων που επικαλείται η Επιτροπή με την προσβαλλόμενη απόφαση, επιβάλλεται καταρχάς η διαπίστωση ότι η Google, όπως και η CCIA, δεν προβάλλουν με τα υπομνήματά τους κανένα στοιχείο προκειμένου να αμφισβητήσουν την ύπαρξη συνολικών πτώσεων της κίνησης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων στις δεκατρείς χώρες στις οποίες η Επιτροπή διαπίστωσε παράβαση. Καταρχάς, θέτουν υπό αμφισβήτηση μόνον την ύπαρξη αιτιώδους συνάφειας μεταξύ των πρακτικών που προσάπτονται στην Google και των πτώσεων. Διάφορες φράσεις, οι οποίες περιλαμβάνονται αντιστοίχως στο σημείο 253 του δικογράφου της προσφυγής και στο σημείο 147 του υπομνήματος απαντήσεως, αντανακλούν, για παράδειγμα, αυτή την απουσία αμφισβήτησης. Παραδείγματος χάριν, η Google υποστηρίζει ότι, «[σ]το μέτρο

που η κατάταξη των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων στα γενικά αποτελέσματα της Google και η σχετιζόμενη κίνηση αναζήτησης έπεσαν, τούτο συνιστά αντανάκλαση των προτιμήσεων των χρηστών που στρέφονται στις εμπορικές πλατφόρμες» και ότι «[ο]ι πτώσεις της κίνησης που προκλήθηκαν από την εφαρμογή [ορισμένων αλγορίθμων] [...] είναι ανεξάρτητες της προβαλλόμενης καταχρηστικής συμπεριφοράς». Περαιτέρω, όσον αφορά τη δεύτερη μελέτη που παρουσιάζεται στις αιτιολογικές σκέψεις 612 επ. της προσβαλλόμενης απόφασης, στον βαθμό που αφορά την κίνηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, η Google αμφισβητεί μόνον το κατά πόσον η μελέτη αυτή έχει σημασία για την εκτίμηση του ζητήματος αν η συμπεριφορά της επέφερε αντίθετο προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτέλεσμα, για τον λόγο ότι η μελέτη δεν λαμβάνει υπόψη εναλλακτικές πηγές πρόσβασης στις σελίδες της γενικών αποτελεσμάτων. Όπως συνάγεται από την αιτιολογική σκέψη 626 της προσβαλλόμενης απόφασης και από τα σημεία 351 και 352 του δικογράφου της προσφυγής, η Google δεν θέτει υπό αμφισβήτηση την αξιολόγηση της κίνησης αυτής καθεαυτήν.

- 390 Εξάλλου, προκειμένου να αμφισβητήσει την αιτιώδη συνάφεια μεταξύ των επίδικων πρακτικών και της πτώσης της κίνησης από τις σελίδες της γενικών αποτελεσμάτων προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, η Google διατείνεται ότι, πέραν των γενικών αποτελεσμάτων της, η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη άλλες πηγές κίνησης των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων. Εντούτοις, το ανωτέρω επιχείρημα είναι αλυσιτελές στον βαθμό που προβάλλεται προς στήριξη της αμφισβήτησης της ύπαρξης αιτιώδους συνάφειας μεταξύ της φερόμενης ως αντίθετης προς τους κανόνες του ανταγωνισμού συμπεριφοράς της Google και της πτώσης της προερχόμενης αποκλειστικώς από τις σελίδες της γενικών αποτελεσμάτων κίνησης προς τις ανταγωνιστικές υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων. Το σχετικό με τις άλλες πηγές κίνησης επιχείρημα θα αναλυθεί στο πλαίσιο της εξέτασης του τέταρτου λόγου ακυρώσεως, δεδομένου ότι επαναλαμβάνεται προς στήριξή του.
- 391 Η Google υποστηρίζει επίσης ότι η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη τη συνολική εξέλιξη στον επίμαχο τομέα και τις αλλαγές στις προτιμήσεις των χρηστών, ιδίως δε την αυξανόμενη δημοφιλία των εμπορικών πλατφορμών και για τους σκοπούς αναζητήσεων για τη σύγκριση προϊόντων. Πιο συγκεκριμένα, η Google εκθέτει κατ' ουσίαν ότι, αντιθέτως προς τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, οι πλατφόρμες βελτίωσαν την ποιότητα των υπηρεσιών τους και ότι, ως εκ τούτου, οι χρήστες τις προτίμησαν, με συνέπεια να εξασφαλίσουν καλύτερη κατάταξη σε σχέση με τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων στα γενικά αποτελέσματα. Εντούτοις, μολονότι η ανωτέρω εξήγηση είναι πιθανή, συνδέεται στενά με τη λειτουργία των αλγορίθμων κατάταξης των γενικών αποτελεσμάτων της Google, η οποία συνιστά, όπως υπενθυμίστηκε στη σκέψη 373 ανωτέρω, συστατικό στοιχείο των επίδικων πρακτικών.
- 392 Συνεπώς, δεδομένου ότι η Google δεν μπόρεσε να διακρίνει σε ποιον βαθμό οι τροποποιήσεις στην αντίστοιχη κατάταξη των εμπορικών πλατφορμών και των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων οφείλονται στη βελτίωση και μόνον της ποιότητας των υπηρεσιών των εμπορικών πλατφορμών σε σχέση με την ποιότητα των υπηρεσιών των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, ενώ όλες οι άλλες παράμετροι παρέμειναν κατά τα λοιπά σταθερές, και σε ποιον βαθμό οφείλονται στις αλλαγές οι οποίες επήλθαν στους αλγορίθμους της, ιδίως δε στην έναρξη λειτουργίας του αλγορίθμου Panda, η προαναφερθείσα εξήγηση δεν αρκεί για να τεθεί εν αμφιβόλω, έστω και εν μέρει, η αιτιώδης συνάφεια την οποία η Επιτροπή διαπίστωσε μεταξύ των επίδικων πρακτικών και της πτώσης της κίνησης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων.

- 393 Εξάλλου, επισημαίνεται ότι η Google δεν αμφισβητεί με την επιχειρηματολογία της την αιτιώδη συνάφεια μεταξύ της ορατότητας ενός ιστοτόπου στα γενικά αποτελέσματά της, όπως αυτή διαμορφώθηκε χάρη στον δείκτη ορατότητας Sistrix, και της σημασίας που έχει η κίνηση από τα ανωτέρω αποτελέσματα προς τον ίδιο ιστότοπο. Επομένως, η Google δεν αμφισβητεί ότι οι αλγόριθμοι κατάταξης των γενικών αποτελεσμάτων έχουν αντίκτυπο στην κίνηση. Αυτή όμως η σχέση αιτίου-αιτιατού συνδέεται άμεσα με μία από τις συνιστώσες επικρινόμενων πρακτικών, ήτοι τη συνήθως χαμηλή κατάταξη των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων στα γενικά αποτελέσματα, και με τα αποτελέσματα που προκύπτουν από τη συγκεκριμένη συνιστώσα, ήτοι την πτώση της κίνησης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων.
- 394 Υπό τις συνθήκες αυτές, λαμβανομένων υπόψη, αφενός, της συνολικής πτώσης της κίνησης, την οποία δεν αμφισβητεί η Google, των στοιχείων που προκύπτουν από τις δηλώσεις των εννέα ομίλων οι οποίοι έχουν την εκμετάλλευση εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, όπως επίσης και των μνημονευόμενων στην προσβαλλόμενη απόφαση περιπτώσεων μειωμένης κίνησης διαφόρων εργαλείων σύγκρισης προϊόντων λόγω της εξέλιξης του δείκτη ορατότητας Sistrix, καθώς και, αφετέρου, της μη προσκόμισης, από την Google, αποδεικτικών στοιχείων περί του αντιθέτου, η Επιτροπή απέδειξε ότι οι επικρινόμενες πρακτικές είχαν ως αποτέλεσμα την πτώση της κίνησης που αφορά τη γενική αναζήτηση προς όλα σχεδόν τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων.
- 395 Από τα προεκτεθέντα προκύπτει ότι το πρώτο σκέλος του τρίτου λόγου ακυρώσεως πρέπει να απορριφθεί.

β) Επί του δεύτερου σκέλους του τρίτου λόγου ακυρώσεως, με το οποίο προσάπτεται στην Επιτροπή ότι δεν απέδειξε ότι οι επίδικες πρακτικές προκάλεσαν την αύξηση της κίνησης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων

1) Επιχειρήματα των διαδίκων

- 396 Με το δεύτερο σκέλος του τρίτου λόγου ακυρώσεως, η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή εσφαλμένως ισχυρίζεται, στο τμήμα 7.2.3.3 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι οι επικρινόμενες πρακτικές αύξησαν την κίνηση προς τη δική της υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων.
- 397 Πρώτον, η Google υποστηρίζει ότι, εφόσον οι πρακτικές αυτές δεν προκάλεσαν την πτώση της κίνησης προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, ενδεχόμενη αύξηση της κίνησης προς τη δική της υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων δεν είναι δυνατόν να απέβη εις βάρος τους και να αποτέλεσε παράγοντα εκτοπισμού. Οι πρακτικές που έχουν αποτέλεσμα εκτοπισμού πρέπει, ως εκ της φύσης τους, να παρέχουν στην επιχείρηση που τις εφαρμόζει τη δυνατότητα να παίρνει τις πωλήσεις οι οποίες, ελλείψει των πρακτικών, θα γίνονταν από τους ανταγωνιστές. Συνεπώς, τα Product Universals και οι Shopping Units μεγάλωσαν απλώς την αγορά στο σύνολό της, χωρίς να έχουν επιπτώσεις για τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Στο υπόμνημα απαντήσεως, η Google προσθέτει ότι, αν γίνει δεκτό ότι η κίνηση προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων μειώθηκε μετά την έναρξη της λειτουργίας του αλγορίθμου Panda, όπως υποστηρίζει η Επιτροπή, δεν θα μπορούσε να διαπιστωθεί καμία μεταβολή στην εξέλιξη της κίνησης προς το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων οφειλόμενη στο ανωτέρω γεγονός, όπερ αποδεικνύει ότι ο Panda ενδεχομένως ευνόησε τις εμπορικές πλατφόρμες, αλλά όχι το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων της Google.

398 Δεύτερον, η Google, υποστηριζόμενη από τη CCIA, θεωρεί ότι η Επιτροπή υπερέβαλε ως προς τον όγκο της κίνησης που δεχόταν το εργαλείο σύγκρισης της Google. Κατά πρώτον, συνυπολόγισε στην κίνηση τα κλικ επί των διαφημίσεων των Shopping Units, ενώ τα κλικ αυτά δεν παρέπεμπαν στην εξειδικευμένη σελίδα αποτελεσμάτων Google Shopping, αλλά σε ιστοτόπους πώλησης τρίτων. Το επιχείρημα της Visual Meta ότι ο ανωτέρω μηχανισμός παροτρύνει τους οικείους πωλητές να εγγραφούν ως συνδρομητές στην Google Shopping, ευνοώντας κατ' αυτόν τον τρόπο το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων της Google, δεν περιέχεται στην προσβαλλόμενη απόφαση. Ο μόνος λόγος ο οποίος οδήγησε την Επιτροπή να καταμετρήσει τα κλικ επί των διαφημίσεων για προϊόντα είναι ο ισχυρισμός ότι ο ιστότοπος Google Shopping επωφελείται των εσόδων από τις Shopping Units. Εντούτοις, όπως υποστηρίχθηκε στο πλαίσιο του δεύτερου λόγου ακυρώσεως, ο ανωτέρω ισχυρισμός είναι ανακριβής. Επομένως, κακώς η Visual Meta ισχυρίζεται ότι τα έσοδα που αποκομίζονται από τις Shopping Units διοχετεύονται άμεσα στην Google Shopping. Εξάλλου, τούτο δεν επισημάνθηκε από την Επιτροπή στην προσβαλλόμενη απόφαση. Στις παρατηρήσεις της επί των υπομνημάτων παρεμβάσεως της Foundem και της Visual Meta, η Google προσθέτει ότι υπάρχει αντίφαση στην προσβαλλόμενη απόφαση επειδή δεν γίνεται δεκτό ότι η Google αποτελεί ενιαία οντότητα, ενώ κρίνεται ότι μία συγκεκριμένη επιμέρους υπηρεσία της, το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων, ευνοείται από τα εν λόγω κλικ, μολονότι τα κλικ συνεπάγονται, γενικότερα, πληρωμές προς την Google. Από την άποψη αυτή, η Visual Meta αποκλίνει από τις διαπιστώσεις της προσβαλλόμενης απόφασης υποστηρίζοντας ότι ούτε η εσωτερική κατανομή των εσόδων ούτε η δομή της Google έχουν σημασία. Η CCIA υποστηρίζει, στο ίδιο πνεύμα, ότι τα Product Universals και οι Shopping Units δεν αποτελούν μέρος του εργαλείου σύγκρισης προϊόντων της Google, όπως φέρεται να αναγνώρισε και η Επιτροπή στις αιτιολογικές σκέψεις 408, 412 και 423 της προσβαλλόμενης απόφασης. Η Google διευκρινίζει, για παράδειγμα στις παρατηρήσεις της επί του υπομνήματος παρεμβάσεως της Foundem, ότι οι διαφημίσεις των Shopping Units δεν προέρχονται από την εξειδικευμένη σελίδα Google Shopping. Οι τεχνολογίες, οι υποδομές και οι μορφότυποί τους διαφέρουν, όπερ φέρεται να αποδείχθηκε από την Επιτροπή κατά τη διοικητική διαδικασία, χωρίς να αμφισβητηθεί από αυτήν. Η Google διατείνεται επίσης, με τις παρατηρήσεις της επί του υπομνήματος παρεμβάσεως της VDZ, ότι οι Shopping Units, όπως και τα Product Universals, δεν μπορούν να θεωρηθούν ως εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Συγκεκριμένα, οι μονάδες αυτές δεν καθιστούν δυνατή τη σύγκριση διαφορετικών προσφορών για το ίδιο προϊόν ή υπόδειγμα, όπερ συνιστά ίδιον των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, αλλά προτείνουν πολλά προϊόντα που ενδέχεται να ανταποκρίνονται στην αναζήτηση του χρήστη. Κατά τη διοικητική διαδικασία, πολλοί από τους μετέχοντες στη διαδικασία είχαν συνταχθεί με τη συγκεκριμένη άποψη και τούτο ελήφθη υπόψη από την Επιτροπή κατά τη διατύπωση των αιτιολογικών σκέψεων 408, 412 και 423 της προσβαλλόμενης απόφασης. Κατά δεύτερον, κατά την Google, κακώς η Επιτροπή συνυπολόγισε τα κλικ επί της καρτέλας Shopping που εμφανίζεται κάτω από τη σελίδα αποτελεσμάτων. Η ύπαρξη της καρτέλας αυτής δεν περιλαμβάνεται στα στοιχεία που συνδέονται με τις πρακτικές που χαρακτηρίστηκαν ως καταχρηστικές, των οποίων ο αντίκτυπος και μόνον θα έπρεπε να εκτιμηθεί. Επιπλέον, η Επιτροπή δεν αμφισβητεί, με το υπόμνημα αντικρούσεως, ότι η ανωτέρω καρτέλα δεν εξομοιώνεται με αποτέλεσμα αναζήτησης. Λόγω των δύο αυτών σφαλμάτων, η Επιτροπή υπερεκτίμησε κατά πολλές φορές τον όγκο της κίνησης από τα Product Universals και τις Shopping Units προς το εργαλείο σύγκρισης της Google. Στην πραγματικότητα, όπως καταδεικνύει ένα διάγραμμα που καταρτίστηκε βάσει των σχετικών με τη σύνδεση δεδομένων κατά την προσδιορισθείσα περίοδο παράβασης, η Google προξένησε ρεύμα κίνησης από τις σελίδες της γενικών αποτελεσμάτων προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων το οποίο ήταν σε πολλές περιπτώσεις αντίστοιχο εκείνου που προξένησε για το δικό της εργαλείο και τρεις φορές περισσότερη κίνηση προς τις εμπορικές πλατφόρμες.

399 Τρίτον, τα κλικ επί των Product Universals και επί των Shopping Units αντανakλούν τη συνάφειά τους και τις προτιμήσεις των χρηστών. Υπ' αυτή την έννοια, η αιτιολογία της προσβαλλόμενης απόφασης δεν είναι πειστική, διότι η Επιτροπή παρατηρεί απλώς, στην αιτιολογική σκέψη 494, ότι τα κλικ επί των Product Universals και επί των Shopping Units είναι τόσο περισσότερα όσο μεγαλύτερο είναι το ποσοστό εμφάνισής τους. Παραβλέπει όμως το γεγονός ότι, όπως όλες οι μηχανές αναζήτησης, η Google εμφανίζει τις Shopping Units (και ότι στο παρελθόν εμφάνιζε τα Product Universals) βάσει της συνάφειάς τους και ότι οι χρήστες κάνουν κλικ σε αυτές λόγω της χρησιμότητάς τους, και όχι επειδή εμφανίζονται. Η ορατότητα των Product Universals και των Shopping Units και τα κλικ που προκαλούν οφείλονται στη βελτίωση της ποιότητας των αποτελεσμάτων για προϊόντα και των διαφημίσεων για προϊόντα της Google, καθώς και στις προτιμήσεις των χρηστών. Στο πλαίσιο αυτό, το πείραμα της Microsoft στη μηχανή της αναζήτησης Bing, το οποίο είναι γνωστό ως Bing AIGo Experiment και προαναφέρθηκε στις αιτιολογικές σκέψεις 460 και 461 της προσβαλλόμενης απόφασης, καταδεικνύει ότι οι χρήστες αντιδρούν με βάση τη συνάφεια των αποτελεσμάτων. Η αντιστροφή και η αντικατάσταση των λιγότερο συναφών αποτελεσμάτων από τα πλέον συναφή στις πρώτες θέσεις στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Bing καταδεικνύει ότι οι χρήστες αντιλαμβάνονται την ποιοτική υποβάθμιση την οποία συνεπάγεται η προώθηση των λιγότερο συναφών αποτελεσμάτων και ότι προσαρμόζουν αμέσως τη συμπεριφορά τους. Το αποτέλεσμα ήταν ότι η Microsoft αναγκάστηκε να διακόψει το πείραμα μετά από μία εβδομάδα. Επιπλέον, η Google υποστηρίζει ότι οι εικόνες που περιλαμβάνονται εντός των Product Universals ή των Shopping Units παρέχουν στους χρήστες τη δυνατότητα να αξιολογούν ευχερέστερα τη συνάφεια του προτεινόμενου αποτελέσματος, διότι έχουν μια απεικόνιση του προϊόντος που αναζητούν. Ως εκ τούτου, οι χρήστες κάνουν πρόθυμα κλικ επί των εξειδικευμένων αποτελεσμάτων με εικονιστικό περιεχόμενο όταν τα θεωρούν a priori χρήσιμα για την αναζήτησή τους, και αντιστρόφως. Τούτο αποδεικνύεται από τις μελέτες για την παρακολούθηση των οφθαλμικών κινήσεων των χρηστών (eye-tracking στα αγγλικά ή oculométrie στα γαλλικά) τις οποίες πραγματοποίησε η Google. Επομένως, οι εικόνες αποτελούν ποιοτικό στοιχείο των αποτελεσμάτων για προϊόντα της Google, και όχι τεχνητό στοιχείο με σκοπό την πρόκληση κλικ. Συνεπώς, το γεγονός ότι οι χρήστες κάνουν επί σειρά ετών κλικ στα Product Universals και στις Shopping Units οφείλεται στη συνάφειά τους και όχι στον τρόπο τοποθέτησης ή παρουσιάσής τους. Η Επιτροπή ουδέποτε απέδειξε το αντίθετο. Αν δε η άνοδος των εμπορικών πλατφορμών δεν επηρέασε την κίνηση προς την υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων της Google με τον ίδιο τρόπο όπως επηρέασε τις ανταγωνιστικές, τούτο οφείλεται στο ότι η Google, σε αντίθεση με αυτές, καινοτομεί όσον αφορά τα αποτελέσματά της και τις διαφημίσεις της για προϊόντα προκειμένου να μην την ξεπεράσουν η Amazon και οι λοιπές εμπορικές πλατφόρμες, και όχι, όπως η Επιτροπή αφήνει να εννοηθεί στην αιτιολογική σκέψη 517 της προσβαλλόμενης απόφασης, στον τρόπο τοποθέτησης και παρουσίασης των Product Universals και των Shopping Units.

400 Η Επιτροπή, το ΕΓΕΚ, η Foundem, η VDZ, η BDZV, η Visual Meta, η Twenga, η Kelkoo και η Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας αμφισβητούν τη βασιμότητα των επιχειρημάτων της Google.

2) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου

401 Υπενθυμίζεται καταρχάς ότι, στο τμήμα 7.2.3.3 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή αιτιολόγησε με τον ακόλουθο τρόπο τον ευνοϊκό αντίκτυπο των επίδικων πρακτικών στην κίνηση του εργαλείου σύγκρισης προϊόντων της Google.

- 402 Η Επιτροπή επισημαίνει καταρχάς, στις αιτιολογικές σκέψεις 490 και 491 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι πριν από την εφαρμογή των επίδικων πρακτικών, το εργαλείο σύγκρισης της Google δεν σημείωνε επιτυχία και ότι κάθε χρόνο έχανε περί το 20 % της κίνησης. Στην αιτιολογική σκέψη 492 της απόφασης, σημείωσε ότι, μετά την έναρξη λειτουργίας των Product Universals στις Ηνωμένες Πολιτείες τον Νοέμβριο του 2007, η κίνησή της είχε διπλασιαστεί σε διάστημα ενός μήνα. Στην αιτιολογική σκέψη 493 της απόφασης, υπογράμμισε ότι η ίδια η Google τόνισε την αποτελεσματικότητα των διαφημίσεων που περιέχονται εντός των Shopping Units για τους πωλητές. Στην αιτιολογική σκέψη 494 της απόφασης, αποτύπωσε, με τη μορφή διαγραμμάτων, τη συσχέτιση μεταξύ του ποσοστού ενεργοποίησης ή εμφάνισης (trigger rate) των Product Universals και, ακολούθως των Shopping Units, και της κίνησης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων κατά τις περιόδους στις οποίες τα είδη αυτά εξειδικευμένων αποτελεσμάτων είχαν χρησιμοποιηθεί στο Ηνωμένο Βασίλειο, στη Γερμανία, στις Κάτω Χώρες και στη Γαλλία. Για παράδειγμα, σε σχέση με το Ηνωμένο Βασίλειο, η ανωτέρω συσχέτιση απεικονίζεται στο διάγραμμα 37 όσον αφορά το διάστημα μεταξύ Ιανουαρίου 2008 και Ιανουαρίου 2013 για τα Product Universals και στο διάγραμμα 38 όσον αφορά το διάστημα μεταξύ Φεβρουαρίου 2013 και Δεκεμβρίου 2014 για τις Shopping Units. Από τα δύο αυτά διαγράμματα προκύπτει ότι χάρη στα Product Universals, η κίνηση προς το εργαλείο σύγκρισης της Google αυξήθηκε από τα περίπου 5 εκατομμύρια κλικ στα περίπου 30 εκατομμύρια κλικ μηνιαίως, εν συνεχεία δε χάρη στις Shopping Units, η κίνηση ανέβηκε από τα περίπου 30 εκατομμύρια κλικ στα 120 εκατομμύρια κλικ μηνιαίως.
- 403 Στις αιτιολογικές σκέψεις 495 και 496 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή παρουσίασε πώς εξελίχθηκε συγκριτικά η κίνηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς τα 361 ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων τα οποία κατονόμασε η Google και προς το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων της Google, από τότε που τέθηκαν σε εφαρμογή οι επίδικες πρακτικές σε κάθε χώρα μέχρι τον Δεκέμβριο του 2016 στο Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γερμανία, τη Γαλλία, την Ισπανία, την Ιταλία, τις Κάτω Χώρες, τη Δανία και την Πολωνία. Παραδείγματος χάριν, για το Ηνωμένο Βασίλειο, το διάγραμμα 45 απεικονίζει πτώση μεταξύ Ιανουαρίου 2008 και Δεκεμβρίου 2016 από τα περίπου 25 εκατομμύρια κλικ στα περίπου 5 εκατομμύρια κλικ μηνιαίως για τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και άνοδο από το μηδέν στα περίπου 350 εκατομμύρια κλικ μηνιαίως για το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων της Google. Διαπιστώνεται ότι η κίνηση προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων παρουσιάζεται ως σταθερή στην Ιταλία, στις Κάτω Χώρες, στη Δανία και στην Πολωνία, όπερ συνάδει προς τα εκτιθέμενα στο τμήμα 7.2.3.2 σχετικά με τον αντίκτυπο των επίδικων πρακτικών στην κίνηση προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, αλλά ότι τα διαγράμματα 49 έως 52 καταδεικνύουν σημαντική αύξηση της κίνησης στις τέσσερις αυτές χώρες από τις εν λόγω σελίδες προς το εργαλείο σύγκρισης της Google.
- 404 Στις αιτιολογικές σκέψεις 497 έως 501 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή παρέθεσε παρεμφερή στοιχεία για κάθε έτος από το 2011 έως το 2016, συγκρίνοντας την κίνηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς τα δειγματοληπτικώς επιλεγέντα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και προς το εργαλείο σύγκρισης της Google στο Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γερμανία, τις Κάτω Χώρες και τη Γαλλία. Πρόκειται για τις ίδιες δειγματοληπτικές επιλογές που προαναφέρθηκαν στη σκέψη 387 ανωτέρω. Ενώ, στις τέσσερις αυτές χώρες, το 2011 η κίνηση ήταν σαφώς μεγαλύτερη για τις δειγματοληπτικώς επιλεγείσες υπηρεσίες, το 2016 η κίνηση προς την υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων της Google κατέστη 14 φορές μεγαλύτερη σε σχέση με τις ως άνω υπηρεσίες στο Ηνωμένο Βασίλειο, πάνω από 2 φορές μεγαλύτερη στη Γερμανία, πάνω από 2,7 φορές μεγαλύτερη στις Κάτω Χώρες και πάνω από 4,7 φορές μεγαλύτερη στη Γαλλία.

- 405 Επιπλέον, στο τμήμα 7.3.2 της προσβαλλόμενης απόφασης, το οποίο αφορά ειδικώς την εκτίμηση της ύπαρξης αντίθετων προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελεσμάτων των επίδικων πρακτικών σε περίπτωση κατά την οποία η αγορά των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων περικλείει και τις εμπορικές πλατφόρμες, η δεύτερη μελέτη που μνημονεύθηκε στη σκέψη 388 ανωτέρω, καταδεικνύει, για καθεμία από τις δεκατρείς χώρες στις οποίες η Επιτροπή έκρινε ότι συντρέχει κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης από την Google, αύξηση του μεριδίου του εργαλείου σύγκρισης προϊόντων της Google στην κίνηση από τις σελίδες της γενικών αποτελεσμάτων σε σχέση με το μερίδιο των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων και των εμπορικών πλατφορμών. Λόγου χάρη, η μελέτη επισημαίνει ότι, στο Βέλγιο, το εργαλείο σύγκρισης της Google ανέβηκε μεταξύ του 2011 και του 2016, αναλόγως των προσαρμογών, από το 0 στο 22 % ή από το 0 στο 24 %. Στη Νορβηγία, η μελέτη κάνει λόγο για άνοδο κατά την ίδια περίοδο του εργαλείου σύγκρισης της Google από το 0 στο 32 % ή από το 0 στο 33 %, αναλόγως των προσαρμογών.
- 406 Όσον αφορά τα επιχειρήματα της Google, διαπιστώνεται ότι, δεδομένης της απόρριψης του πρώτου σκέλους του τρίτου λόγου ακυρώσεως που εξετάστηκε στο παρόν στάδιο, η παραδοχή στην οποία στηρίζεται η πρώτη δέσμη επιχειρημάτων της Google που συνοψίζονται στη σκέψη 397 ανωτέρω, δηλαδή ότι οι επικρινόμενες πρακτικές δεν προκάλεσαν την πτώση της κίνησης προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, δεν μπορεί να γίνει εκ προοιμίου δεκτή, όπως και τα επιχειρήματα που εξαρτώνται από αυτήν και προβάλλονται προκειμένου να αποδειχθεί ότι η αύξηση της κίνησης προς το εργαλείο σύγκρισης της Google δεν απέβη εις βάρος των ανταγωνιστικών εργαλείων. Εντούτοις, ακόμη και αν η Επιτροπή δεν είχε καταδείξει πτώση της κίνησης προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, η πρώτη αυτή δέσμη επιχειρημάτων θα έπρεπε να απορριφθεί, διότι εν πάση περιπτώσει δεν είναι ικανά να αποδείξουν ότι το μερίδιο της κίνησης που κέρδισε το εργαλείο σύγκρισης της Google με το να είναι πιο ορατό στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της σε σχέση με τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων δεν θα μπορούσε, ελλείψει των επίδικων πρακτικών, να έχει κερδηθεί από τους τελευταίους, με άλλα λόγια επειδή δεν είναι ικανά να αποδείξουν ότι η αύξηση αυτή δεν έγινε εις βάρος των άλλων εργαλείων, των οποίων η κίνηση, έστω και αν δεν μειωνόταν, θα μπορούσε, ελλείψει των επίδικων πρακτικών, να έχει αυξηθεί. Το προβαλλόμενο με το υπόμνημα απαντήσεως επιχείρημα ότι η εξέλιξη της κίνησης προς το εργαλείο σύγκρισης της Google δεν μεταβλήθηκε μετά την έναρξη της λειτουργίας του αλγορίθμου Panda, θα εξεταστεί κατωτέρω στις σκέψεις 414 έως 418, από κοινού με την τρίτη δέσμη επιχειρημάτων κατά την οποία η ανωτέρω εξέλιξη οφείλεται στη συνάφεια των Product Universals και των Shopping Units και όχι στις επίδικες πρακτικές, μαζί δηλαδή με τα επιχειρήματα με τα οποία αμφισβητείται η αιτιώδης συνάφεια μεταξύ των πρακτικών και της αύξησης της κίνησης.
- 407 Όσον αφορά τη δεύτερη δέσμη επιχειρημάτων της Google που συνοψίζονται στη σκέψη 398 ανωτέρω και αφορούν τον ισχυρισμό ότι η Επιτροπή υπερέβαλε ως προς τον όγκο της κίνησης που δεχόταν το εργαλείο σύγκρισης της Google, διαπιστώνεται καταρχάς ότι από τις υποσημειώσεις 603, 604 και 606 της προσβαλλόμενης απόφασης καθώς και από τις απαντήσεις της Google και της Επιτροπής στις ερωτήσεις του Γενικού Δικαστηρίου προκύπτει ότι η κίνηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων εκτιμήθηκε με βάση στοιχεία που παρασχέθηκαν και διευκρινίστηκαν από την Google. Οι διάδικοι δεν διαφωνούν ως προς την ακρίβεια των ίδιων των στοιχείων, αλλά ως προς το ποια στοιχεία έπρεπε να χρησιμοποιηθούν για τον προσδιορισμό του όγκου της κίνησης που δεχόταν το εργαλείο σύγκρισης της Google από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της. Ειδικότερα, για την περίοδο κατά την οποία χρησιμοποιούνταν η ονομασία «Google Product Search» για την εξειδικευμένη σελίδα αναζήτησης και αποτελεσμάτων, η Επιτροπή έλαβε υπόψη μόνον κλικ που παρέπεμπαν τον χρήστη στην ομώνυμη εξειδικευμένη σελίδα, καθώς και, για

ορισμένες εκτιμήσεις, τα κλικ επί εξειδικευμένης καρτέλας του καταλόγου. Ωστόσο, για την περίοδο κατά την οποία χρησιμοποιούνταν η ονομασία «Google Shopping» για την ίδια σελίδα, η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη μόνον τα κλικ που παρέπεμπαν τον χρήστη στην ομώνυμη εξειδικευμένη σελίδα, περιλαμβανομένων των κλικ στην καρτέλα Shopping που εμφανιζόταν στον κατάλογο, αλλά και τα κλικ που παρέπεμπαν τον χρήστη από τις Shopping Units απευθείας σε ιστότοπο πωλητή. Αντιθέτως, στην προσφυγή της, βασιζόμενη στον πίνακα που περιέχεται στο σημείο 269 του δικογράφου της προσφυγής, η Google παρέχει αριθμητικά στοιχεία που λαμβάνουν υπόψη μόνον εκείνα τα κλικ στα Product Universals και στις Shopping Units τα οποία παρέπεμψαν στην εξειδικευμένη σελίδα υπό την ονομασία Product Search, και ακολούθως Google Shopping.

- 408 Το Γενικό Δικαστήριο εκτιμά ότι πρέπει να απορριφθούν οι επικρίσεις της Google σχετικά με τον συνυπολογισμό των κλικ επί διαφημίσεων που εμφανίζονταν εντός των Shopping Units και, κατά περίπτωση, των κλικ επί της καρτέλας του καταλόγου που παρέπεμπε στην εξειδικευμένη σελίδα Google Product Search ή Google Shopping, όπως η καρτέλα Shopping, κατά την εκτίμηση της κίνησης του εργαλείου σύγκρισης της Google από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της.
- 409 Πράγματι, αφενός, όπως επισημάνθηκε στις σκέψεις 328 έως 339 ανωτέρω, οι αιτιολογικές σκέψεις 26 έως 35 και 414 έως 421 της προσβαλλόμενης απόφασης παρέχουν επαρκή αιτιολογία ώστε να συναχθεί ότι το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων της Google έχει λάβει διάφορες μορφές, ήτοι τη μορφή εξειδικευμένης σελίδας, της οποίας η πιο πρόσφατη ονομασία είναι Google Shopping, τη μορφή ομαδοποιημένων αποτελεσμάτων για προϊόντα, των οποίων η τελευταία εξέλιξη ήταν τα Product Universals, και τη μορφή διαφημίσεων για προϊόντα, των οποίων η τελευταία εξέλιξη ήταν οι Shopping Units.
- 410 Αφετέρου, όσον αφορά την επίκριση σχετικά με τα κλικ στην καρτέλα Shopping που περιέχεται στον κατάλογο πάνω από τη σελίδα αποτελεσμάτων, είναι μεν αληθές ότι τα κλικ προηγούνται χρονικά της χρήσης του εργαλείου σύγκρισης. Ωστόσο, είναι εξ ορισμού ενδεικτικά της χρήσης της, δεδομένου ότι καταδεικνύουν ότι ο χρήστης επιθυμεί να δει την εξειδικευμένη σελίδα του εργαλείου σύγκρισης. Στο δικόγραφο της προσφυγής, η Google διευκρινίζει εξάλλου, στο σημείο 57, ότι περίπου το 60 % των χρηστών εισέρχονται στην εξειδικευμένη αυτή σελίδα από την προαναφερθείσα καρτέλα.
- 411 Επιπλέον, όπως διευκρίνισε η Επιτροπή απαντώντας σε ερώτηση του Γενικού Δικαστηρίου χωρίς να αντικρουστεί από την Google, ουδέποτε συνυπολόγισε τα κλικ επί της εν λόγω σελίδας, όπερ θα μπορούσε να οδηγήσει σε διπλή προσμέτρηση της ίδιας αναζήτησης.
- 412 Εξάλλου, το γεγονός ότι η Επιτροπή δεν επέκρινε την ύπαρξη της καρτέλας Shopping στη γενική σελίδα αποτελεσμάτων ως μέρος των αντίθετων προς τους κανόνες του ανταγωνισμού πρακτικών δεν αποκλείει, αντιθέτως προς τα όσα υποστηρίζει η Google, το να ληφθεί υπόψη η ύπαρξή της για να εκτιμηθεί η εξέλιξη της κίνησης από τη γενική σελίδα της αποτελεσμάτων προς το εργαλείο της για τη σύγκριση προϊόντων. Ασφαλώς, η εξέλιξη αυτή δεν οφείλεται στο σύνολό της αποκλειστικώς στην επικρινόμενη συμπεριφορά της Google, το ίδιο δε ισχύει και όσον αφορά τη συνολική εξέλιξη της κίνησης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Εντούτοις, σε αμφότερες τις περιπτώσεις, υπάρχει συσχέτιση μεταξύ της συμπεριφοράς και της γενικής τάσης των εξελίξεων και, όπως υπενθυμίστηκε στη σκέψη 383 ανωτέρω όσον αφορά την κίνηση προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης και στη σκέψη 402 ανωτέρω όσον αφορά την κίνηση προς το εργαλείο σύγκρισης της Google, πολυάριθμα στοιχεία αποδεικνύουν τη σχετική αιτιώδη συνάφεια.

- 413 Εν πάση περιπτώσει, όπως υπογράμμισε η Επιτροπή με τα δικόγραφα της, η Google δεν προσδιόρισε ποια θα ήταν η εξέλιξη της κίνησης από τις σελίδες της γενικών αποτελεσμάτων προς το εργαλείο της για τη σύγκριση προϊόντων αν δεν είχαν συνυπολογιστεί τα κλικ στην καρτέλα Shopping, αλλά μόνον τα κλικ στις Shopping Units, ενώ παρέσχε στην Επιτροπή στοιχεία βάσει των οποίων μπορεί να γίνει διάκριση μεταξύ των διαφορετικών αυτών κλικ. Υπό τις συνθήκες αυτές, η Google δεν απέδειξε ότι η Επιτροπή αποτύπωσε εσφαλμένως την εξέλιξη της κίνησης η οποία οφειλόταν στις κριθείσες ως αντίθετες προς τους κανόνες του ανταγωνισμού πρακτικές. Επομένως, είναι επίσης απορριπτές οι παρεμφερείς επικρίσεις τις οποίες διατύπωσε η Google όσον αφορά τη δεύτερη μελέτη που παρατίθεται στις αιτιολογικές σκέψεις 612 επ. της προσβαλλόμενης απόφασης, καθόσον αυτή σχετίζεται με την κίνηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων.
- 414 Όσον αφορά την τρίτη δέσμη επιχειρημάτων της Google που συνοψίζονται στη σκέψη 399 ανωτέρω και προβάλλονται προς στήριξη του ισχυρισμού ότι τα κλικ στα Product Universals και στις Shopping Units αντικατόπτριζαν τη συνάφεια των αποτελεσμάτων των δύο αυτών υπηρεσιών και τις προτιμήσεις των χρηστών και όχι τον αντίκτυπο πρακτικών αντίθετων προς τους κανόνες του ανταγωνισμού, επ' ουδενί αμφισβητείται ότι οι χρήστες έκαναν κλικ στα σχετικά εξειδικευμένα αποτελέσματα και στις διαφημίσεις για προϊόντα διότι τα θεωρούσαν a priori χρήσιμα για την αναζήτησή τους για προϊόντα, ιδίως διότι περιείχαν ή λάμβαναν υπόψη ενδιαφέρουσες πληροφορίες για μια εξειδικευμένη αναζήτηση επί του θέματος.
- 415 Οι αιτιολογικές σκέψεις 372 έως 377 της προσβαλλόμενης απόφασης, τις οποίες μνημονεύει η Επιτροπή στο υπόμνημά της αντικρούσεως, συνηγορούν υπέρ της ανωτέρω άποψης, όπως προκύπτει κατ' ουσίαν από την πρώτη εξ αυτών των σκέψεων, κατά την οποία «[η] συμπερίληψη εικόνων, τιμών και πληροφοριών σχετικά με τον πωλητή στα αποτελέσματα αναζήτησης για προϊόντα αυξάνει το ποσοστό των κλικ [επί του εμφανιζόμενου υπερσυνδέσμου]». Υπογραμμίζεται δε ότι, όπως συνάγεται από τις αιτιολογικές σκέψεις 537 και 538 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή δεν επικεντρώνεται, στην ίδια την προσβαλλόμενη απόφαση, στο εγγενές επίπεδο επιδόσεων στο οποίο έφτασε το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων της Google, παρότι έκρινε ότι η Google δεν εμφάνιζε πάντοτε σε περίοπτη θέση στη γενική σελίδα της αποτελεσμάτων τα πιο συναφή αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων.
- 416 Όπως επισημάνθηκε στις σκέψεις 69, 369 και 376 ανωτέρω, εκείνο το οποίο επέκρινε η Επιτροπή είναι το γεγονός ότι στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων η Google επιφύλασσε διαφορετική μεταχείριση στο δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων και στα εργαλεία των ανταγωνιστών, λόγω της οποίας τα αποτελέσματα του πρώτου μπορούσαν να είναι πολύ εμφανή, ενώ τα αποτελέσματα των δεύτερων δεν μπορούσαν να εμφανιστούν παρά μόνο μέσω των γενικών αποτελεσμάτων και, επιπροσθέτως, κατατάσσονταν συχνά χαμηλά.
- 417 Δεν μπορεί να αμφισβητηθεί επίσης ότι οι χρήστες έκαναν κλικ στα εξειδικευμένα αποτελέσματα για προϊόντα της Google και για τον λόγο ότι τα αποτελέσματα αυτά προβιβάζονταν στο πάνω μέρος των σελίδων γενικών αποτελεσμάτων της Google, όπερ αντιστοιχεί σε μία από τις συνιστώσες των προσαπτόμενων στην Google συνδυαστικών πρακτικών. Αν δεν ήταν τόσο ορατά, τα εξειδικευμένα αποτελέσματα δεν θα λάμβαναν κλικ εξίσου συχνά, όπως σαφώς καταδεικνύουν, αφενός, τα μνημονευόμενα στην αιτιολογική σκέψη 494 της προσβαλλόμενης απόφασης παραδείγματα συσχέτισης μεταξύ του ποσοστού ενεργοποίησης ή εμφάνισης (trigger rate) των Product Universals, και ακολούθως των Shopping Units, και της κίνησης λόγω των κλικ των χρηστών από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων και, αφετέρου, τα στοιχεία στην αιτιολογική σκέψη 389 της

προσβαλλόμενης απόφασης, τα οποία στηρίζονται στην υποστηρικθείσα από την Google άποψη ότι η τοποθέτηση των Product Universals από το πάνω έως το κάτω μέρος της πρώτης σελίδας γενικών αποτελεσμάτων επηρέαζε σημαντικά τον αριθμό των κλικ επί των εξειδικευμένων αποτελεσμάτων.

- 418 Επομένως, η τρίτη δέσμη επιχειρημάτων της Google, τα οποία στηρίζονται στην ποιότητα του δικού της εργαλείου σύγκρισης προϊόντων και προβάλλονται προς αμφισβήτηση της αιτιώδους συνάφειας μεταξύ των επίδικων πρακτικών και της αύξησης της κίνησης από τις σελίδες της γενικών αποτελεσμάτων προς το συγκεκριμένο εργαλείο σύγκρισης προϊόντων, πρέπει επίσης να απορριφθεί, δεδομένου ότι η ύπαρξη συνάφειας έχει αποδειχθεί, έστω και αν η κίνηση εξελίχθηκε ανάλογα και με τις αλλαγές που επήλθαν στο εν λόγω εργαλείο σύγκρισης.
- 419 Στην επιχειρηματολογία προς αμφισβήτηση της αιτιώδους συνάφειας εντάσσεται επίσης ο προαναφερθείς στη σκέψη 397 ισχυρισμός που προέβαλε Google με το υπόμνημα απαντήσεως, υποστηρίζοντας ότι μετά την έναρξη της λειτουργίας του αλγορίθμου Panda δεν υπήρξε μεταβολή στην εξέλιξη της κίνησης προς τη δική της υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων. Εντούτοις, μολονότι τούτο είναι ακριβές, το σχετικό επιχείρημα προσκρούει επίσης στη διαπίστωση ότι οι επίδικες πρακτικές είναι συνδυασμένες πρακτικές οι οποίες δεν αφορούν μόνον τους αλγορίθμους προσαρμογής των γενικών αποτελεσμάτων, περιλαμβανομένου του Panda, αλλά και τον τρόπο παρουσίασης των εξειδικευμένων αποτελεσμάτων για προϊόντα.
- 420 Λαμβανομένων υπόψη των ανωτέρω, το δεύτερο σκέλος του τρίτου λόγου ακυρώσεως που προέβαλε η Google πρέπει να απορριφθεί. Κατόπιν τούτου, όπως επισημάνθηκε στις σκέψεις 356 και 357 ανωτέρω, πρέπει να εξεταστεί ο τέταρτος λόγος ακυρώσεως, με τον οποίο η Google υποστηρίζει ότι οι πρακτικές που της προσάπτονται δεν είχαν επιπτώσεις αντίθετες προς τους κανόνες του ανταγωνισμού στις διάφορες προσδιορισθείσες αγορές, θεωρώντας δεδομένες τις ουσιαστικές συνέπειες τις οποίες είχαν οι πρακτικές αυτές στην κίνηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς τα διάφορα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, περιλαμβανομένου του δικού της.

γ) Επί του πρώτου σκέλους του τέταρτου λόγου ακυρώσεως, με το οποίο προσάπτεται στην Επιτροπή ότι πρόέβη σε εικασίες ως προς τα αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα των επίδικων πρακτικών

1) Επιχειρήματα των διαδίκων

- 421 Με τον τέταρτο λόγο ακυρώσεως, η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι οι επίδικες πρακτικές μπορούσαν να έχουν αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα ικανά να οδηγήσουν τόσο σε αυξημένες τιμές για τους πωλητές και για τους καταναλωτές όσο και σε υποχώρηση της καινοτομίας. Ειδικότερα, στην προσβαλλόμενη απόφαση, δεν συνεκτιμήθηκε ο ρόλος των ισχυρότερων ανταγωνιστών της Google στη σύγκριση προϊόντων, δηλαδή των εμπορικών πλατφορμών, όπως είναι η Amazon, και δεν παρασχέθηκε καμία εξήγηση σχετικά με τα προβαλλόμενα αποτελέσματα επί των τιμών και επί της καινοτομίας.
- 422 Ειδικότερα, στο πλαίσιο του πρώτου σκέλους, η Google υποστηρίζει ότι η προσβαλλόμενη απόφαση στηρίζεται απλώς σε εικασία περί δυνητικών αποτελεσμάτων, χωρίς να εξετάζει την πραγματική κατάσταση και εξέλιξη των αγορών. Η CCIA προβάλλει την ίδια επίκριση, ιδίως δε όσον αφορά τις αυξημένες τιμές και την υποχώρηση της καινοτομίας στις οποίες αναφέρεται η

Επιτροπή. Η Google υπογραμμίζει ότι, στην αιτιολογική σκέψη 589 της προσβαλλόμενης απόφασης επισημαίνεται ότι η επίμαχη συμπεριφορά είναι δυνατόν να επιφέρει ή είναι πιθανόν να έχει επιφέρει αποτελέσματα αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού και, στην αιτιολογική σκέψη 593 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η ίδια συμπεριφορά ενδέχεται να εκτοπίσει τα ανταγωνιστικά της Google εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, καθώς και να οδηγήσει στις αυξημένες τιμές και στην υποχώρηση της καινοτομίας για τις οποίες έγινε λόγος ανωτέρω. Ουδόλως όμως αποδείχθηκε, κατά την άποψή της, ότι τα ενδεχόμενα αυτά έγιναν πραγματικότητα.

- 423 Κατά την Google, η αιτιολογία της προσβαλλόμενης απόφασης δεν στηρίζεται στο ότι η επίμαχη συμπεριφορά είναι φύσει αντίθετη προς τους κανόνες του ανταγωνισμού. Παραπέμποντας στην απόφαση της 11ης Σεπτεμβρίου 2014, CB κατά Επιτροπής (C-67/13 P, EU:C:2014:2204, σκέψη 58), η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή όφειλε, για τον ανωτέρω λόγο, να καταδείξει ότι η συμπεριφορά είχε συγκεκριμένα αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα. Επιπλέον, ένας δεύτερος σχετικός λόγος απορρέει από την απόφαση της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής (C-413/14 P, EU:C:2017:632, σκέψη 139), στην οποία το Δικαστήριο έκρινε ότι, ακόμη και στην περίπτωση καταρχήν καταχρηστικής συμπεριφοράς μιας επιχείρησης που κατέχει δεσπόζουσα θέση, η Επιτροπή δεν μπορούσε να αρκестεί σε στοιχεία σχετικά με το μερίδιο αγοράς την οποία αφορούσε η συμπεριφορά για να καταλήξει στο συμπέρασμα ότι η συμπεριφορά ήταν πράγματι καταχρηστική, αλλά όφειλε να λάβει υπόψη το σύνολο των περιστάσεων. Στην υπόθεση επί της οποίας εκδόθηκε η προαναφερθείσα απόφαση, ο γενικός εισαγγελέας επισήμανε ότι απαιτείται πλήρης ανάλυση των αποτελεσμάτων (προτάσεις του γενικού εισαγγελέα N. Wahl στην υπόθεση Intel Corporation κατά Επιτροπής, C-413/14 P, EU:C:2016:788, σημείο 120). Η Επιτροπή ακολούθησε την εν λόγω προσέγγιση στην υπόθεση στην οποία εξέδωσε την απόφαση της 24ης Μαρτίου 2004, σχετικά με διαδικασία βάσει του άρθρου [102 ΣΛΕΕ] και του άρθρου 54 της Συμφωνίας για τον ΕΟΧ κατά της Microsoft Corporation (υπόθεση COMP/C-3/37.792 – Microsoft) (ΕΕ 2007, L 32, σ. 23), προσέγγιση η οποία επιβεβαιώθηκε από το Γενικό Δικαστήριο στην απόφαση της 17ης Σεπτεμβρίου 2007, Microsoft κατά Επιτροπής (T-201/04, EU:T:2007:289).
- 424 Η Google ισχυρίζεται περαιτέρω ότι δεν αποδείχθηκε ότι κατείχε δεσπόζουσα θέση στις εθνικές αγορές των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων, όπερ θα σήμαινε ότι στις αγορές αυτές ο ανταγωνισμός ήταν εξασθενημένος. Τούτο συνιστά, κατά την Google, έναν τρίτο λόγο για τον οποίο επιβάλλεται να εντοπιστούν συγκεκριμένα αποτελέσματα εκτοπισμού στις αγορές αυτές.
- 425 Κατά την Google, η προσαπτόμενη συμπεριφορά συνίστατο στο ότι βελτίωσε, στο πλαίσιο ενός υγιούς ανταγωνισμού, την υπηρεσία που παρέχεται στους χρήστες από τη σελίδα γενικής αναζήτησης, εμφανίζοντας εκεί τα αποτελέσματα εξειδικευμένης αναζήτησης για προϊόντα και τις διαφημίσεις για προϊόντα. Για τον τέταρτο αυτόν λόγο, ήταν επιβεβλημένος ο εντοπισμός συγκεκριμένων αποτελεσμάτων εκτοπισμού. Σε παρεμφερείς περιπτώσεις στο παρελθόν, η Επιτροπή και το Γενικό Δικαστήριο είχαν ενεργήσει κατ' αυτόν τον τρόπο. Η Google παραπέμπει στο σημείο 114 της απόφασης της Επιτροπής της 21ης Δεκεμβρίου 1988, σχετικά με διαδικασία εφαρμογής των άρθρων [101] και [102 ΣΛΕΕ] (υπόθεση IV/30.979 και 31.394, Decca Navigator Systems) (ΕΕ 1989, L 43, σ. 27), καθώς και στις αποφάσεις της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής (C-413/14 P, EU:C:2017:632, σκέψη 140), και της 17ης Σεπτεμβρίου 2007, Microsoft κατά Επιτροπής (T-201/04, EU:T:2007:289, σκέψεις 868, 869 και 1010). Εν προκειμένω, τα επιχειρήματα της Google σχετικά με τη βελτίωση της παρεχόμενης στον καταναλωτή υπηρεσίας τεκμηριώθηκαν εκτενώς και, κατά συνέπεια, η Επιτροπή όφειλε να αποδείξει ότι τα αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα υπερίσχυαν έναντι του συμφέροντος που απέρρευε από την επελθούσα βελτίωση.

- 426 Τέλος, δεδομένου ότι η προσαπτόμενη συμπεριφορά ακολουθήθηκε επί πολλά έτη, τα αντίθετα προς τον ανταγωνισμό αποτελέσματά της θα έπρεπε να έχουν γίνει αισθητά, αν αυτή ήταν πράγματι επιβλαβής για τον ανταγωνισμό. Κατά συνέπεια, η διάρκεια της συμπεριφοράς αποτελούσε έναν πέμπτο λόγο για τον οποίο η Επιτροπή θα έπρεπε να έχει ελέγξει συγκεκριμένα αν όντως υπήρχαν τέτοια αποτελέσματα. Η Google και η CCIA υπογραμμίζουν ότι, στην απόφαση της 12ης Δεκεμβρίου 2018, Servier κ.λπ. κατά Επιτροπής (Τ-691/14, κατά της οποίας εκκρεμεί αίτηση αναιρέσεως, EU:T:2018:922, σκέψεις 1122 έως 1128), το Γενικό Δικαστήριο έκρινε ότι, στις περιπτώσεις στις οποίες η επικρινόμενη συμπεριφορά είχε ήδη τεθεί σε εφαρμογή, η Επιτροπή δεν μπορούσε, πλην της περίπτωσης περιορισμού του ανταγωνισμού ως εκ του αντικειμένου, να καταδείξει απλώς δυνητικά αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα, αλλά όφειλε να αποδείξει την ύπαρξη πραγματικών αποτελεσμάτων, άλλως η διάκριση μεταξύ περιορισμών του ανταγωνισμού ως εκ του αντικειμένου και περιορισμών του ανταγωνισμού ως εκ του αποτελέσματος θα ήταν κενή περιεχομένου. Μολονότι η ανωτέρω κρίση του Γενικού Δικαστηρίου διατυπώθηκε σε σχέση με περίπτωση σύμπραξης αντίθετης προς τους κανόνες του ανταγωνισμού, είναι εντούτοις λογικό να ισχύει και στις περιπτώσεις που φέρεται να υφίσταται κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης. Εν προκειμένω, οι πρακτικές οι οποίες προσάπτονται στην Google δεν είχαν αντικείμενο αντίθετο προς τους κανόνες του ανταγωνισμού και, επομένως, η Επιτροπή όφειλε να ακολουθήσει τέτοια προσέγγιση. Η απόδειξη της ύπαρξης πραγματικών αποτελεσμάτων θα μπορούσε, εν πάση περιπτώσει, να θεμελιώσει την πιθανότητα δυνητικών επιπτώσεων, όπως εκθέτει η ίδια η Επιτροπή στο σημείο 20 των κατευθύνσεων σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου [102 ΣΛΕΕ] σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις (ΕΕ 2009, C 45, σ. 7).
- 427 Κατά την Google, η Επιτροπή δεν απέδειξε την ύπαρξη συγκεκριμένων αποτελεσμάτων. Στο τμήμα 7.2.3 της προσβαλλόμενης απόφασης, στο οποίο παραπέμπει η Επιτροπή για να τεκμηριώσει ότι έλαβε υπόψη συγκεκριμένα στοιχεία της αγοράς, εξετάζεται μόνον η εξέλιξη της κίνησης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, αλλά όχι το σύνολο της επισκεψιμότητάς τους. Στην πραγματικότητα, από τα στοιχεία της δικογραφίας προκύπτει ότι η Google δεν μπορεί να αυξήσει τις τιμές ούτε να επιβραδύνει την καινοτομία και ότι ο ανταγωνισμός στις αγορές των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων είναι έντονος, δεδομένου ότι, όπως διαπίστωσε η Competition and Markets Authority (αρχή ανταγωνισμού και αγορών, Ηνωμένο Βασίλειο) σε μελέτη δημοσιευθείσα τον Απρίλιο του 2017 με τίτλο «Online search: Consumer and firm behaviour» (Αναζήτηση στο διαδίκτυο: συμπεριφορά των χρηστών και των επιχειρήσεων), οι χρήστες διαθέτουν συναφώς ευρύ περιθώριο επιλογών. Όσον αφορά τις τιμές, η Google απέδειξε ακριβώς ότι αυτές είχαν μειωθεί για τους πωλητές που επιθυμούσαν να εμφανίσουν τα προϊόντα τους εντός των Shopping Units.
- 428 Εξάλλου, αναφορικά με τα επιχειρήματα του ΕΓΕΚ ότι η Google έβλαψε τους καταναλωτές περιορίζοντας τις δυνατότητές τους να αποκτήσουν πρόσβαση σε ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και σε περισσότερους πωλητές, η Google υπενθυμίζει κατ' ουσίαν ότι τα κριτήριά της συνάφειας τα οποία εφαρμόζονται στα αποτελέσματα που εμφανίζονται στους χρήστες είτε στα γενικά αποτελέσματα είτε στα Product Universals είτε στις Shopping Units είναι αντικειμενικά, πρωτίστως δε λόγω της χρήσης της Universal Search. Η Επιτροπή δεν αμφισβήτησε, με την προσβαλλόμενη απόφαση, τους αλγορίθμους προσαρμογής των γενικών αποτελεσμάτων ούτε τα εν λόγω κριτήρια συνάφειας, αλλά χαρακτήρισε απλώς προβληματικό το γεγονός ότι δεν συμπεριλαμβάνονταν τα ανταγωνιστικά εργαλεία προϊόντων εντός των Product Universals ή των Shopping Units. Κατά συνέπεια, το ΕΓΕΚ προβάλλει μια θεωρία που δεν υιοθετήθηκε από την Επιτροπή στην προσβαλλόμενη απόφαση. Εξάλλου, η Google υπογραμμίζει ότι δημιούργησε κίνηση προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων

χάρη σε δισεκατομμύρια δωρεάν κλικ κατά τη δεκαετία που προηγήθηκε της έκδοσης της προσβαλλόμενης απόφασης και ότι η κίνηση από τις σελίδες τις γενικών αποτελεσμάτων προς ορισμένες από τις υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων, όπως η Which? στο Ηνωμένο Βασίλειο, η οποία είναι μέλος του ΕΓΕΚ, αυξήθηκε σημαντικά, όπως και η κίνηση προς τις εμπορικές πλατφόρμες. Η Επιτροπή δεν υποστήριξε στην προσβαλλόμενη απόφαση ότι η Google περιορίζει τις δυνατότητες των καταναλωτών να αποκτήσουν πρόσβαση σε ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης τιμών. Η Google επικαλείται μελέτες, μεταξύ των οποίων και ορισμένες που είχε αναφέρει το ΕΓΕΚ, για να δείξει ότι οι υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων χρησιμοποιούνται ευρέως από τους χρήστες. Αρνείται ότι η ίδια αποτελεί το κύριο σημείο εισόδου για την πραγματοποίηση αναζήτησης για προϊόντα στο διαδίκτυο, σημειώνοντας ότι τούτο επιβεβαιώνεται από τον φάκελο της ενώπιον της Επιτροπής διαδικασίας. Σε μία από τις προαναφερθείσες μελέτες επισημαίνεται, όσον αφορά το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γερμανία και τη Γαλλία, ότι επ' ουδενί αποτελούν την πλειονότητα οι περιπτώσεις στις οποίες η μηχανή αναζήτησης της Google χρησιμοποιείται ως σημείο εκκίνησης αναζητήσεων για προϊόντα στο διαδίκτυο, ή έστω ως ενδιάμεσος σταθμός σε κάποιο σημείο της πορείας που ακολουθείται στο πλαίσιο τέτοιων αναζητήσεων. Εξάλλου, αντιθέτως προς τα όσα ισχυρίζεται το ΕΓΕΚ, οι μικροπωλητές εμφανίζονται στις διαφημίσεις που περιέχονται στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google.

- 429 Η Επιτροπή αμφισβητεί τη βασιμότητα των επιχειρημάτων της Google, όπως και το ΕΓΕΚ, η Foundem, η VDZ, η BDZV, η Visual Meta, η Twenga, η Kelkoo καθώς και η Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας που παρενέβησαν υπέρ της Επιτροπής.
- 430 Ειδικότερα, η Twenga και η Kelkoo επισημαίνουν ότι η πτώση της κίνησης προς τα ανταγωνιστικά της Google εργαλεία σύγκρισης προϊόντων από τις σελίδες της γενικών αποτελεσμάτων συνοδεύτηκε από υποβάθμιση της ποιότητας της δικής τους κίνησης, δηλαδή από μείωση του ποσοστού κατά το οποίο οι επισκέψεις στους ιστοτόπους των πωλητών μέσω των ανταγωνιστικών εργαλείων μετατρέπονταν σε αγορές. Εξάλλου, η κίνηση από το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων της Google προς τους πωλητές αυξήθηκε. Επομένως, η Twenga και η Kelkoo ήταν λιγότερο ελκυστικές για τους πωλητές, οι οποίοι δεν είχαν, μάλιστα, συμφέρον στο να εμφανίζονται οι προσφορές τους σε περισσότερους ιστοτόπους, διότι σε αντίθετη περίπτωση ο ιστοτόπος τους πώλησης θα υποβιβάζοταν στα γενικά αποτελέσματα από τον αλγόριθμο Panda, ο οποίος κατατάσσει χαμηλότερα τους ιστοτόπους με παρόμοιο περιεχόμενο. Η Twenga αναφέρεται σχετικά σε περιπτώσεις πωλητών που της είχαν ανακοινώσει ότι σταματούν να χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες της είτε λόγω της υποβάθμισης της ποιότητας της κίνησης που προερχόταν από αυτή είτε επειδή, έχοντας επιλέξει να τροφοδοτούν το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων της Google, δεν επιθυμούσαν να εξακολουθούν να εμφανίζονται στα αποτελέσματα άλλου εργαλείου σύγκρισης προϊόντων. Η Kelkoo προσθέτει ότι η πτώση της κίνησης προς τον ιστοτόπο της από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google είχε ως συνέπεια τη μείωση της απευθείας κίνησης προς τον ιστοτόπο της, η οποία, όπως και η κίνηση από τα γενικά αποτελέσματα, συνιστά «ποιοτική κίνηση» που συνεπάγεται υψηλά ποσοστά μετατροπής. Συγκεκριμένα, η απευθείας κίνηση προκύπτει από μια πρώτη επίσκεψη κατόπιν αναζήτησης στα γενικά αποτελέσματα.
- 431 Γενικότερα, το ΕΓΕΚ εκθέτει ότι η Google, περιορίζοντας την ορατότητα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων στις σελίδες της γενικών αποτελεσμάτων και ευνοώντας τη δική της υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων και τις διαφημίσεις της που χρησιμοποιούνταν από τους μεγαλύτερους πωλητές, περιόρισε όχι μόνον τον ανταγωνισμό στην αγορά εξειδικευμένης αναζήτησης για τη σύγκριση προϊόντων, αλλά και τις δυνατότητες τόσο των καταναλωτών να έχουν πρόσβαση σε περισσότερους πωλητές όσο και των πωλητών να ανταγωνίζονται μεταξύ τους. Υπογραμμίζει ότι, στην απόφαση της 27ης Μαρτίου 2012, Post Danmark (C-209/10,

ΕΥ:C:2012:172, σκέψη 20), το Δικαστήριο υπενθύμισε ότι το άρθρο 102 ΣΛΕΕ δεν αφορά μόνον τις πρακτικές που προκαλούν άμεση ζημία στον καταναλωτή, αλλά και τις πρακτικές οι οποίες τους ζημιώνουν πλήττοντας τη λειτουργία του ανταγωνισμού.

2) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου

- 432 Τα άρθρα 101 και 102 ΣΛΕΕ επιδιώκουν τον ίδιο σκοπό, ήτοι, όπως διακηρύσσεται πλέον και στο πρωτόκολλο αριθ. 27 σχετικά με την εσωτερική αγορά και τον ανταγωνισμό, το οποίο προσαρτάται στη Συνθήκη της Λισσαβώνας (ΕΕ 2010, C 83, σ. 309), τη διασφάλιση ανόθευτου ανταγωνισμού εντός της εσωτερικής αγοράς. Υπ' αυτή την έννοια, οι αντίθετες προς τους κανόνες του ανταγωνισμού πρακτικές οι οποίες μνημονεύονται εν είδει παραδείγματος στα δύο αυτά άρθρα είναι παραπλήσιες, έστω και αν το άρθρο 101 ΣΛΕΕ αφορά τις συμπράξεις μεταξύ επιχειρήσεων και το άρθρο 102 ΣΛΕΕ τις μονομερείς πρακτικές των επιχειρήσεων που κατέχουν δεσπόζουσα θέση.
- 433 Ο σκοπός του ανόθευτου ανταγωνισμού συνεπάγεται ότι ο ανταγωνισμός πρέπει να ασκείται σε θεμιτή βάση που να μην επηρεάζεται ούτε από συμπράξεις μεταξύ επιχειρήσεων οι οποίες περιορίζουν ή εξαλείφουν τον ανταγωνισμό ούτε από μονομερείς συμπεριφορές επιχειρήσεων που κατέχουν δεσπόζουσα θέση και καταχρώνται τη δύναμή τους στην αγορά, προκειμένου επίσης να περιορίσουν ή να εξαλείψουν τον ανταγωνισμό.
- 434 Είναι αληθές ότι και ο θεμιτός ανταγωνισμός, ακόμη και επιχείρηση η οποία κατέχει ή είναι στα πρόθυρα να αποκτήσει δεσπόζουσα θέση, μπορεί να οδηγήσει σε εξαφάνιση των ανταγωνιστών λόγω του τρόπου λειτουργίας της αγοράς (πρβλ. απόφαση της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής, C-413/14 P, ΕΥ:C:2017:632, σκέψη 133 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία). Απαγορεύονται όμως οι αντίθετες προς τους κανόνες του ανταγωνισμού συμπεριφορές, ιδίως δε οι μονομερείς, οι οποίες συνιστούν εκδήλωση καταχρηστικής συμπεριφοράς μιας επιχείρησης που κατέχει δεσπόζουσα θέση και μπορούν επίσης να επιφέρουν τέτοια εξαφάνιση.
- 435 Εντούτοις, το άρθρο 102 ΣΛΕΕ δεν διακρίνει, αντιθέτως προς το άρθρο 101 ΣΛΕΕ, τις συμπεριφορές που έχουν ως αντικείμενο την παρεμπόδιση, τον περιορισμό ή τη νόθευση του ανταγωνισμού από εκείνες οι οποίες, μολονότι δεν έχουν τέτοιο αντικείμενο, έχουν παρά ταύτα τέτοιο αποτέλεσμα.
- 436 Στο πλαίσιο της εφαρμογής του άρθρου 101 ΣΛΕΕ, όσον αφορά ορισμένες συλλογικές συμπεριφορές επιχειρήσεων, η αρχή ανταγωνισμού η οποία αποδεικνύει ότι η επίμαχη συμπεριφορά έχει αντίθετο προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αντικείμενο δεν είναι υποχρεωμένη να καταδείξει τα αντίθετα προς τον ανταγωνισμό αποτελέσματα της συμπεριφοράς αυτής προκειμένου να την χαρακτηρίσει παράνομη. Επομένως, ορισμένες συμπαιγνιακές πρακτικές, όπως ο από κοινού καθορισμός τιμών στο πλαίσιο συμπράξεων, θεωρούνται τόσο επιζήμιες και, κατά συνέπεια, εκ φύσης αντίθετες προς τους κανόνες του ανταγωνισμού, ώστε να μην είναι απαραίτητο να αποδειχθούν τα συγκεκριμένα αποτελέσματά τους στις επίμαχες αγορές (πρβλ. απόφαση της 11ης Σεπτεμβρίου 2014, CB κατά Επιτροπής, C-67/13 P, ΕΥ:C:2014:2204, σκέψεις 49 έως 51).
- 437 Αντιθέτως, το άρθρο 102 ΣΛΕΕ προβλέπει ότι είναι ασυμβίβαστη με την εσωτερική αγορά και απαγορεύεται η καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης εντός της εσωτερικής αγοράς ή σημαντικού τμήματός της. Από τη νομολογία του Δικαστηρίου προκύπτει ότι η καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης την οποία απαγορεύει η ανωτέρω διάταξη αποτελεί έννοια αντικειμενική, αναφερόμενη ιδίως στις συμπεριφορές κατέχουσας δεσπόζουσα θέση επιχείρησης

οι οποίες, σε αγορά όπου ακριβώς λόγω της παρουσίας της προαναφερθείσας επιχείρησης ο ανταγωνισμός είναι ήδη εξασθενημένος, έχουν ως αποτέλεσμα να κωλύεται η διατήρηση του υφισταμένου στην αγορά ανταγωνισμού ή η ανάπτυξή του συνεπεία της χρησιμοποίησης διαφορετικών μέσων από εκείνα που διέπουν τον κανονικό ανταγωνισμό μεταξύ των προσφερόμενων από τους επιχειρηματίες προϊόντων ή υπηρεσιών (βλ. απόφαση της 14ης Οκτωβρίου 2010, Deutsche Telekom κατά Επιτροπής, C-280/08 P, EU:C:2010:603, σκέψη 174 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία). Το ίδιο ισχύει και όταν οι επίμαχες συμπεριφορές έχουν περιοριστικά για τον ανταγωνισμό αποτελέσματα σε αγορές συναφείς με εκείνη στην οποία η επιχείρηση κατέχει δεσπόζουσα θέση.

- 438 Όσον αφορά τις πρακτικές εκτοπισμού, από τα ανωτέρω συνάγεται ότι χωρεί χαρακτηρισμός μιας πρακτικής ως κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης μόνον εφόσον αποδειχθεί, τουλάχιστον δυνητικό, αντίθετο προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτέλεσμα, διευκρινιζομένου ότι, ελλείψει οποιουδήποτε αντικτύπου στην ανταγωνιστική κατάσταση των ανταγωνιστών, δεν νοείται καταχρηστική πρακτική εκτοπισμού εις βάρος τους (πρβλ. αποφάσεις της 14ης Οκτωβρίου 2010, Deutsche Telekom κατά Επιτροπής, C-280/08 P, EU:C:2010:603, σκέψεις 250 έως 254, της 17ης Φεβρουαρίου 2011, TeliaSonera Sverige, C-52/09, EU:C:2011:83, σκέψεις 61 έως 66, και της 19ης Απριλίου 2012, Tomra Systems κ.λπ. κατά Επιτροπής, C-549/10 P, EU:C:2012:221, σκέψη 68).
- 439 Στο πλαίσιο αυτό, ακόμη και όταν πρόκειται για θεωρούμενες καταρχήν ως αντίθετες προς τους κανόνες του ανταγωνισμού συμπεριφορές επιχειρήσεων με δεσπόζουσα θέση, όπως εκείνες που αποσκοπούν στην εξασφάλιση αποκλειστικής ή πολύ προνομιακής σχέσης με τον πελάτη, ενδεχομένως μέσω εκπτώσεων υπέρ πιστών πελατών (πρβλ. απόφαση της 13ης Φεβρουαρίου 1979, Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής, 85/76, EU:C:1979:36, σκέψη 89), εάν η δεσπόζουσα επιχείρηση αμφισβητεί τεκμηριωμένως ότι η συμπεριφορά της ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό, η αρμόδια αρχή ανταγωνισμού οφείλει να εξετάσει όλες τις σχετικές περιστάσεις για να διαπιστώσει τι ισχύει (πρβλ. αποφάσεις της 17ης Φεβρουαρίου 2011, TeliaSonera Sverige, C-52/09, EU:C:2011:83, σκέψη 68, της 6ης Οκτωβρίου 2015, Post Danmark, C-23/14, EU:C:2015:651, σκέψη 68, και της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής, C-413/14 P, EU:C:2017:632, σκέψεις 138 και 139).
- 440 Ειδικότερα, όταν η οικεία επιχείρηση υποστηρίζει ότι η συμπεριφορά της δεν μπορούσε να έχει, έστω και δυνητικά, αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα και στηρίζει την επιχειρηματολογία της σε στοιχεία που αφορούν την πραγματική εξέλιξη της αγοράς, εναπόκειται στην αρχή ανταγωνισμού να εξετάσει αν τα στοιχεία αυτά είναι ικανά να επηρεάσουν την εκτίμησή της σχετικά με την ύπαρξη αντίθετων προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελεσμάτων. Συγκεκριμένα, όσον αφορά πρακτικές οι οποίες πράγματι εφαρμόστηκαν και παρουσιάζουν, όπως εν προκειμένω, πολύπλοκο χαρακτήρα, τέτοια στοιχεία μπορούν να αποτελέσουν κρίσιμες περιστάσεις ικανές να επιβεβαιώσουν την ύπαρξη, ή μη, παράβασης του άρθρου 102 ΣΛΕΕ.
- 441 Από τα προεκτεθέντα συνάγεται ότι η Επιτροπή, προκειμένου να καταλήξει στη διαπίστωση ότι η Google είχε καταχραστεί τη δεσπόζουσα θέση της, οφείλει να καταδείξει τουλάχιστον δυνητικά αποτελέσματα οφειλόμενα στην επικρινόμενη συμπεριφορά περιορισμού ή εξάλειψης του ανταγωνισμού στις επίμαχες αγορές, λαμβάνοντας υπόψη όλες τις κρίσιμες περιστάσεις, ιδίως δε υπό το πρίσμα των επιχειρημάτων που προέβαλε η Google για να αμφισβητήσει το ότι η συμπεριφορά της ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό.

- 442 Απεναντίας, αντιθέτως προς τα όσα υποστηρίζουν η Google και η CCIA, η Επιτροπή δεν ήταν υποχρεωμένη να εντοπίσει πραγματικά αποτελέσματα εκτοπισμού επειδή υποστηρίζεται ότι η Google δεν κατείχε δεσπόζουσα θέση στις εθνικές αγορές των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων, ότι η συμπεριφορά της συνέβαλλε στη βελτίωση των υπηρεσιών της προς όφελος των καταναλωτών και των πωλητών στο διαδίκτυο και ότι επρόκειτο για συμπεριφορά που είχε διαρκέσει πολλά έτη. Τέτοια απαίτηση για την Επιτροπή θα αντέβαινε στην επιβεβαιωμένη από τον δικαστή της Ένωσης αρχή ότι ο χαρακτηρισμός πρακτικής ως καταχρηστικής κατά την έννοια του άρθρου 102 ΣΛΕΕ δεν μπορεί να αποκλειστεί για τον λόγο ότι η επίμαχη πρακτική δεν επέφερε εν τέλει το επιθυμητό αποτέλεσμα (πρβλ. απόφαση της 17ης Φεβρουαρίου 2011, *TeliaSonera Sverige*, C-52/09, EU:C:2011:83, σκέψεις 64 και 65, και, ειδικότερα όσον αφορά τη διάρκεια της συμπεριφοράς, απόφαση της 29ης Μαρτίου 2012, *Telefónica* και *Telefónica de España* κατά Επιτροπής, T-336/07, EU:T:2012:172, point 272).
- 443 Πολλώ δε μάλλον, η Επιτροπή δεν ήταν υποχρεωμένη να αποδείξει ότι όντως επήλθαν πιθανές συνέπειες της εξάλειψης ή του περιορισμού του ανταγωνισμού, όπως υποχώρηση της καινοτομίας ή αυξημένες τιμές οι οποίες δεν μπορούν να δικαιολογηθούν με άλλον τρόπο εκτός από την έλλειψη ανταγωνισμού. Ως προς το ζήτημα αυτό, γίνεται δεκτό ότι η εξασθένηση του ανταγωνισμού μπορεί κάλλιστα να επιφέρει τέτοιες συνέπειες, όπως εκτίθεται στα σημεία 11 και 19 των κατευθύνσεων σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 102 ΣΛΕΕ σε καταχρηστικές συμπεριφορές εκτοπισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις.
- 444 Υπογραμμίζεται ότι οι ισχυρισμοί ότι οι επίδικες πρακτικές βελτίωσαν την ποιότητα των υπηρεσιών, ιδίως δε προς όφελος του καταναλωτή, όπερ από άποψη οικονομικού συμφέροντος αντιστάθμιζε τα διαπιστωθέντα αποτελέσματα εκτοπισμού, και ότι, ως εκ τούτου, οι εν λόγω πρακτικές δεν ήταν καταχρηστικές αποτελούν επιχειρήματα τα οποία δεν εντάσσονται στο στάδιο στο οποίο εξετάζεται το κατά πόσον οι πρακτικές είχαν αποτελέσματα. Επομένως, τα ανωτέρω επιχειρήματα προβάλλονται αλυσιτελώς προς στήριξη του λόγου ακυρώσεως ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι οι επίδικες πρακτικές είχαν αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα. Στην υπό κρίση υπόθεση, τα επιχειρήματα αυτά εξετάστηκαν ήδη εν μέρει στο πλαίσιο της εξέτασης του πρώτου σκέλους του πέμπτου λόγου ακυρώσεως και θα αναλυθούν περαιτέρω μεταγενέστερα, στο πλαίσιο της εξέτασης του τρίτου σκέλους του πρώτου και του δεύτερου λόγου ακυρώσεως.
- 445 Εν προκειμένω, στην προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή ανέλυσε καταρχάς, στο τμήμα 7.2.3, τις ουσιαστικές συνέπειες των επίδικων πρακτικών στην κίνηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και προς το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων της Google. Από την εξέταση των δύο σκελών του τρίτου λόγου ακυρώσεως προκύπτει ότι ορθώς η Επιτροπή συνήγαγε από την ανάλυση αυτή, όσον αφορά τις διάφορες εθνικές αγορές των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων, αφενός, ότι οι πρακτικές είχαν επιφέρει πτώση της κίνησης για όλα σχεδόν τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και, αφετέρου, ότι οι πρακτικές είχαν προκαλέσει αύξηση της κίνησης προς το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων της Google. Όπως καθίσταται σαφές από τις σκέψεις 383, 388 και 402 έως 405 ανωτέρω, τα ουσιαστικά αυτά αποτελέσματα όσον αφορά την κίνηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google τεκμηριώθηκαν εκτενώς και μπορεί να διαπιστωθεί ότι η Επιτροπή απέδειξε συναφώς την ύπαρξη πραγματικών αποτελεσμάτων, τα οποία είναι αναλόγως της χώρας περισσότερο ή λιγότερο αισθητά, αλλά εν πάση περιπτώσει σημαντικά.

- 446 Εν συνεχεία, στο τμήμα 7.2.4 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή εκτίμησε το μερίδιο της κίνησης των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google επί της συνολικής τους κίνησης (τμήμα 7.2.4.1), πριν καταλήξει στο συμπέρασμα ότι το μερίδιο αυτό δεν μπορούσε πράγματι να αντικατασταθεί από άλλες πηγές κίνησης (τμήμα 7.2.4.2).
- 447 Όσον αφορά την πρώτη πτυχή η οποία μνημονεύεται στη σκέψη 446 ανωτέρω και εξετάστηκε στο τμήμα 7.2.4.1 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή παρουσίασε, υπό τη μορφή του πίνακα 24 της προσβαλλόμενης απόφασης, την κατανομή των πηγών κίνησης δεκατριών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων για έξι έτη από το 2011 (πλην ενός εξ αυτών, για το οποίο τα σχετικά στοιχεία αφορούν τετραετή περίοδο). Στο πλαίσιο αυτό, διέκρινε μεταξύ της κίνησης από τα γενικά αποτελέσματα της Google, από τις διαφημίσεις με κείμενο της Google, από την απευθείας αναζήτηση (δηλαδή, την αναζήτηση μέσω της οποίας ο χρήστης μεταβαίνει στον ιστότοπο της υπηρεσίας σύγκρισης προϊόντων, ενδεχομένως χρησιμοποιώντας εφαρμογή κινητής συσκευής, χωρίς να κάνει κλικ σε υπερσύνδεσμο) και της κίνησης από άλλες πηγές (όπως από τους συμβεβλημένους ιστοτόπους, τις άλλες μηχανές αναζήτησης ή τους υπερσυνδέσμους που εμφανίζονται σε newsletters). Επομένως, είναι ανακριβής ο ισχυρισμός της Google ότι η Επιτροπή δεν εξέτασε το σύνολο των πηγών επισκεψιμότητας των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων (βλ. σκέψη 365 ανωτέρω).
- 448 Από τον πίνακα 24 που περιλαμβάνεται στην προσβαλλόμενη απόφαση προκύπτει ότι τα μερίδια της προερχόμενης από τα γενικά αποτελέσματα της Google κίνησης των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων διέφεραν αρκετά και κυμαίνονταν από λίγο περισσότερο από 20 % (με εξαίρεση ένα έτος στο οποίο το ποσοστό ανήλθε σε 13 %) μέχρι παραπάνω από 80 % και ότι, για μια μικρή πλειονότητα των υπηρεσιών αυτών (συγκεκριμένα για επτά υπηρεσίες), τα μερίδια μειώνονταν με την πάροδο των ετών. Οι εν λόγω μειώσεις κυμαίνονται από το 5 % έως 50 % περίπου. Τα τέσσερα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων σε σχέση με τα οποία παρατηρείται αντιθέτως διόγκωση του μεριδίου της κίνησης από τα γενικά αποτελέσματα της Google αύξησαν το μερίδιό τους σε ποσοστό που ανέρχεται από 5 έως 65 %. Απομένουν δύο υπηρεσίες σύγκρισης των οποίων το μερίδιο παραμένει σχετικά σταθερό. Η ενδιάμεση αυτή ανάλυση παρέχει στοιχεία σχετικά με το μέγεθος της κίνησης που έχουν από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google τα ανταγωνιστικά της Google εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και καταδεικνύει ότι, για την πλειονότητα των υπηρεσιών των οποίων η κίνηση μελετήθηκε, το μερίδιο της προερχόμενης από τα γενικά αποτελέσματα της Google κίνησης μειώθηκε με την πάροδο των ετών. Δεν αρκεί, αυτή καθεαυτήν, για να συναχθούν συμπεράσματα ως προς την ύπαρξη αντίθετων προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελεσμάτων εκτοπισμού από την αγορά λόγω της συμπεριφοράς της Google, διότι πρέπει να ληφθούν συναφώς υπόψη περαιτέρω στοιχεία, αλλά, δεδομένου ότι στηρίζεται σε συγκεκριμένα στοιχεία τα οποία άλλωστε η Google δεν αμφισβητεί, μπορεί να συμβάλει στην απόδειξη της ύπαρξης τέτοιων αποτελεσμάτων.
- 449 Όσον αφορά τη δεύτερη πτυχή η οποία μνημονεύεται στη σκέψη 446 ανωτέρω και εξετάστηκε στο τμήμα 7.2.4.2 της προσβαλλόμενης απόφασης, δηλαδή τη δυσκολία των ανταγωνιστικών της Google εργαλείων σύγκρισης προϊόντων να αντικαταστήσουν την κίνηση από τα γενικά της αποτελέσματα με άλλες πηγές, η Επιτροπή προέβαλε διάφορους λόγους τους οποίους η Google αμφισβητεί στο πλαίσιο του τρίτου σκέλους του τέταρτου λόγου ακυρώσεως. Η αμφισβήτηση, η οποία αφορά συγκεκριμένες εκτιμήσεις της Επιτροπής, δεν συνδέεται με την αιτίαση η οποία προβλήθηκε στο πρώτο σκέλος του ανωτέρω λόγου ακυρώσεως, και εξετάστηκε στο στάδιο εκείνο, ότι η Επιτροπή απλώς προέβη σε μια εικασία σχετικά με τα αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα των επίδικων πρακτικών.

- 450 Τέλος, στο τμήμα 7.3 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή εξέθεσε ότι οι επίδικες πρακτικές είχαν δυνητικά αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα στις εθνικές αγορές εξειδικευμένης αναζήτησης για τη σύγκριση προϊόντων και στις εθνικές αγορές γενικής αναζήτησης.
- 451 Όσον αφορά ειδικότερα τις εθνικές αγορές εξειδικευμένης αναζήτησης για τη σύγκριση προϊόντων, στηριζόμενη στις αναλύσεις της για τις οποίες έγινε λόγος στις σκέψεις 445 και 446 ανωτέρω, η Επιτροπή έκρινε καταρχάς, στο τμήμα 7.3.1 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι οι επίδικες πρακτικές ήταν δυνατόν να οδηγήσουν τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων στο να παύσουν τις δραστηριότητές τους (αιτιολογική σκέψη 594 της προσβαλλόμενης απόφασης). Εκτίμησε επίσης ότι οι πρακτικές αυτές μπορούσαν να μειώσουν τα κίνητρά τους να καινοτομήσουν, εφόσον δεν θα μπορούσαν πλέον να αναμένουν ευλόγως επαρκή κυκλοφορία ώστε να ανταγωνιστούν το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων της Google και εφόσον, αν επιχειρούσαν να αντισταθμίσουν την προερχόμενη από τα γενικά αποτελέσματα της Google απολεσθείσα κίνηση με επί πληρωμή πηγές κίνησης, θα μείωναν το διαθέσιμο εισόδημά τους για καινοτομία (αιτιολογική σκέψη 595 της προσβαλλόμενης απόφασης). Περαιτέρω, η Επιτροπή έκρινε ότι οι επίδικες πρακτικές μπορούσαν να μειώσουν τα κίνητρα της ίδιας της Google να καινοτομήσει για τη δική της υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων λόγω του ελάχιστου ανταγωνισμού τον οποίο καλούνταν να αντιμετωπίσει (αιτιολογική σκέψη 596 της προσβαλλόμενης απόφασης). Η Επιτροπή εκτίμησε επιπροσθέτως ότι οι επίδικες πρακτικές μπορούσαν να περιορίσουν τις δυνατότητες των καταναλωτών να αποκτήσουν πρόσβαση στα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων με τα καλύτερα αποτελέσματα. Επικαλέστηκε επ' αυτού τον υποβιβασμό των αποτελεσμάτων των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων σε χαμηλή θέση στα γενικά αποτελέσματα (αιτιολογική σκέψη 598 της προσβαλλόμενης απόφασης) και το γεγονός ότι οι καταναλωτές δεν είχαν εν γένει επίγνωση του ότι στα Product Universals και στις Shopping Units εφαρμόζονταν άλλα κριτήρια επιλογής σε σχέση με εκείνα που εφαρμόζονταν στα γενικά αποτελέσματα (αιτιολογική σκέψη 599 της προσβαλλόμενης απόφασης). Επομένως, επηρεάζεται η ανταγωνιστική δομή των αγορών, δεδομένου ότι η επιτυχία του εργαλείου σύγκρισης προϊόντων της Google διασφαλίζεται με τεχνητό τρόπο μέσω της δεσπόζουσας θέσης της στις αγορές γενικής αναζήτησης και μέσω των επίδικων πρακτικών (αιτιολογική σκέψη 600 της προσβαλλόμενης απόφασης).
- 452 Εξάλλου, απαντώντας στην αιτίαση την οποία διατύπωσε η Google κατά τη διοικητική διαδικασία, ότι δεν εντοπίστηκε κανένα εργαλείο σύγκρισης προϊόντων που να έπαυσε τις δραστηριότητές του ενώ εκατοντάδες από τα 361 ανταγωνιστικά εργαλεία τα οποία κατονόμασε η Google εξακολουθούσαν να δραστηριοποιούνται, η Επιτροπή, αφού υπενθύμισε ότι δεν ήταν υποχρεωμένη να αποδείξει πραγματικά αποτελέσματα (αιτιολογική σκέψη 602 της προσβαλλόμενης απόφασης), υποστήριξε ότι, ελλείψει των επίδικων πρακτικών, ο αριθμός των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων που μετέχουν σε δυναμικό ανταγωνισμό θα μπορούσε να είναι μεγαλύτερος (αιτιολογική σκέψη 603 της προσβαλλόμενης απόφασης). Εν συνεχεία, επικαλέστηκε διάφορες καταθέσεις μαρτύρων από τις οποίες προέκυπτε ότι πολλά από τα 361 ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης είχαν παύσει τη δραστηριότητά τους ή είχαν προσανατολιστεί προς άλλες υπηρεσίες. Παραδείγματος χάριν, σύμφωνα με μία από τις καταθέσεις, το 38 % και, σύμφωνα με μια άλλη από τις καταθέσεις, το 21 % των 361 ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων είχε παύσει τη δραστηριότητά του (αιτιολογική σκέψη 604 της προσβαλλόμενης απόφασης).
- 453 Όσον αφορά και πάλι τα αποτελέσματα των επίδικων πρακτικών στις εθνικές αγορές εξειδικευμένης αναζήτησης για τη σύγκριση προϊόντων, στο τμήμα 7.3.2 της προσβαλλόμενης απόφασης, το οποίο σχετίζεται με την ανάλυση των αποτελεσμάτων για την περίπτωση που οι

εμπορικές πλατφόρμες περιλαμβάνονται στις εν λόγω αγορές, η Επιτροπή διατύπωσε κατ' ουσίαν την άποψη ότι τα αποτελέσματα τα οποία είχε προσδιορίσει αφορούσαν το τμήμα της αγοράς των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, δηλαδή το τμήμα των πλησιέστερων ανταγωνιστών του εργαλείου σύγκρισης προϊόντων της Google (αιτιολογικές σκέψεις 609 και 610 της προσβαλλόμενης απόφασης). Υπογράμμισε ότι, αντιθέτως, οι επίδικες πρακτικές δεν είχαν επιπτώσεις για τις εμπορικές πλατφόρμες (αιτιολογική σκέψη 611 της προσβαλλόμενης απόφασης). Η Επιτροπή εκπόνησε επίσης δύο μελέτες, εκ των οποίων η δεύτερη μνημονεύθηκε στις σκέψεις 388 και 405 ανωτέρω, με σκοπό να αξιολογήσει, στις δεκατρείς χώρες στις οποίες είχε κρίνει ότι υπήρχε κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης εκ μέρους της Google, κατά πρώτον, το μερίδιο των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων στις αγορές αυτές και, κατά δεύτερον, τις εξελίξεις της κίνησης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων, προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και προς τις εμπορικές πλατφόρμες. Όσον αφορά τα μερίδια της αγοράς, προκύπτει, για παράδειγμα, κατόπιν διαφόρων ενδεδειγμένων προσαρμογών, ότι στο Ηνωμένο Βασίλειο το μερίδιο της αγοράς των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων (το οποίο περιλαμβάνει εκείνο της Google και των ανταγωνιστών της) και αντιστοιχεί επομένως στο μερίδιο της αγοράς που επηρεάστηκε από τις επίδικες πρακτικές κυμαινόταν μεταξύ 2011 και 2016 σε κλίμακες από 9 έως 18 % το λιγότερο μέχρι 12 με 24 % το περισσότερο. Ειδικότερα, πάντοτε στο Ηνωμένο Βασίλειο, προκύπτει, κατόπιν των ενδεδειγμένων προσαρμογών, αύξηση του μεριδίου αγοράς του εργαλείου σύγκρισης προϊόντων της Google από 4 σε 17 % ή από 6 σε 22 %, μείωση του μεριδίου αγοράς των εμπορικών πλατφορμών από 89 σε 81 % ή, στις πιο οριακές περιπτώσεις, από 83 σε 76 % και συρρίκνωση του μεριδίου αγοράς των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων από 11 σε 2 % ή, στις πιο οριακές περιπτώσεις, από 7 σε 1 % (αιτιολογικές σκέψεις 612 έως 639 και παράρτημα 1 της προσβαλλόμενης απόφασης). Όσον αφορά τις εξελίξεις της κίνησης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων, προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και προς τις εμπορικές πλατφόρμες, προκύπτει, όπως προαναφέρθηκε στις σκέψεις 388 και 405 ανωτέρω, γενική αύξηση της κίνησης προς την υπηρεσία σύγκρισης της Google και γενική πτώση της κίνησης προς τις ανταγωνιστικές υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων. Η κίνηση προς τις εμπορικές πλατφόρμες σημείωσε μάλλον ελαφρά πτώση, μολοντί σε ορισμένες από τις δεκατρείς χώρες έχει πιο ασταθή, ή ενίοτε και ανοδική, εξέλιξη. Στην περίπτωση του Ηνωμένου Βασιλείου, μεταξύ 2011 και 2016, το μερίδιο του εργαλείου σύγκρισης προϊόντων της Google στην κίνηση από τις σελίδες της γενικών αποτελεσμάτων μεταβλήθηκε, κατόπιν των σχετικών προσαρμογών, από 11 σε 46 % ή από 16 σε 54 %, το μερίδιο των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων από 14 σε 2 % ή από 22 σε 3 % και εκείνο των εμπορικών πλατφορμών από 75 σε 52 % ή από 63 σε 43 %.

454 Ως προς τις αγορές των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων, από την ανωτέρω ανάλυση η οποία καλύπτει πολλές χρονικές περιόδους και συνοψίζεται στις σκέψεις 445 έως 453 ανωτέρω προκύπτει ότι η Επιτροπή στηρίχθηκε σε συγκεκριμένα στοιχεία σχετικά όχι μόνον με τις εξελίξεις της κίνησης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και προς εκείνο της Google, καθώς και επικουρικός προς τις εμπορικές πλατφόρμες, αλλά και με το μερίδιο που αντιπροσώπευε η κίνηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google στη συνολική κίνηση των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, προκειμένου να συναγάγει, κατόπιν τεκμηριωμένης αιτιολόγησης, την ύπαρξη δυνητικών αντίθετων προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελεσμάτων στις εθνικές αγορές των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων.

- 455 Ανεξαρτήτως του ζητήματος εάν, υπό το πρίσμα των λοιπών επιχειρημάτων που προέβαλε η Google στο πλαίσιο του τέταρτου λόγου ακυρώσεως, η ανάλυση των αποτελεσμάτων μπορεί να γίνει δεκτή ή όχι, το πρώτο σκέλος του λόγου αυτού, με το οποίο προσάπτεται στην Επιτροπή ότι διατύπωσε απλώς εικασίες, πρέπει να απορριφθεί κατά το μέρος που αφορά τις αγορές των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων.
- 456 Αντιθέτως, όσον αφορά τις εθνικές αγορές γενικής αναζήτησης, η Επιτροπή, στο τμήμα 7.3.3 της προσβαλλόμενης απόφασης, αναφέρθηκε απλώς σε αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα λόγω των επίδικων πρακτικών, επισημαίνοντας ότι η Google, επιφυλάσσοντας ευνοϊκότερη μεταχείριση στο δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων στις σελίδες της γενικών αποτελεσμάτων, διαφυλάσσει τα έσοδα που της αποφέρει η υπηρεσία εξειδικευμένης αναζήτησης από τις εν λόγω σελίδες, έσοδα τα οποία διοχετεύονται με τη σειρά τους στην παρεχόμενη υπηρεσία γενικής αναζήτησης (αιτιολογική σκέψη 642). Από τα στοιχεία της δικογραφίας προκύπτει ότι η Google ανησυχούσε για τα διαφημιστικά έσοδα τα οποία θα μπορούσαν να της στερήσουν τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων αν αναπτύσσονταν (αιτιολογική σκέψη 643).
- 457 Οι ανωτέρω αιτιολογικές σκέψεις είναι από μόνες τους υπερβολικά ασαφείς για να δικαιολογήσουν την ύπαρξη αντίθετων προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελεσμάτων, έστω και δυνητικών, στις εθνικές αγορές γενικής αναζήτησης. Δεν προσκομίστηκε καμία ανάλυση όσον αφορά το ύψος των επίμαχων εσόδων και τον αντίκτυπο που μπορούν να έχουν στη θέση της Google και των ανταγωνιστών της στις αγορές αυτές. Κατά συνέπεια, όσον αφορά τις συγκεκριμένες αγορές, ορθώς η Google υποστηρίζει ότι η ανάλυση των αποτελεσμάτων των επίδικων πρακτικών την οποία πραγματοποίησε η Επιτροπή αποτελεί απλώς εικασία και ότι, ως εκ τούτου, τα επίμαχα αποτελέσματα δεν αποδείχθηκαν.
- 458 Επομένως, το πρώτο σκέλος του τέταρτου λόγου ακυρώσεως που προέβαλε η Google πρέπει να γίνει δεκτό μόνον κατά το μέρος που αφορά τις εθνικές αγορές γενικής αναζήτησης. Συνεπώς, τα λοιπά σκέλη του λόγου αυτού θα εξεταστούν μόνον κατά το μέρος που αφορούν τις εθνικές αγορές των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων.
- 459 Στο μέτρο που, όπως υπενθυμίστηκε στη σκέψη 438 ανωτέρω, για να μπορεί να χαρακτηρίζει μια συμπεριφορά ως καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης συνδεδεμένη από πρακτική εκτοπισμού, η Επιτροπή οφείλει να αποδείξει ότι η συμπεριφορά είχε, τουλάχιστον δυνητικά, αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα στην επίμαχη αγορά ή στις επίμαχες αγορές, διαπιστώνεται ότι η προσβαλλόμενη απόφαση στερείται ερείσματος κατά το μέρος που αφορά κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης στις εθνικές αγορές γενικής αναζήτησης.

δ) Επί του δεύτερου σκέλους του τέταρτου λόγου ακυρώσεως, με το οποίο υποστηρίζεται ότι δεν ελήφθη υπόψη κατά την ανάλυση των αποτελεσμάτων ο ρόλος που διαδραματίζουν οι εμπορικές πλατφόρμες

- 460 Στο πλαίσιο του δεύτερου σκέλους του τέταρτου λόγου ακυρώσεως, η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη την ανταγωνιστική πίεση που ασκούν οι εμπορικές πλατφόρμες, μολονότι οι πλατφόρμες αυτές προωθούν τον ανταγωνισμό και την καινοτομία στις αγορές των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων.
- 461 Ειδικότερα, η Google υποστηρίζει καταρχάς ότι η Επιτροπή οριοθέτησε εσφαλμένως την αγορά των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων και περαιτέρω ότι, εν πάση περιπτώσει, η ανταγωνιστική πίεση από τις εμπορικές πλατφόρμες δεν ελήφθη υπόψη στην προσβαλλόμενη απόφαση.

1) *Επί των στοιχείων που προβάλλονται στο πλαίσιο του δεύτερου σκέλους του τέταρτου λόγου ακυρώσεως για να υποστηριχθεί ότι η οριοθέτηση της αγοράς προϊόντων είναι εσφαλμένη*

i) *Επιχειρήματα των διαδίκων*

462 Η Google και η CCIA προβάλλουν διάφορα στοιχεία προκειμένου να αποδείξουν ότι οι εμπορικές πλατφόρμες και τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων δραστηριοποιούνται στην ίδια αγορά των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων. Κατά την άποψή τους, αμφότερα παρέχουν δωρεάν στους χρήστες τις ίδιες λειτουργίες αναζήτησης προϊόντων συμπεριλαμβανομένων, μεταξύ άλλων, των ενδείξεων ως προς τις τιμές. Επομένως, υφίσταται δυνατότητα αντικατάστασης των μεν από τα δε, όπερ αρκεί προκειμένου οι δύο κατηγορίες παρόχων υπηρεσιών να περιληφθούν στην αγορά των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων, έστω και αν οι εμπορικές πλατφόρμες παρέχουν πρόσθετες υπηρεσίες. Τρεις έρευνες τις οποίες προσκόμισε η Google στην Επιτροπή κατά τη διοικητική διαδικασία, όσον αφορά τη Γερμανία, τη Γαλλία και το Ηνωμένο Βασίλειο, δείχνουν ότι, στη συντριπτική πλειονότητά τους, οι καταναλωτές εκτιμούν ότι η πλατφόρμα Amazon αποτελεί πρόσφορο υποκατάστατο των πλέον γνωστών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων. Κακώς η Επιτροπή δεν αναγνώρισε αποδεικτική ισχύ στις προαναφερθείσες έρευνες με την αιτιολογία ότι τα ερωτηθέντα πρόσωπα δεν όφειλαν να δικαιολογήσουν την απάντησή τους και ότι η ερώτηση αφορούσε μόνον την Amazon. Η μελέτη την οποία προβάλλει η Επιτροπή στην αιτιολογική σκέψη 220, σημείο 6, της προσβαλλόμενης απόφασης για να τεκμηριώσει τον τρόπο με τον οποίο όρισε την αγορά προϊόντων δεν αφορά βεβαίως τη δυνατότητα υποκατάστασης των υπηρεσιών των εμπορικών πλατφορμών με τις υπηρεσίες των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, πλην όμως επισημαίνεται εκεί ότι η Amazon και η eBay αποτελούν «κατεξοχήν παραδείγματα πλατφορμών με πολυάριθμους εμπόρους λιανικής πώλησης, των οποίων ο σχεδιασμός καθιστά δυνατή την παροχή μιας σημαντικής λειτουργίας σύγκρισης τιμών στους χρήστες». Εξάλλου, πολλές ανεξάρτητες μελέτες καταδεικνύουν ότι η πλειονότητα των χρηστών που επιθυμούν να πραγματοποιήσουν αγορά εκκινούν την αναζήτησή τους σε εμπορική πλατφόρμα και οριστικοποιούν την αγορά τους μόνον αφού συγκρίνουν προϊόντα. Απαντώντας υπομνήματα παρεμβάσεως του ΕΓΕΚ και της BDZV, η Google επικαλείται επίσης μια απόφαση της γερμανικής ομοσπονδιακής υπηρεσίας συμπράξεων και μια απόφαση του Schleswig-Holsteinisches Oberlandesgericht (ανωτέρου περιφερειακού δικαστηρίου Schleswig Holstein, Γερμανία), στις οποίες αναφέρεται κατ' ουσίαν ότι οι εμπορικές πλατφόρμες είναι εργαλεία σύγκρισης προϊόντων που επιτελούν, επιπλέον, και λειτουργίες μεσάζοντος πώλησης. Η Google δεν δέχεται επιπλέον το επιχείρημα του ΕΓΕΚ ότι οι εμπορικές πλατφόρμες είναι καταστήματα τα οποία πωλούν πολλά προϊόντα, ενώ τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων καθιστούν δυνατή τη σύγκριση των τιμών ενός και του αυτού προϊόντος που προτείνεται από διάφορα καταστήματα. Τούτο διότι, κατά την άποψή της, μια εμπορική πλατφόρμα δεν είναι κατάστημα, αλλά, όπως και τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, συγκεντρώνει τις προσφορές πολλών καταστημάτων και καθιστά δυνατή τη δωρεάν σύγκριση των τιμών ενός και του αυτού προϊόντος ή υποδείγματος. Το επιχείρημα της Επιτροπής ότι οι εμπορικές πλατφόρμες σπάνια παρέχουν πρόσβαση στους μεγαλύτερους πωλητές, όπερ σημαίνει ότι δεν μπορούν να υποκαταστήσουν τις υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων επειδή αυτές προτείνουν και τις προσφορές των μεγαλύτερων πωλητών, διαψεύδεται από τις απαντήσεις που έδωσαν οι ίδιες οι πλατφόρμες στην Επιτροπή. Ακόμη και αν το επιχείρημα ήταν αληθές, τούτο ουδόλως θα μετέβαλλε τη ζήτηση εκ μέρους των χρηστών οι οποίοι θεωρούν ότι μπορούν να επιλέξουν είτε το ένα είτε το άλλο είδος ιστοτόπου για τις αναζητήσεις τους με αντικείμενο τη σύγκριση προϊόντων. Η Επιτροπή ούτε απέδειξε το αντίθετο ούτε εξέτασε πραγματικά τη δυνατότητα υποκατάστασης από την οπτική γωνία της ζήτησης εκ μέρους των χρηστών. Τα εσωτερικά έγγραφα της Google τα οποία είχαν καταρτιστεί σε ανύποπτο χρόνο δείχνουν ότι η ίδια θεωρεί την Amazon και την eBay ως ηγέτες της αγοράς των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων και,

ειδικότερα, την Amazon ως σημείο αναφοράς και κύριο ανταγωνιστή της ο οποίος την ωθεί ακριβώς στο να καινοτομήσει. Ομοίως, πολυάριθμες καταθέσεις οι οποίες έχουν περιληφθεί στον φάκελο της διοικητικής διαδικασίας και προέρχονται από παρόχους υπηρεσιών γενικής αναζήτησης ή σύγκρισης προϊόντων και από εμπορικές πλατφόρμες επιβεβαιώνουν ότι οι τελευταίες ανταγωνίζονται τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων.

463 Αντί να λάβει υπόψη τα ανωτέρω στοιχεία, η Επιτροπή επισήμανε επιφανειακές διαφορές μεταξύ των υπηρεσιών των εμπορικών πλατφορμών και των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων, οι οποίες δεν έχουν κανέναν αντίκτυπο στην υποκαταστασιμότητά τους από πλευράς ζήτησης των χρηστών, για να καταλήξει εσφαλμένως στο συμπέρασμα ότι οι πρώτες δεν ασκούν ανταγωνιστική πίεση στις δεύτερες. Η CCIA υπογραμμίζει ότι, στο σημείο 36 της ανακοίνωσης της όσον αφορά τον ορισμό της σχετικής αγοράς για τους σκοπούς του κοινοτικού δικαίου ανταγωνισμού (ΕΕ 1997, C 372, σ. 5), η Επιτροπή τονίζει ότι η ύπαρξη διαφορετικών χαρακτηριστικών μεταξύ των υπηρεσιών δεν αποκλείει οπωσδήποτε κάθε δυνατότητα υποκατάστασης όσον αφορά τη ζήτηση, δεδομένου ότι αυτή εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τη σημασία που αποδίδουν οι πελάτες στις εν λόγω διαφορές. Επιπλέον, κατά την Google, μία από τις διαφορές που προβάλλονται με το υπόμνημα αντικρούσεως, ήτοι το ότι, σε αντίθεση προς τις εμπορικές πλατφόρμες, τα ανταγωνιστικά προς την Google εργαλεία σύγκρισης προϊόντων δεν μπορούν να εμφανίζονται εντός των Shopping Units, είναι ανακριβής. Για να εμφανιστούν εντός των Shopping Units, οι ανωτέρω υπηρεσίες πρέπει απλώς, όπως έχουν κάνει ορισμένες από αυτές, να περιλάβουν έναν διαφημιστικό υπερσύνδεσμο που να παραπέμπει απευθείας σε μια ιστοσελίδα για την πραγματοποίηση αγοράς. Η Google παραθέτει τρία παραδείγματα συναφώς. Δεδομένου ότι η αγορά προϊόντων στην οποία η επικρινόμενη συμπεριφορά υποτίθεται ότι έχει αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα ορίστηκε ως η αγορά των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων, η Επιτροπή θα έπρεπε όχι μόνο να εξετάσει ποιες εναλλακτικές δυνατότητες διαθέτουν οι χρήστες προκειμένου να πραγματοποιήσουν τέτοια σύγκριση πριν προβούν σε αγορά, όπερ θα της επέτρεπε να διαπιστώσει ότι υπήρχαν οι εμπορικές πλατφόρμες και τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, αλλά και να εξηγήσει με ποιον τρόπο η Google, η οποία υποστήριζε ότι η ανταγωνιστική απειλή προερχόταν από τις διαφημιστικές πλατφόρμες, ήταν δυνατόν να σχεδιάζει να αυξήσει σε μόνιμη βάση τις τιμές των παροχών της για εμφάνιση στις σελίδες αποτελεσμάτων της χωρίς να διατρέχει τον κίνδυνο να την εγκαταλείψουν οι διαφημιζόμενοι για τις εμπορικές πλατφόρμες. Τουναντίον οι πρόσθετες υπηρεσίες οι οποίες προσφέρονται από τις εν λόγω πλατφόρμες και χαρακτηρίστηκαν από την Επιτροπή ως παράγοντες διαφοροποίησης σε σχέση με τις υπηρεσίες που παρέχουν τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, ενισχύουν απλώς τον ανταγωνισμό τον οποίο ασκούν οι πλατφόρμες, σε σύγκριση με τον ανταγωνισμό που ασκούν τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Εξηγούν, εξάλλου, γιατί οι πρώτες κατατάχθηκαν σε καλύτερη θέση στα αποτελέσματα γενικής αναζήτησης της Google μέσω του αλγορίθμου Panda και γιατί η κίνηση προς αυτές αυξήθηκε ενώ η κίνηση προς τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων μειώθηκε. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο πολλά από τα εργαλεία σύγκρισης επιδιώκουν επίσης να προσφέρουν ανάλογες πρόσθετες υπηρεσίες, όπως την υπηρεσία που καθιστά δυνατή την απευθείας πραγματοποίηση αγοράς. Η ίδια η Google άρχισε να παρέχει τέτοια υπηρεσία, μολονότι είχε κυρίως επικεντρωθεί στη βελτίωση της ποιότητας των αποτελεσμάτων της στις αναζητήσεις των χρηστών ώστε να μπορεί να ανταγωνιστεί τις εμπορικές πλατφόρμες στην αναζήτηση προϊόντων. Εξάλλου, το γεγονός ότι οι εμπορικές πλατφόρμες και οι υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων, όπως η Amazon και η Google, δημιουργούν καθετοποιημένες σχέσεις, και δη το ότι, όπως υπογράμμισε η Επιτροπή στην αιτιολογική σκέψη 220 της προσβαλλόμενης απόφασης, οι δεύτερες παραπέμπουν στις προσφορές τις οποίες προτείνουν οι πρώτες και ότι οι πρώτες είναι οι κύριοι πελάτες των δευτέρων, ουδόλως μεταβάλλει την υποχρέωση που υπείχε η Επιτροπή να εξετάσει την υποκαταστασιμότητα των υπηρεσιών τους και τα στοιχεία που προβλήθηκαν προς απόδειξη του

ότι ανταγωνίζονταν μεταξύ τους. Σε απάντηση του επιχειρήματος που προέβαλε η Twenga με το υπόμνημά της παρεμβάσεως, ότι δηλαδή οι εμπορικές πλατφόρμες δραστηριοποιούνται σε επόμενο στάδιο σε σχέση με εκείνο στο οποίο δραστηριοποιείται η Google και εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από την κίνηση που προέρχεται από τις δικές της σελίδες γενικών αποτελεσμάτων, η Google παρατηρεί ότι η τελευταία αυτή αιτιολογία δεν περιέχεται στην προσβαλλόμενη απόφαση και αμφισβητεί τόσο το παραδεκτό όσο και την αποδεικτική ισχύ της σχετικής με τη Γαλλία μελέτης την οποία επικαλείται συναφώς η Twenga. Σύμφωνα με τα στοιχεία τα οποία προσκόμισε η Google προς στήριξη της προσφυγής, το μεγαλύτερο μέρος της κίνησης των εμπορικών πλατφορμών είναι απευθείας κίνηση, διαπίστωση που έρχεται σε αντίθεση με το ποσοστό του 46 % στο οποίο ανέρχεται, κατά την Twenga, η κίνηση που προέρχεται από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google. Με το υπόμνημα απαντήσεως, η Google διευκρινίζει ότι η κίνηση των εμπορικών πλατφορμών η οποία προέρχεται από τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων είναι ελάχιστη σε σχέση με τη συνολική τους κίνηση. Η Google υποστηρίζει εξάλλου ότι, με το υπόμνημά της αντικρούσεως, η Επιτροπή επιδιώκει να αντιστρέψει το βάρος απόδειξης, ισχυριζόμενη ότι η Google θα έπρεπε να αποδείξει ότι οι χρήστες εισέρχονται στους ιστοτόπους των εμπορικών πλατφορμών για να κάνουν συγκριτική αναζήτηση ενόψει της αγοράς προϊόντων και όχι απλώς για να πραγματοποιήσουν αγορές, ενώ εναπόκειται στην Επιτροπή να αποδείξει ότι κάτι τέτοιο δεν συμβαίνει, εφόσον εκείνη διατείνεται ότι οι πλατφόρμες αποκλείονται από τη σχετική αγορά. Τα στοιχεία του φακέλου της διοικητικής διαδικασίας δεν θα αρκούσαν για να αποδειχθεί κάτι τέτοιο. Ειδικότερα, το γεγονός ότι από μια μελέτη του 2014 προκύπτει ότι οι χρήστες θεωρούν ότι οι εμπορικές πλατφόρμες προορίζονται κυρίως για την αγορά προϊόντων ουδεμία πληροφορία παρέχει σχετικά με τον βαθμό στον οποίο χρησιμοποιούνται οι λειτουργίες τους συγκριτικής αναζήτησης. Η Google επέμεινε, ιδίως κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, στο ότι η σχετική αγορά που προσδιορίστηκε στην προσβαλλόμενη απόφαση είναι, όπως προκύπτει από την αιτιολογική σκέψη 191, μόνον εκείνη των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων που παρέχονται στους χρήστες, για τους οποίους οι εμπορικές πλατφόρμες και τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων συνιστούν εναλλακτικές επιλογές, και όχι η αγορά των υπηρεσιών που παρέχονται στους πωλητές διαδικτυακώς. Κατά τα λοιπά, είναι ανακριβές ότι οι εμπορικές πλατφόρμες δεν συνεργάζονται με μεγάλους πωλητές, ενώ τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων συνεργάζονται κατά προτεραιότητα με αυτούς. Τέλος, οι εκτιμήσεις που διατυπώνονται στις αιτιολογικές σκέψεις 224 έως 226 της προσβαλλόμενης απόφασης σχετικά με τις διαφορές από άποψη προσφοράς είναι άνευ σημασίας, δεδομένου ότι υπάρχει δυνατότητα υποκατάστασης από την πλευρά της ζήτησης των χρηστών.

464 Ως προς το ζήτημα αυτό, η Επιτροπή, υποστηριζόμενη στα διάφορα επιχειρήματά της από την πλειονότητα των παρεμβαινόντων υπέρ αυτής, υπογραμμίζει ότι, στο δικόγραφο της προσφυγής, η Google δεν αμφισβητεί σαφώς τον τρόπο με τον οποίο η Επιτροπή οριοθέτησε στην προσβαλλόμενη απόφαση τη σχετική αγορά προϊόντων, περιορίζοντάς την μόνο στα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Ως εκ τούτου, δεδομένου ότι οι εμπορικές πλατφόρμες βρίσκονται εκτός της συγκεκριμένης αγοράς, δεν θα μπορούσαν εξ ορισμού να έχουν σημαντική ισχύ στην αγορά αυτή. Με το υπόμνημα ανταπαντήσεως, η Επιτροπή υπογραμμίζει ότι τα επιχειρήματα της Google σχετικά με την ανταγωνιστική πίεση των εμπορικών πλατφορμών αφορούν την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της επικρινόμενης συμπεριφοράς, αλλά όχι τον ορισμό της σχετικής αγοράς, ο οποίος πρέπει να πραγματοποιείται σε προγενέστερο στάδιο της ανάλυσης που γίνεται από πλευράς ανταγωνισμού.

465 Εν πάση περιπτώσει, η Επιτροπή αμφισβητεί ότι τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και οι εμπορικές πλατφόρμες ανήκουν στην ίδια αγορά προϊόντων. Συνεπώς, κατά την Επιτροπή, δεν ήταν αναγκαίο να προσδιοριστεί ποιο είναι το μερίδιο αγοράς των εμπορικών πλατφορμών σε μια αγορά στην οποία δραστηριοποιούνται από κοινού με τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων.

ii) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου

466 Υπενθυμίζεται ότι, στο πλαίσιο της ανάλυσης που γίνεται από πλευράς ανταγωνισμού, ως αγορά νοείται το πεδίο συνάντησης της προσφοράς με τη ζήτηση εντός του οποίου ασκείται ή θα μπορούσε να ασκηθεί ο ανταγωνισμός. Γίνεται παραδοσιακά διάκριση μεταξύ της υλικής πτυχής της αγοράς (της αγοράς προϊόντων), η οποία καθορίζει τα ανταγωνιστικά μεταξύ τους αγαθά ή υπηρεσίες (αναλόγως του τι προσφέρουν οι οικείες επιχειρήσεις), και της εδαφικής πτυχής της αγοράς (της γεωγραφικής αγοράς), η οποία καθορίζει τον χώρο όπου ασκείται ο ανταγωνισμός ως προς συγκεκριμένους χρήστες.

467 Ειδικότερα, στην ανακοίνωση όσον αφορά τον ορισμό της σχετικής αγοράς για τους σκοπούς του κοινοτικού δικαίου ανταγωνισμού, η Επιτροπή διευκρινίζει ότι βασικός στόχος του ορισμού της αγοράς είναι ο συστηματικός εντοπισμός των περιορισμών που υφίσταται ο ανταγωνισμός στον οποίο υπόκεινται οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις, αλλά και ότι ο ορισμός της αγοράς καθιστά δυνατή την ανάλυση ορισμένων συμπεριφορών στην αγορά καθώς και αλλαγών στη δομή της προσφοράς των προϊόντων (σημεία 2 και 12 της ανακοίνωσης). Η Επιτροπή αναφέρει, πιο συγκεκριμένα, ότι η «αγορά του σχετικού προϊόντος περιλαμβάνει όλα τα προϊόντα ή και τις υπηρεσίες που είναι δυνατόν να εναλλάσσονται ή να υποκαθίστανται αμοιβαία από τον καταναλωτή, λόγω των χαρακτηριστικών, των τιμών και της χρήσης για την οποία προορίζονται». Επιπλέον, στο σημείο 20 της ανακοίνωσης, η Επιτροπή σημειώνει τα εξής:

«Η δυνατότητα υποκατάστασης από την πλευρά της προσφοράς μπορεί να λαμβάνεται επίσης υπόψη για τον καθορισμό των αγορών [εάν] τα αποτελέσματα [της δυνατότητας υποκατάστασης] είναι ανάλογα με τα αποτελέσματα της υποκατάστασης από την πλευρά της ζήτησης όσον αφορά την αποτελεσματικότητα και την αμεσότητα. Αυτό προϋποθέτει ότι οι προμηθευτές είναι σε θέση να μετατοπίζουν την παραγωγή τους στα σχετικά προϊόντα και να τα εμπορεύονται βραχυπρόθεσμα χωρίς σημαντικό πρόσθετο κόστος και χωρίς να διατρέχουν σημαντικό επιπλέον κίνδυνο [...]».

468 Όπως προεκτέθηκε στις σκέψεις 42 έως 52 ανωτέρω, η Επιτροπή προσδιόρισε στην προσβαλλόμενη απόφαση δύο διακριτές αγορές προϊόντων οι οποίες είναι επίμαχες στην υπόθεση, την αγορά γενικής αναζήτησης στο διαδίκτυο και την αγορά εξειδικευμένης αναζήτησης για τη σύγκριση προϊόντων στο διαδίκτυο. Όσον αφορά τη δεύτερη αυτή αγορά, η Επιτροπή εξαίρεσε τις εμπορικές πλατφόρμες με την αιτιολογία οι υπηρεσίες των τελευταίων δύσκολα μπορούσαν να υποκαταστήσουν τις υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων.

469 Εν προκειμένω, η Google δεν αμφισβητεί την οριοθέτηση της αγοράς προϊόντων σε σχέση με την οποία διαπιστώθηκε ότι κατέχει δεσπίζουσα θέση, ήτοι την αγορά γενικής αναζήτησης στο διαδίκτυο, όπου μετέχουν οι μηχανές γενικής αναζήτησης. Δεν αμφισβητεί ούτε την ύπαρξη αγοράς εξειδικευμένης αναζήτησης για τη σύγκριση προϊόντων, αλλά εκφράζει αντιρρήσεις ως προς το κατά πόσον αυτή περιλαμβάνει μόνον τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, και όχι τις εμπορικές πλατφόρμες οι οποίες επίσης προσφέρουν υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων.

470 Μολονότι η Google διατυπώνει την ανωτέρω αιτίαση μόνον στο πλαίσιο του τέταρτου λόγου ακυρώσεως, ο οποίος στηρίζεται κατ' ουσίαν στο ότι οι πρακτικές που της προσάπτονται δεν μπορούν να έχουν αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα, αμφισβητεί σαφώς, όπως προκύπτει από τα σημεία 313 επ. του δικογράφου της προσφυγής, τον τρόπο με τον οποίο η Επιτροπή οριοθέτησε την αγορά, αντιθέτως προς τα όσα υποστηρίζει η τελευταία με το υπόμνημα αντικρούσεως. Επομένως, είναι απορριπτέο το επιχείρημα της Επιτροπής ότι η Google δεν θέτει υπό αμφισβήτηση την οριοθέτηση της αγοράς προϊόντων εξειδικευμένης

αναζήτησης για τη σύγκριση προϊόντων. Η Google την αμφισβητεί σαφώς και, όπως συνάγεται από τις σκέψεις 462 έως 463 ανωτέρω, στηρίζεται σε πολλά επιχειρήματα συναφώς. Μικρή σημασία έχει συναφώς το γεγονός ότι η Google δεν προβάλλει αυτοτελή λόγο ακυρώσεως, αλλά αμφισβητεί την οριοθέτηση της αγοράς στο πλαίσιο μιας γενικότερης επιχειρηματολογίας που προβάλλεται στο πλαίσιο του σκέλους ενός λόγου ακυρώσεως με το οποίο προσάπτεται στην Επιτροπή ότι κακώς δεν έλαβε υπόψη την ανταγωνιστική πίεση που ασκούν οι εμπορικές πλατφόρμες. Επομένως, βάσει του άρθρου 21, πρώτο εδάφιο, του Οργανισμού του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης, το οποίο έχει εφαρμογή στη διαδικασία ενώπιον του Γενικού Δικαστηρίου, σύμφωνα με τα όσα ορίζουν το άρθρο 53, πρώτο εδάφιο, του ίδιου Οργανισμού, και το άρθρο 76, στοιχείο δ', του Κανονισμού Διαδικασίας, το δικόγραφο της προσφυγής πρέπει να περιέχει ειδικότερα το αντικείμενο της διαφοράς, τους λόγους και τα επιχειρήματα που προβάλλονται, καθώς και συνοπτική έκθεση των λόγων αυτών, κατά τρόπο αρκούντως σαφή και ακριβή ώστε να μπορεί ο μεν καθού να προετοιμάσει την άμυνά του, το δε Γενικό Δικαστήριο να αποφανθεί επί της προσφυγής, χωρίς ενδεχομένως να χρειάζεται να ζητήσει άλλα στοιχεία (βλ. απόφαση της 12ης Δεκεμβρίου 2019, Tàrias κατά Συμβουλίου, T-527/16, EU:T:2019:856, σκέψεις 64 και 65 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία). Οι ανωτέρω απαιτήσεις τηρήθηκαν. Επομένως, είναι παραδεκτό και πρέπει να εξεταστεί το επιχείρημα της Google ότι η Επιτροπή πραγματοποίησε εσφαλμένη ανάλυση κατά την οριοθέτηση της αγοράς προϊόντων των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων.

- 471 Επ' αυτού έχει κριθεί ότι, για τους σκοπούς της εφαρμογής του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, προκειμένου να θεωρηθεί ότι η επίμαχη υπηρεσία ή το επίμαχο αγαθό αποτελεί αντικείμενο μιας αρκούντως διακριτής αγοράς, πρέπει να μπορεί να εξατομικευθεί λόγω ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του που το διαφοροποιούν από άλλες υπηρεσίες ή άλλα αγαθά σε τέτοιο βαθμό ώστε να μην χωρεί μεταξύ τους αντικατάσταση και ο μεταξύ τους ανταγωνισμός να είναι ανεπαίσθητος. Σε ένα τέτοιο πλαίσιο, ο βαθμός στον οποίο τα υπό εξέταση προϊόντα μπορούν να αντικαταστήσουν τα μεν τα δε πρέπει να εκτιμάται βάσει των αντικειμενικών χαρακτηριστικών τους, αλλά και βάσει της διάρθρωσης της ζήτησης, της προσφοράς στην αγορά, καθώς και των συνθηκών ανταγωνισμού (απόφαση της 21ης Οκτωβρίου 1997, Deutsche Bahn κατά Επιτροπής, T-229/94, EU:T:1997:155, σκέψη 54).
- 472 Εν προκειμένω, το ζήτημα είναι αν, υπό το πρίσμα των προβληθέντων επιχειρημάτων, η Επιτροπή τεκμηρίωσε επαρκώς, στην προσβαλλόμενη απόφαση, ότι οι υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων τις οποίες παρέχουν τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων είχαν ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που τις διαφοροποιούν από τις υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων τις οποίες προσφέρουν οι εμπορικές πλατφόρμες ή, αντιστρόφως, αν οι μεν δύσκολα μπορούν να τις αντικαταστήσουν τις δε και ο μεταξύ τους ανταγωνισμός είναι σχεδόν ανεπαίσθητος.
- 473 Υπογραμμίζεται ότι η σχετική αγορά είναι μια αγορά δύο όψεων, υπό την έννοια ότι οι προσφέροντες εξυπηρετούν συγχρόνως δύο διακριτά αιτήματα αιτούντων διαφορετικού τύπου, και συγκεκριμένα αφενός, στο αίτημα των χρηστών που επιθυμούν να συγκρίνουν τα χαρακτηριστικά και τις τιμές των προϊόντων πριν πραγματοποιήσουν εν τέλει την αγορά τους και, αφετέρου, στο αίτημα των προσώπων που επιθυμούν να πωλήσουν τα προϊόντα τους και τροφοδοτούν τις βάσεις δεδομένων των προσφερόντων με πληροφορίες ως προς τα προϊόντα τους προκειμένου να γίνει η σχετική σύγκριση ενόψει της αγοράς των προϊόντων τους από τους χρήστες, διευκρινιζόμενου ότι η τυχόν επακόλουθη συναλλαγή μεταξύ των αγοραστών και των πωλητών θα πραγματοποιηθεί ενδεχομένως σε άλλη αγορά. Εν προκειμένω, οι προσφέροντες σε σχέση με τους οποίους πρέπει να κριθεί αν μετέχουν στην ίδια αγορά των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων ανήκουν σε δύο κατηγορίες, ήτοι στην κατηγορία των «απλών» εργαλείων σύγκρισης

προϊόντων και στην κατηγορία των εμπορικών πλατφορμών, ενώ οι αιτούντες είναι, αφενός, στη μία όψη της αγοράς δύο όψεων, χρήστες και, αφετέρου, στην άλλη όψη της αγοράς δύο όψεων, διαδικτυακοί πωλητές.

- 474 Το Γενικό Δικαστήριο διαπιστώνει ότι, αντιθέτως προς τα όσα υποστηρίζει η Google, η Επιτροπή δεν συμπεριέλαβε στην αγορά των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων μόνον την όψη που έχει ενδιαφέρον για τους χρήστες. Η αιτιολογική σκέψη 191 της προσβαλλόμενης απόφασης, στην οποία παραπέμπει συναφώς η Google, περιέχει πράγματι απλώς έναν ορισμό των υπηρεσιών αυτών από τον οποίο μπορεί να γίνει αντιληπτό ότι πρόκειται για υπηρεσίες που έχουν ενδιαφέρον τόσο για τους χρήστες όσο και για τους διαδικτυακούς πωλητές. Αντιθέτως, η οριοθέτηση του πλαισίου της λόγω αγοράς στην οποία προβαίνει η Επιτροπή με την προσβαλλόμενη απόφαση δεν εξαντλείται μόνο σε ανάλυση των χαρακτηριστικών της ζήτησης από την οπτική των χρηστών, αλλά περιλαμβάνει και ανάλυση των χαρακτηριστικών της ζήτησης από την οπτική των διαδικτυακών πωλητών.
- 475 Λόγου χάρη, στην αιτιολογική σκέψη 195 της προσβαλλόμενης απόφασης, όταν η Επιτροπή εξετάζει το κατά πόσον υφίσταται δυνατότητα υποκατάστασης των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων από τις λοιπές υπηρεσίες εξειδικευμένης αναζήτησης, αναφέρεται στις εμπορικές ομάδες οι οποίες είναι αναγκαίες για τη σύναψη συμφωνιών με τους διαδικτυακούς πωλητές προϊόντων που θα πωληθούν ή με τους παρόχους υπηρεσιών που θα παρασχεθούν εν τέλει, όπερ καταδεικνύει ότι λαμβάνει υπόψη και την όψη της αγοράς όπου οι υπό εξέταση υπηρεσίες εξειδικευμένης αναζήτησης είναι οι προσφέροντες και οι διαδικτυακοί πωλητές είναι οι αιτούντες. Ομοίως, στην αιτιολογική σκέψη 197 της απόφασης, όταν η Επιτροπή εξετάζει το αν υφίσταται δυνατότητα υποκατάστασης των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων από τις διαφημιστικές υπηρεσίες, εξηγεί ότι οι υπηρεσίες αυτές δεν είναι δυνατόν να αντικαταστήσουν οι μεν τις δε, ούτε από την οπτική των χρηστών ούτε από την οπτική των διαδικτυακών πωλητών. Όσον αφορά το ζήτημα της δυνατότητας υποκατάστασης των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων από τις εμπορικές πλατφόρμες, η Επιτροπή εξετάζει καταρχάς τη δυνατότητα υποκατάστασης από άποψη ζήτησης εκ μέρους των χρηστών (αιτιολογικές σκέψεις 218 έως 220) και, στη συνέχεια, από άποψη ζήτησης εκ μέρους των διαδικτυακών πωλητών (αιτιολογικές σκέψεις 221 έως 223). Ακολούθως, αναλύει τα χαρακτηριστικά της υπηρεσίας που παρέχουν τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και οι εμπορικές πλατφόρμες στους χρήστες (αιτιολογική σκέψη 225) και στους διαδικτυακούς πωλητές (αιτιολογική σκέψη 226). Τέλος, η Επιτροπή αντικρούει τα επιχειρήματα της Google περί δυνατότητας υποκατάστασης των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων από τις εμπορικές πλατφόρμες και τα επιχειρήματα αυτά αφορούν τόσο την όψη της αγοράς που έχει ενδιαφέρον για τους χρήστες όσο και την όψη της αγοράς που έχει ενδιαφέρον για τους διαδικτυακούς πωλητές (αιτιολογικές σκέψεις 227 έως 245).
- 476 Επομένως, η Επιτροπή εξέτασε αμφοτέρως τις όψεις της επίμαχης αγοράς, ιδίως δε για να καταλήξει στο συμπέρασμα ότι οι εμπορικές πλατφόρμες δεν μετείχαν στην ίδια αγορά υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων με τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Κατά συνέπεια, η Επιτροπή δεν περιόρισε την αγορά σε μία από τις δύο όψεις της.
- 477 Όπως όμως υπογράμμισε η BDZV στο υπόμνημά της παρεμβάσεως, το γεγονός ότι, για να ανταποκριθούν στη ζήτηση σε μία από τις όψεις μιας αγοράς δύο όψεων, οι υπηρεσίες δύο κατηγοριών προσφερόντων μπορούν να είναι σε μεγάλο βαθμό εναλλάξιμες δεν σημαίνει κατ' ανάγκην ότι τέτοια εναλλαξιμότητα υφίσταται και στην άλλη όψη της αγοράς όσον αφορά τη ζήτηση που εκδηλώνεται εκεί. Πράγματι, σε μια αγορά δύο όψεων, δεδομένου ότι η ζήτηση

δεν προέρχεται σε κάθε όψη της από τους ίδιους αιτούντες, δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι το ζήτημα της δυνατότητας υποκατάστασης μεταξύ των υπηρεσιών αντιμετωπίζεται με τον ίδιο τρόπο για αμφότερες τις όψεις.

- 478 Επομένως, πρέπει να ελεγχθεί αν, σε σχέση με τη μία ή την άλλη από τις δύο όψεις της αγοράς των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων, η Επιτροπή απέδειξε επαρκώς, υπό το πρίσμα των επικρίσεων που διατύπωσε η Google, ότι οι υπηρεσίες τις οποίες προσφέρουν τα εργαλεία σύγκρισης διέθεταν ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που τις διαφοροποιούν από τις υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων που προσφέρουν οι εμπορικές πλατφόρμες ή, αντιστρόφως, ότι οι υπηρεσίες αυτές δύσκολα μπορούν να αντικαταστήσουν η μία την άλλη και ο μεταξύ τους ανταγωνισμός είναι σχεδόν ανεπαίσθητος.
- 479 Στην προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή επισήμανε, με την αιτιολογική σκέψη 217, ότι, μολονότι τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και οι εμπορικές πλατφόρμες προσέφεραν υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων, οι χρήσεις των υπηρεσιών ήταν διαφορετικές, τόσο από την οπτική των χρηστών όσο και από την οπτική των διαδικτυακών πωλητών.
- 480 Ειδικότερα, όσον αφορά τη ζήτηση εκ μέρους των χρηστών, η Επιτροπή ανέφερε, στις αιτιολογικές σκέψεις 218 και 219 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων λειτουργούσαν ως ενδιάμεσοι μεταξύ των χρηστών και των μεμονωμένων πωλητών ή των εμπορικών πλατφορμών, καθιστώντας δυνατή τη σύγκριση διαφόρων προσφορών για προϊόντα, ότι δεν προσέφεραν τη δυνατότητα αγοράς στον δικό τους ιστότοπο, αλλά αντιθέτως παρέπεμπαν τους χρήστες στους ιστοτόπους των πωλητών, ότι δεν παρείχαν ούτε μεταγοραστική εξυπηρέτηση ούτε δυνατότητα επιστροφής προϊόντων και ότι απλώς ταξινομούσαν προσφορές για νέα προϊόντα, σε αντίθεση με τις εμπορικές πλατφόρμες οι οποίες καθιστούσαν δυνατή την πραγματοποίηση αγορών στον δικό τους ιστότοπο όσον αφορά και προϊόντα που δεν πωλούσαν οι ίδιες, συχνά δε και μεταχειρισμένα προϊόντα τα οποία πωλούσαν μη επαγγελματίες, θεωρούνταν ως πωλητές πολυάριθμων προϊόντων διαφόρων επωνυμιών, δηλαδή ως χώροι πραγματοποίησης αγορών, και προσέφεραν μεταγοραστική εξυπηρέτηση, δυνατότητα επιστροφής προϊόντων και, σε ορισμένες περιπτώσεις, ακόμη και αποζημίωση αν ανέκυπτε κάποιο πρόβλημα. Ως προς το ζήτημα αυτό, η Επιτροπή στηρίχθηκε σε πολλές δηλώσεις επιχειρήσεων που μετείχαν στη διαδικασία και διαπίστωσε επιπλέον, στην αιτιολογική σκέψη 220, σημείο 3, της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι οι περισσότεροι εκπρόσωποι εργαλείων σύγκρισης προϊόντων οι οποίοι είχαν ερωτηθεί θεωρούσαν τις εμπορικές πλατφόρμες πρωτίστως ως εταίρους και όχι ως ανταγωνιστές, όπως και το αντίστροφο. Από την αιτιολογική σκέψη 220, σημείο 5, όπως και από την αιτιολογική σκέψη 223, σημείο 1, της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι εσωτερικά έγγραφα της Google δείχνει ότι η τελευταία δεν εξομοιώνει τις δύο αυτές κατηγορίες οικονομικών παραγόντων.
- 481 Βεβαίως, όπως υποστηρίζει η Google, το γεγονός ότι οι εμπορικές πλατφόρμες επιτελούν πολύ περισσότερες λειτουργίες σε σχέση με τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και ότι είναι πελάτες των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων δεν αποδεικνύει, αυτό καθαυτό, ότι, όσον αφορά αποκλειστικώς τις υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων οι οποίες προσφέρονται στους χρήστες, οι παρεχόμενες από τις δύο κατηγορίες οικονομικών παραγόντων υπηρεσίες δύσκολα μπορούν να αντικαταστήσουν η μία την άλλη και ότι ο μεταξύ τους ανταγωνισμός είναι σχεδόν ανεπαίσθητος, δηλαδή ότι εξυπηρετούν διαφορετικούς σκοπούς.
- 482 Εντούτοις, η προσβαλλόμενη απόφαση περιέχει και άλλα στοιχεία τα οποία τεκμηριώνουν το ανωτέρω συμπέρασμα.

- 483 Από τα στοιχεία που υπενθυμίστηκαν στη σκέψη 480 ανωτέρω προκύπτει ότι οι χρήστες, από τη μία, αντιλαμβάνονται τις εμπορικές πλατφόρμες πρωτίστως ως χώρους πραγματοποίησης αγορών οι οποίοι επιτελούν όλες τις παραδοσιακές λειτουργίες της πώλησης, και κατά περίπτωση λειτουργούν και ως πράκτορες πώλησης για μη επαγγελματίες, ενώ, από την άλλη, θεωρούν ότι τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων έχουν καταρχήν πληροφοριακό χαρακτήρα.
- 484 Πιο συγκεκριμένα, η Επιτροπή επισημαίνει, στην αιτιολογική σκέψη 228 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων προτείνουν κατά κανόνα ευρύτερο φάσμα προσφορών σε σχέση με τις εμπορικές πλατφόρμες, περιλαμβάνοντας ακριβώς τις προσφορές των τελευταίων. Επομένως, έστω και αν υπάρχει σε κάποιον βαθμό αλληλεπικάλυψη ανάμεσα στις βάσεις δεδομένων των εμπορικών πλατφορμών και σε εκείνες των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων αποτελούν ένα πολύ ισχυρότερο μέσο αναζήτησης από άποψη έκτασης της αναζήτησης σε σχέση με τις υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων των εμπορικών πλατφορμών, οι οποίες περιλαμβάνουν απλώς το φάσμα των δικών τους προσφορών και των προσφορών εκείνων μόνον των πωλητών που είχαν όντως την πρόθεση να αναθέσουν σε εμπορική πλατφόρμα την εμπορία του συνόλου ή μέρους των προϊόντων τους.
- 485 Το μόνο συγκεκριμένο στοιχείο που προέβαλε η Google για να αντικρούσει την εκτίμηση που περιλαμβάνεται στην αιτιολογική σκέψη 228 της προσβαλλόμενης απόφασης, ήτοι ότι, σύμφωνα με δημόσιο έγγραφο της Amazon, το οποίο προσκομίστηκε στο υπ' αριθ. Α130 παράρτημα του δικογράφου της προσφυγής, το 2014 η ομώνυμη πλατφόρμα συγκέντρωσε σε παγκόσμιο επίπεδο περισσότερους από δύο εκατομμύρια διαδικτυακούς πωλητές που πωλούσαν πάνω από δύο δισεκατομμύρια προϊόντα, δεν αρκεί για να κλονίσει την ανωτέρω εκτίμηση. Πράγματι, το συγκεκριμένο στοιχείο αφορά μόνον έναν οικονομικό παράγοντα και τα προβαλλόμενα αριθμητικά δεδομένα συγκεντρώθηκαν σε παγκόσμια κλίμακα, όπερ δεν καθιστά δυνατή ενδεχόμενη εκτίμηση σε σχέση με τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων τα οποία δραστηριοποιούνται σε μία από τις δεκατρείς χώρες που αφορά η προσβαλλόμενη απόφαση.
- 486 Επομένως, οι χρήστες αντιλαμβάνονται με διαφορετικό τρόπο τη χρήση καθενός από τα μέσα αναζήτησης, καθώς συμβουλεύονται τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων για να αποκτήσουν πρόσβαση σε ένα φάσμα προσφορών για προϊόντα προερχόμενων από ολόκληρη την αγορά, ενώ συμβουλεύονται τις υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων μιας εμπορικής πλατφόρμας για να αποκτήσουν πρόσβαση σε ένα φάσμα προσφορών προερχόμενων αποκλειστικώς από την αντίστοιχη πλατφόρμα, με τη δυνατότητα εντούτοις να πραγματοποιήσουν απευθείας, στο πλαίσιο της παρεχόμενης επιλογής, την αγορά του προϊόντος που αναζητούν.
- 487 Επιπροσθέτως, στην αιτιολογική σκέψη 232 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή εκθέτει τη γνώμη της όσον αφορά μία μελέτη της αρχής ανταγωνισμού και αγορών του Ηνωμένου Βασιλείου την οποία προσκόμισε η Google, όπου υπογραμμιζόταν ότι η εθνική αυτή αρχή είχε επισημάνει ότι η χρήση ενός εκ των δύο μέσων αναζήτησης δεν αποκλείει τη χρήση του άλλου από τους χρήστες, δεδομένου ότι ορισμένοι χρησιμοποιούν και τα δύο κατά τη διάρκεια της ίδιας αναζήτησης για προϊόν. Ωστόσο, από το απόσπασμα της ανωτέρω μελέτης που μνημονεύεται στην προσβαλλόμενη απόφαση προκύπτει μεν ότι μία αναζήτηση για προϊόντα μπορεί να ξεκινήσει με οποιοδήποτε από αυτά τα μέσα και να βελτιωθεί ή να συμπληρωθεί με το άλλο, πλην όμως στο ίδιο απόσπασμα αναφέρεται επίσης ότι η επίσκεψη σε εμπορική πλατφόρμα αποσκοπεί στη διαμόρφωση άποψης σχετικά με την ποιότητα ενός προϊόντος, ενώ η επίσκεψη εργαλείο σύγκρισης προϊόντων αποβλέπει στην ανεύρεση της καλύτερης τιμής για ένα προϊόν στην αγορά, όπερ επιβεβαιώνει τον διαφορετικό σκοπό τον οποίο επιτελεί, από την οπτική των

χρηστών, καθένα από τα δύο μέσα. Επομένως, η Google δεν μπορεί βασίμως να επικαλεστεί την προαναφερθείσα μελέτη για να αποδείξει ότι οι εμπορικές πλατφόρμες και τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων συνιστούν εναλλακτικές επιλογές για τους χρήστες.

- 488 Τέλος, πρέπει να ληφθούν υπόψη τα όσα εκτίθενται στην αιτιολογική σκέψη 220, σημείο 3, της προσβαλλόμενης απόφασης και αναλύονται στην αιτιολογική σκέψη 235 της απόφασης αυτής σε απάντηση των επιχειρημάτων της Google, ήτοι ότι, στην πλειονότητά τους, οι εκπρόσωποι των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων και των εμπορικών πλατφορμών στους οποίους η Επιτροπή απηύθυνε ερωτήσεις κατά τη διοικητική διαδικασία δεν θεωρούν ότι τελούν σε σχέση άμεσου ανταγωνισμού, έστω και αν η Google επικαλέστηκε διαφορετικές απαντήσεις οι οποίες συνηγορούν υπέρ της δυνατότητας υποκατάστασης μεταξύ των αντίστοιχων υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων και έστω και αν ορισμένες από τις απαντήσεις που δόθηκαν δεν ήταν απόλυτες.
- 489 Η σχέση μεταξύ των εμπορικών πλατφορμών και των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων δεν είναι απλώς σχέση πελάτη-προμηθευτή με σκοπό την παροχή προϊόντος ή υπηρεσίας, όπερ δεν θα απέκλειε τον ανταγωνισμό σε επόμενο στάδιο, αλλά είναι τέτοια ώστε τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων καταλήγουν να γνωστοποιούν στο σύνολο των χρηστών, συνήθως υπό διαφημιστική μορφή, τις προσφορές των εμπορικών πλατφορμών. Τέτοια κατάσταση θα ήταν όμως μάλλον αδιανόητη αν οι δύο κατηγορίες οικονομικών παραγόντων ήταν άμεσοι ανταγωνιστές.
- 490 Η διαπίστωση, βάσει των ανωτέρω στοιχείων, ότι από την οπτική των χρηστών τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και οι εμπορικές πλατφόρμες εξυπηρετούν διαφορετικούς σκοπούς και, επομένως, δραστηριοποιούνται σε διαφορετικές αγορές δεν τίθεται εν αμφιβόλω από τη θέση της Google, με την οποία αμφισβητείται παρεμπιπτόντως η ανάλυση που περιέχεται στις αιτιολογικές σκέψεις 221 και 222 της προσβαλλόμενης απόφασης, σχετικά με τα χαρακτηριστικά της ζήτησης από πλευράς διαδικτυακών πωλητών, ακόμη και αν η εν λόγω θέση γινόταν δεκτή. Στις αιτιολογικές αυτές σκέψεις, η Επιτροπή παραθέτει στοιχεία από τα οποία μπορεί να συναχθεί ότι οι πωλητές που εμφανίζονται στα αποτελέσματα των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων είναι μάλλον μεγάλοι πωλητές, ενώ εκείνοι που εμφανίζονται στα αποτελέσματα της υπηρεσίας σύγκρισης προϊόντων των εμπορικών πλατφορμών είναι μάλλον μικροί και μεσαίοι πωλητές. Πάντως, ακόμη και αν, όπως υποστηρίζει η Google, οι εμπορικές πλατφόρμες και τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων πρότειναν εν γένει προσφορές προερχόμενες από τις ίδιες κατηγορίες πωλητών, τούτο δεν θα μετέβαλλε το γεγονός ότι, όπως προκύπτει από τις σκέψεις 486 και 487 ανωτέρω, οι χρήστες χρησιμοποιούν τις αντίστοιχες υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων για διαφορετικούς σκοπούς.
- 491 Συνεπώς, δεν μπορεί να γίνει δεκτό βάσει των επιχειρημάτων που προέβαλε η Google ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε σφάλμα εκτιμήσεως κρίνοντας ότι, για τους χρήστες, οι υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων τις οποίες προσφέρουν, από τη μία, τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και, από την άλλη, οι εμπορικές πλατφόρμες είναι σε περιορισμένο βαθμό εναλλάξιμες και ο μεταξύ τους ανταγωνισμός σχεδόν ανεπαίσθητος, δηλαδή ότι οι δύο κατηγορίες οικονομικών παραγόντων του διαδικτύου δεν μετείχαν συναφώς στην ίδια αγορά προϊόντων.
- 492 Όσον αφορά την όψη της αγοράς που έχει ενδιαφέρον για τους διαδικτυακούς πωλητές, στις αιτιολογικές σκέψεις 221 και 222 της προσβαλλόμενης απόφασης η Επιτροπή εξήγησε, όπως προεκτέθηκε στη σκέψη 490 ανωτέρω, ότι τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων έτειναν να εμφανίζουν τις προσφορές μεγάλων διαδικτυακών πωλητών οι οποίοι επιθυμούσαν να διατηρήσουν τον έλεγχο επί της διάθεσης των προϊόντων τους στο εμπόριο, ενώ οι εμπορικές πλατφόρμες είχαν μάλλον την τάση να εμφανίζουν τις προσφορές μικρών και μεσαίων πωλητών,

ενδεχομένως μη επαγγελματιών, οι οποίοι δεν επιθυμούσαν ή δεν μπορούσαν να αναλάβουν οι ίδιοι τη λειτουργία της πώλησης στο διαδίκτυο. Τούτο δείχνει κατ' ουσίαν ότι τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και οι εμπορικές πλατφόρμες έχουν πολύ διαφορετική πελατεία και, επομένως, δραστηριοποιούνται σε διαφορετικές αγορές από άποψη διαδικτυακών πωλητών. Η Επιτροπή τεκμηριώνει το ανωτέρω συμπέρασμα με βάση τις απαντήσεις που έδωσαν εκπρόσωποι των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων και των εμπορικών πλατφορμών στις ερωτήσεις της, όπως αυτές συνοψίζονται στην αιτιολογική σκέψη 223, σημεία 2 έως 6, της προσβαλλόμενης απόφασης.

- 493 Επιβάλλεται η διαπίστωση ότι, στην προσφυγή της, η Google δεν αμφισβητεί, όπως εξάλλου επιβεβαίωσε κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, την ανάλυση της Επιτροπής σχετικά με την όψη της αγοράς που έχει ενδιαφέρον για τους διαδικτυακούς πωλητές, δεδομένου ότι υποστηρίζει, καίτοι εσφαλμένως, όπως εκτέθηκε στις σκέψεις 463 και 474 ανωτέρω, ότι η Επιτροπή δεν ασχολήθηκε με τη συγκεκριμένη όψη της αγοράς. Επ' αυτού έχει σημασία το γεγονός ότι η Google δεν επαναλαμβάνει το επιχείρημα που είχε προβάλει κατά τη διοικητική διαδικασία, δηλαδή ότι η Επιτροπή, για να βεβαιωθεί ως προς το ποια είναι η έκταση της αγοράς, όφειλε να προχωρήσει σε δοκιμή με βάση υπόθεση αύξησης των τιμών (small significant and non transitory increase in price ή SSNIP) σε σχέση με τους διαδικτυακούς πωλητές. Το μοναδικό στοιχείο το οποίο προβάλλει η Google για να αμφισβητήσει ότι τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και οι εμπορικές πλατφόρμες παρέχουν τις υπηρεσίες τους σε διαφορετικές κατηγορίες πωλητών, ήτοι το υπ' αριθ. A129 παράρτημα της προσφυγής, το οποίο περιλαμβάνει δηλώσεις εκπροσώπων εμπορικών πλατφορμών όπου επισημαίνεται ότι οι εν λόγω πλατφόρμες εμφανίζουν το σύνολο των διαδικτυακών πωλητών, περιλαμβανομένων των μεγάλων πωλητών, αφορά, όπως προαναφέρθηκε, τη συζήτηση σχετικά με τη δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ των υπηρεσιών από την οπτική των χρηστών. Επιπλέον, ακόμη και αν υποθεθεί ότι οι δηλώσεις των εκπροσώπων των εμπορικών πλατφορμών είναι πράγματι σε μεγάλο βαθμό ακριβείς, δεν σημαίνουν κατ' ανάγκη ότι οι διαδικτυακοί πωλητές θεωρούν τις υπηρεσίες των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων και των εμπορικών πλατφορμών εναλλάξιμες. Ειδικότερα, η Επιτροπή υπογράμμισε στην προσβαλλόμενη απόφαση ότι, αναλόγως του διαύλου του οποίου γινόταν χρήση, τα μοντέλα πώλησης διέφεραν αισθητά όσον αφορά την εμπορική αυτονομία του διαδικτυακού πωλητή, όπερ σημαίνει ότι, εκτός αν προσκομιστούν αποδεικτικά στοιχεία περί του αντιθέτου, κάτι που δεν συνέβη εν προκειμένω, οι πωλητές θα χρησιμοποιήσουν τον ένα ή το άλλον δίαυλο με βάση τα δικά τους χαρακτηριστικά ή τις εμπορικές επιλογές τους και ότι, μολονότι ορισμένοι πωλητές χρησιμοποιούν συγχρόνως αμφότερους τους διαύλους, τούτο γίνεται σε συμπληρωματική βάση για να διευρύνουν τα μέσα πώλησής τους ακριβώς με το να χρησιμοποιούν ταυτοχρόνως δύο διακριτά μοντέλα.
- 494 Επομένως, συνάγεται ότι η Επιτροπή απέδειξε ότι, για τους διαδικτυακούς πωλητές, οι υπηρεσίες σύγκρισης των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων και των εμπορικών πλατφορμών ήταν επίσης σε περιορισμένο βαθμό εναλλάξιμες και ο μεταξύ τους ανταγωνισμός σχεδόν ανεπαίσθητος.
- 495 Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να γίνει δεκτό ότι ορθώς οριοθετήθηκε με την προσβαλλόμενη απόφαση η αγορά των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων στην οποία δραστηριοποιείται η Google και βάσει αυτής ακριβώς της παραδοχής πρέπει να εξεταστεί το δεύτερο σκέλος του τέταρτου λόγου ακυρώσεως, λαμβανομένου ωστόσο υπόψη του ότι, στο τμήμα 7.3.2 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή προέβη επικουρική ανάλυση των αποτελεσμάτων των επίδικων πρακτικών για την περίπτωση που η σχετική αγορά περικλείει και τις εμπορικές πλατφόρμες.

2) *Επί των στοιχείων που προβάλλονται στο πλαίσιο του δεύτερου σκέλους του τέταρτου λόγου ακυρώσεως για να υποστηριχθεί ότι η ανταγωνιστική πίεση από τις εμπορικές πλατφόρμες, εν πάση περιπτώσει, δεν ελήφθη υπόψη*

i) Επιχειρήματα των διαδίκων

- 496 Η Google διευκρινίζει ότι η παράλειψη να ληφθεί υπόψη, στην προσβαλλόμενη απόφαση, η ανταγωνιστική πίεση από τις εμπορικές πλατφόρμες συνιστά νομικό σφάλμα. Η πίεση αυτή είναι ο λόγος για τον οποίο δεν μπορεί να διαπιστωθεί ότι η συμπεριφορά της μπορεί να έχει αντίθετο προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτέλεσμα στην αγορά. Η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη την πίεση αυτή ούτε καν στην επικουρική ανάλυσή της, στο πλαίσιο της οποίας οι εμπορικές πλατφόρμες αποτελούν οικονομικούς παράγοντες των εθνικών αγορών των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων. Συγκεκριμένα, στην ανάλυση εκείνη, η Επιτροπή εξέτασε μόνον το «τμήμα» της αγοράς των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων με την αιτιολογία ότι αυτοί είναι οι πλησιέστεροι ανταγωνιστές της Google. Ακόμη και αν συνέβαινε κάτι τέτοιο, δεν θα έπρεπε να αγνοηθούν οι πλατφόρμες, οι οποίες, ιδίως δε η Amazon, κατέχουν μερίδιο αγοράς πολλές φορές μεγαλύτερο από το μερίδιο των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων. Εξάλλου, η Επιτροπή επισημαίνει κατ' ουσίαν στις κατευθυντήριες γραμμές για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων σύμφωνα με τον κανονισμό του Συμβουλίου για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων (ΕΕ 2004, C 31, σ. 5, σημεία 28 έως 30), ότι, για την εκτίμηση των σχεδίων οριζόντιας συγκέντρωσης, πρέπει να λαμβάνονται υπόψη όλες οι πηγές ανταγωνισμού, έστω και αν δεν είναι οι πλησιέστερες.
- 497 Η Google ισχυρίζεται ότι, όπως αποτυπώνεται στον πίνακα με αριθμητικά στοιχεία και στο ιστόγραμμα που περιέχονται στο σημείο 349 του δικογράφου της προσφυγής, η ανταγωνιστική θέση που είχαν μεταξύ του 2011 και του 2016 οι εμπορικές πλατφόρμες στις δεκατρείς χώρες τις οποίες αφορούσε η διαπιστωθείσα, κατά την Επιτροπή, παράβαση εμπόδιζε την Google να αυξήσει τις τιμές σε μόνιμη βάση ή να ανακόψει την καινοτομία.
- 498 Εξάλλου, ακόμη και όταν η Επιτροπή περιέλαβε εμπορικές πλατφόρμες στις μελέτες που μνημονεύονται στις σκέψεις 388, 405 και 453 ανωτέρω για να αξιολογήσει τα μερίδια κίνησης, αφενός, των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, περιλαμβανομένου εκείνου της Google, το οποίο υπολογίστηκε χωριστά, και, αφετέρου, των εμπορικών πλατφορμών, δύο από τις πέντε μεθόδους προσαρμογής που χρησιμοποίησε, ήτοι οι χρησιμοποιηθείσες για τη δεύτερη μελέτη [μέθοδοι για τις οποίες γίνεται λόγος στην αιτιολογική σκέψη 637, στοιχεία δ' και ε', της προσβαλλόμενης απόφασης] δεν είναι ορθές, διότι λαμβάνουν υπόψη μόνον το μερίδιο της κίνησης το οποίο τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και οι εμπορικές πλατφόρμες δέχονται από την Google, και όχι τη συνολική κίνηση που λαμβάνουν. Οι λοιπές μέθοδοι ενέχουν επίσης σφάλματα. Ειδικότερα, οι πέντε μέθοδοι καθορίζουν εσφαλμένως το μερίδιο του εργαλείου σύγκρισης της Google, διότι προσμετρήθηκαν τα κλικ επί της σελίδας γενικών αποτελεσμάτων της Google, τα οποία παραπέμπουν προς τη σελίδα εξειδικευμένης αναζήτησης Google Shopping, αλλά και εκείνα τα οποία παραπέμπουν απευθείας στους ιστοτόπους των πωλητών.
- 499 Εντούτοις, ακόμη και βάσει της δυσμενέστερης για την Google μεθόδου προσαρμογής, στην οποία αναφέρεται η αιτιολογική σκέψη 637, στοιχείο α', της προσβαλλόμενης απόφασης, το μερίδιο αγοράς των εμπορικών πλατφορμών στις δεκατρείς επίμαχες χώρες είναι, εννέα έτη μετά την υιοθέτηση της συμπεριφοράς την οποία η Επιτροπή έκρινε καταχρηστική, κατά μέσο όρο πολλές φορές μεγαλύτερο από εκείνο της Google Shopping. Κατ' ουσίαν, η Google ισχυρίζεται ότι, ευρισκόμενη αντιμέτωπη με ένα τόσο μεγάλο μερίδιο αγοράς όπως εκείνο των εμπορικών πλατφορμών, οι οποίες είναι οι πλησιέστεροι ανταγωνιστές της, δεν είναι δυνατόν να διαθέτει

στην αγορά ισχύ που να της επιτρέπει να υιοθετεί συμπεριφορές με αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα. Όσον αφορά το επιχείρημα της Επιτροπής ότι το μερίδιο του εργαλείου σύγκρισης προϊόντων της Google αυξήθηκε ενώ το μερίδιο των εμπορικών πλατφορμών παρέμεινε συνολικά σταθερό, η Google υποστηρίζει ότι, από άποψη όγκου κίνησης, οι εμπορικές πλατφόρμες κέρδισαν περισσότερο και εξακολουθούν να κατέχουν ένα συντριπτικό μερίδιο αγοράς.

500 Η Επιτροπή, το ΕΓΕΚ, η Foundem, η VDZ, η BDZV, η Visual Meta, η Twenga, η Kelkoo και η Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας αμφισβητούν τη βασιμότητα των επιχειρημάτων της Google.

ii) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου

501 Το Γενικό Δικαστήριο κρίνει, καταρχήν, ότι ορθώς η Επιτροπή εξέτασε στην κύρια ανάλυσή της μόνον τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων προκειμένου να εκτιμήσει τα αποτελέσματα των πρακτικών της Google, στηριζόμενη στη διαπίστωση ότι οι εμπορικές πλατφόρμες δεν περιλαμβάνονταν στην αγορά των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων. Πράγματι, στις εθνικές αγορές των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων που αφορούν μόνον τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, όπερ αντιστοιχεί στην κατάσταση την οποία το Γενικό Δικαστήριο έκανε δεκτή στο στάδιο αυτό της παρούσας απόφασης, τυχόν δυνητικά αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα που θα εντοπιζόνταν ως προς τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων θα μπορούσαν να δικαιολογήσουν τη διαπίστωση κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης, δεδομένου ότι η ανταγωνιστική πίεση των εμπορικών πλατφορμών επί της Google είναι εξ ορισμού σχεδόν ανεπαίσθητη και ότι η περιορισμένη αυτή πίεση ελήφθη επακριβώς υπόψη κατά τον ορισμό της αγοράς. Ως εκ τούτου, τα σχετικά επιχειρήματα πρέπει να απορριφθούν.

502 Επαλλήλως, το Γενικό Δικαστήριο κρίνει σκόπιμο να εξετάσει σε ποιον βαθμό, στο πλαίσιο της επικουρικής ανάλυσης την οποία πραγματοποίησε η Επιτροπή όσον αφορά τα αποτελέσματα των πρακτικών της Google σε περίπτωση κατά την οποία η αγορά προϊόντων περικλείει όχι μόνον τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, αλλά και τις εμπορικές πλατφόρμες, η Επιτροπή όφειλε να λάβει υπόψη την ανταγωνιστική πίεση των εμπορικών πλατφορμών. Συναφώς, στην ανάλυση εκείνη, η οποία αντιστοιχεί στο τμήμα 7.3.2 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή εξέτασε μόνον την εξέλιξη των μεριδίων αγοράς του εργαλείου σύγκρισης προϊόντων της Google, των ανταγωνιστικών εργαλείων και των εμπορικών πλατφορμών, καθώς και την εξέλιξη της κίνησης που προέρχεται από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς αυτούς, προκειμένου να συναγάγει συμπεράσματα ως προς τις επιπτώσεις της συμπεριφοράς της Google, αλλά δεν εξέτασε σε ποιον βαθμό η θέση των εμπορικών πλατφορμών στην αγορά μπορούσε να ασκήσει ανταγωνιστική πίεση στην Google, με άλλα λόγια να περιορίσει την ελευθερία δράσης της, παρά μόνον διαπίστωσε εμμέσως ότι τυχόν πίεση δεν είχε αποτρέψει τη συμπεριφορά της Google από το να αναπτύξει αποτελέσματα επί του τμήματος της αγοράς που αφορούσε τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων.

503 Όπως εκτέθηκε στις σκέψεις 437 και 438 ανωτέρω, μεταξύ των καταχρήσεων δεσπόζουσας θέσης τις οποίες απαγορεύει το άρθρο 102 ΣΛΕΕ συγκαταλέγονται ιδίως συμπεριφορές οι οποίες έχουν ως αποτέλεσμα, έστω και δυνητικό, την παρακώλυση της διατήρησης του επιπέδου του ανταγωνισμού που υφίσταται σε μια αγορά ή την περαιτέρω ανάπτυξη του ανταγωνισμού αυτού (πρβλ. απόφαση της 14ης Οκτωβρίου 2010, Deutsche Telekom κατά Επιτροπής, C-280/08 P, EU:C:2010:603, σκέψεις 174 και 250 έως 254 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).

- 504 Συνεπώς, ακόμη και σε περίπτωση αγοράς όπου υπάρχουν περισσότερες κατηγορίες ανταγωνιστών και ακόμη και αν η μονομερής, περιοριστική του ανταγωνισμού συμπεριφορά μιας δεσπόζουσας επιχείρησης αφορά μόνον μία κατηγορία ανταγωνιστών της σε αγορά που περικλείει και άλλες κατηγορίες ανταγωνιστών, η συμπεριφορά αυτή μπορεί να συνιστά κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης, εφόσον αποδεικνύεται ότι έχει, τουλάχιστον δυνητικά, αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα τα οποία εμποδίζουν τη διατήρηση του υφιστάμενου στο σύνολο της αγοράς επιπέδου ανταγωνισμού ή την ανάπτυξη του ανταγωνισμού (πρβλ. απόφαση της 19ης Απριλίου 2012, Tomra Systems κ.λπ. κατά Επιτροπής, C-549/10 P, EU:C:2012:221, σκέψεις 41 έως 45).
- 505 Όπως υπομνήσθηκε στη σκέψη 495 ανωτέρω, η Επιτροπή όντως προέβη, στο τμήμα 7.3.2 της προσβαλλόμενης απόφασης, σε επικουρική ανάλυση των αποτελεσμάτων των πρακτικών της Google για την περίπτωση κατά την οποία η αγορά προϊόντων περικλείει όχι μόνον τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων αλλά και τις εμπορικές πλατφόρμες. Λαμβανομένων υπόψη των προεκτεθέντων στη σκέψη 504 ανωτέρω, η Επιτροπή δεν υπέπεσε, στο τμήμα αυτό, σε νομικό σφάλμα σημειώνοντας κατ' ουσίαν, στην αιτιολογική σκέψη 609 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι, στην περίπτωση αυτή, θα μπορούσαν να διαπιστωθούν δυνητικά αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα ακόμη και αν το τμήμα της αγοράς των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων ήταν το μόνο που υπέστη τέτοια αποτελέσματα. Υπό τις συνθήκες αυτές, ήταν σε θέση να χαρακτηρίσει, εφόσον έπρεπε, τη συμπεριφορά της Google καταχρηστική, χωρίς να λάβει υπόψη ότι οι σχέσεις ανταγωνισμού της Google με τις εμπορικές πλατφόρμες ήταν διαφορετικές απ' ό,τι οι σχέσεις ανταγωνισμού της με τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, με άλλα λόγια χωρίς να λάβει υπόψη την ανταγωνιστική πίεση την οποία οι εμπορικές πλατφόρμες μπορούσαν να ασκούν κατά τα λοιπά στην Google. Εντούτοις, όπως υπομνήσθηκε στις σκέψεις 438 και 441 ανωτέρω, η Επιτροπή έπρεπε να αποδείξει ότι υπήρχε, σε επαρκή βαθμό, στην αγορά ένα δυνητικό αρκούντως αντίθετο προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτέλεσμα, δεδομένου ότι, ελλείψει τέτοιου αποτελέσματος, δεν μπορεί να γίνει δεκτό ότι υφίσταται καταχρηστική πρακτική εκτοπισμού των ανταγωνιστών από την αγορά. Συνακόλουθα, η Επιτροπή μπορούσε εξάλλου να αποδείξει ότι η ενδεχόμενη ανταγωνιστική πίεση των εμπορικών πλατφορμών δεν είχε αποτρέψει ένα τέτοιο αποτέλεσμα.
- 506 Συναφώς, από την προαναφερθείσα στη σκέψη 453 ανωτέρω πρώτη μελέτη, της οποίας τα κύρια αποτελέσματα εκτέθηκαν στην αιτιολογική σκέψη 638 της προσβαλλόμενης απόφασης, προκύπτει ότι, λαμβάνοντας υπόψη την προσαρμογή η οποία καταλήγει στο χαμηλότερο αποτέλεσμα, στο πλαίσιο αγοράς που περιλαμβάνει τις εμπορικές πλατφόρμες, το μερίδιο αγοράς των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων (περιλαμβανομένου του μεριδίου της Google) ήταν, μεταξύ 2011 και 2016, τουλάχιστον 9 % στο Ηνωμένο Βασίλειο, 14 % στη Γερμανία, 24 % στη Γαλλία, 45 % στις Κάτω Χώρες, 23 % στην Ιταλία, 20 % στην Ισπανία, 16 % στην Αυστρία, 21 % στο Βέλγιο, 47 % στην Τσεχική Δημοκρατία, 39 % στη Δανία, 18 % στη Νορβηγία, 17 % στην Πολωνία και 41 % στη Σουηδία. Εφόσον επηρέασαν τμήμα του ανταγωνισμού το οποίο αντιστοιχεί τουλάχιστον στα ανωτέρω μερίδια αγοράς, δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι τα αποτελέσματα των επίδικων πρακτικών, στον βαθμό που αποδείχθηκαν, ήταν τόσο αμελητέα ώστε να μην είναι δυνατόν να διαπιστωθεί ο παραμικρός αντίκτυπος στην κατάσταση των ανταγωνιστών, υπό την έννοια που προεκτέθηκε στη σκέψη 438 ανωτέρω (πρβλ. απόφαση της 6ης Οκτωβρίου 2015, Post Danmark, C-23/14, EU:C:2015:651, σκέψη 73), ή ότι ήταν τόσο ανεπαίσθητα ώστε να μπορεί να αποκλειστεί η ικανότητά τους να περιορίσουν τον ανταγωνισμό, υπό την έννοια που προεκτέθηκε στη σκέψη 439 ανωτέρω (πρβλ. αποφάσεις της 19ης Απριλίου 2012, Tomra Systems κ.λπ. κατά Επιτροπής, C-549/10 P, EU:C:2012:221, σκέψεις 41 έως 45, και της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής, C-413/14 P, EU:C:2017:632, σκέψη 139). Η ανωτέρω ανάλυση επιβεβαιώνεται από τα συνολικά αριθμητικά στοιχεία της Google τα οποία

περιλαμβάνονται στον πίνακα και στο ιστόγραμμα που περιέχονται στο σημείο 349 του δικογράφου της προσφυγής και καταδεικνύουν ότι, κατά την περίοδο 2011 έως 2016, το μερίδιο αγοράς των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων (περιλαμβανομένου εκείνου της Google) ήταν, αναλόγως του έτους, μεταξύ 15 % και 21 %.

- 507 Όσον αφορά το επιχείρημα της Google ότι, στις κατευθυντήριες γραμμές για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων σύμφωνα με τον κανονισμό του Συμβουλίου για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων (σημεία 28 έως 30), η Επιτροπή επισημαίνει ότι, για την εκτίμηση των σχεδίων οριζόντιας συγκέντρωσης, πρέπει να λαμβάνονται υπόψη όλες οι πηγές ανταγωνισμού, έστω και αν δεν είναι οι πλησιέστερες, σημειώνεται ότι, όπως αναφέρεται στο άρθρο 2, παράγραφος 3, του κανονισμού (ΕΚ) 139/2004 του Συμβουλίου, της 20ής Ιανουαρίου 2004, για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων (ΕΕ 2004, L 24, σ. 1), ο ευρωπαϊκός έλεγχος των συγκεντρώσεων με ευρωπαϊκή διάσταση αποβλέπει στην αποτροπή καταστάσεων δυνάμενων να θίξουν τον ανταγωνισμό απλώς και μόνον λόγω της δημιουργίας ή της ενίσχυσης μιας δεσπόζουσας θέσης η οποία έχει ως συνέπεια τη σημαντική παρακώλυση του αποτελεσματικού ανταγωνισμού στην εσωτερική αγορά ή σε σημαντικό τμήμα της, δίχως να λαμβάνεται ως δεδομένο ότι επιχειρήσεις οι οποίες πρέπει να συνενωθούν θα υιοθετήσουν και καταχρηστικές συμπεριφορές. Τα κριτήρια εκτίμησης ως προς την ανάγκη να παρέμβει η Επιτροπή απαγορεύοντας μια πράξη συγκέντρωσης διαφέρουν, από πλευράς της επιρροής του ανταγωνισμού στην αγορά, από εκείνα που εφαρμόζονται όταν η Επιτροπή μπορεί να διαπιστώσει κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης και να υποχρεώσει την οικεία επιχείρηση να παύσει την επίμαχη συμπεριφορά (πρβλ. απόφαση της 25ης Οκτωβρίου 2002, Tetra Laval κατά Επιτροπής, T-5/02, EU:T:2002:264, σκέψη 218). Εν πάση περιπτώσει, η Επιτροπή έλαβε υπόψη τις εμπορικές πλατφόρμες ως ενδεχόμενη πηγή ανταγωνισμού, τόσο στην κύρια ανάλυσή της, η οποία στηρίζεται στην παραδοχή ότι οι εμπορικές πλατφόρμες δεν ανήκουν στην ίδια αγορά διότι ο ανταγωνισμός τους με τα εργαλεία σύγκρισης είναι σχεδόν ανεπαίσθητος, όσο και στην επικουρική ανάλυσή της, η οποία στηρίζεται στην παραδοχή ότι οι εμπορικές πλατφόρμες και τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων εντάσσονται στην ίδια αγορά.
- 508 Εξάλλου, η μεθοδολογική αντίρρηση της Google ότι η Επιτροπή προσμέτρησε υπερβολικά πολλά κλικ για να υπολογίσει το μερίδιο του δικού της εργαλείου σύγκρισης προϊόντων, ιδίως δε σε σχέση με το μερίδιο των εμπορικών πλατφορμών σε περίπτωση κατά την οποία αυτές περιλαμβάνονται στην αγορά, απορρίφθηκε στις σκέψεις 407 έως 410 ανωτέρω.
- 509 Επομένως, πρέπει να απορριφθεί το δεύτερο σκέλος του τέταρτου λόγου ακυρώσεως, με το οποίο η Google υποστήριξε ότι ο ρόλος των εμπορικών πλατφορμών δεν ελήφθη υπόψη κατά την ανάλυση των αποτελεσμάτων των επίδικων πρακτικών.

ε) Επί του τρίτου σκέλους του τέταρτου λόγου ακυρώσεως, με το οποίο προσάπτεται στην Επιτροπή ότι δεν απέδειξε την ύπαρξη αντίθετων προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελεσμάτων

1) Επιχειρήματα των διαδίκων

- 510 Με το τρίτο σκέλος του ανωτέρω λόγου, η Google υποστηρίζει ότι, ακόμη και αν το Γενικό Δικαστήριο δεν κάνει δεκτά τα δύο πρώτα σκέλη του λόγου αυτού, η Επιτροπή δεν κατόρθωσε να αποδείξει με την προσβαλλόμενη απόφαση ότι η επικρινόμενη συμπεριφορά είχε αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού. Η CCIA εκθέτει συναφώς, παραπέμποντας στην απόφαση της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής (C-413/14 P, EU:C:2017:632, σκέψη 139), καθώς

και στις προτάσεις του γενικού εισαγγελέα N. Wahl στην υπόθεση Intel Corporation κατά Επιτροπής (C-413/14 P, EU:C:2016:788), ότι η Επιτροπή ήταν εντούτοις υποχρεωμένη να πραγματοποιήσει διεξοδική ανάλυση προκειμένου να διαπιστώσει την ύπαρξη αποτελεσμάτων αποκλεισμού.

- 511 Συγκεκριμένα, προκειμένου καταρχάς να αναλύσει το πώς εξελίχθηκε η χρήση των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, η Επιτροπή έλαβε υπόψη μόνον την κίνηση που λάμβαναν τα εργαλεία αυτά από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google. Θα έπρεπε όμως να ληφθούν υπόψη όλες οι πηγές της χρήσης τους. Η Επιτροπή επισήμανε απλώς στην προσβαλλόμενη απόφαση ότι η κίνηση από τα γενικά αποτελέσματα της Google, η οποία επηρεάζεται, κατά την άποψη της Επιτροπής, από τις επικρινόμενες πρακτικές, αντιπροσώπευε ένα μεγάλο μερίδιο της κίνησης προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, για ορισμένους δε το ήμισυ της κίνησης. Η Google παραπέμπει επ' αυτού στις αιτιολογικές σκέψεις 539 και 540 καθώς και στον πίνακα 24 της προσβαλλόμενης απόφασης. Η CCIA διευκρινίζει ότι η Επιτροπή όφειλε να αποδείξει ότι η επηρεαζόμενη από τις επίδικες πρακτικές κίνηση αντιπροσώπευε αρκούτως μεγάλο μερίδιο της συνολικής κίνησης των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων ώστε να έχει αποτέλεσμα αποκλεισμού και ότι δεν μπορούσε να αρκεστεί απλώς στη διαπίστωση ότι η εν λόγω κίνηση ήταν μεγάλη για ορισμένα από τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Επομένως, η Επιτροπή υπέπεσε σε νομικό σφάλμα. Η Google προσθέτει, αφενός, ότι το σύνολο της κίνησης από τα γενικά αποτελέσματά της δεν είναι εν πάση περιπτώσει δυνατόν να επηρεάστηκε από τον τρόπο τοποθέτησης και παρουσίασης των Product Universals και των Shopping Units και, αφετέρου, ότι είναι ασυνεπές να σημειώνεται συγχρόνως ότι μεγάλο μέρος της χρήσης των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων προέρχεται από τα γενικά αποτελέσματα και ότι η Google εξέτρεψε την κίνηση σε βάρος τους. Παραπέμποντας στις αναλύσεις του τρίτου λόγου ακυρώσεως και αντλώντας στοιχεία από τον πίνακα 23 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Google υποστηρίζει ότι, στην πραγματικότητα, ο αντίκτυπος επί της συνολικής κίνησης των ανταγωνιστικών προς αυτήν εργαλείων σύγκρισης προϊόντων η οποία οφειλόταν στον τρόπο τοποθέτησης και παρουσίασης των Product Universals και των Shopping Units ήταν υπερβολικά μικρός για να οδηγήσει σε εκτοπισμό.
- 512 Περαιτέρω, στην προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή δεν απέδειξε την ύπαρξη φραγμών εισόδου στην αγορά, ιδίως δε φραγμών που να έχουν τεθεί από την Google και να εμποδίζουν τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων να επωφεληθούν από άλλες πηγές κίνησης πέραν των μηχανών γενικής αναζήτησης, όπως είναι η επί πληρωμή κίνηση, η απευθείας κίνηση και η κίνηση από τις εφαρμογές κινητής τηλεφωνίας ή από αντιστοιχίση εκ μέρους τρίτων. Το γεγονός ότι οι εμπορικές πλατφόρμες χρησιμοποιούν ευρέως τέτοιες πηγές επιβεβαιώνει, κατά την άποψή της, την απουσία φραγμών εισόδου στην αγορά. Η μνημονευόμενη στην αιτιολογική σκέψη 575 της προσβαλλόμενης απόφασης κατάθεση ανταγωνιστή της Google κατά την οποία «δεν είναι δυνατή η ανάπτυξη μιας υπηρεσίας σύγκρισης προϊόντων χωρίς κίνηση από μηχανή γενικής αναζήτησης», διότι «οι καταναλωτές εκκινούν πάντοτε την αναζήτησή τους από μηχανή γενικής αναζήτησης», δεν επαληθεύθηκε και διαψεύδεται από μελέτες που αποδεικνύουν ότι οι περισσότεροι καταναλωτές εκκινούν τις αναζητήσεις τους για προϊόντα στις εμπορικές πλατφόρμες και όχι στη μηχανή αναζήτησης της Google. Στη μελέτη της οποίας έγινε επίκληση προς στήριξη του υπομνήματος αντικρούσεως (παράρτημα Β 18) απλώς αναφέρεται ότι οι μηχανές γενικής αναζήτησης αποτελούν τη σημαντικότερη πηγή ενημέρωσης για τη συλλογή πληροφοριών ως προς τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, χωρίς όμως να καταδεικνύεται ότι συνιστούν απαραίτητη πηγή κίνησης για τα εργαλεία αυτά.

513 Συνεπώς, κατά την Google, κακώς η Επιτροπή εξομοίωσε την προκειμένη κατάσταση με εκείνη στην οποία κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση διαθέτει ένα στοιχείο αναγκαίο για τη δραστηριότητα άλλων επιχειρήσεων. Έστω και αν αποτελεί ελκυστικό εργαλείο, η μηχανή αναζήτησης της Google δεν είναι απαραίτητη για τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Η Google παραπέμπει συναφώς στην περίπτωση την οποία αφορούσε η απόφαση της 26ης Νοεμβρίου 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569, σκέψη 43). Επομένως, είναι κατ' ανάγκην αβάσιμη η ανάλυση κατά την οποία ο τρόπος με τον οποίο η Google διαχειρίζεται την ομώνυμη μηχανή αναζήτησης μπορεί να έχει ως συνέπεια τον αποκλεισμό του ανταγωνισμού από τα εργαλεία σύγκρισης. Στους ανταγωνιστές αυτούς εναπόκειται να προσελκύσουν τους χρήστες με διαφορετικά μέσα, πραγματοποιώντας τις κατάλληλες επενδύσεις, οι οποίες ωστόσο δεν εγγυώνται αυτομάτως την επιτυχία σε μια ανταγωνιστική αγορά. Διάφορες διαδικτυακές υπηρεσίες, ιδίως δε εργαλεία σύγκρισης εξειδικευμένα σε άλλους τομείς, όπως στην ασφάλιση ή στην ενέργεια, πραγματοποίησαν επιτυχώς τέτοιες επενδύσεις. Ειδικότερα, η αρχή αγορών και ανταγωνισμού του Ηνωμένου Βασιλείου υπογράμμισε, σε μελέτη του Μαρτίου του 2017 (παράρτημα C 18), ότι τα εργαλεία σύγκρισης επένδυσαν επιτυχώς στη διαφήμιση και την ανάπτυξη των σημάτων και ότι διαφημιζόνταν ευρέως στο διαδίκτυο, το ραδιόφωνο και την τηλεόραση. Η Google ουδόλως αντιτάχθηκε στην ανάπτυξη των άλλων αυτών μέσων. Οι ισχυρισμοί της Επιτροπής ότι οι διαφημίσεις με κείμενο που εμφανίζονται στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google είναι υπέρμετρα ακριβές και ότι η κίνηση από τις εφαρμογές κινητής τηλεφωνίας και η απευθείας κίνηση των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων είναι χαμηλή δεν αποδεικνύουν ότι η Google παρεμπόδισε τη χρήση τέτοιων μέσων. Οι εμπορικές πλατφόρμες και άλλες υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων διαθέτουν επομένως μεγάλη κίνηση η οποία δεν εξαρτάται από την Google. Αντιθέτως προς τα διαλαμβανόμενα στην υποσημείωση 715 της προσβαλλόμενης απόφασης, η περίπτωση δεν είναι παρόμοια με εκείνη στην οποία εκδόθηκε η απόφαση της 17ης Σεπτεμβρίου 2007, Microsoft κατά Επιτροπής (T-201/04, EU:T:2007:289). Συγκεκριμένα, σε εκείνη την υπόθεση συνδυασμένης πώλησης, η Microsoft είχε πράγματι θέσει φραγμούς εισόδου που επηρέαζαν τρίτους, ήτοι τους κατασκευαστές προσωπικών υπολογιστών, χάρη στους οποίους οι ανταγωνιστές της θα μπορούσαν να ανταγωνιστούν το προϊόν Windows Media Player της Microsoft. Στις παρατηρήσεις της επί του υπομνήματος παρεμβάσεως της BDZV, η Google εντοπίζει πέντε επιπλέον διαφορές μεταξύ της υπό κρίση υπόθεσης και εκείνης επί της οποίας εκδόθηκε η προαναφερθείσα απόφαση, και συγκεκριμένα την απουσία εξαναγκαστικής συμπεριφοράς εκ μέρους της, την έλλειψη τεχνικών εμποδίων ικανών να καταστήσουν λιγότερο αποτελεσματική τη λειτουργία των υπηρεσιών των ανταγωνιστών, την ύπαρξη τεχνικών λόγων που δικαιολογούν τη συμπεριφορά την οποία εξέτασε η Επιτροπή, την έλλειψη αποδείξεων εκ μέρους της Επιτροπής περί πραγματικών αντίθετων προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελεσμάτων και την υποχρέωση της Google να επιτρέψει την πρόσβαση των ανταγωνιστών της στις υπηρεσίες της (Product Universals και Shopping Units) εάν επιθυμεί να τις διατηρήσει.

514 Όπως υπογραμμίζει η CCIA, η Επιτροπή δεν απέδειξε ούτε ότι τα ανταγωνιστικά προς την Google εργαλεία σύγκρισης προϊόντων που αντιμετώπιζαν δυσχέρειες ήταν εξίσου αποτελεσματικά με την Google ούτε ότι είχαν ασκήσει σημαντική ανταγωνιστική πίεση επί των τιμών ή της καινοτομίας. Τέτοια απόδειξη ήταν αναγκαία, έστω και αν η φερόμενη κατάχρηση δεν ήταν τιμολογιακής φύσης. Η ανωτέρω προσέγγιση ακολουθήθηκε στην υπόθεση επί της οποίας εκδόθηκε η απόφαση της 17ης Σεπτεμβρίου 2007, Microsoft κατά Επιτροπής (T-201/04, EU:T:2007:289). Η εξαφάνιση όμως ανταγωνιστών οι οποίοι είναι λιγότερο αποτελεσματικοί ή δεν είναι σχεδόν καθόλου ανταγωνιστικοί αποτελεί, όπως διαπιστώθηκε μεταξύ άλλων στην απόφαση της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής (C-413/14 P, EU:C:2017:632, σκέψη 134), συνήθη κατάσταση της αγοράς. Το άρθρο 102 ΣΛΕΕ δεν αποσκοπεί στην προστασία των επιχειρήσεων που δεν είναι αποτελεσματικές. Στην υπόθεση επί της οποίας εκδόθηκε η

προαναφερθείσα απόφαση της 17ης Σεπτεμβρίου 2007, Microsoft κατά Επιτροπής (Τ-201/04, ΕΥ:Τ:2007:289), οι ανταγωνιστές που εκτοπίστηκαν λόγω της αντίθετης προς τους κανόνες του ανταγωνισμού συμπεριφοράς ήταν ηγέτες από άποψη ποιότητας και καινοτομίας και, πριν επηρεαστούν από τις επίδικες πρακτικές, είχαν προσελκύσει μεγάλο αριθμό χρηστών. Αντιθέτως, όπως προκύπτει από δηλώσεις και μια μελέτη που προσκομίστηκαν κατά τη διοικητική διαδικασία στην υπό κρίση υπόθεση αλλά δεν ελήφθησαν υπόψη από την Επιτροπή, τα ανταγωνιστικά προς την Google εργαλεία σύγκρισης προϊόντων δεν ήταν, όπως η Google επίσης εξέθεσε στο πλαίσιο του τρίτου λόγου ακυρώσεως, ιδιαίτερος καινοτόμος και δεν είχαν λάβει κατάλληλα μέτρα για την πρόκληση κίνησης από άλλες πηγές πέραν της Google. Κατά τη CCIA, στην αιτιολογική σκέψη 557 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή αναγνωρίζει ότι τούτο ισχύει για τα τέσσερα από τα πέντε ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων των οποίων τα έξοδα για εμφάνιση στις διαφημίσεις με κείμενο της Google αποτυπώνονται στο διάγραμμα 76. Η Google επικρίνει τους ανταγωνιστές για έλλειψη μαχητικότητας, μολονότι τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων είχαν λάβει από εκείνη, μέσα σε μια δεκαετία, δισεκατομμύρια αιτήματα αναζήτησης χάρη στα οποία θα έπρεπε να έχουν μετατρέψει σε πιστούς πελάτες όσους χρήστες ήταν ευχαριστημένοι από την εμπειρία της χρήσης των εργαλείων τους. Ως εκ τούτου, σύμφωνα με τα στοιχεία που περιλαμβάνονται στον πίνακα 24 της προσβαλλόμενης απόφασης, προσέλκυσαν μόνον το 15% περίπου της απευθείας κίνησης. Συγκριτικά, σύμφωνα με τα στοιχεία του φακέλου της διοικητικής διαδικασίας (παράρτημα Α147 του δικογράφου της προσφυγής), οι εμπορικές πλατφόρμες λαμβάνουν το μεγαλύτερο μέρος της κίνησής τους απευθείας και οι περισσότερες επισκέψεις στην εξειδικευμένη σελίδα αναζήτησης Google Shopping προέρχονται από υπερσυνδέσμους άμεσης πλοήγησης που περιέχονται σε καρτέλες των σελίδων αναζήτησης και των γενικών αποτελεσμάτων, και όχι από υπερσυνδέσμους αποτελεσμάτων αναζήτησης. Επιπλέον, οι συζητήσεις με εργαλεία σύγκρισης προϊόντων προς εφαρμογή της προσβαλλόμενης απόφασης κατέδειξαν ότι αυτά δεν είναι ιδιαίτερος ελκυστικός. Η Google προβάλλει και άλλα επιχειρήματα προκειμένου να αποδείξει ότι τα ανταγωνιστικά προς το δικό της εργαλεία σύγκρισης προϊόντων δεν είναι ιδιαίτερος αποτελεσματικά και δημοφιλή, όπερ συνεπάγεται, μεταξύ άλλων, τη χαμηλή τους κατάταξη στα γενικά αποτελέσματα από τον αλγόριθμο Panda. Δεν είναι δυνατόν η Επιτροπή να επικαλείται, στο υπόμνημα αντικρούσεως, μόλις δύο βελτιώσεις στη μηχανή αναζήτησης ενός μόνον από τα πέντε εργαλεία σύγκρισης προϊόντων στον οποίων την κατάσταση αναφέρεται. Η εξήγηση των εκπροσώπων τριών εξ αυτών των εργαλείων ότι ήταν αδύνατον να καινοτομήσουν ακριβώς λόγω της συμπεριφοράς της Google δεν είναι ειλικρινής.

- 515 Η Google υποστηρίζει επιπλέον ότι, αντιθέτως προς τα όσα διατείνεται η Επιτροπή στην αιτιολογική σκέψη 603 της προσβαλλόμενης απόφασης, η συμπεριφορά που της προσάπτεται δεν έχει κανέναν αντίκτυπο στη χρήση των ανταγωνιστικών προς το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων από τους χρήστες. Ειδικότερα, η Google υπενθυμίζει ότι, όπως εξέθεσε στο πλαίσιο του τρίτου λόγου ακυρώσεως, η κατάργηση των Shopping Units δεν θα απέφερε στα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων σημαντικό μερίδιο της κίνησης από τη μηχανή αναζήτησης της Google.
- 516 Η CCIA προσθέτει ότι η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη την αμφίπλευρη φύση των επίμαχων αγορών και το οικονομικό μοντέλο που συνδέεται με την ιδιάζουσα φύση τους. Στο μοντέλο αυτό, είναι φυσικό να τυγχάνουν διαφορετικής μεταχείρισης οι επί πληρωμή διαφημίσεις και τα δωρεάν γενικά αποτελέσματα. Οι επί πληρωμή διαφημίσεις χρηματοδοτούν, όπως επισημαίνει η ίδια η Επιτροπή στην αιτιολογική σκέψη 642 της προσβαλλόμενης απόφασης, την υπηρεσία γενικής αναζήτησης της Google. Επομένως, αντιθέτως προς τα όσα της επιβάλλουν οι νομολογιακές παραδοχές ιδίως της απόφασης της 11ης Σεπτεμβρίου 2014, CB κατά Επιτροπής (C-67/13 P, ΕΥ:C:2014:2204, σκέψη 78), η Επιτροπή αγνόησε τις πραγματικές συνθήκες και τη διάρθρωση των

αγορών. Προκαλεί επίσης σοβαρούς προβληματισμούς στις καινοτόμες βιομηχανίες το γεγονός ότι η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη την προσπάθεια της Google για καινοτομία, η οποία δεν αμφισβητήθηκε αυτή καθεαυτή και μαρτυρεί υγιή ανταγωνισμό. Ούτε έλαβε υπόψη την απουσία αντίθετης προς τους κανόνες του ανταγωνισμού στρατηγικής εκ μέρους της Google, στοιχείο που διακρίνει την υπό κρίση υπόθεση από τις υποθέσεις επί των οποίων εκδόθηκε η απόφαση 89/113/ΕΟΚ της Επιτροπής της 21ης Δεκεμβρίου 1988 σχετικά με τη διαδικασία εφαρμογής των άρθρων [101] και [102 ΣΛΕΕ] (IV/30.979 και 31.394, Decca Navigator System) (ΕΕ 1989, L 43, σ. 27), και η απόφαση της 17ης Σεπτεμβρίου 2007, Microsoft κατά Επιτροπής (Τ-201/04, ΕU:T:2007:289).

- 517 Η Επιτροπή και, προς στήριξή της, το ΕΓΕΚ, η Foundem, το VDZ, η BDZV, η Visual Meta, η Twenga, η Kelkoo και η Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας αμφισβητούν τη βασιμότητα των επιχειρημάτων της Google.

2) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου

- 518 Υπενθυμίζεται ότι κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης μπορεί μεταξύ άλλων να συντρέχει σε περίπτωση συμπεριφοράς η οποία έχει ως αποτέλεσμα να κωλύεται η διατήρηση του υφιστάμενου επιπέδου ανταγωνισμού ή η ανάπτυξη του ανταγωνισμού αυτού λόγω της χρησιμοποίησης διαφορετικών μέσων από εκείνα που διέπουν τον κανονικό ανταγωνισμό μεταξύ των προϊόντων ή υπηρεσιών των διαφόρων επιχειρηματιών (βλ. απόφαση της 14ης Οκτωβρίου 2010, Deutsche Telekom κατά Επιτροπής, C-280/08 P, ΕU:C:2010:603, σκέψη 174 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία). Όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 441 ανωτέρω, εν προκειμένω, για να διαπιστώσει κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης εκ μέρους της Google, η Επιτροπή όφειλε να αποδείξει τουλάχιστον δυνητικά αποτελέσματα οφειλόμενα στην επικρινόμενη συμπεριφορά περιορισμού ή εξάλειψης του ανταγωνισμού στις επίμαχες αγορές, λαμβάνοντας υπόψη όλες τις κρίσιμες περιστάσεις, ιδίως δε υπό το πρίσμα των επιχειρημάτων που προέβαλε η Google για να αμφισβητήσει το ότι η συμπεριφορά της ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό.
- 519 Καταρχάς, όπως συνοψίστηκε στις σκέψεις 445 και 446 ανωτέρω, η Επιτροπή αξιολόγησε τις ουσιαστικές συνέπειες που είχαν οι επίδικες πρακτικές στην κίνηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και προς το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων της Google. Όσον αφορά τις εθνικές αγορές σύγκρισης προϊόντων που ελήφθησαν υπόψη στην προσβαλλόμενη απόφαση, από την ανάλυση του Γενικού Δικαστηρίου όσον αφορά τα δύο σκέλη του τρίτου λόγου ακυρώσεως, της οποίας τα συμπεράσματα περιέχονται στις σκέψεις 395 και 420 ανωτέρω, προκύπτει ότι επιβεβαιώνονται τα επίμαχα στοιχεία της αξιολόγησης, δηλαδή η πτώση της κίνησης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς όλα σχεδόν τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και η αύξηση της αντίστοιχης κίνησης προς το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων της Google. Έπειτα, η Επιτροπή αξιολόγησε τι μερίδιο αντιπροσώπευε η κίνηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google σε σχέση με τη συνολική κίνηση που κατέληγε στα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Στη συνέχεια, εκθέτοντας διάφορους λόγους, η Επιτροπή υπογράμμισε ότι τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων που ανταγωνίζονταν την Google δεν μπορούσαν, στην πράξη, να αντικαταστήσουν την κίνηση από τα γενικά αποτελέσματα της Google με άλλες πηγές. Τέλος, όπως επισημάνθηκε στις σκέψεις 451 έως 453 ανωτέρω, βασιζόμενη στα αποδεικτικά στοιχεία που συνοψίστηκαν στις ανωτέρω σκέψεις, η Επιτροπή εντόπισε δυνητικά αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα για τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων στις εν λόγω αγορές. Κατόπιν των ανωτέρω υπομνήσεων, θα εξεταστούν τα επιχειρήματα τα οποία προβάλλει η Google στο πλαίσιο του

τρίτου σκέλους του τέταρτου λόγου ακυρώσεως, υποστηρίζοντας ότι, ακόμη και αν απορριφθούν τα υπόλοιπα σκέλη του συγκεκριμένου λόγου ακυρώσεως, η Επιτροπή και πάλι δεν έχει αποδείξει την ύπαρξη αντίθετων προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελεσμάτων.

- 520 Πρώτον, όσον αφορά τα επιχειρήματα που συνοψίζονται στη σκέψη 511 ανωτέρω, είναι καταρχάς ανακριβές να υποστηρίζεται ότι η Επιτροπή έλαβε υπόψη μόνον την κίνηση από τα γενικά αποτελέσματα της Google για να αναλύσει την εξέλιξη της χρήσης των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων. Όπως εκτέθηκε στη σκέψη 447 ανωτέρω, ο πίνακας 24 στο τμήμα 7.2.4.1 της προσβαλλόμενης απόφασης δείχνει την κατανομή των πηγών κίνησης για τα δεκατρία ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων σε διάστημα τεσσάρων έως έξι ετών, διακρίνοντας ανάλογα με το αν η κίνηση προερχόταν από τα γενικά αποτελέσματα της Google, από τις διαφημίσεις με κείμενο της Google, από την απευθείας αναζήτηση ή από άλλες πηγές. Η Επιτροπή κατέληξε στο συμπέρασμα ότι, όπως αναφέρθηκε στην αιτιολογική σκέψη 540 της προσβαλλόμενης απόφασης, το μερίδιο το οποίο προερχόταν από τα γενικά αποτελέσματα της Google αντιπροσώπευε «ένα μεγάλο μερίδιο της συνολικής κίνησης των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων». Όπως σημειώθηκε στη σκέψη 448 ανωτέρω, από τον ως πάνω πίνακα προκύπτει ότι τα μερίδια της κίνησης από τα γενικά αποτελέσματα της Google διέφεραν αρκετά από το ένα εργαλείο σύγκρισης προϊόντων στο άλλο, ξεκινώντας από λίγο περισσότερο από 20 % (με εξαίρεση ένα έτος στο οποίο το ποσοστό ανήλθε σε 13 %) και φθάνοντας μέχρι λίγο παραπάνω από 80 %, καθώς και ότι, για μια μικρή πλειονότητα των εν λόγω υπηρεσιών (και συγκεκριμένα για επτά υπηρεσίες), τα μερίδια συρρικνώνονταν με την πάροδο των ετών. Οι συρρικνώσεις αυτές κυμαίνονταν από 5 % έως περίπου 50 %.
- 521 Όπως επισημάνθηκε επιπλέον στη σκέψη 448 ανωτέρω, η Google δεν αμφισβητεί τα συγκεκριμένα στοιχεία του πίνακα 24 της προσβαλλόμενης απόφασης. Ούτε η CCIA αμφιβάλλει για την ακρίβειά τους. Ομολογουμένως, η CCIA δεν διέθετε, για λόγους προστασίας του απορρήτου, πρόσβαση στο πλήρες περιεχόμενο του πίνακα. Εντούτοις, η CCIA θεωρεί κατ' ουσίαν ότι η δειγματοληπτική επιλογή δεκατριών ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, όπως αυτή που έγινε για την κατάρτιση του πίνακα, δεν αρκεί για να συναχθούν γενικά συμπεράσματα. Όμως ούτε η Google ούτε η CCIA προβάλλουν, όσον αφορά τη διαπίστωση της Επιτροπής ότι το μερίδιο της κίνησης που προερχόταν από τα γενικά αποτελέσματα της Google αντιπροσώπευε «μεγάλο ποσοστό της συνολικής κίνησης των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων», επικρίσεις σχετικές με τη μεθοδολογία ή άλλα στοιχεία τα οποία θα συνέτειναν στο συμπέρασμα ότι η κίνηση από τα γενικά αποτελέσματα της Google δεν αποτελεί ουσιώδη πηγή κίνησης για τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων που ανταγωνίζονται το εργαλείο της Google. Παρατηρείται επίσης ότι, όπως καθίσταται σαφές από την υποσημείωση 657 της προσβαλλόμενης απόφασης, ο πίνακας 24 είναι το αποτέλεσμα αιτήσεων παροχής πληροφοριών που απευθύνθηκαν προς τα δεκαοκτώ ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων με την υψηλότερη κίνηση εντός του ΕΟΧ, καθώς και, όσον αφορά το Ηνωμένο Βασίλειο, προς τα εργαλεία τα οποία δέχονταν την υψηλότερη κίνηση από την Google, ότι οι εκπρόσωποι των δεκατριών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων που απάντησαν παρείχαν στοιχεία από τους διάφορους εθνικούς ιστοτόπους τους και ότι τα αποτελέσματα συγκεντρώθηκαν από τους ίδιους τους συμβούλους της Google.
- 522 Υπό τις συνθήκες αυτές, λαμβανομένων υπόψη των αρχών που διέπουν την κατανομή του βάρους απόδειξης μεταξύ της Επιτροπής και των επιχειρήσεων, όπως αυτές υπομνήσθηκαν στις σκέψεις 132 έως 134 ανωτέρω, πρέπει να γίνει δεκτό ότι στοιχειοθετήθηκε ο αποδεικτικός χαρακτήρας του πίνακα 24 της προσβαλλόμενης απόφασης, δηλαδή η αντιπροσωπευτικότητά του, και ο αποδεικτικός χαρακτήρας του συμπεράσματος στο οποίο κατέληξε η Επιτροπή όσον αφορά το

μεγάλο μερίδιο που αντιπροσωπεύει, επί της συνολικής κίνησης των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, η κίνηση η οποία προέρχεται από τα γενικά αποτελέσματα της Google, σε σχέση με τις λοιπές πηγές κίνησης.

- 523 Επισημαίνεται επίσης ότι η Επιτροπή πραγματοποίησε, στο τμήμα 7.2.4.2 της προσβαλλόμενης απόφασης, διεξοδικές αναλύσεις ως προς το ότι οι άλλες αυτές πηγές δεν μπορούσαν, στην πράξη, να αντικαταστήσουν την κίνηση από τα γενικά αποτελέσματα της Google. Ειδικότερα, η Επιτροπή προέβη σε ανάλυση κατά την οποία τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων δεν μπορούσαν να αντισταθμίσουν τις ουσιαστικές συνέπειες που είχε η συμπεριφορά της Google επί της κίνησης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της προς αυτούς. Μια τέτοια ανάλυση, σε συνέχεια της άλλης ανάλυσης που κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η εν λόγω κίνηση αντιπροσώπευε μεγάλο μερίδιο της συνολικής κίνησης των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, μπορεί να καταδείξει δυνητικά περιοριστικά του ανταγωνισμού αποτελέσματα, όπερ αρκεί, όπως υπομνήσθηκε στη σκέψη 438 ανωτέρω, για να αποδειχθεί η κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης. Αντιθέτως προς τα όσα υποστηρίζει η CCIA, η Επιτροπή δεν ήταν υποχρεωμένη να αποδείξει την ύπαρξη αποτελέσματος αποκλεισμού, δηλαδή ότι η συμπεριφορά της Google θα οδηγούσε στην εξάλειψη οποιουδήποτε ανταγωνισμού ή τουλάχιστον ότι η Google απέβλεπε στο να εμποδίσει τους χρήστες ή τους διαδικτυακούς πωλητές από το να χρησιμοποιήσουν τις υπηρεσίες των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων (πρβλ. απόφαση της 9ης Σεπτεμβρίου 2010, Tomra Systems κ.λπ. κατά Επιτροπής, T-155/06, EU:T:2010:370, σκέψεις 210 και 211).
- 524 Επομένως, αντιθέτως προς τα όσα ισχυρίζεται η Google (βλ. σκέψη 511 ανωτέρω), η Επιτροπή έλαβε μεν υπόψη τις άλλες πηγές κίνησης, πέραν των γενικών αποτελεσμάτων της Google,, πλην όμως έκρινε ότι δεν μπορούσαν να αντισταθμίσουν τις επιπτώσεις της προσαπτόμενης στην Google συμπεριφοράς.
- 525 Περαιτέρω, όσον αφορά τα λοιπά επιχειρήματα τα οποία επίσης συνοψίστηκαν στη σκέψη 511 ανωτέρω, όπως ήδη επισημάνθηκε στις σκέψεις 368 έως 376 ανωτέρω, η Google δεν μπορεί να αποδώσει τον αντίκτυπο των προσαπτόμενων πρακτικών επί των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων μόνον στα αποτελέσματα που είχε η εμφάνιση των Product Universals και των Shopping Units για την κίνηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Πράγματι, η εφαρμογή των αλγορίθμων προσαρμογής των γενικών αποτελεσμάτων, οι οποίοι τείνουν να κατατάσσουν χαμηλά τα ανταγωνιστικά εργαλεία και παράγουν και οι ίδιοι αποτελέσματα, αποτελεί επίσης μέρος των συνδυαστικών πρακτικών που προσάπτονται στην Google. Επομένως, όπως ήδη εκτέθηκε στη σκέψη 375 ανωτέρω, δεν μπορεί να γίνει δεκτό το πόρισμα το οποίο συνήχθη από το πείραμα της αφαίρεσης, δηλαδή ότι ο αντίκτυπος των πρακτικών της Google ανερχόταν σε ποσοστό 5 % επί της συνολικής κίνησης των ανταγωνιστικών αυτών εργαλείων. Εξάλλου, όπως εκτέθηκε και υπομνήσθηκε στις σκέψεις 448 και 520 ανωτέρω, το μερίδιο της συνολικής κίνησης των ανταγωνιστικών προς την Google εργαλείων σύγκρισης προϊόντων το οποίο επηρεάστηκε από τη συμπεριφορά της Google είναι υψηλό και κυμαίνεται, όσον αφορά το δείγμα με βάση το οποίο καταρτίστηκε ο πίνακας 24 της προσβαλλόμενης απόφασης, από λίγο περισσότερο από 20 % μέχρι παραπάνω από 80 %. Το παρεμφερές επιχειρήμα για το οποίο έγινε λόγος στη σκέψη 515 ανωτέρω, δηλαδή ότι η συμπεριφορά την οποία η Επιτροπή προσήψε στην Google δεν είχε καμία επίπτωση στη χρήση των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων από τους χρήστες, πρέπει επίσης να απορριφθεί για τον ίδιο λόγο, αφού αγνοεί το αποτέλεσμα των αλγορίθμων προσαρμογής των γενικών αποτελεσμάτων και τη μεγάλη μερίδα των χρηστών που χρησιμοποιούν τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων έχοντας προηγουμένως περάσει από τις σελίδες αναζήτησης και αποτελεσμάτων της Google.

- 526 Τέλος, όσον αφορά ένα άλλο επιχείρημα της Google το οποίο εκτέθηκε στη σκέψη 511 ανωτέρω, δεν είναι καταρχήν ασυνεπές να εντοπίζονται σημαντικές πτώσεις της κίνησης από τα γενικά αποτελέσματα της Google προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και συγχρόνως να διαπιστώνεται ότι η κίνηση αυτή αντιπροσωπεύει μεγάλο ποσοστό της συνολικής κίνησης των ως άνω εργαλείων. Τούτο διότι η κατάσταση αναφοράς που πρέπει να ληφθεί υπόψη για τη δεύτερη πτυχή αντιστοιχεί λογικά στην αρχική κατάσταση κατά την έναρξη των περιόδων κατά τις οποίες διαπιστώθηκε η παράβαση, ενώ η εξέλιξη που πρέπει να ληφθεί υπόψη για την πρώτη πτυχή θα πρέπει λογικά να αφορά ολόκληρες αυτές τις περιόδους. Υπ' αυτό το πρίσμα, ο πίνακας 24 της προσβαλλόμενης απόφασης, ο οποίος καταρτίστηκε με βάση τις απαντήσεις δειγματοληπτικώς επιλεγέντων εργαλείων σύγκρισης προϊόντων για να εκτιμηθεί το μερίδιο των διαφόρων πηγών κίνησής τους, δείχνει ότι, για τα περισσότερα από τα δεκατρία ανταγωνιστικά εργαλείων προϊόντων των οποίων τα στοιχεία περιέχονται στον πίνακα, η κίνηση από τα γενικά αποτελέσματα της Google ήταν υψηλή στην έναρξη της εκάστοτε περιόδου και μειωνόταν προοδευτικά και σε σημαντικό βαθμό κατά τη διάρκεια της ίδιας περιόδου.
- 527 Εξ αυτού έπεται ότι, υπό το πρίσμα των λόγων ακυρώσεων και των επιχειρημάτων που προβλήθηκαν όσον αφορά την προσβαλλόμενη απόφαση, ορθώς η Επιτροπή διαπίστωσε ότι οι επίδικες πρακτικές της Google είχαν σημαντικές ουσιαστικές συνέπειες επί της κίνησης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της, προκαλώντας πτώση της κίνησης προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων και αύξηση της αντίστοιχης κίνησης προς το δικό της εργαλείο (βλ. σκέψη 420 ανωτέρω), ότι τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων τα οποία επηρεάστηκαν από τις επίδικες πρακτικές αντιπροσώπευαν, αν μη τι άλλο, στην περίπτωση της επικουρικής παραδοχής μιας αγοράς που περιλαμβάνει τις εμπορικές πλατφόρμες, ένα μη αμελητέο μερίδιο της αγοράς στις δεκατρείς επίμαχες χώρες (βλ. σκέψη 506 ανωτέρω) και ότι η κίνηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google αντιπροσώπευε μεγάλο ποσοστό της συνολικής κίνησης των ανταγωνιστικών εργαλείων (βλ. σκέψεις 520 έως 526 ανωτέρω). Υπό τις συνθήκες αυτές, συνάγεται ότι, εφόσον δεν γίνουν δεκτά τα επόμενα επιχειρήματα της Google και της CCIA τα οποία εξετάζονται στις σκέψεις 528 έως 543 κατωτέρω, η Επιτροπή έχει αποδείξει ότι οι επίδικες πρακτικές επηρέαζαν επαρκώς τους ανταγωνιστές της Google ή, τουλάχιστον, την κατάσταση μιας μεγάλης κατηγορίας ανταγωνιστών της Google, ώστε να μπορεί να διαπιστωθεί η ύπαρξη αντίθετων προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελεσμάτων στο πλαίσιο κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης.
- 528 Δεύτερον, όσον αφορά τα επιχειρήματα που συνοψίζονται στις σκέψεις 512 και 513 ανωτέρω και προβάλλονται στο πλαίσιο του ισχυρισμού ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε την ύπαρξη φραγμών εισόδου στην αγορά οι οποίοι θα εμπόδιζαν τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων από το να επωφεληθούν από άλλες πηγές κίνησης, πέραν της κίνησης που προκύπτει από τα γενικά αποτελέσματα της Google, επισημαίνεται καταρχάς ότι η Επιτροπή δεν αρκέστηκε στην αξιολόγηση που εκτίθεται στην αιτιολογική σκέψη 575 της προσβαλλόμενης απόφασης ως προς έναν ανταγωνιστή της Google για να αποδείξει την ύπαρξη τέτοιων φραγμών. Όπως ήδη υπογραμμίστηκε, η Επιτροπή προχώρησε, στο τμήμα 7.2.4.2 της προσβαλλόμενης απόφασης, σε ουσιώδεις αναλύσεις ως προς το ότι οι άλλες αυτές πηγές δεν μπορούσαν, στην πράξη, να αντικαταστήσουν την κίνηση που προέκυπτε από τα γενικά αποτελέσματα της Google. Η εκτίμηση που παρατίθεται στην αιτιολογική σκέψη 575 της προσβαλλόμενης απόφασης αποτελεί ένα μόνον από τα στοιχεία που προβλήθηκαν συναφώς.
- 529 Στο πλαίσιο αυτό, η Επιτροπή εξέτασε καταρχάς τη δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ της κίνησης από τις διαφημίσεις υπό μορφή διαφημίσεων με κείμενο στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google (AdWords) και της κίνησης από τα γενικά αποτελέσματα της Google (αιτιολογικές σκέψεις 543 έως 567 της προσβαλλόμενης απόφασης). Αναγνωρίζοντας, βάσει των

στοιχείων του πίνακα 24, ότι ορισμένα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων αντλούσαν πάνω από το 30 % της κίνησής τους από τις συγκεκριμένες διαφημίσεις, η Επιτροπή επικαλέστηκε παρά ταύτα διάφορα στοιχεία για να αποδείξει ότι τα γενικά αποτελέσματα ήταν πιο δημοφιλή μεταξύ των χρηστών. Ειδικότερα, προσκόμισε σειρά διαγραμμάτων για καθεμία από τις δεκατρείς χώρες στις οποίες είχε εντοπίσει κατάχρηση εκ μέρους της Google, συγκρίνοντας, βάσει στοιχείων από το πείραμα της αφαίρεσης, τα ποσοστά ενεργοποίησης (click-through rates) των γενικών υπερσυνδέσμων και των υπερσυνδέσμων που περιείχαν διαφημίσεις με κείμενο με βάση τη θέση τους (διαγράμματα 59 έως 71). Προέκυψε ότι τα γενικά αποτελέσματα κατά κανόνα προτιμώνται. Η Επιτροπή διαπίστωσε, μεταξύ άλλων, ότι ορισμένα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων θεωρούσαν τις δύο πηγές κίνησης μάλλον συμπληρωματικές, υπό την έννοια ότι χρησιμοποιούνταν από διαφορετικό κοινό, και ότι, ως εκ τούτου, η μία πηγή δεν μπορούσε να αντικαταστήσει την άλλη. Απαντώντας σε επιχείρημα της Google ότι περισσότερα από εκατό εργαλεία σύγκρισης αύξησαν την κίνησή τους μέσω των διαφημίσεων με κείμενο και όχι μέσω των γενικών αποτελεσμάτων, η Επιτροπή επέκρινε τη Google για το δείγμα που είχε επιλέξει, εξηγώντας, και πάλι βάσει στοιχείων από το πείραμα της αφαίρεσης, ότι, κατά μέσο όρο, στις δεκατρείς επίμαχες χώρες η κίνηση των εργαλείων σύγκρισης προϊόντων η οποία προερχόταν από τις διαφημίσεις με κείμενο ανερχόταν περίπου στο ένα τέταρτο του συνόλου και ότι η εν λόγω κίνηση ελαττώθηκε λόγω του τρόπου εμφάνισης των Shopping Units (αναλόγως της χώρας, η πτώση κυμαινόταν από 16 % έως 30 %). Τα διαγράμματα 72 έως 75 και ο πίνακας 26 απεικονίζουν την ανωτέρω διαπίστωση. Η Επιτροπή επισήμανε περαιτέρω ότι, έστω και ανταγωνιστικά προς την Google εργαλεία σύγκρισης προϊόντων μπορούσαν να αντισταθμίσουν προσωρινά την απώλεια κίνησης από τα γενικά αποτελέσματα της Google με την κίνηση από τις διαφημίσεις με κείμενο στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google, μακροπρόθεσμα τούτο δεν θα αποτελούσε λύση οικονομικώς βιώσιμη. Συναφώς, η Επιτροπή εξέθεσε ειδικότερα ότι το κόστος για τη χρήση των διαφημίσεων με κείμενο ήταν τουλάχιστον διπλάσιο του κόστους βελτιστοποίησης για την εμφάνιση εντός των γενικών αποτελεσμάτων, όπερ, σε επίπεδο αποτελεσματικότητας, από πλευράς του ποσοστού κατά το οποίο οι επισκέψεις στους ιστοτόπους των εργαλείων σύγκρισης θα μετατρέπονταν σε επακόλουθες επισκέψεις στους ιστοτόπους των πωλητών, δεν δικαιολογούσε την προαναφερθείσα διαφορά κόστους. Η Επιτροπή υπογράμμισε παρεμπιπτόντως ότι η Google δεν χρειαζόταν να επωμιστεί τέτοιες δαπάνες σε σχέση με το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων. Αναφέρθηκε επίσης στην κατάθεση της Kelko, σύμφωνα με την οποία τα έσοδα που προέκυπταν από την εμφάνισή της στα γενικά αποτελέσματα υπερέβαιναν κατά σχεδόν 20 % εκείνα που προέκυπταν από την προβολή της στις διαφημίσεις με κείμενο. Γενικώς, τα έσοδα από τις διαφημίσεις με κείμενο δεν καλύπτουν τις δαπάνες των εργαλείων σύγκρισης.

- 530 Εν συνεχεία, η Επιτροπή εξέτασε τη δυνατότητα υποκατάστασης της κίνησης από τα γενικά αποτελέσματα της Google με την κίνηση από τις εφαρμογές για κινητές συσκευές (αιτιολογικές σκέψεις 568 έως 579 της προσβαλλόμενης απόφασης). Ειδικότερα, προέβαλε επ' αυτού διάφορα στοιχεία. Κατά την Επιτροπή, η ανάπτυξη εφαρμογών για κινητές συσκευές προϋποθέτει προηγούμενη μεγάλη αναγνωρισιμότητα σήματος, ενώ γινόταν εξ αρχής εμφανές, ιδίως παρατηρώντας τα στοιχεία του πίνακα 24, ότι, μαζί με την απευθείας κίνηση, οι εφαρμογές αυτές αντιπροσωπεύουν γενικώς λιγότερο από το 20 % της συνολικής κίνησης των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων, έστω και αν για ορισμένα εργαλεία το μερίδιο αυτό μπορεί να είναι μεγαλύτερο. Για μια δεκάδα περίπου από τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων τα οποία είχαν επιλεγεί δειγματοληπτικώς και προσκόμισαν στοιχεία κατά τη διοικητική διαδικασία, το μερίδιο της κίνησης που προέρχεται από εφαρμογές για κινητές συσκευές ανέρχεται μόλις στο 5 έως 6 %. Οι εκπρόσωποι πολλών από αυτά τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων τόνισαν ότι η δημιουργία του ανωτέρω μέσου δεν είχε αυξήσει σημαντικά την επισκεψιμότητα του ιστοτόπου τους.

- 531 Η Επιτροπή εξέτασε ακολούθως τη δυνατότητα υποκατάστασης της κίνησης από τα γενικά αποτελέσματα της Google με την απευθείας κίνηση (αιτιολογικές σκέψεις 580 έως 583 της προσβαλλόμενης απόφασης). Υπογράμμισε το μικρό ποσοστό το οποίο αντιπροσώπευε η κίνηση αυτή, υπενθυμίζοντας ότι η Google υπολόγιζε ότι, όσον αφορά την εξειδικευμένη σελίδα αποτελεσμάτων Google Shopping, το σχετικό ποσοστό ανερχόταν σε 5%. Διευκρινίζεται συναφώς ότι οι υπερσύνδεσμοί άμεσης πλοήγησης, οι οποίοι αποφέρουν στην Google Shopping το μεγαλύτερο μερίδιο της κίνησής της και μνημονεύθηκαν από την Google στο πλαίσιο της επιχειρηματολογίας της που συνοψίζεται στη σκέψη 514 ανωτέρω, δεν εντάσσονται στην απευθείας κίνηση προς την Google Shopping, δεδομένου ότι περιλαμβάνονται σε καρτέλες οι οποίες εμφανίζονται στις σελίδες γενικής αναζήτησης και γενικών αποτελεσμάτων της Google. Η Επιτροπή εξήγησε επίσης ότι οι εκπρόσωποι δύο εργαλείων σύγκρισης προϊόντων ανέφεραν κατ' ουσίαν ότι η διαδικτυακή διαφημιστική εκστρατεία την οποία είχαν ξεκινήσει για να αυξήσουν την απευθείας κίνηση δεν είχε μπορέσει να αντισταθμίσει την απώλεια κίνησης από τα γενικά αποτελέσματα της Google. Όπως και στην περίπτωση των εφαρμογών για κινητές συσκευές, η αύξηση της απευθείας κίνησης προϋποθέτει την προηγούμενη οικοδόμηση σήματος με μεγάλη αναγνωρισιμότητα, η οποία είναι υπερβολικά δαπανηρή για τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων.
- 532 Τέλος, η Επιτροπή εξέτασε τη δυνατότητα υποκατάστασης της κίνησης από τα γενικά αποτελέσματα της Google με άλλες πηγές κίνησης (αιτιολογικές σκέψεις 584 έως 588 της προσβαλλόμενης απόφασης). Την απασχόλησαν οι λύσεις των εταιρικών σχέσεων με ιστοτόπους τρίτων, των ενημερωτικών επιστολών, των κοινωνικών δικτύων και των ανταγωνιστικών προς την Google μηχανών γενικής αναζήτησης. Κατά την Επιτροπή, οι ανωτέρω λύσεις είναι είτε δαπανηρές είτε μη αποτελεσματικές.
- 533 Επομένως, η Επιτροπή παρέθεσε στην προσβαλλόμενη απόφαση πολλές αιτιολογίες οι οποίες θεμελιώναν την ύπαρξη φραγμών εισόδου που εμπόδιζαν τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων από το να επωφεληθούν από εναλλακτικές πηγές κίνησης, αντί της κίνησης από τα γενικά αποτελέσματα της Google, όπερ σημαίνει, πιο συγκεκριμένα, ότι είναι ανακριβής ο ισχυρισμός ότι η Επιτροπή δεν εντόπισε ως προς τις πηγές αυτές κανένα εγγενές τους εμπόδιο το οποίο απέτρεπε τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων από το να προσελκύσουν κίνηση μέσω αυτών.
- 534 Εντούτοις, στο δικόγραφο της προσφυγής, η Google αμφισβητεί τη βασιμότητα της αιτιολογίας που παρέθεσε συναφώς η Επιτροπή, προβάλλοντας καταρχάς συναφώς το επιχείρημα ότι η ύπαρξη τέτοιων φραγμών διαψεύδεται από το γεγονός ότι οι εμπορικές πλατφόρμες χρησιμοποιούν τέτοιες εναλλακτικές πηγές κίνησης (σημείο 365, το οποίο παραπέμπει στα σημεία 320 έως 324). Ωστόσο, το ανωτέρω επιχείρημα στηρίζεται μόνο σε γενικά στοιχεία που έχουν ως στόχο να καταδείξουν ότι οι χρήστες χρησιμοποιούν συχνά τις εμπορικές πλατφόρμες για να ξεκινήσουν τις αναζητήσεις τους για προϊόντα, όπερ υποδηλώνει ότι οι χρήστες εισέρχονται κατευθείαν στις πλατφόρμες χωρίς να έχει προηγηθεί άλλη αναζήτηση. Κάτι όμως που μπορεί να ισχύει για ένα είδος επιχείρησης που είναι πασίγνωστη δεν ισχύει κατ' ανάγκην και για τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων.
- 535 Εν συνεχεία, η Google επικαλείται, με το υπόμνημα απαντήσεως, την προσκομισθείσα στο παράρτημα C18 μελέτη της αρχής αγορών και ανταγωνισμού του Ηνωμένου Βασιλείου, κατά την οποία τα διαδικτυακά εργαλεία σύγκρισης επενδύουν επιτυχώς στη διαφήμιση και στην ανάπτυξη των σημάτων και διαφημίζονται κατά κόρον σε διάφορα μέσα επικοινωνίας. Ωστόσο, ορθώς η Επιτροπή προβάλλει συναφώς ένσταση απαραδέκτου της μελέτης αυτής, στηριζόμενη στο άρθρο 85 του Κανονισμού Διαδικασίας, το οποίο ορίζει ότι τα αποδεικτικά στοιχεία προσκομίζονται και τα αποδεικτικά μέσα προτείνονται στο πλαίσιο της πρώτης ανταλλαγής

υπομνημάτων, εκτός αν δικαιολογείται η καθυστερημένη προσκόμιση ή πρότασή τους. Πράγματι, η Google δεν παρέσχε καμία εξήγηση προς δικαιολόγηση της καθυστερημένης προσκόμισης της συγκεκριμένης μελέτης παρότι η ίδια την είχε επικαλεστεί σε απάντηση της «έκθεσης πραγματικών περιστατικών» της Επιτροπής κατά τη διοικητική διαδικασία, όπως προκύπτει από το παράρτημα Α7, σημείο 282, του δικογράφου της προσφυγής.

- 536 Όσον αφορά το συνολικό πόρισμα το οποίο συνάγει η Google από τη μελέτη αυτή και από άλλες μελέτες, καταλήγοντας ότι άλλες διαδικτυακές υπηρεσίες, ιδίως δε εργαλεία εξειδικευμένα σε διάφορους τομείς, χρησιμοποιούν επιτυχώς τις εναλλακτικές πηγές κίνησης, το πόρισμα αυτό είναι υπερβολικά γενικό και βασίζεται στην παρατήρηση άλλων αγορών, οπότε δεν μπορεί να θέσει εν αμφιβόλω τη λεπτομερή ανάλυση που πραγματοποίησε η Επιτροπή στην προσβαλλόμενη απόφαση αναφορικά με τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων.
- 537 Η Google εκθέτει επίσης κατ' ουσίαν ότι, ακόμη και αν υποθεθεί ότι τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων δεν μπορούν εύκολα να χρησιμοποιήσουν τις εναλλακτικές πηγές κίνησης, δεν ευθύνεται η ίδια για αυτό. Το ζήτημα όμως δεν είναι το αν η Google είναι υπεύθυνη για φραγμούς εισόδου στις πηγές κίνησης οι οποίες είναι εναλλακτικές της κίνησης που προκύπτει από τα γενικά αποτελέσματά της, αλλά το κατά πόσον υφίστανται τέτοιοι φραγμοί. Συγκεκριμένα, βάσει της ανάλυσης που πραγματοποίησε η Επιτροπή στην προσβαλλόμενη απόφαση, η Google έθεσε φραγμούς εισόδου στα γενικά αποτελέσματά της ως πηγή εισόδου επί της οποίας μπορεί να ασκήσει έλεγχο και ότι η συγκεκριμένη πηγή δεν μπορεί, στην πράξη, να αντικατασταθεί από άλλες πηγές, οι οποίες επηρεάζονται, με τη σειρά τους, από διάφορους φραγμούς εισόδου που εμποδίζουν τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Υπό τις συνθήκες αυτές, το επιχείρημα ότι, αντιθέτως προς ό,τι συνέβη στην υπόθεση επί της οποίας εκδόθηκε η απόφαση της 17ης Σεπτεμβρίου 2007, Microsoft κατά Επιτροπής (Τ-201/04, ΕΥ:Τ:2007:289), η Google δεν έθεσε φραγμούς εισόδου σε πηγές κίνησης οι οποίες είναι εναλλακτικές της κίνησης που προκύπτει από τα γενικά αποτελέσματά της δεν μπορεί, στην πραγματικότητα, να θέσει εν αμφιβόλω την ανάλυση της Επιτροπής σχετικά με την ύπαρξη τέτοιων φραγμών που συμβάλλουν στο αντίθετο προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτέλεσμα της συμπεριφοράς της Google.
- 538 Τρίτον, όσον αφορά τα επιχειρήματα που συνοψίζονται στη σκέψη 514 ανωτέρω και προβάλλονται προς στήριξη του ισχυρισμού ότι η Επιτροπή παρέλειψε να αποδείξει ότι τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων που αντιμετώπιζαν δυσχέρειες ήταν εξίσου αποτελεσματικά με την Google, όπερ ακριβώς δεν ισχύει, ορθώς η Επιτροπή υποστηρίζει ότι δεν όφειλε να αποδείξει κάτι τέτοιο. Συγκεκριμένα, η χρησιμοποίηση του κριτηρίου του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή δικαιολογείται όταν πρόκειται για τιμολογιακές πρακτικές (λόγου χάρη, για επιθετικές τιμές ή για συμπίεσεις των περιθωρίων) προκειμένου να κριθεί κατ' ουσίαν αν, σε περίπτωση κατέχουσας δεσπόζουσα θέση επιχείρησης στην οποία προσάπτεται παρόμοια τιμολογιακή συμπεριφορά, ένας ανταγωνιστής που είναι εξίσου αποτελεσματικός και που, για να μην εκτοπιστεί αμέσως από την αγορά, θα χρέωνε στους πελάτες του τις ίδιες τιμές με εκείνες της δεσπόζουσας επιχείρησης, θα αναγκαζόταν, ενεργώντας έτσι, να υποστεί ζημία η οποία θα συσσωρευόταν, με μακροπρόθεσμο αποτέλεσμα να εγκαταλείψει την αγορά (πρβλ. απόφαση της 6ης Οκτωβρίου 2015, Post Danmark, C-23/14, ΕΥ:C:2015:651, σκέψεις 53 έως 55 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία). Εν προκειμένω, οι πρακτικές που προσάπτονται στην Google δεν είναι τιμολογιακής φύσης.
- 539 Επιπλέον, ο «εξίσου αποτελεσματικός ανταγωνιστής» είναι καταρχήν υποθετικός ανταγωνιστής, ο οποίος επομένως τεκμαίρεται ότι χρεώνει στους πελάτες του με την κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση, αλλά υπόκειται στα ίδια έξοδα με εκείνα που η δεσπόζουσα επιχείρηση

επωμίζεται ή επιβάλλει στους ανταγωνιστές της αν τους πωλεί ένα ενδιάμεσο αγαθό αναγκαίο για το τελικό προϊόν (πρβλ. απόφαση της 17ης Φεβρουαρίου 2011, *TeliaSonera Sverige*, C-52/09, EU:C:2011:83, σκέψεις 40 έως 44). Το κριτήριο του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή χρησιμοποιείται προκειμένου να αποδειχθεί ότι ακόμη και ένας ανταγωνιστής εξίσου αποτελεσματικός με την επιχείρηση που εφαρμόζει την επίμαχη τιμολογιακή πρακτική δεν θα μπορούσε να αντέξει μακροπρόθεσμα χρεώνοντας τις ίδιες τιμές, επειδή ακριβώς δεν θα μπορούσε να στηριχθεί στην ισχύ την οποία παρέχει η δεσπόζουσα θέση. Επομένως, δεν πρόκειται καταρχήν για πραγματικό ανταγωνιστή του οποίου εκτιμάται η πραγματική αποτελεσματικότητα, όπως προτείνει να γίνει η Google σε σχέση με τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Συνεπώς, η χρησιμοποίηση του ανωτέρω κριτηρίου, το οποίο συνίσταται στη σύγκριση τιμών και κόστους, δεν είχε νόημα εν προκειμένω, δεδομένου ότι το πρόβλημα ανταγωνισμού που είχε εντοπιστεί δεν ήταν τιμολογιακής φύσης.

- 540 Εξάλλου, ακόμη και αν υποθεθεί ότι είναι δυνατόν μια αρχή ανταγωνισμού όπως η Επιτροπή να συγκρίνει την πραγματική αποτελεσματικότητα περισσότερων επιχειρήσεων μελετώντας με τρόπο εμπειριστατικό τις διάφορες παραμέτρους της δραστηριότητάς τους, ένα τέτοιο εγχείρημα θα μπορούσε να οδηγήσει σε αντικειμενικά αποτελέσματα ακριβώς μόνον αν οι συνθήκες ανταγωνισμού δεν είχαν νοθευτεί από συμπεριφορά αντίθετη προς τους κανόνες του ανταγωνισμού. Κατά συνέπεια, το εγχείρημα αυτό δεν θα μπορούσε, αυτό καθαυτό, να χρησιμεύσει προκειμένου να κριθεί αν όντως υπήρξε τέτοια συμπεριφορά.
- 541 Από τα ανωτέρω συνάγεται ότι, εν προκειμένω, όπως εκτέθηκε στη σκέψη 441 ανωτέρω, η Επιτροπή όφειλε μόνον να αποδείξει δυνητικά αποτελέσματα εξάλειψης ή περιορισμού του ανταγωνισμού λόγω των επίδικων πρακτικών, ανεξαρτήτως του ζητήματος εάν στον τομέα της σύγκρισης προϊόντων η Google ήταν «αποτελεσματικότερη» σε σχέση με τα λοιπά ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, πράγμα που είναι ακριβώς αδύνατο να διαπιστωθεί όταν οι πρακτικές είναι ικανές να νοθεύσουν τον ανταγωνισμό.
- 542 Όσον αφορά τέλος τα επιχειρήματα της CCIA που συνοψίζονται στη σκέψη 516 ανωτέρω, επιβάλλεται η διαπίστωση ότι τα επιχειρήματα αυτά, δεδομένου ότι αφορούν, πρώτον, την παράλειψη της Επιτροπής να λάβει υπόψη τα χαρακτηριστικά και το οικονομικό μοντέλο των αμφίπλευρων διαδικτυακών αγορών, δεύτερον, την προσπάθεια για καινοτομία η οποία οδήγησε την Google στο να υιοθετήσει τη συμπεριφορά της και, τρίτον, την απουσία αντίθετης προς τους κανόνες του ανταγωνισμού στρατηγικής εκ μέρους της τελευταίας, δεν βάλλουν κατά της ανάλυσης των αποτελεσμάτων των επίδικων πρακτικών, αλλά κατά της ανάλυσης που είχε ως αντικείμενο την αντίθετη προς τους κανόνες του ανταγωνισμού φύση των πρακτικών. Επομένως, τα ως άνω επιχειρήματα πρέπει να απορριφθούν ως αλυσιτελή, στον βαθμό που προβλήθηκαν προς στήριξη του ισχυρισμού της CCIA ότι «η απόφαση δεν αποδεικνύει ότι η συμπεριφορά ήταν ικανή να παραγάγει αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα».
- 543 Συνεπώς, λαμβανομένων υπόψη, αφενός, του ενδιάμεσου συμπεράσματος που εκτέθηκε στη σκέψη 527 ανωτέρω και, αφετέρου, της απόρριψης των λοιπών επιχειρημάτων της Google και της CCIA, είναι απορριπτέο το τρίτο σκέλος του τέταρτου λόγου ακυρώσεως με το οποίο η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι δεν απέδειξε την ύπαρξη αντίθετων προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελεσμάτων οφειλόμενων στις επίδικες πρακτικές στις εθνικές αγορές των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων.

4. Επί του τρίτου σκέλους του πρώτου λόγου ακυρώσεως και επί του τρίτου σκέλους του δεύτερου λόγου ακυρώσεως, περί ύπαρξης αντικειμενικών δικαιολογητικών λόγων

α) Επί των δικαιολογητικών λόγων που προβάλλει η Google όσον αφορά τον τρόπο εμφάνισης των *Product Universals* (τρίτο σκέλος του πρώτου λόγου ακυρώσεως)

1) Επιχειρήματα των διαδίκων

- 544 Η Google διατείνεται ότι, κατά τη διοικητική διαδικασία, απέδειξε ότι χάρη στον τρόπο με τον οποίο εμφάνιζε τα *Product Universals*, βελτίωσε την ποιότητα της παρεχόμενης στους χρήστες υπηρεσίας. Τούτο δικαιολογεί τη συμπεριφορά της, καθώς πρόκειται για ένα αποτέλεσμα ευεργετικό για τον ανταγωνισμό.
- 545 Κατά την Google, η Επιτροπή δεν επικρίνει την πρακτική της ομαδοποιημένης εμφάνισης εξειδικευμένων αποτελεσμάτων για προϊόντα στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων. Η Επιτροπή εκτιμά απλώς ότι η Google όφειλε να εμφανίζει τα εξειδικευμένα αποτελέσματα για προϊόντα των ανταγωνιστικών εργαλείων χρησιμοποιώντας τις «ίδιες υποκείμενες διαδικασίες και μεθόδους» που χρησιμοποιούσε και για τα δικά της αποτελέσματα, χωρίς ούτε να λάβει θέση επί των δικαιολογητικών λόγων τους οποίους προέβαλε η Google κατά τη διοικητική διαδικασία περί ευεργετικών αποτελεσμάτων για τον ανταγωνισμό, ούτε να τους σταθμίσει με τις επιπτώσεις που προσδιόρισε. Επομένως, η προσβαλλόμενη απόφαση δεν αντικρούει τους δικαιολογητικούς λόγους που προβάλλει η Google όσον αφορά τις πρακτικές της και δεν παρέχει απαντήσεις στις εξηγήσεις της, ούτε προβαίνει στη στάθμιση η οποία απαιτείται κατά τη νομολογία.
- 546 Επιπλέον, η Επιτροπή δεν εξέθεσε στην προσβαλλόμενη απόφαση με ποιον τρόπο η Google θα μπορούσε να εμφανίζει τα εξειδικευμένα αποτελέσματα για προϊόντα των ανταγωνιστικών εργαλείων χρησιμοποιώντας τις «ίδιες υποκείμενες διαδικασίες και μεθόδους» όπως και για τα δικά της αποτελέσματα, μολονότι η Google της είχε εξηγήσει ότι τούτο ήταν αδύνατο. Συναφώς, η Google υπενθυμίζει ότι δεν γνώριζε με ποιον τρόπο επέλεξαν τα αποτελέσματα οι ανταγωνιστές της, οπότε δεν είχε τη δυνατότητα να αξιολογεί συγκριτικά τα αποτελέσματα τα οποία προτεινόταν από τα διάφορα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Υποστηρίζει επίσης ότι δεν μπορούσε να γνωρίζει εκ των προτέρων ή να λάβει αρκετά γρήγορα τα αποτελέσματα επί της εκάστοτε αναζήτησης του κάθε χρήστη και, τέλος, ότι δεν θα της ήταν δυνατό να εφαρμόσει τους δικούς της μηχανισμούς ποιοτικού ελέγχου επί των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων. Κατά την Google, η Επιτροπή δεν αντέκρουσε, στην προσβαλλόμενη απόφαση, τις ανωτέρω εξηγήσεις αλλά επέμεινε να ζητεί από την Google την εμφάνιση των αποτελεσμάτων των ανταγωνιστικών εργαλείων σύμφωνα με τις ίδιες υποκείμενες διαδικασίες και μεθόδους. Υπό τις συνθήκες αυτές, η Επιτροπή ήταν εκείνη που όφειλε να καταδείξει με ποιον τρόπο η Google θα μπορούσε, εφαρμόζοντας ρεαλιστικές και εφικτές λύσεις, να ενεργήσει κατά τον απαιτούμενο τρόπο. Ειδικότερα, εσφαλμένως η Επιτροπή θεώρησε ότι εντόπισε, στις προτάσεις τις οποίες υπέβαλε η Google κατά τη διάρκεια των συζητήσεων ενόψει ενδεχόμενης περάτωσης της διαδικασίας με απόφαση περί αποδοχής των δεσμεύσεων καθώς και σε εσωτερικά έγγραφα προβληματισμού της Google, την απόδειξη ότι τέτοιος τρόπος εμφάνισης ήταν δυνατός. Οι πρωτοβουλίες που σχεδιάζονταν δεν αφορούσαν την προοπτική να κατατάσσονται τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών προς την Google εργαλείων σύγκρισης προϊόντων σύμφωνα με τις ίδιες υποκείμενες διαδικασίες και μεθόδους που χρησιμοποιούνταν για τα δικά της εξειδικευμένα αποτελέσματα αναζήτησης για προϊόντα.

- 547 Στο υπόμνημα απαντήσεως, η Google επαναλαμβάνει ότι, όπως εξηγούσε καθ' όλη τη διάρκεια της διοικητικής διαδικασίας χωρίς όμως αυτό να ληφθεί υπόψη στην προσβαλλόμενη απόφαση, δεν μπορούσε για τεχνικούς λόγους να εμφανίζει τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων εντός των Product Universals χωρίς να βλάψει την ποιότητα των δικών της αποτελεσμάτων αναζήτησης. Αντιθέτως προς τα όσα διαπιστώνει η Επιτροπή, οι δικαιολογητικοί λόγοι τους οποίους προέβαλε η Google κατά τη διοικητική διαδικασία κατέρριψαν πλήρως τον ισχυρισμό περί κατάχρησης.
- 548 Η CCIA υπογραμμίζει ότι μόνον τρεις σελίδες της προσβαλλόμενης απόφασης αφορούν τους αντικειμενικούς δικαιολογητικούς λόγους τους οποίους επικαλέστηκε η Google και μία μόνον αιτιολογική σκέψη την εξέταση του κατά πόσον το διορθωτικό μέτρο που ζητήθηκε από την Google είναι τεχνικώς εφικτό.
- 549 Η Επιτροπή αμφισβητεί τη βασιμότητα των ανωτέρω επιχειρημάτων.
- 550 Η BDZV επισημαίνει, προς στήριξη της Επιτροπής, ότι η τελευταία δεν ήταν υποχρεωμένη να προβλέψει συγκεκριμένες τεχνικές λύσεις για τον τερματισμό της διαπιστωθείσας κατάχρησης.

2) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου

- 551 Από πάγια νομολογία προκύπτει ότι μια επιχείρηση η οποία κατέχει δεσπόζουσα θέση μπορεί να δικαιολογήσει ενέργειες που ενδέχεται να εμπίπτουν στην απαγόρευση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ αποδεικνύοντας είτε ότι η συμπεριφορά της είναι αντικειμενικά αναγκαία από τεχνική ή εμπορική άποψη είτε ότι το αποτέλεσμα εκτοπισμού που προκύπτει μπορεί να αντισταθμιστεί ή ακόμη και να εξουδετερωθεί με πλεονεκτήματα ως προς την αποτελεσματικότητα, τα οποία ωφελούν επίσης τους καταναλωτές (πρβλ. απόφαση της 27ης Μαρτίου 2012, *Post Danmark*, C-209/10, EU:C:2012:172, σκέψεις 40 και 41 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).
- 552 Η αντικειμενική αναγκαιότητα μπορεί να απορρέει από θεμιτούς προβληματισμούς εμπορικής φύσης, λόγου χάρη από την ανάγκη να εξασφαλιστεί προστασία από αθέμιτο ανταγωνισμό ή να ληφθούν υπόψη διαπραγματεύσεις με πελάτες (πρβλ. αποφάσεις της 14ης Φεβρουαρίου 1978, *United Brands και United Brands Continentaal κατά Επιτροπής*, 27/76, EU:C:1978:22, σκέψεις 184 έως 187, και της 9ης Νοεμβρίου 1983, *Nederlandsche Banden-Industrie-Michelin κατά Επιτροπής*, 322/81, EU:C:1983:313, σκέψη 90), αλλά και από δικαιολογητικούς λόγους τεχνικής φύσης, όπως για παράδειγμα λόγους που συνδέονται με τη διατήρηση των επιδόσεων του επίμαχου προϊόντος ή υπηρεσίας ή με τη βελτίωσή τους (πρβλ. απόφαση της 17ης Σεπτεμβρίου 2007, *Microsoft κατά Επιτροπής*, T-201/04, EU:T:2007:289, σκέψεις 1146 και 1159).
- 553 Όσον αφορά τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας, εναπόκειται στην επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση να αποδείξει ότι η βελτίωση της αποτελεσματικότητας η οποία ενδέχεται να προκύπτει από την εξεταζόμενη συμπεριφορά εξουδετερώνει τις πιθανές επιπτώσεις σε βάρος του ανταγωνισμού και των συμφερόντων των καταναλωτών στις αγορές που επηρεάζονται, ότι η βελτίωση αυτή της αποτελεσματικότητας ήταν ή είναι δυνατόν να επιτευχθεί μέσω της συγκεκριμένης συμπεριφοράς και ότι η εν λόγω συμπεριφορά είναι απαραίτητη για την επίτευξη της και δεν εξαλείφει τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό καταργώντας όλες ή τις περισσότερες υφιστάμενες πηγές πραγματικού ή δυνητικού ανταγωνισμού (απόφαση της 27ης Μαρτίου 2012, *Post Danmark*, C-209/10, EU:C:2012:172, σκέψη 42), οπότε η οικεία επιχείρηση δεν είναι δυνατόν να περιοριστεί συναφώς στην προβολή αόριστων, γενικόλογων και θεωρητικών

επιχειρημάτων ή να επικαλεστεί αποκλειστικώς τα δικά της εμπορικά συμφέροντα [βλ. απόφαση της 30ής Ιανουαρίου 2020, Generics (UK) κ.λπ., C-307/18, EU:C:2020:52, σκέψη 166 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία].

- 554 Μολονότι η Επιτροπή φέρει το βάρος απόδειξης των περιστάσεων που στοιχειοθετούν παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, εντούτοις δεν εναπόκειται στην Επιτροπή αλλά στην κατέχουσα δεσπόζουσα θέση οικεία επιχείρηση να επικαλεστεί, αν παραστεί ανάγκη, ενδεχόμενο δικαιολογητικό λόγο, καθώς και να προβάλει τα σχετικά επιχειρήματα και αποδεικτικά στοιχεία. Ακολούθως, η Επιτροπή είναι υποχρεωμένη, αν πρόκειται να διαπιστώσει κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης, να αποδείξει ότι τα προβληθέντα από την επιχείρηση επιχειρήματα και αποδεικτικά στοιχεία δεν μπορούν να τελεσφορήσουν και, ως εκ τούτου, ότι ο δικαιολογητικός λόγος τον οποίο αυτή επικαλέστηκε δεν μπορεί να γίνει δεκτός (απόφαση της 17ης Σεπτεμβρίου 2007, Microsoft κατά Επιτροπής, T-201/04, EU:T:2007:289, σκέψη 1144).
- 555 Κατ' ουσίαν, η Google ισχυρίζεται αφενός ότι, στην προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή δεν αντικρούει τους δικαιολογητικούς λόγους τους οποίους επικαλέστηκε η Google κατά τη διοικητική διαδικασία όσον αφορά τις πρακτικές της και δεν επιχειρεί να παράσχει απαντήσεις στις εξηγήσεις της ή να προβεί στη στάθμιση που απαιτείται κατά τη νομολογία και, αφετέρου, ότι η Επιτροπή δεν εκθέτει με ποιον τρόπο θα μπορούσε να εμφανίζει τα εξειδικευμένα αποτελέσματα αναζήτησης για προϊόντα ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων χρησιμοποιώντας τις ίδιες υποκείμενες διαδικασίες και μεθόδους όπως και για τα δικά της αποτελέσματα, παρότι κάτι τέτοιο θα ήταν τεχνικώς αδύνατο.
- 556 Εν προκειμένω, το Γενικό Δικαστήριο οφείλει επομένως να εξετάσει αν τα στοιχεία που προέβαλε η Google μπορούν, αντιθέτως προς την εκτίμηση της Επιτροπής, να αποτελέσουν δικαιολογητικούς λόγους για την εν λόγω συμπεριφορά, κατά την έννοια της μνημονευόμενης στις σκέψεις 551 έως 553 ανωτέρω νομολογίας.
- 557 Στο τμήμα 7.5 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή εξέτασε τα στοιχεία που προέβαλε η Google κατά τη διοικητική διαδικασία ως αντικειμενικούς δικαιολογητικούς λόγους και ως οφέλη από πλευράς βελτίωσης της αποτελεσματικότητας. Όπως εκτίθεται στις αιτιολογικές σκέψεις 655 έως 659 της προσβαλλόμενης απόφασης, χωρίς να αμφισβητηθεί από την Google στο δικόγραφο της προσφυγής, η Google προέβαλε κατ' ουσίαν διάφορα επιχειρήματα. Πρώτον, υποστήριξε ότι οι μηχανισμοί προσαρμογής των γενικών αποτελεσμάτων είχαν ωφελήσει τον ανταγωνισμό επειδή διαφύλασσαν την ποιότητα των αποτελεσμάτων. Δεύτερον, ισχυρίστηκε ότι ο τρόπος τοποθέτησης και παρουσίασης των Product Universals, όπως και οι μηχανισμοί παραγωγής τους, είχαν ωφελήσει τον ανταγωνισμό, επειδή εξασφάλιζαν, προς όφελος των χρηστών και των διαδικτυακών πωλητών, την υψηλότερη δυνατή ποιότητα της παρεχόμενης υπηρεσίας αναζήτησης. Τρίτον, υποστήριξε ότι, αν έπρεπε να τοποθετεί και να παρουσιάζει τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων με τον ίδιο τρόπο όπως τα αποτελέσματα του δικού της εργαλείου σύγκρισης προϊόντων στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της, τούτο θα περιόριζε τον ανταγωνισμό, διότι, αφενός, η ουσία του ανταγωνισμού έγκειται στο ότι κάθε υπηρεσία αναζήτησης παρουσιάζει τα δικά της αποτελέσματα, όπως προσδοκούν άλλωστε και οι χρήστες, και, αφετέρου, θα συμπιέζονταν οι δυνατότητές της να αντλήσει κέρδος από τα πεδία στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της. Τέταρτον, επισήμανε ότι, από τεχνική άποψη, δεν μπορούσε να κατατάσσει με συνεκτικό τρόπο τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων και τα δικά της και ότι, εξάλλου, σε μια τέτοια περίπτωση, τα αποτελέσματά τους θα μετατρέπονταν σε αποτελέσματα του δικού της εργαλείου σύγκρισης προϊόντων. Πέμπτον, η

Google προέβαλε, κατά τη διοικητική διαδικασία, επιχείρημα περί προσβολής των θεμελιωδών της δικαιωμάτων, πλην όμως με το δικόγραφο της προσφυγής της δεν αμφισβητεί την απάντηση την οποία έδωσε σχετικά η Επιτροπή με την προσβαλλόμενη απόφασή της.

- 558 Τα τρία πρώτα επιχειρήματα της Google που συνοψίστηκαν στη σκέψη 557 ανωτέρω έχουν ως σκοπό, όπως εκτίθενται στο δικόγραφο της προσφυγής, να αναδείξουν το γεγονός ότι η συμπεριφορά της είχε χαρακτηριστικά ευεργετικά για τον ανταγωνισμό, υπό την έννοια ότι συμπεριφορά βελτίωσε την ποιότητα της υπηρεσίας αναζήτησης της Google. Τα επιχειρήματα αυτά εντάσσονται καταρχήν στο πλαίσιο της προσπάθειας να τεκμηριωθεί, σύμφωνα με τα όσα εκτέθηκαν στη σκέψη 551 ανωτέρω, ότι το αποτέλεσμα εκτοπισμού που προκαλείται από την επίμαχη συμπεριφορά αντισταθμίζεται ή ακόμη και εξουδετερώνεται από πλεονεκτήματα σε επίπεδο αποτελεσματικότητας, τα οποία ωφελούν επίσης τους καταναλωτές. Με το τέταρτο επιχείρημα, το οποίο συνοψίζεται στη σκέψη 557 ανωτέρω, γίνεται επίκληση τεχνικών λόγων που φέρονται να εμπόδιζαν την Google να διασφαλίσει τη ζητούμενη από την Επιτροπή ίση μεταχείριση μεταξύ των αποτελεσμάτων του δικού εργαλείου σύγκρισης προϊόντων και των αποτελεσμάτων των ανταγωνιστικών εργαλείων. Εν τέλει, η Google διατείνεται ότι η διαρκής επιδίωξή της ήταν να βελτιώνει την υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων την οποία προσέφερε στους χρήστες, και μάλιστα σε συμφωνία με τις επιταγές του υγιούς ανταγωνισμού, εντός όμως των ορίων του τεχνικώς εφικτού. Η Επιτροπή της προσάπτει παρά ταύτα ότι δεν διασφάλισε την ίση μεταχείριση των αποτελεσμάτων την οποία, για τεχνικούς λόγους, δεν ήταν ούτως ή άλλως σε θέση να διασφαλίσει.
- 559 Υπό το πρίσμα των δύο πρώτων επιχειρημάτων της Google που συνοψίζονται στη σκέψη 557 ανωτέρω, η Επιτροπή επισήμανε, στις αιτιολογικές σκέψεις 661 και 662 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι δεν απέτρεπε την Google από το να εφαρμόζει μηχανισμούς προσαρμογής ούτε από το να εμφανίζει τα αποτελέσματα εξειδικευμένης αναζήτησης στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της εφόσον έκρινε ότι τα αποτελέσματα αυτά ήταν συναφή ή χρήσιμα για μια αναζήτηση, αλλά ότι η διαπιστωθείσα κατάχρηση συνίστατο στη μη εφαρμογή των ίδιων κριτηρίων όσον αφορά την τοποθέτηση και την παρουσίαση των αποτελεσμάτων του εργαλείου σύγκρισης προϊόντων της Google και των αποτελεσμάτων των ανταγωνιστικών εργαλείων.
- 560 Από την ανωτέρω απάντηση προκύπτει ότι η Επιτροπή δεν αρνήθηκε μεν ότι οι αλγόριθμοι προσαρμογής των γενικών αποτελεσμάτων ή τα κριτήρια τοποθέτησης και παρουσίασης των εξειδικευμένων αποτελεσμάτων για προϊόντα της Google ενδέχεται να συνιστούν βελτιώσεις της παρεχόμενης υπηρεσίας, με ευεργετικό για τον ανταγωνισμό περιεχόμενο, όπως υποστήριζε η Google με τα δύο πρώτα επιχειρήματά της που συνοψίζονται στη σκέψη 557 ανωτέρω, πλην όμως υπογράμμισε ορθώς ότι η Google δεν προέβαλε κανένα επιχείρημα προς δικαιολόγηση της άνιση μεταχείρισης μεταξύ των αποτελεσμάτων του δικού της εργαλείου σύγκρισης προϊόντων και των αποτελεσμάτων των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης. Με άλλα λόγια, η Επιτροπή έκρινε κατ' ουσίαν ότι η Google δεν επικαλέστηκε κανένα στοιχείο για να αποδείξει ότι τα δύο πλεονεκτήματα που προβάλλονταν ως ευεργετικά για τον ανταγωνισμό αντισταθμίζαν, ή ακόμη και εξουδετέρωναν, τις απορρέουσες από την άνιση αυτή μεταχείριση επιπτώσεις για τον ανταγωνισμό τις οποίες είχε εντοπίσει στα προγενέστερα τμήματα της προσβαλλόμενης απόφασης.
- 561 Εν συνεχεία, υπό το πρίσμα του τρίτου επιχειρήματος της Google που συνοψίζεται στη σκέψη 557 ανωτέρω και είχε συνολικά ως στόχο να καταδείξει ότι η ίση μεταχείριση την οποία ζητούσε η Επιτροπή θα περιόριζε στην πραγματικότητα τον ανταγωνισμό, η Επιτροπή απάντησε στα δύο σκέλη του επιχειρήματος αυτού με τις αιτιολογικές σκέψεις 663 και 664 της προσβαλλόμενης απόφασης, επισημαίνοντας, αφενός, ότι η Google δεν είχε αποδείξει ότι οι χρήστες του

διαδικτύου προσδοκούσαν από μια μηχανή αναζήτησης να δίνει αποτελέσματα προερχόμενα από μία μόνον πηγή και ότι, εν προκειμένω, οι χρήστες δεν είχαν ενημερωθεί ότι τα Product Universals εμφανίζονταν βάσει της λειτουργίας μηχανισμών διαφορετικών από εκείνους που εφαρμόζονταν στα γενικά αποτελέσματα και, αφετέρου, ότι αν διασφαλιζόταν, στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google, ίση μεταχείριση μεταξύ του εργαλείου σύγκρισης προϊόντων της τελευταίας και των ανταγωνιστικών εργαλείων, δεν θα αποκλειόταν η ευχέρεια την οποία είχε η Google να αντλεί κέρδος από ορισμένα πεδία των σελίδων αυτών.

- 562 Το νόημα αυτής της απάντησης της Επιτροπής είναι, αφενός, ότι, αντιθέτως προς τα όσα υποστηρίζει η Google, η επιλογή της για προνομιακή τοποθέτηση και παρουσίαση των δικών της αποτελεσμάτων για προϊόντα σε σχέση με εκείνα των ανταγωνιστών της δεν είναι καλύτερη για τον ανταγωνισμό απ' ό,τι μια κατάσταση στην οποία θα εξασφαλιζόταν ίση μεταχείριση συναφώς. Ειδικότερα, ορθώς η Επιτροπή εκφράζει αμφιβολίες ως προς το αν η προσδοκία των χρηστών είναι όντως να βρίσκουν αποτελέσματα μόνον από μία εξειδικευμένη μηχανή αναζήτησης στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων. Συγκεκριμένα, όπως υπενθύμισε η Επιτροπή, η επίμαχη διαφορετική μεταχείριση όσον αφορά τον τρόπο τοποθέτησης και παρουσίασης εκδηλώνεται εν προκειμένω στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων, από τις οποίες οι χρήστες αναμένουν καταρχήν αποτελέσματα που να προέρχονται από παντού στο διαδίκτυο και να παρέχονται με διαφάνεια και χωρίς διακρίσεις, όπως συνάγεται άλλωστε και από τις εκτιμήσεις οι οποίες εκτίθενται στη σκέψη 178 ανωτέρω.
- 563 Το νόημα της απάντησης της Επιτροπής όπως συνοψίστηκε στη σκέψη 561 ανωτέρω είναι, αφετέρου, να αντικρούσει τον ισχυρισμό της Google ότι ενδέχεται να υποστεί οικονομικές επιπτώσεις διασφαλίζοντας την ίση μεταχείριση, από πλευράς τρόπου τοποθέτησης και παρουσίασης στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της, των δικών της αποτελεσμάτων για προϊόντα και των αντίστοιχων αποτελεσμάτων των ανταγωνιστών της. Με το δικόγραφο της προσφυγής, η Google δεν προβάλλει κανένα επιχειρήμα για να αμφισβητήσει βασίμως την ανωτέρω εκτίμηση και, ακόμη και αν υποτεθεί ότι η Google μπορεί να υποστεί οικονομικές επιπτώσεις παρέχοντας στα άλλα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων τη δυνατότητα πρόσβασης στην υπηρεσία της υπό τους ίδιους όρους με εκείνους που ισχύουν για το δικό της εργαλείο, το ενδεχόμενο αυτό δεν συνιστά επιτρεπτό δικαιολογητικό λόγο για την αντίθετη προς τους κανόνες του ανταγωνισμού συμπεριφορά της.
- 564 Επομένως, αντιθέτως προς τα όσα υποστηρίχθηκαν στο δικόγραφο της προσφυγής, η Επιτροπή έλαβε θέση επί του δικαιολογητικού λόγου που προέβαλε η Google με το τρίτο επιχειρήμα της, χωρίς η τελευταία να μπορέσει να κλονίσει τη βασιμότητα της θέσης της Επιτροπής.
- 565 Κατά συνέπεια, ορθώς η Επιτροπή απέρριψε το τρίτο επιχειρήμα της Google περί ευεργετικών για τον ανταγωνισμό χαρακτηριστικών της συμπεριφοράς της, ανασκευάζοντας τα σχετικά με την ύπαρξη χαρακτηριστικών όπως αυτά που επιχειρήσε να αναδείξει η Google με το επιχειρήμα της.
- 566 Η προσέγγιση της Επιτροπής σε σχέση με τα τρία αυτά πρώτα επιχειρήματα περί ευεργετικών για τον ανταγωνισμό πλεονεκτημάτων που προκύπτουν από τις επίδικες πρακτικές δικαιολογείται κατά μείζονα λόγο επειδή καταρχάς, όπως συνάγεται από τις αιτιολογικές σκέψεις 593 έως 596 της προσβαλλόμενης απόφασης και όπως προκύπτει από την εξέταση του τρίτου και του τέταρτου λόγου ακυρώσεως, οι πρακτικές αυτές είναι ικανές να εκτοπίσουν τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων από την αγορά, όπερ μπορεί να οδηγήσει σε υψηλότερες τιμές για τους πωλητές, σε αυξημένες τιμές για τους καταναλωτές και σε υποχώρηση της καινοτομίας τόσο για τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων όσο και για το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων της Google. Επιπλέον, όπως συνάγεται από τις αιτιολογικές σκέψεις 597 έως 600 της

προσβαλλόμενης απόφασης, οι επίδικες πρακτικές είναι ικανές να περιορίσουν τις επιλογές των καταναλωτών όσον αφορά τις υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων, και τούτο όχι μόνον λόγω της μείωσης του αριθμού των εργαλείων που δραστηριοποιούνται στην αγορά, λαμβανομένων υπόψη του εκτοπιστικού αποτελέσματος των επίδικων πρακτικών το οποίο διαπιστώθηκε στα τμήματα 7.3.1 και 7.3.2 της προσβαλλόμενης απόφασης, αλλά και, όπως προκύπτει από την αιτιολογική σκέψη 598 της προσβαλλόμενης απόφασης, λόγω της μετατόπισης της προσοχής των καταναλωτών προς τα αποτελέσματα του εργαλείου της Google διότι είναι πιο ορατά, μολονότι, κατά τα λοιπά, δεν είναι κατ' ανάγκην περισσότερο συναφή σε σχέση με τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων (βλ. σκέψεις 296 έως 299 ανωτέρω).

- 567 Πέραν τούτου, η Google δεν εξηγεί με ποιον τρόπο η δεύτερη πτυχή των επίδικων πρακτικών, ήτοι ο υποβιβασμός σημαντικού αριθμού ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της λόγω της εφαρμογής αλγορίθμων προσαρμογής, μπορεί να έχει ως συνέπεια τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας.
- 568 Υπό τις συνθήκες αυτές, ακόμη και αν υποθεθεί ότι οι επίδικες πρακτικές βελτίωσαν την εμπειρία ορισμένων χρηστών μέσω της ανάδειξης και της ιεράρχησης των αποτελεσμάτων αναζήτησης για προϊόντα, τούτο δεν φαίνεται σε καμία περίπτωση να μπορεί να εξουδετερώσει, όπως θα απαιτούσε η νομολογία που μνημονεύεται στη σκέψη 553 ανωτέρω, τις επιζήμιες συνέπειες των πρακτικών στον ανταγωνισμό και στα συμφέροντα των καταναλωτών συνολικά. Εν πάση περιπτώσει, η Google δεν απέδειξε το αντίθετο παρότι εκείνη έφερε το σχετικό βάρος απόδειξης, όπως υπομνήσθηκε στη σκέψη 554 ανωτέρω.
- 569 Με το τέταρτο επιχείρημα της Google, το οποίο συνοψίστηκε στη σκέψη 557 ανωτέρω, προβλήθηκε ως αντικειμενικός δικαιολογητικός λόγος για τη συμπεριφορά της η ύπαρξη τεχνικού περιορισμού. Στόχος του επιχειρήματος ήταν να καταδειχθεί ότι, παρότι η Επιτροπή το έλαβε ως δεδομένο, η Google δεν ήταν από τεχνικής απόψεως σε θέση να κατατάσσει με συνεκτικό τρόπο τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων και τα αποτελέσματα του δικού της εργαλείου και ότι, εξάλλου, αν γινόταν κάτι τέτοιο, τα αποτελέσματα των ανταγωνιστών θα μετατρέπονταν σε αποτελέσματα της Google.
- 570 Η Επιτροπή απάντησε, με την αιτιολογική σκέψη 671 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η Google δεν απέδειξε με κανέναν τρόπο ότι ήταν αδύνατο να χρησιμοποιεί τις ίδιες διαδικασίες και μεθόδους για να καθορίζει τον τρόπο τοποθέτησης και παρουσίασης όλων των αποτελεσμάτων, δηλαδή τόσο των αποτελεσμάτων του δικού της εργαλείου όσο και εκείνων των ανταγωνιστικών εργαλείων. Προσέθεσε ότι οι προτάσεις τις οποίες υπέβαλε η Google κατά τη διάρκεια των συζητήσεων ενόψει της ενδεχόμενης περάτωσης της διαδικασίας με απόφαση περί αποδοχής δεσμεύσεων καθώς και κάποια εσωτερικά έγγραφα προβληματισμού της Google αποδείκνυαν ότι ήταν εφικτή μια τέτοια ισότητα μεταχείρισης.
- 571 Στο πλαίσιο αυτό, κατά τη διάρκεια της διοικητικής διαδικασίας, όπως προκύπτει από την αιτιολογική σκέψη 659 της προσβαλλόμενης απόφασης και όπως επιβεβαιώνεται στα σημεία 130 έως 138 του δικογράφου της προσφυγής, η Google εξήγησε ότι δεν μπορούσε να εφαρμόσει τα ίδια κριτήρια επιλογής στα αποτελέσματα ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων και στα δικά της αποτελέσματα για προϊόντα, με άλλα λόγια ότι δεν ήταν σε θέση να επιλέξει τα καλύτερα αποτελέσματα μεταξύ όλων εκείνων που θα μπορούσαν να παρέχουν τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, περιλαμβανομένου και του δικού της, στο εκάστοτε αίτημα αναζήτησης για προϊόντα του κάθε χρήστη. Κατ' ουσίαν, επικαλέστηκε συναφώς το γεγονός ότι δεν γνώριζε την οργάνωση και το περιεχόμενο των βάσεων δεδομένων των ανταγωνιστικών εργαλείων

σύγκρισης προϊόντων ούτε τις μεθόδους καταλογογράφησης και ευρετηρίασης ή τους εξειδικευμένους αλγορίθμους που χρησιμοποιούσαν προκειμένου να προτείνουν ορισμένα αποτελέσματα κατόπιν της αναζήτησης ενός χρήστη και ότι, επομένως, δεν μπορούσε ούτε να εκτιμήσει την ποιότητα των αποτελεσμάτων που παρέχουν τα ανταγωνιστικά εργαλεία, αντιπαραβάλλοντάς τα με τα δικά της, ούτε να προβλέψει το αποτέλεσμα που θα έδινε το κάθε εργαλείο σύγκρισης, πολλώ δε μάλλον εκατοντάδες από αυτά, επί συγκεκριμένης αναζήτησης ενός χρήστη. Δεν θα ήταν ρεαλιστικό για την Google να επιχειρήσει να αντιμετωπίσει το πρόβλημα της αδυναμίας πρόβλεψης των αποτελεσμάτων που θα μπορούσαν να δώσουν τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων επί συγκεκριμένου αιτήματος αναζήτησης ενός χρήστη υποβάλλοντας η ίδια το αίτημα αναζήτησης σε εκατοντάδες εργαλεία και συγκρίνοντας ακολούθως όλα αποτελέσματα τα οποία θα δώσουν. Τούτο θα σήμαινε, αν μη τι άλλο, σοβαρές καθυστερήσεις στην απάντηση προς τον χρήστη ο οποίος υπέβαλε ερώτημα στην Google, με συνέπεια την υποβάθμιση της ποιότητας της υπηρεσίας της. Το μόνο που μπορούσε να πράξει, και ήδη έπραττε, η Google ήταν να συγκρίνει, μέσω του μηχανισμού Universal Search, τα δικά της εξειδικευμένα αποτελέσματα για προϊόντα με τα δικά της γενικά αποτελέσματα, εφόσον, για αυτά, γνώριζε τον τρόπο παραγωγής τους. Ωστόσο, δεδομένου ότι τα γενικά αποτελέσματά της ενσωμάτωναν εξειδικευμένα αποτελέσματα ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων μόνον μέσω της μεθόδου που αποκαλείται «crawling», μέσω ευρετηρίασης και μέσω των αλγορίθμων γενικής αναζήτησης, η σύγκριση με τη Universal Search δεν καθιστούσε δυνατή τη σύγκριση των αποτελεσμάτων για προϊόντα της Google με εκείνα που θα είχαν πράγματι δώσει τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων αν είχαν λάβει απευθείας τα αιτήματα αναζήτησης για προϊόντα τα οποία δεχόταν η Google.

- 572 Εντούτοις, στον βαθμό που το τέταρτο επιχείρημα της Google μπορεί να ερμηνευθεί υπό την έννοια ότι τεχνικώς δεν ήταν εφικτό να αποφευχθούν τα επιζήμια για τον ανταγωνισμό αποτελέσματα τα οποία συνόδευαν τα οφέλη που επέρχονταν σε επίπεδο αποτελεσματικότητας λόγω της βελτίωσης της παρεχόμενης υπηρεσίας αναζήτησης και ότι, συνεπώς, η Google δεν θα μπορούσε να κάνει κάτι καλύτερο απ' ό,τι είχε ήδη κάνει για να βελτιώσει την παρεχόμενη υπηρεσία αναζήτησης, διαπιστώνεται ότι η συμπεριφορά που προσάπτεται στην Google, εφόσον είχε ως συνέπεια να υποβιβάζονται πολλά ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης και να στρέφεται η προσοχή των χρηστών μακριά από τα αποτελέσματά τους, δεν απέφερε οφέλη από πλευράς αποτελεσματικότητας βελτιώνοντας την εμπειρία του χρήστη (βλ. σκέψεις 566 και 567 ανωτέρω) και ότι τέτοια οφέλη, ακόμη και αν υποθεθεί ότι υπήρχαν, δεν παρίστανται σε καμία περίπτωση ικανά να εξουδετερώσουν τα σημαντικά, υφιστάμενα ή δυνητικά, αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα που είχαν οι επίδικες πρακτικές επί του ανταγωνισμού και επί των συμφερόντων των καταναλωτών συνολικά (βλ. σκέψη 568 ανωτέρω). Ελλείψει τέτοιας βελτίωσης της αποτελεσματικότητας, δεν ασκεί επιρροή το γεγονός ότι οι πρωτοβουλίες που ελήφθησαν με στόχο την επίτευξη της βελτίωσης αυτής δεν μπορούσαν, από τεχνικής απόψεως, να υλοποιηθούν παρά μόνο με τις πρακτικές τις οποίες η Επιτροπή έκρινε παράνομες.
- 573 Επιπλέον, εν πάση περιπτώσει, η Επιτροπή δεν προσήψε στην Google, στο πλαίσιο της στοιχειοθέτησης της παράβασης, ότι δεν συνέκρινε τα δικά της αποτελέσματα για προϊόντα με τα αποτελέσματα για προϊόντα τα οποία παρείχαν τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων επί σχετικών αιτημάτων αναζήτησης των χρηστών εφαρμόζοντας τις ίδιες διαδικασίες και μεθόδους, και ιδίως τους ίδιους αλγορίθμους με εκείνους που χρησιμοποιούσε για τις εξειδικευμένες αναζητήσεις της.
- 574 Η Επιτροπή επέκρινε το γεγονός ότι η Google δεν εφάρμοζε τις ίδιες διαδικασίες και μεθόδους για να καθορίσει τον τρόπο τοποθέτησης και παρουσίασης των αποτελεσμάτων του δικού της εργαλείου και των αποτελεσμάτων των ανταγωνιστικών εργαλείων που θα μπορούσαν να

εμφανιστούν στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της, επειδή η εφαρμογή διαφορετικών διαδικασιών και μεθόδων για την τοποθέτηση και την παρουσίαση των δικών της αποτελεσμάτων και των αποτελεσμάτων των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων οδηγούσε στην ευνοϊκή μεταχείριση των αποτελεσμάτων του δικού της εργαλείου και στον υποβιβασμό των αποτελεσμάτων των ανταγωνιστικών εργαλείων στις γενικές σελίδες αναζήτησης.

- 575 Συνεπώς, η Επιτροπή δεν επέκρινε με την προσβαλλόμενη απόφαση το ότι η Google δεν εισήγαγε ένα νέο είδος αποτελεσμάτων στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της, ήτοι αποτελέσματα ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων τα οποία θα προέκυπταν στην πράξη αν το συγκεκριμένο αίτημα αναζήτησης του χρήστη είχε υποβληθεί απευθείας στη μηχανή εξειδικευμένης αναζήτησης των αντίστοιχων ιστοτόπων των εργαλείων αυτών, ούτε ζήτησε κάτι διαφορετικό από ίση μεταχείριση, όσον αφορά τον τρόπο τοποθέτησης και παρουσίασης, δύο ειδών αποτελεσμάτων της Google, ούτε ακόμη επέκρινε το ότι η Google δεν προέβαινε στις συγκρίσεις τις οποίες ισχυριζόταν ότι αδυνατούσε να πραγματοποιήσει, μεταξύ των αποτελεσμάτων που θα παρείχε η ίδια και των αποτελεσμάτων που θα παρείχαν τα ανταγωνιστικά εργαλεία επί συγκεκριμένης αναζήτησης για προϊόντα. Αυτός είναι άλλωστε ο λόγος για τον οποίο η Google δεν μπορεί ούτε να προσάψει στην Επιτροπή ότι δεν αντέκρουσε τις τεχνικές εξηγήσεις της ούτε, όπως ισχυρίστηκε κατά τη διοικητική διαδικασία, ότι την εξανάγκαζε να μετατρέψει τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων σε αποτελέσματα για προϊόντα της Google εφαρμόζοντας τις ίδιες διαδικασίες και μεθόδους επιλογής που χρησιμοποιούσε για τα δικά της αποτελέσματα.
- 576 Εξάλλου, ακόμη και αν η Google δεν ήταν σε θέση να εφαρμόσει τις ίδιες υποκείμενες διαδικασίες και μεθόδους για να συγκρίνει με τον ίδιο τρόπο τα αποτελέσματα του δικού της εργαλείου με εκείνα των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, επειδή, μεταξύ άλλων, δεν διέθετε πρόσβαση στη βάση δεδομένων και στους αλγόριθμους επιλογής προϊόντων που χρησιμοποιούσαν τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης, πάντως δεν απέδειξε ότι κωλύοταν να εφαρμόζει ως προς τα εν λόγω αποτελέσματα διαδικασίες και μεθόδους που θα κατέληγαν στην ίδια μεταχείριση, όσον αφορά τον τρόπο τοποθέτησης και παρουσίασης, των αποτελεσμάτων του δικού της εργαλείου και των ανταγωνιστικών εργαλείων.
- 577 Υπενθυμίζεται εξάλλου ότι, όπως ήδη υπομνήσθηκε στη σκέψη 554 ανωτέρω, εναπόκειται στην επιχείρηση που επικαλείται τέτοιους δικαιολογητικούς λόγους για τη συμπεριφορά της να τους προβάλλει με τρόπο πειστικό, ενώ η αρχή ανταγωνισμού η οποία εξετάζει τη συμπεριφορά δεν οφείλει να αποδείξει εκ προοιμίου ότι δεν υφίστανται τέτοιοι δικαιολογητικοί λόγοι. Τούτο ισχύει δε κατά μείζονα λόγο σε περίπτωση που η οικεία επιχείρηση είναι η μόνη η οποία γνωρίζει έναν αντικειμενικό δικαιολογητικό λόγο ή είναι εκ φύσης σε πλεονεκτική, σε σχέση με την Επιτροπή, θέση ώστε να αποκαλύψει την ύπαρξη των λόγων αυτών και να αποδείξει το αληθές τους (απόφαση της 1ης Ιουλίου 2010, AstraZeneca κατά Επιτροπής, T-321/05, EU:T:2010:266, σκέψη 686).
- 578 Διαπιστώνεται εξάλλου, ως εκ περισπού, ότι η Επιτροπή διατύπωσε παρά ταύτα, στην αιτιολογική σκέψη 671 της προσβαλλόμενης απόφασης, επιχειρήματα για να καταδείξει ότι θα ήταν εφικτή η εφαρμογή κοινών διαδικασιών και μεθόδων για τον καθορισμό του τρόπου τοποθέτησης και παρουσίασης στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google των δικών της αποτελεσμάτων για προϊόντα και των αποτελεσμάτων των ανταγωνιστικών εργαλείων που θα μπορούσαν να εμφανίζονται στα γενικά αποτελέσματα. Η Επιτροπή στηρίχθηκε στις προτάσεις που υπέβαλε η Google κατά τη διάρκεια των συζητήσεων ενόψει της ενδεχόμενης περάτωσης της διαδικασίας με αποδοχή δεσμεύσεων, καθώς και σε κάποια εσωτερικά έγγραφα προβληματισμού της Google. Η

τελευταία όμως, προκειμένου να αντικρούσει τα ανωτέρω επιχειρήματα, προβάλλει στα σημεία 140 έως 142 του δικογράφου της προσφυγής μόνον αντεπιχειρήματα με τα οποία επιχειρεί να καταδείξει ότι οι συζητήσεις και οι προβληματισμοί δεν αφορούσαν την κατάταξη των αποτελεσμάτων των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων και των αποτελεσμάτων για προϊόντα της Google σύμφωνα με τις ίδιες διαδικασίες και μεθόδους. Εντούτοις, τα αντεπιχειρήματα δεν αφορούν την προβαλλόμενη αδυναμία να τοποθετούνται και να παρουσιάζονται, με βάση τα ίδια κριτήρια, τα αποτελέσματα για προϊόντα της Google και τα γενικά αποτελέσματά της στα οποία μπορούν να ενσωματώνονται αποτελέσματα ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων.

579 Από τα προεκτεθέντα προκύπτει ότι το τρίτο σκέλος του πρώτου λόγου ακυρώσεως, το οποίο προβάλλεται προς δικαιολόγηση του τρόπου εμφάνισης των Product Universals, πρέπει να απορριφθεί.

β) Επί των δικαιολογητικών λόγων της Google όσον αφορά τον τρόπο εμφάνισης των Shopping Units (τρίτο σκέλος του δεύτερου λόγου ακυρώσεως)

1) Επιχειρήματα των διαδίκων

580 Όσον αφορά την εκτίμηση την οποία διατυπώνει η Επιτροπή στην προσβαλλόμενη απόφαση αναφορικά με τους δικαιολογητικούς λόγους που προβλήθηκαν ως προς τον τρόπο εμφάνισης των Shopping Units, τα επιχειρήματα της Google είναι κατ' ουσίαν τα ίδια με εκείνα τα οποία προέβαλε όσον αφορά τον τρόπο εμφάνισης των Product Universals (βλ. σκέψεις 544 και 546 ανωτέρω).

581 Καταρχάς, η Google ισχυρίζεται ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε παρόμοια σφάλματα διότι δεν εξήγησε, με την προσβαλλόμενη απόφασή της, γιατί τα οφέλη που προέκυπταν για τον ανταγωνισμό από τη λειτουργία των Shopping Units δεν αρκούσαν για να τα δικαιολογήσουν. Η Google διατείνεται συναφώς, προς θεμελίωση των ευεργετικών για τον ανταγωνισμό πτυχών της συμπεριφοράς της, ότι οι Shopping Units παρέχουν καλύτερα αποτελέσματα επί των αναζητήσεων για προϊόντα απ' ό,τι οι διαφημίσεις με κείμενο.

582 Ακολούθως η Google υποστηρίζει, όσον αφορά την αντικειμενική αναγκαιότητα, ότι, όπως και στην περίπτωση των Product Universals και για τους ίδιους λόγους, δεν ήταν σε θέση να συγκρίνει τις δικές της διαφημίσεις για προϊόντα, οι οποίες περιέχονταν εντός των Shopping Units της, με τις διαφημίσεις για προϊόντα οι οποίες προέκυπταν από τη λειτουργία ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων βάσει μεθόδων διαφορετικών από τις δικές της. Η Επιτροπή δεν εξέτασε, ως όφειλε, το συγκεκριμένο ζήτημα. Ούτε αναφέρθηκε σε άλλες εναλλακτικές λύσεις.

583 Τέλος, η Google ισχυρίζεται ότι περιελάμβανε ήδη στις Shopping Units τις διαφημίσεις που προέρχονταν από τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, όπως και τις διαφημίσεις άλλων διαφημιζομένων. Προβάλλει τον ισχυρισμό αυτόν όχι μόνον για να αμφισβητήσει την ύπαρξη μεροληπτικής συμπεριφοράς υπέρ του δικού της εργαλείου σύγκρισης προϊόντων, όπως παρατηρήθηκε στη σκέψη 304 ανωτέρω, αλλά και για να υπογραμμίσει ότι η Επιτροπή δεν πρότεινε άλλες ρεαλιστικές και εφικτές λύσεις, ως εναλλακτικές προς ό,τι έπραττε ήδη για να εμφανίζει διαφημίσεις από ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Η Google διατείνεται ότι η μηχανή αναζήτησης Bing λειτουργεί με τον ίδιο τρόπο και ότι και η Kelkoο πρότεινε κατά τη διοικητική διαδικασία παρεμφερή λύση, χωρίς η Επιτροπή να επικρίνει οποιαδήποτε από αυτές τις προσεγγίσεις.

584 Η Επιτροπή αμφισβητεί τη βασιμότητα των επιχειρημάτων αυτών.

2) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου

- 585 Όσον αφορά τους δικαιολογητικούς λόγους τους οποίους μπορεί να επικαλεστεί μια επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση για ενέργειές της που ενδέχεται να καλύπτονται από την απαγόρευση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, προκειμένου να αποδείξει ότι οι εν λόγω ενέργειες δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της διάταξης αυτής, αρκεί η παραπομπή στις σκέψεις 551 έως 554 ανωτέρω.
- 586 Από τις αιτιολογικές σκέψεις 655 έως 659 της προσβαλλόμενης απόφασης, οι οποίες περιέχονται στο τμήμα 7.5 της απόφασης όπου εξετάζονται τα στοιχεία που προέβαλε η Google κατά τη διοικητική διαδικασία ως αντικειμενικούς δικαιολογητικούς λόγους και ως οφέλη σε επίπεδο αποτελεσματικότητας, προκύπτει ότι η Google προέβαλε τα ίδια επιχειρήματα για να δικαιολογήσει τον τρόπο εμφάνισης των Shopping Units και των Product Universals. Όπως παρατηρήθηκε στη σκέψη 557 ανωτέρω, η Google δεν αμφισβητεί με το δικόγραφο της προσφυγής ότι όντως είχε προβάλει αυτά τα επιχειρήματα. Στο πλαίσιο του τρίτου σκέλους του δεύτερου λόγου ακυρώσεως, η Google εστιάζει ειδικώς, με τα δικόγρατά της, στην κοινή απάντηση που δόθηκε όσον αφορά τα Product Universals και τις Shopping Units από την Επιτροπή με την προσβαλλόμενη απόφαση επί του δεύτερου και του πέμπτου επιχειρημάτων της, τα οποία είχαν προβληθεί κατά τη διοικητική διαδικασία και μνημονεύθηκαν στη σκέψη 557 ανωτέρω (αιτιολογικές σκέψεις 656 και 659 της προσβαλλόμενης απόφασης).
- 587 Όσον αφορά το δεύτερο επιχείρημα με το οποίο η Google επιχειρεί να αναδείξει τα ευεργετικά για τον ανταγωνισμό χαρακτηριστικά της συμπεριφοράς της, ήτοι ότι ο τρόπος τοποθέτησης και παρουσίασης των Shopping Units όπως και ο μηχανισμός παραγωγής τους συνεπάγονταν πλεονεκτήματα για τον ανταγωνισμό διασφαλίζοντας, προς όφελος των χρηστών και των διαδικτυακών πωλητών, ότι η υπηρεσία διαδικτυακής αναζήτησης της Google είχε την υψηλότερη δυνατή ποιότητα, η Επιτροπή έδωσε κοινές απαντήσεις επί των δικαιολογητικών λόγων που αφορούσαν τον τρόπο εμφάνισης των Shopping Units και των Product Universals.
- 588 Επ' αυτού, δεν συντρέχει λόγος για ανάλυση διαφορετική από εκείνη που εκτέθηκε ήδη στις σκέψεις 559 έως 568 ανωτέρω. Ειδικότερα, το γεγονός ότι, κατά την Google, οι Shopping Units περιέχουν καλύτερα αποτελέσματα επί των αναζητήσεων για προϊόντα σε σχέση με τις διαφημίσεις με κείμενο ουδόλως αποδεικνύει ότι ένα τέτοιο πλεονέκτημα για τον ανταγωνισμό αντισταθμίζει, ή ακόμη και εξουδετερώνει, τα εντοπισθέντα από την Επιτροπή αρνητικά αποτελέσματα της συμπεριφοράς της Google για τον ανταγωνισμό. Επιπλέον, μολονότι η Google εκθέτει, σε παράρτημα του δικογράφου της προσφυγής, ότι οι απαντήσεις είναι πιο συναφείς και επομένως καλύτερης ποιότητας όταν προκύπτουν από ένα σύστημα πληρωμής βάσει δημοπρασίας (Shopping Units) σε σχέση με τις περιπτώσεις στις οποίες εμφανίζονται χωρίς προηγούμενη εμπορική αντιπαροχή, όπως συνέβαινε κατά την περίοδο λειτουργίας των Product Universals, ο ισχυρισμός αυτός δεν πείθει ότι ένα τέτοιο σύστημα είναι όντως το καλύτερο, ιδίως διότι έχει την τάση να μειώνει τον αριθμό των αποτελεσμάτων που μπορούν να εμφανιστούν και επομένως να περιορίζει την επιλογή του καταναλωτή.
- 589 Όσον αφορά το πέμπτο επιχείρημα το οποίο η Google προέβαλε κατά τη διοικητική διαδικασία και επανέλαβε με το δικόγραφο της προσφυγής, υποστηρίζοντας ότι ήταν τεχνικώς ανέφικτο να καταταγούν τα διάφορα αποτελέσματα του δικού εργαλείου και των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων με συνεκτικό τρόπο και ότι, ακόμη και αν κάτι τέτοιο ήταν δυνατό, θα

μετατρέπονταν όλα τα αποτελέσματα σε αποτελέσματα της Google, η Επιτροπή έδωσε κοινές απαντήσεις επί των δικαιολογητικών λόγων που προβλήθηκαν ως προς τον τρόπο εμφάνισης, αφενός, των Shopping Units και, αφετέρου, των Product Universals.

- 590 Επ' αυτού, δεν συντρέχει λόγος για ανάλυση διαφορετική από εκείνη που εκτέθηκε ήδη στις σκέψεις 569 έως 578 ανωτέρω. Πράγματι, πέραν του ότι, όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 572 ανωτέρω, εφόσον η Google δεν αποδεικνύει ότι η λειτουργία των Shopping Units αίρει τυχόν ανησυχίες από πλευράς ανταγωνισμού αποφέροντας, σε επίπεδο αποτελεσματικότητας, οφέλη που να υπερτερούν της ζημίας την οποία προκαλούν στον ανταγωνισμό οι επίδικες πρακτικές, δεν ασκεί επιρροή το γεγονός ότι τα προβαλλόμενα αυτά οφέλη είναι αδύνατον να επιτευχθούν χωρίς τους επίμαχους τεχνικούς περιορισμούς, η Επιτροπή δεν ζητεί από την Google, όπως προαναφέρθηκε στις σκέψεις 575 και 576 ανωτέρω, να εφαρμόζει τους αλγορίθμους εξειδικευμένης αναζήτησης των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων ή να αξιολογεί τα αποτελέσματά τους αντιπαραβάλλοντάς τα με τα δικά της βάσει των αλγορίθμων της, αλλά ζητεί από την Google να τοποθετεί και να παρουσιάζει τα αποτελέσματά τους και τα αποτελέσματα του δικού της εργαλείου χωρίς να προβαίνει σε διακρίσεις και χρησιμοποιώντας τις ίδιες υποκειμένες διαδικασίες και μεθόδους.
- 591 Ειδικότερα, το γεγονός ότι η Google ενσωμάτωνε διαφημίσεις ανταγωνιστικών εργαλείων στις Shopping Units ακολουθώντας, όπως εκθέτει στο σημείο 199 του δικογράφου της προσφυγής, τον συνήθη τρόπο παραγωγής των διαφημίσεων της για προϊόντα, υπό την επιφύλαξη εξάλλου, όπως υπογραμμίζει η Επιτροπή, να καταστούν τα ίδια τα εργαλεία σύγκρισης και πωλητές προϊόντων, ουδόλως αποδεικνύει ότι αυτή ήταν η μοναδική λύση που υπήρχε όσον αφορά τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Συγκεκριμένα, το ανωτέρω γεγονός ουδόλως αποδεικνύει ότι ήταν τεχνικώς ανέφικτο να εμφανίζονται, υπό όρους που να μην ενέχουν διακρίσεις, και διαφημίσεις ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων στις Shopping Units ή σε αντίστοιχα, από άποψη τοποθέτησης και παρουσίασης, «κουτάκια», χωρίς τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων να αναγκάζονται τα ίδια να πωλούν τα επίμαχα προϊόντα στους ιστοτόπους τους και δίχως οι διαφημίσεις να χρειάζεται να δημιουργηθούν κατά τον τρόπο παραγωγής των διαφημίσεων για προϊόντα της Google. Είναι, συνεπώς, ορθές οι σχετικές διαπιστώσεις τις οποίες διατύπωσε η Επιτροπή στην αιτιολογική σκέψη 671 της προσβαλλόμενης απόφασης. Υπενθυμίζεται δε και πάλι ότι, όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 554 ανωτέρω, εναπόκειται στην επιχείρηση που επικαλείται αντικειμενικούς δικαιολογητικούς λόγους για τη συμπεριφορά της να τους εκθέσει με πειστικό τρόπο, ενώ η αρχή ανταγωνισμού η οποία εξετάζει τη συμπεριφορά δεν οφείλει να αποδείξει εκ προοιμίου ότι τέτοιοι δικαιολογητικοί λόγοι δεν υφίστανται.
- 592 Επομένως, η Google δεν μπορεί λυσιτελώς να ισχυριστεί ότι, υπό το πρίσμα της εφαρμοσθείσας μεθόδου ενσωμάτωσης των διαφημίσεων ανταγωνιστικών εργαλείων στις Shopping Units, η Επιτροπή δεν πρότεινε άλλες ρεαλιστικές και εφικτές λύσεις για την εμφάνιση τέτοιων διαφημίσεων. Οι αντικειμενικοί δικαιολογητικοί λόγοι τους οποίους επικαλέστηκε η Google μπορούσαν, λαμβανομένων υπόψη των επιχειρημάτων που προβλήθηκαν προς απόδειξή τους, να αντικρουστούν χωρίς η Επιτροπή να καταδείξει, παρουσιάζοντας η ίδια άλλη μέθοδο ενσωμάτωσης των διαφημίσεων ανταγωνιστικών εργαλείων στις Shopping Units, ότι η επίμαχη συμπεριφορά δεν ήταν δυνατόν να δικαιολογηθεί λόγω τεχνικών περιορισμών. Επιπλέον, η Google δεν απέδειξε ότι το μόνο μέσο προς διασφάλισης ίσης μεταχείρισης στο πλαίσιο των Shopping Units είναι η μετατροπή των αποτελεσμάτων των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων σε αποτελέσματα της Google. Εξάλλου, με τις απαντήσεις της επί των γραπτών ερωτήσεων του Γενικού Δικαστηρίου όσον αφορά την εφαρμογή της προσβαλλόμενης

απόφασης σε σύγκριση με τα όσα είχε προτείνει ως δεσμεύσεις προς ανάληψη, η Google έδειξε ότι ήταν σε θέση να ενσωματώσει στις Shopping Units αποτελέσματα ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων, προσδιορίζοντάς τα ως τέτοια.

- 593 Τέλος, από κανένα στοιχείο της προσβαλλόμενης απόφασης δεν συνάγεται ότι η Επιτροπή, εν τέλει, αποδέχθηκε εμμέσως την εφαρμοσθείσα από την Google μέθοδο ενσωμάτωσης των διαφημίσεων ανταγωνιστικών εργαλείων στις Shopping Units επειδή η μηχανή αναζήτησης Bing λειτουργούσε με παρόμοιο τρόπο ή επειδή η Kelkoo είχε προτείνει παρεμφερή λύση.
- 594 Άλλωστε, όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 353 ανωτέρω, η Google δεν αποδεικνύει, με τα δικόγραφα της, ότι εφάρμοσε τη μέθοδο την οποία προέκρινε η Kelkoo ως καταλληλότερη.
- 595 Από τα προεκτεθέντα συνάγεται ότι πρέπει να απορριφθεί το τρίτο σκέλος του δεύτερου λόγου ακυρώσεως, το οποίο προβλήθηκε προς δικαιολόγηση του τρόπου εμφάνισης των Shopping Units.

5. Συμπέρασμα όσον αφορά τα κύρια αιτήματα

- 596 Από την εξέταση των λόγων ακυρώσεως που αφορούν την περιεχόμενη στο άρθρο 1 της προσβαλλόμενης απόφασης διαπίστωση παράβασης του άρθρου 102 ΣΛΕΕ προκύπτει ότι η διαπίστωση αυτή επιβεβαιώνεται στον βαθμό που αφορά καταχρήσεις δεσπόζουσας θέσης στις εθνικές αγορές εξειδικευμένης αναζήτησης για προϊόντα στις δεκατρείς χώρες οι οποίες μνημονεύονται στο ως άνω άρθρο της προσβαλλόμενης απόφασης. Εντούτοις, το άρθρο αυτό πρέπει να ακυρωθεί μόνον κατά το μέρος που αφορά καταχρήσεις δεσπόζουσας θέσης στις εθνικές αγορές γενικής αναζήτησης στις προαναφερθείσες χώρες βάσει της ύπαρξης αντίθετων προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελεσμάτων στις αγορές αυτές.
- 597 Δεδομένου ότι ορθώς η Επιτροπή κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η Google είχε καταχραστεί τη δεσπόζουσα θέση της στις εθνικές αγορές εξειδικευμένης αναζήτησης για προϊόντα, η προσφυγή πρέπει να απορριφθεί κατά το μέρος που αφορά επίσης την ακύρωση των άρθρων 3 έως 5 της προσβαλλόμενης απόφασης, με τα οποία, αφενός, η Google υποχρεώνεται να παύσει τη διαπιστωθείσα στο άρθρο 1 παράβαση και να ενημερώσει την Επιτροπή σχετικά με τα μέτρα που θα λάβει συναφώς και, αφετέρου, προβλέπονται χρηματικές ποινές σε περίπτωση μη συμμόρφωσης προς τις εν λόγω υποχρεώσεις.

Γ. Επί του επικουρικού αιτήματος, το οποίο αφορά την επιβολή και το ύψος του προστίμου

1. Επί του πρώτου σκέλους του έκτου λόγου ακυρώσεως, αναφορικά με τη δυνατότητα επιβολής χρηματικής κύρωσης

α) Επιχειρήματα των διαδίκων

- 598 Κατά την Google, ακόμη και αν επιβεβαιωθεί η διαπίστωση παράβασης, η Επιτροπή δεν θα έπρεπε να επιβάλει οποιαδήποτε κύρωση για τρεις λόγους: πρώτον, χαρακτήρισε για πρώτη φορά ως καταχρηστική μια συμπεριφορά η οποία αποσκοπούσε στη βελτίωση της ποιότητας, δεύτερον, είχε ξεκινήσει να χειρίζεται την υπόθεση εφαρμόζοντας τη διαδικασία αποδοχής δεσμεύσεων και, τρίτον, κατά τη διοικητική διαδικασία απέρριψε τα διορθωτικά μέτρα τα οποία εν συνεχεία ζήτησε στο πλαίσιο της προσβαλλόμενης απόφασης. Η CCIA εκτιμά ότι χρηματική

κύρωση τόσο «αστρονομική» όσο η επιβληθείσα στην Google, η οποία, εκ πρώτης όψης, δεν παραβαίνει, λαμβανομένων υπόψη των προγενέστερων υποθέσεων και της νομολογίας, τους κανόνες του ανταγωνισμού, είναι προβληματική για το σύνολο της βιομηχανίας και έχει επιπτώσεις στο κίνητρο των εταιριών να καινοτομήσουν.

599 Ειδικότερα, υπογραμμίζοντας ότι το πρόστιμο το οποίο της επιβλήθηκε ήταν το μεγαλύτερο που έχει επιβάλει η Επιτροπή για αντίθετες προς τους κανόνες του ανταγωνισμού πρακτικές, η Google, όπως και η CCIA, υπενθυμίζει ότι η Επιτροπή μπορεί να επιβάλει πρόστιμο σε επιχείρηση μόνον αν αυτή έχει παραβεί εκ προθέσεως ή εξ αμελείας τα άρθρα 101 ή 102 ΣΛΕΕ. Για να στοιχειοθετηθεί τέτοια παράβαση, θα έπρεπε συνεπώς να ήταν αδύνατον η Google να αγνοεί το αντίθετο προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αντικείμενο της συμπεριφοράς της. Η εταιρία παραπέμπει πιο συγκεκριμένα επ' αυτού στην απόφαση της 11ης Ιουλίου 1989, *Belasco* κ.λπ. κατά Επιτροπής (246/86, EU:C:1989:301, σκέψη 41). Κατά την άποψή της, στην προσβαλλόμενη απόφαση δεν μνημονεύεται κανένα στοιχείο βάσει του οποίου η Google θα μπορούσε να αντιληφθεί ότι οι βελτιώσεις που επέφερε στις υπηρεσίες της ήταν παράνομες και ότι, ως εκ τούτου, έπρεπε να εκλείψουν ή να τεθούν στη διάθεση των ανταγωνιστών, κατά μείζονα δε λόγο από τη στιγμή που η Επιτροπή τόνισε σε ένα δελτίο τύπου το οποίο συνόδευε την προσβαλλόμενη απόφαση ότι αυτή θα αποτελούσε «μελλοντικό σημείο αναφοράς για την οριοθέτηση του πλαισίου προς εκτίμηση της νομιμότητας του συγκεκριμένου αυτού είδους συμπεριφοράς». Επομένως, δεν είναι καν δυνατόν να της προσαφθεί ότι επέδειξε αμέλεια. Συναφώς, η CCIA επικαλείται, μεταξύ άλλων, την από 22 Ιανουαρίου 2019 απόφαση της Επιτροπής σχετικά με διαδικασία βάσει του άρθρου 101 ΣΛΕΕ και του άρθρου 53 της Συμφωνίας EOX (AT.40049 MasterCard II), στην οποία αναγνωρίστηκε ότι μπορούσε ευλόγως να υποτεθεί ότι η MasterCard δεν είχε επίγνωση του αντίθετου προς τους κανόνες του ανταγωνισμού χαρακτήρα της συμπεριφοράς της πριν η Επιτροπή αποδεχθεί δεσμεύσεις από το άλλο σύστημα διατραπεζικών πληρωμών με κάρτα, τη Visa, σε σχέση με ανάλογη συμπεριφορά. Η Google εκθέτει ότι η Επιτροπή έχει κρίνει, σε προηγούμενες υποθέσεις, ότι δεν ήταν ενδεδειγμένη η επιβολή κυρώσεων σε περιπτώσεις όπου υιοθετούνταν μια νέα «θεωρία περί κατάχρησης» ή όπου υπήρχαν, όσον αφορά την αντιμετώπιση της επίμαχης συμπεριφοράς, αποκλίσεις στη νομολογία των εθνικών δικαστηρίων. Εν προκειμένω, η Google παραπέμπει σε πολλές αποφάσεις εθνικών διοικητικών αρχών ή δικαστηρίων με τις οποίες η συμπεριφορά της φέρεται να κρίθηκε νόμιμη. Το γεγονός ότι η Επιτροπή αναλύει την προσαπτόμενη στην Google συμπεριφορά ως κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης σε μία αγορά με στόχο μια άλλη αγορά, εντάσσοντάς την εννοιολογικά στην κατάχρηση μέσω «μόχλευσης», δεν σημαίνει ότι η προσβαλλόμενη απόφαση δεν είναι καινοφανής, διότι η έννοια αυτή μπορεί να περικλείει πολύ διαφορετικές καταστάσεις.

600 Κατά την Google, το γεγονός ότι η Επιτροπή ξεκίνησε να χειρίζεται την υπόθεση στο πλαίσιο διαδικασίας αποδοχής δεσμεύσεων σημαίνει ότι η επιβολή κύρωσης δεν προσιδίαζε στη συγκεκριμένη υπόθεση, όπως προκύπτει από την αιτιολογική σκέψη 13 του κανονισμού 1/2003, από ανακοίνωση της Επιτροπής σχετική με αυτό το είδος διαδικασίας και από το εγχειρίδιο διαδικασίας της Γενικής Διεύθυνσης (ΓΔ) Ανταγωνισμού της Επιτροπής, το οποίο είναι προσβάσιμο μέσω του ιστοτόπου της. Η δυνατότητα της Επιτροπής να επανέλθει και να εφαρμόσει ανά πάσα στιγμή τη συνήθη διαδικασία αν η διαδικασία αποδοχής δεσμεύσεων δεν έχει προοπτική να ευδοκιμήσει δεν πρέπει να συγχέεται με το ζήτημα αν η επίμαχη συμπεριφορά επισύρει κύρωση. Με το υπόμνημα απαντήσεως, η Google προσθέτει ότι η Επιτροπή θα έπρεπε τουλάχιστον να παράσχει εξηγήσεις ως προς το ανωτέρω ζήτημα. Η CCIA θεωρεί ότι η προσβαλλόμενη απόφαση πάσχει συναφώς έλλειψη αιτιολογίας.

- 601 Τέλος, η Επιτροπή φέρεται να είχε δηλώσει αρχικώς στους μετέχοντες στη διοικητική διαδικασία ότι, βάσει των κανόνων ανταγωνισμού της Ένωσης, δεν ήταν δυνατόν να επιβληθεί στην Google η υποχρέωση που τελικώς της επιβλήθηκε με την προσβαλλόμενη απόφαση, ήτοι το να χρησιμοποιεί τις ίδιες διαδικασίες και μεθόδους για να εμφανίζει στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της τα αποτελέσματα του δικού της εργαλείου σύγκρισης προϊόντων και των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων. Κατ' ουσίαν, πρόκειται για μία ακόμη ένδειξη ότι η Google δεν μπορούσε να «μαντέψει» ότι παραβίαζε τους κανόνες του ανταγωνισμού της Ένωσης, δεδομένου ότι για κάποιο χρονικό διάστημα η ίδια η Επιτροπή δήλωνε ότι δεν συνέβαινε κάτι τέτοιο.
- 602 Καταρχάς, η Επιτροπή, όπως και η Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας, υποστηρίζει ότι δεν υπάρχει τίποτα καινοφανές στη νομική ανάλυση επί της οποίας στηρίζεται η προσβαλλόμενη απόφαση. Η διαπίστωση κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης σε μια αγορά με στόχο την επέκταση της εν λόγω θέσης σε παραπλήσιες αγορές είναι συνήθης και η Google συγχέει την καθιέρωση νέων αρχών με την εφαρμογή καθιερωμένων αρχών σε νέες πρακτικές. Οι περισσότερες από τις υποθέσεις που εντάσσονται στο συγκεκριμένο είδος κατάχρησης έχουν ανακύψει, όπως και η υπό κρίση, σε ένα σύνθετο περιβάλλον, πλην όμως αυτό δεν απέτρεψε τα δικαιοδοτικά όργανα της Ένωσης από το να επικυρώσουν τις αυστηρές χρηματικές κυρώσεις οι οποίες είχαν επιβληθεί στις υποθέσεις εκείνες. Αντιθέτως όμως προς ό,τι συνέβαινε σε ορισμένες περιπτώσεις τις οποίες επικαλείται η CCIA, εν προκειμένω δεν υπήρχε ουδεμία αβεβαιότητα όσον αφορά το εφαρμοστέο νομικό κριτήριο για την εκτίμηση της συμπεριφοράς της Google πριν από την έκδοση της προσβαλλόμενης απόφασης. Εν πάση περιπτώσει, η υποκειμενική γνώση του καταχρηστικού χαρακτήρα μιας συμπεριφοράς από το πρόσωπο που την υιοθέτησε δεν αποτελεί προϋπόθεση της δυνατότητας να του επιβληθεί κύρωση.
- 603 Περαιτέρω, η Επιτροπή, δεδομένου ότι διαθέτει περιθώριο εκτιμήσεως ως προς το αν θα χειριστεί μια υπόθεση εφαρμόζοντας τη διαδικασία αποδοχής δεσμεύσεων, η οποία δεν περιλαμβάνει κυρώσεις, ή τη συνήθη διαδικασία, και δεδομένου ότι είχε πολλούς λόγους να επανέλθει στη δεύτερη αφού είχε κινήσει την πρώτη, όπως εξηγείται στις αιτιολογικές σκέψεις 123 επ. της προσβαλλόμενης απόφασης, ανέκτησε κατ' αυτόν τον τρόπο την εξουσία της να επιβάλει χρηματική κύρωση. Επιπλέον, τα στοιχεία που προσκομίστηκαν από την Google επ' ευκαιρία της επικοινωνίας ενόψει της αποδοχής δεσμεύσεων, αντιθέτως προς τα όσα ισχυρίζεται η Google, ουδόλως διευκόλυναν το έργο της Επιτροπής για τη διαπίστωση και τον χαρακτηρισμό της παράβασης, όπερ, σε αντίθετη περίπτωση, θα μπορούσε να επηρεάσει την κύρωση. Συγκεκριμένα, η Google αρνήθηκε ρητώς ότι συνέτρεχε οποιαδήποτε παράβαση.
- 604 Τέλος, η Επιτροπή υποστηρίζει κατ' ουσίαν ότι αυτό το οποίο είχε δηλώσει, ως προκαταρκτικό συμπέρασμα σε ένα στάδιο της διοικητικής διαδικασίας, ότι δεν μπορούσε να επιβληθεί στην Google, ήτοι να κατατάσσει όλα τα αποτελέσματα των υπηρεσιών σύγκρισης προϊόντων, περιλαμβανομένης της δικής της, με τον ίδιο τρόπο στα γενικά αποτελέσματά της, δεν είναι το ίδιο πράγμα με εκείνο που εν συνεχεία απαγόρευσε επειδή το έκρινε καταχρηστικό, δηλαδή το να ευνοεί η Google τη δική της υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων σε σχέση με τις λοιπές υπηρεσίες, στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της. Ακόμη και αν ήταν δυνατόν να ερμηνευθούν διαφορετικά οι απόψεις του πρώην μέλους της Επιτροπής που ήταν αρμόδιο για ζητήματα ανταγωνισμού, τις οποίες επικαλείται η Google, πρόκειται για θέσεις προσωπικές και δεν θα μπορούσαν να δεσμεύουν την Επιτροπή.

β) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου

- 605 Προκαταρκτικώς υπενθυμίζεται ότι, κατ' εφαρμογήν του άρθρου 261 ΣΛΕΕ, το Γενικό Δικαστήριο έχει, βάσει του άρθρου 31 του κανονισμού 1/2003, πλήρη δικαιοδοσία όσον αφορά τις χρηματικές κυρώσεις που επιβάλλονται από την Επιτροπή για παράβαση των άρθρων 101 και 102 ΣΛΕΕ. Πέραν του απλού ελέγχου νομιμότητας, ο οποίος καθιστά δυνατή μόνον την απόρριψη της προσφυγής ακυρώσεως ή την ακύρωση της προσβαλλόμενης πράξης, η πλήρης δικαιοδοσία παρέχει στο Γενικό Δικαστήριο την εξουσία να μεταρρυθμίσει την προσβαλλόμενη πράξη, έστω και χωρίς ακύρωση, λαμβάνοντας υπόψη όλα τα πραγματικά στοιχεία, προκειμένου, για παράδειγμα, να τροποποιήσει το ποσό του προστίμου, είτε για να μειώσει είτε και για να αυξήσει το ύψος του (απόφαση της 3ης Σεπτεμβρίου 2009, Prym και Prym Consumer κατά Επιτροπής, C-534/07 P, EU:C:2009:505, σκέψη 86· πρβλ., επίσης, αποφάσεις της 3ης Δεκεμβρίου 1957, ALMA κατά Ανωτάτης Αρχής, 8/56, EU:C:1957:12, σ. 191, και της 8ης Φεβρουαρίου 2007, Groupe Danone κατά Επιτροπής, C-3/06 P, EU:C:2007:88, σκέψεις 60 έως 63). Υπό τις συνθήκες αυτές, το Γενικό Δικαστήριο μπορεί ενδεχομένως να διατυπώσει, σε σχέση με τη χρηματική κύρωση που επιβλήθηκε στην Google, διαφορετικά συμπεράσματα απ' ό,τι εκείνα στα οποία κατέληξε η Επιτροπή με την προσβαλλόμενη απόφαση.
- 606 Η Google προβάλλει κατ' ουσίαν ως πρώτο επιχείρημα για να αμφισβητήσει την επιβληθείσα χρηματική κύρωση ότι, λαμβανομένου υπόψη του καινοφανούς χαρακτήρα της ανάλυσης που περιλαμβάνεται στην προσβαλλόμενη απόφαση σχετικά με τη συμπεριφορά η οποία της προσάπτεται, δεν είναι δυνατόν να έχει παραβεί εκ προθέσεως ή εξ αμελείας το άρθρο 102 ΣΛΕΕ, όπερ σημαίνει ότι αποκλείεται η επιβολή κυρώσεων.
- 607 Κατά το άρθρο 23, παράγραφος 2, στοιχείο α', του κανονισμού 1/2003, η Επιτροπή δύναται με απόφασή της να επιβάλει σε επιχειρήσεις πρόστιμα, σε περίπτωση που αυτές, «εκ προθέσεως ή εξ αμελείας» παραβαίνουν τις διατάξεις του άρθρου 102 ΣΛΕΕ.
- 608 Όσον αφορά το ζήτημα αν μια παράβαση διαπράχθηκε εκ προθέσεως ή εξ αμελείας, από τη νομολογία προκύπτει ότι η πρώτη περίπτωση συντρέχει όταν η οικεία επιχείρηση δεν ήταν δυνατόν να αγνοεί ότι η συμπεριφορά της ήταν αντίθετη προς τους κανόνες του ανταγωνισμού (πρβλ. αποφάσεις της 1ης Φεβρουαρίου 1978, Miller International Schallplatten κατά Επιτροπής, 19/77, EU:C:1978:19, σκέψη 18, της 8ης Νοεμβρίου 1983, IAZ International Belgium κ.λπ. κατά Επιτροπής, 96/82 έως 102/82, 104/82, 105/82, 108/82 και 110/82, EU:C:1983:310, σκέψη 45, και της 10ης Ιουλίου 2014, Telefónica και Telefónica de España κατά Επιτροπής, C-295/12 P, EU:C:2014:2062, σκέψη 156). Πάντως, αν μια επιχείρηση παρέβη το άρθρο 102 ΣΛΕΕ εξ αμελείας, μπορεί επίσης να της επιβληθεί κύρωση, δεδομένου ότι υφίσταται δυνατότητα επιλογής μεταξύ των δύο περιπτώσεων, ως εναλλακτικών (πρβλ. διάταξη της 25ης Μαρτίου 1996, SPO κ.λπ. κατά Επιτροπής, C-137/95 P, EU:C:1996:130, σκέψεις 53 έως 57).
- 609 Εν προκειμένω, στις αιτιολογικές σκέψεις 723 έως 729 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή ανέφερε, προκειμένου να καταδείξει ότι η Google είχε παραβεί το άρθρο 102 ΣΛΕΕ εκ προθέσεως ή εξ αμελείας, ότι η Google ήταν αδύνατον να αγνοεί, αφενός, ότι κατείχε δεσπόζουσα θέση στις επίμαχες εθνικές αγορές γενικής αναζήτησης και, αφετέρου, ότι η συμπεριφορά της συνιστούσε κατάχρηση της δεσπόζουσας αυτής θέσης. Προσέθεσε ότι το γεγονός ότι το συγκεκριμένο είδος συμπεριφοράς δεν είχε αποτελέσει αντικείμενο προγενέστερων αποφάσεων δεν απέκλειε την επιβολή προστίμου. Όσον αφορά το επιχείρημα ότι η Google δεν ήταν δυνατόν να αγνοεί τον καταχρηστικό χαρακτήρα της συμπεριφοράς της, η Επιτροπή αιτιολόγησε τη διαπίστωσή της επισημαίνοντας ότι η χρησιμοποίηση δεσπόζουσας θέσης σε μια αγορά με στόχο την επέκταση της εν λόγω θέσης σε μία ή περισσότερες συναφείς

αγορές συνιστούσε καθιερωμένη μορφή κατάχρησης, η οποία αποκλίνει από τον υγιή ανταγωνισμό. Με την αιτιολογική σκέψη 334 της προσβαλλόμενης απόφασης παρέπεμψε ειδικότερα στις αποφάσεις της 3ης Οκτωβρίου 1985, CBEM (311/84, EU:C:1985:394, σκέψη 27), της 14ης Νοεμβρίου 1996, Tetra Pak κατά Επιτροπής (C-333/94 P, EU:C:1996:436, σκέψη 25), της 17ης Φεβρουαρίου 2011, TeliaSonera Sverige (C-52/09, EU:C:2011:83, σκέψη 85), της 7ης Οκτωβρίου 1999, Irish Sugar κατά Επιτροπής (T-228/97, EU:T:1999:246, σκέψη 166), και της 17ης Σεπτεμβρίου 2007, Microsoft κατά Επιτροπής (T-201/04, EU:T:2007:289, σκέψη 1344). Η Επιτροπή υπογράμμισε επίσης ότι στις 13 Μαρτίου 2013 είχε αποστείλει στην Google προκαταρκτική εκτίμηση όπου παρέθετε τους λόγους για τους οποίους η συμπεριφορά της αντέβαινε προς το άρθρο 102 ΣΛΕΕ.

- 610 Βεβαίως, από τις προαναφερθείσες στη σκέψη 609 αποφάσεις, λαμβανομένου υπόψη του πλαισίου στο οποίο εντάσσονται, δεν μπορεί, όπως προκύπτει από τις σκέψεις 162 και 163 ανωτέρω, να συναχθεί ότι οποιαδήποτε χρησιμοποίηση δεσπόζουσας θέσης σε μια αγορά με στόχο την επέκταση της δεσπόζουσας αυτής θέσης σε μία ή περισσότερες συναφείς αγορές συνιστά καθιερωμένη μορφή κατάχρησης. Σε καθεμία από τις επίμαχες υποθέσεις, ένα συγκεκριμένο είδος συμπεριφοράς, διαφορετικό από εκείνο που υιοθέτησε η Google, κρίθηκε ότι αποκλίνει από τον υγιή ανταγωνισμό, όπως για παράδειγμα η αποκλειστική άσκηση δραστηριότητας συμπληρωματικής προς ένα νόμιμο μονοπώλιο, η πρακτική της συνδυασμένης πώλησης μαζί με επιθετικές τιμές, η πρακτική της «συμπίεσης των περιθωρίων κέρδους», η εφαρμογή τιμολογιακών πρακτικών που εισάγουν διακρίσεις ή επιβραβεύουν τους πιστούς πελάτες, ή ακόμη η άρνηση μιας επιχείρησης να καταστήσει τα συστήματα πληροφορικής διαλειτουργικά. Επιπλέον, στις αντίστοιχες σκέψεις των αποφάσεων στις οποίες παραπέμπει η Επιτροπή, διευκρινίζεται απλώς ότι η κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης μπορεί να διαπιστωθεί ακόμη και αν έχει αποτελέσματα σε αγορά διαφορετική από εκείνη στην οποία υφίσταται δεσπόζουσα θέση ή αν έχει αποτελέσματα στην αγορά όπου υφίσταται δεσπόζουσα θέση ενώ η επίμαχη συμπεριφορά υιοθετείται σε διαφορετική αγορά ή ακόμη αν τόσο η επίμαχη συμπεριφορά όσο και τα αποτελέσματά της εντοπίζονται σε αγορά διαφορετική από εκείνη στην οποία η οικεία επιχείρηση κατέχει δεσπόζουσα θέση. Πάντως, η δυνατότητα διαπίστωσης, ενδεχομένως βάσει του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, κατάχρησης που διαπράττεται σε αγορά διαφορετική από εκείνη στην οποία η οικεία επιχείρηση κατέχει δεσπόζουσα θέση δεν σημαίνει ότι κάθε πρακτική με την οποία μια επιχείρηση χρησιμοποιεί τη δεσπόζουσα θέση της σε μία αγορά για να επεκταθεί σε μιαν άλλη είναι κατ' ανάγκην αντίθετη προς τους κανόνες του ανταγωνισμού. Πράγματι, όπως υπομνήσθηκε στη σκέψη 162 ανωτέρω, η επέκταση απλώς και μόνον της δεσπόζουσας θέσης μιας επιχείρησης σε παραπλήσια αγορά δεν μπορεί να αποτελεί, αυτή καθαυτήν, απόδειξη συμπεριφοράς που αποκλίνει από τον «κανονικό ανταγωνισμό» κατά την έννοια της απόφασης της 27ης Μαρτίου 2012, Post Danmark (C-209/10, EU:C:2012:172, σκέψη 24 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία), ακόμη και αν τέτοια επέκταση οδηγεί στην εξαφάνιση ή στην περιθωριοποίηση ανταγωνιστών.
- 611 Εξάλλου, δεδομένου ότι η παράβαση της Google διαπιστώθηκε, σε επτά από τις επίμαχες χώρες, ότι ανατρέχει σε χρόνο προγενέστερο του Μαρτίου του 2013, το επιχείρημα της Επιτροπής ότι ενημέρωσε την Google για τον αντίθετο προς τους κανόνες του ανταγωνισμού χαρακτήρα της συμπεριφοράς της στην προκαταρκτική εκτίμηση που της απέστειλε, είναι ανεπαρκές από χρονική άποψη, όσον αφορά το χρονικό διάστημα πριν τον Μάρτιο του 2013.
- 612 Εντούτοις, από πάγια νομολογία προκύπτει ότι, όποιες και αν είναι οι αιτίες που κατέχει δεσπόζουσα θέση σε μια αγορά, έστω δε και αν η θέση αυτή οφείλεται στην ποιότητα των προϊόντων της ή των παροχών της, η επιχείρηση η οποία κατέχει τέτοια θέση υπέχει ειδική ευθύνη να μη θίγει με τη συμπεριφορά της τον αποτελεσματικό και ανόθευτο ανταγωνισμό στην

εσωτερική αγορά (πρβλ. αποφάσεις της 9ης Νοεμβρίου 1983, *Nederlandsche Banden-Industrie-Michelin* κατά Επιτροπής, 322/81, EU:C:1983:313, σκέψη 57, και της 17ης Φεβρουαρίου 2011, *TeliaSonera Sverige*, C-52/09, EU:C:2011:83, σκέψη 24).

- 613 Επομένως, κάθε επιχείρηση η οποία κατέχει δεσπόζουσα θέση υπόκειται, εντός του πεδίου εφαρμογής του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, σε ορισμένους περιορισμούς που δεν ισχύουν για άλλες επιχειρήσεις και μια πρακτική η οποία θα επιτρεπόταν υπό κανονικές συνθήκες ανταγωνισμού ενδέχεται να συνιστά κατάχρηση αν εφαρμόζεται από επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση (προτάσεις της γενικής εισαγγελέα J. Kokott στην υπόθεση *Post Danmark*, C-23/14, EU:C:2015:343, σημείο 25· πρβλ., επίσης, απόφαση της 16ης Μαρτίου 2000, *Compagnie maritime belge transports* κ.λπ. κατά Επιτροπής, C-395/96 P και C-396/96 P, EU:C:2000:132, σκέψη 131).
- 614 Ομοίως, από πάγια νομολογία προκύπτει ότι, όπως υπογραμμίζουν η Επιτροπή και η Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας, η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης σε μια αγορά μπορεί να οδηγήσει στη διαπίστωση καταχρηστικής εκμετάλλευσης της εν λόγω θέσης λόγω των συνεπειών τις οποίες έχει σε άλλη αγορά μια στρεβλωτική για τον ανταγωνισμό πρακτική της δεσπόζουσας επιχείρησης (πρβλ. αποφάσεις της 6ης Μαρτίου 1974, *Istituto Chemioterapico Italiano* και *Commercial Solvents* κατά Επιτροπής, 6/73 και 7/73, EU:C:1974:18, σκέψη 25, και της 3ης Οκτωβρίου 1985, *CBEM*, 311/84, EU:C:1985:394, σκέψεις 25 και 26).
- 615 Η Επιτροπή πραγματεύεται αυτού του είδους τις περιπτώσεις στις κατευθύνσεις της σχετικά με τις προτεραιότητες κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 102 ΣΛΕΕ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού τις οποίες υιοθετούν οι δεσπόζουσες επιχειρήσεις, παραπέμποντας σε πολυάριθμες αποφάσεις του Δικαστηρίου και του Γενικού Δικαστηρίου (βλ. ιδίως σημεία 52 επ.) Στην ανωτέρω ανακοίνωση, η Επιτροπή εξετάζει, για παράδειγμα, την περίπτωση των συνδυασμένων και των ομαδοποιημένων πωλήσεων εξηγώντας ότι πρόκειται για συνήθεις πρακτικές οι οποίες αποσκοπούν συνήθως στο να προτείνουν στους πελάτες καλύτερα προϊόντα ή καλύτερες προσφορές με πιο οικονομικό τρόπο. Ωστόσο, διευκρινίζει ότι μια τέτοια πρακτική, αν υιοθετηθεί από επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση, μπορεί να ζημιώσει τον καταναλωτή σε περίπτωση που αυτό το είδος πωλήσεων περιχαράκωνει την αγορά και καταλήγει σε αντίθετο προς τους κανόνες του ανταγωνισμού εκτοπισμό των ανταγωνιστών.
- 616 Λαμβανομένων υπόψη των προεκτεθέντων, συνάγεται ότι η Google, εφόσον γνώριζε ότι κατείχε δεσπόζουσα θέση στις αγορές γενικής αναζήτησης εντός του ΕΟΚ και εφόσον ευνοούσε στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων σε σχέση με τα ανταγωνιστικά, παρότι η συμπεριφορά αυτή, όπως διαπιστώθηκε στη σκέψη 179 ανωτέρω, ήταν σε κάποιον βαθμό αφύσικη, καθώς και εφόσον επίσης γνώριζε τη σημασία που έχουν οι σελίδες της ως πηγή κίνησης για τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, όφειλε να έχει επίγνωση του ότι η συμπεριφορά της έθιγε την ισότητα ευκαιριών μεταξύ των διαφόρων οικονομικών παραγόντων, η οποία διασφαλίζει ένα σύστημα ανόθευτου ανταγωνισμού (βλ. τη νομολογία που μνημονεύεται στη σκέψη 180 ανωτέρω, *in fine*), και του ότι η συμπεριφορά της μπορούσε να εκτοπίσει τους ανταγωνιστές της ή να περιορίσει την εκ μέρους τους άσκηση ανταγωνισμού σε ορισμένες αγορές εξειδικευμένης αναζήτησης για προϊόντα εντός του ΕΟΧ. Ως εκ τούτου, η Google υιοθέτησε εκ προθέσεως συμπεριφορά αντίθετη προς τους κανόνες του ανταγωνισμού, κατά την έννοια της προαναφερθείσα στη σκέψη 608 νομολογίας, η οποία ήταν πιθανόν να στοιχειοθετεί κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης. Διαπιστώνεται συνεπώς ότι η παράβαση αυτή διαπράχθηκε εκ προθέσεως, ακόμη και πριν η Google παραλάβει, τον Μάρτιο του 2013, την προκαταρκτική εκτίμηση στην οποία η Επιτροπή παρέθετε τους λόγους για τους οποίους η συμπεριφορά της αντέβαινε ενδεχομένως στο άρθρο 102 ΣΛΕΕ.

- 617 Η παράβαση εξακολούθησε και μετά την παραλαβή της προκαταρκτικής εκτίμησης να τελείται, κατά μείζονα λόγο, εκ προθέσεως. Πράγματι, η Google δεν αμφισβητεί ότι, όπως εκτίθεται στην αιτιολογική σκέψη 63 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή της επισήμανε στην προκαταρκτική αυτή εκτίμηση ότι η ευνοϊκή μεταχείριση την οποία επιφύλασσε, στις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της, στους υπερσυνδέσμους που παρέπεμπαν προς τις δικές της υπηρεσίες εξειδικευμένης αναζήτησης, σε σχέση με τους υπερσυνδέσμους που παρέπεμπαν προς τις ανταγωνιστικές υπηρεσίες εξειδικευμένης αναζήτησης συνιστούσε πιθανώς παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και του άρθρου 54 της Συμφωνίας για τον ΕΟΧ (πρβλ. απόφαση της 14ης Απριλίου 2011, *Visa Europe και Visa International Service κατά Επιτροπής*, T-461/07, EU:T:2011:181, σκέψεις 250 έως 252). Ιδίως δε αφού αντιπαρήλθε τις αντιρρήσεις της Επιτροπής αναφορικά με το εργαλείο της για τη σύγκριση προϊόντων, η Google δικαιούταν ακόμη λιγότερο να ισχυρίζεται ότι ήταν πεπεισμένη για τη συμβατότητα των πρακτικών της με τους κανόνες του άρθρου 102 ΣΛΕΕ (πρβλ. απόφαση της 17ης Δεκεμβρίου 2003, *British Airways κατά Επιτροπής*, T-219/99, EU:T:2003:343, σκέψη 314). Επομένως, η Επιτροπή βρισκόταν σε μια κατάσταση στην οποία μπορούσε να επιβάλει κύρωση, εφόσον δεν συνέτρεχε κάποια ιδιαίτερη περίπτωση που να μην το επιτρέπει.
- 618 Η δε περίπτωση ότι το συγκεκριμένο είδος συμπεριφοράς που προσάπτεται στην Google ενδέχεται να μην είχε αποτελέσει, πριν από την προσβαλλόμενη απόφαση, αντικείμενο απόφασης περί εφαρμογής των κανόνων του ανταγωνισμού της Ένωσης, όπως αναγνώρισε η Επιτροπή ανακοινώνοντας δημοσίως στο δελτίο τύπου για την έκδοση της προσβαλλόμενης απόφασης ότι αυτή θα αποτελούσε «μελλοντικό σημείο αναφοράς για την οριοθέτηση του πλαισίου προς εκτίμηση της νομιμότητας του συγκεκριμένου αυτού είδους συμπεριφοράς», δεν σημαίνει ότι η διαπίστωση περί παράβασης της Google, καθώς και η επιβολή κύρωσης, ήταν αδύνατον να προβλεφθούν από την Google, λαμβανομένων υπόψη των στοιχείων που προαναφέρθηκαν στις σκέψεις 612 έως 616 (πρβλ. απόφαση της 8ης Σεπτεμβρίου 2016, *Lundbeck κατά Επιτροπής*, T-472/13, EU:T:2016:449, σκέψεις 761 έως 767).
- 619 Το ίδιο ισχύει και για την περίπτωση, την οποία η Επιτροπή αμφισβητεί, ότι σε ορισμένο στάδιο της διαδικασίας η Επιτροπή ενδέχεται να δήλωσε ότι δεν μπορούσε να υποχρεώσει την Google να μεταβάλει τη συμπεριφορά της κατά τον τρόπο που εν τέλει την υποχρέωσε. Στο στάδιο εκείνο της διαδικασίας, δηλαδή στο χρονικό σημείο κατά το οποίο η Επιτροπή σχεδίαζε να αποδεχθεί τις δεσμεύσεις της Google και να απορρίψει τις καταγγελίες που είχαν υποβληθεί συναφώς, μια τέτοια θέση ήταν κατ' ανάγκην προσωρινή και δεν μπορεί επίσης να δικαιολογησει τυχόν συμπέρασμα ότι η διαπίστωση περί παράβασης της Google, όπως και η επιβολή κύρωσης, ήταν αδύνατον να προβλεφθούν από την Google, λαμβανομένων υπόψη των στοιχείων που προαναφέρθηκαν στις σκέψεις 612 έως 616.
- 620 Ειδικότερα, μολοντί η αρχή *nullum crimen, nulla poena sine lege*, όπως κατοχυρώνεται, μεταξύ άλλων, στο άρθρο 49 του Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, πρέπει να τηρείται στο πλαίσιο της εφαρμογής των διατάξεων του κανονισμού 1/2003 οι οποίες προβλέπουν κυρώσεις για την παράβαση των κανόνων του ανταγωνισμού που θεσπίζονται στα άρθρα 101 και 102 ΣΛΕΕ (πρβλ. απόφαση της 10ης Ιουλίου 2014, *Telefónica και Telefónica de España κατά Επιτροπής*, C-295/12 P, EU:C:2014:2062, σκέψεις 146 έως 149), η αρχή αυτή δεν μπορεί να ερμηνευθεί υπό την έννοια ότι απαγορεύει τη βαθμιαία αποσαφήνιση των κανόνων περί ποινικής ευθύνης διά της νομολογιακής ερμηνείας από τη μία υπόθεση στην άλλη, υπό την προϋπόθεση ότι το αποτέλεσμα είναι ευλόγως προβλέψιμο κατά τον χρόνο τέλεσης της παράβασης, λαμβανομένης ιδίως υπόψη της ερμηνείας η οποία γινόταν δεκτή κατά το χρονικό

εκείνο σημείο από τη νομολογία που αφορούσε την επίμαχη διάταξη νόμου (βλ. απόφαση της 22ας Οκτωβρίου 2015, AC-Treuhand κατά Επιτροπής, C-194/14 P, EU:C:2015:717, σκέψη 41 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).

- 621 Η Google, υποστηριζόμενη συναφώς από τη CCIA, προβάλλει κατ' ουσίαν, ως δεύτερο επιχείρημα για να αμφισβητήσει τη χρηματική κύρωση που της επιβλήθηκε, άνιση μεταχείριση σε σχέση με άλλες υποθέσεις στις οποίες οι επιχειρήσεις που παρέβησαν τους κανόνες του ανταγωνισμού δεν τιμωρήθηκαν είτε επειδή δεν είχαν επίγνωση του ότι είχαν παραβεί τους ανωτέρω κανόνες είτε λόγω αβεβαιότητας που επικρατούσε ως προς την ύπαρξη παράβασης, καθότι οι διάφορες εθνικές αρχές διατύπωναν αποκλίνουσες ερμηνείες επί του ζητήματος.
- 622 Η αρχή της ίσης μεταχείρισης αποτελεί γενική αρχή του δικαίου της Ένωσης την οποία καθιερώνουν τα άρθρα 20 και 21 του Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων. Κατά πάγια νομολογία, η αρχή αυτή επιτάσσει να μην επιφυλάσσεται σε όμοιες καταστάσεις διαφορετική μεταχείριση ούτε σε διαφορετικές καταστάσεις όμοια μεταχείριση, εκτός αν η διαφοροποίηση δικαιολογείται αντικειμενικώς (αποφάσεις της 12ης Νοεμβρίου 2014, Guardian Industries και Guardian Europe κατά Επιτροπής, C-580/12 P, EU:C:2014:2363, σκέψη 51, και της 26ης Ιανουαρίου 2017, Roca κατά Επιτροπής, C-638/13 P, EU:C:2017:53, σκέψη 65).
- 623 Από τη νομολογία πάντως προκύπτει ακόμη ότι οι συγκρίσεις με άλλες αποφάσεις της Επιτροπής σχετικές με πρόστιμα ενδέχεται να ασκούν επιρροή όσον αφορά την τήρηση της αρχής της ίσης μεταχείρισης μόνον εφόσον αποδεικνύεται ότι τα πραγματικά στοιχεία των υποθέσεων στις οποίες εκδόθηκαν οι άλλες αυτές αποφάσεις, όπως είναι οι αγορές, τα προϊόντα, οι χώρες, οι επιχειρήσεις και οι κρίσιμες περιόδους, είναι παρόμοια με τα πραγματικά περιστατικά της υπό κρίση υπόθεσης. Από τη νομολογία προκύπτει επίσης ότι πρέπει να γίνεται επίκληση σύγχρονων αποφάσεων με σκοπό τη σύγκριση (αποφάσεις της 24ης Μαρτίου 2011, IMI κ.λπ. κατά Επιτροπής, T-378/06, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2011:109, σκέψη 42, και της 27ης Ιουνίου 2012, ΥΚΚ κ.λπ. κατά Επιτροπής, T-448/07, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2012:322, σκέψη 151).
- 624 Ακόμη και δίχως να ληφθεί υπόψη ο δεύτερος αυτός χρονικός παράγοντας, επιβάλλεται η διαπίστωση ότι η απόφαση C(2014) 2892 τελικό της Επιτροπής, της 29ης Απριλίου 2014, με αποδέκτη την Motorola Mobility LLC σχετικά με διαδικασία βάσει του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και του άρθρου 54 της συμφωνίας για τον ΕΟΧ (ΑΤ.39985 – Motorola – Επιβολή τυποποιημένων διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας ουσιώδους σημασίας για τις υπηρεσίες γενικής πακετικής ραδιοϋπηρεσίας GPRS), η απόφαση της Επιτροπής, της 2ας Ιουνίου 2004, σχετικά με διαδικασία βάσει του άρθρου 82 της Συνθήκης ΕΚ [υπόθεση COMP/38.096, Clearstream (εκκαθάριση και διακανονισμός)], η απόφαση της Επιτροπής, της 27ης Αυγούστου 2003, σχετικά με διαδικασία σύμφωνα με το άρθρο 82 της Συνθήκης ΕΚ (COMP/37.685 GVG/FS), η απόφαση C(2019) 241 τελικό της Επιτροπής, της 22ας Ιανουαρίου 2019, σχετικά με διαδικασία βάσει του άρθρου 101 ΣΛΕΕ και του άρθρου 53 της Συμφωνίας για τον ΕΟΧ (ΑΤ.40049, MasterCard II), και η απόφαση της Επιτροπής, της 25ης Ιουλίου 2001, σχετικά με διαδικασία βάσει του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ (COMP/C-1/36.915 – Deutsche Post AG – Παρακράτηση διασυννοριακού ταχυδρομείου), τις οποίες επικαλούνται η Google και η CCIA, αφορούσαν τομείς και ζητήματα πολύ διαφορετικά από αυτά της υπό κρίση υπόθεσης: τον τομέα των τεχνολογιών για τις τηλεπικοινωνίες και το ζήτημα της ύπαρξης διπλώματος ευρεσιτεχνίας και αγωγής επί παραλείψει με αίτημα την παύση της χρήσης μιας από τις τεχνολογίες αυτές, τον τομέα των υπηρεσιών εκκαθάρισης και διακανονισμού συναλλαγών επί τίτλων και το ζήτημα της άρνησης παροχής υπηρεσιών και της εφαρμογής τιμών που εισάγουν διακρίσεις, τον τομέα της διεθνούς σιδηροδρομικής μεταφοράς επιβατών και το ζήτημα της άρνησης παροχής πληροφοριών που καθιστούν δυνατή την πρόσβαση σε δίκτυο μέσω της σύστασης διεθνούς ένωσης σιδηροδρόμων,

τον τομέα των πληρωμών με τραπεζικές κάρτες μεταξύ διαφόρων χωρών του ΕΟΧ και το ζήτημα τιμολογιακής πρακτικής σχετικής με διατραπεζικές προμήθειες καθώς και, τέλος, τον ταχυδρομικό τομέα και το ζήτημα της λεγόμενης «αναταχυδρόμησης» ή «αναδρομολόγησης εγχώριου ταχυδρομείου». Ούτε τα πραγματικά περιστατικά των πολυάριθμων άλλων αποφάσεων τις οποίες επικαλείται η Google είναι παρόμοια με εκείνα υπό κρίση υπόθεσης, διαπίστωση την οποία η Google δεν μπορεί βασίμως να αμφισβητήσει δεδομένου ότι υποστηρίζει κατ' ουσίαν ότι η προσβαλλόμενη απόφαση είναι «καινοφανής».

- 625 Ως προς τις αποφάσεις που αφορούν πραγματικά περιστατικά τα οποία δεν είναι παρόμοια, η προγενέστερη πρακτική που ακολουθούσε η Επιτροπή με τις αποφάσεις της δεν μπορεί να χρησιμεύσει ως νομικό πλαίσιο για τον καθορισμό του ποσού των προστίμων στον τομέα του ανταγωνισμού, δεδομένου ότι στον τομέα αυτόν η Επιτροπή διαθέτει ευρεία διακριτική ευχέρεια κατά την άσκηση της οποίας δεν δεσμεύεται από προηγούμενες εκτιμήσεις της (πρβλ. απόφαση της 24ης Σεπτεμβρίου 2009, Erste Group Bank κ.λπ. κατά Επιτροπής, C-125/07 P, C-133/07 P, C-135/07 P και C-137/07 P, EU:C:2009:576, σκέψη 123).
- 626 Συνεπώς, το γεγονός ότι, σε ορισμένες προγενέστερες αποφάσεις, η Επιτροπή, αφού διαπίστωσε παράβαση των κανόνων του ανταγωνισμού της Ένωσης, δεν έκρινε πρόσφορη την επιβολή προστίμου διότι, για παράδειγμα, ήταν η πρώτη φορά που εξεταζόταν το συγκεκριμένο είδος συμπεριφοράς ή διότι οι εθνικές διοικητικές αρχές ή τα εθνικά δικαστήρια είχαν αποφανθεί διαφορετικά επ' αυτής δεν ήταν δεσμευτικό για την Επιτροπή και δεν είναι, κατά μείζονα λόγο, δεσμευτικό για το Γενικό Δικαστήριο.
- 627 Στο πλαίσιο αυτό, υπογραμμίζεται ότι, όπως υπομνήσθηκε στη σκέψη 608 ανωτέρω, μπορεί να γίνει δεκτό ότι διαπράχθηκε εκ προθέσεως παράβαση των κανόνων ανταγωνισμού της Ένωσης αν η οικεία επιχείρηση δεν ήταν δυνατόν να αγνοεί ότι η συμπεριφορά της ήταν αντίθετη προς τους κανόνες του ανταγωνισμού, όπερ, στην περίπτωση αυτή, σημαίνει ότι μπορούν να της επιβληθούν κυρώσεις για τη διαπραχθείσα παράβαση.
- 628 Εξάλλου, από κανένα στοιχείο του κανονισμού 1/2003 ή των κατευθυντήριων γραμμών δεν προκύπτει ότι η Επιτροπή θα έπρεπε, όπως υποστηρίζει και η Google, να μην επιβάλει κυρώσεις για «καινοφανή» συμπεριφορά η οποία είναι αντίθετη προς τους κανόνες ανταγωνισμού της Ένωσης, αν δεν βλάπτει τον ανταγωνισμό ως εκ της φύσης ή ως εκ του αντικειμένου της. Το σχετικό κριτήριο που προβλέπεται εκ του νόμου είναι, όπως υπομνήσθηκε στη σκέψη 607 ανωτέρω, αν η διαπιστωθείσα παράβαση διαπράχθηκε εκ προθέσεως ή εξ αμελείας.
- 629 Επομένως, το γεγονός ότι η διαπιστωθείσα κατάχρηση αφορά κατάσταση σε σχέση με την οποία οι κανόνες του ανταγωνισμού της Ένωσης δεν είχαν ποτέ εφαρμοστεί αποτελεί στοιχείο που πρέπει να ληφθεί υπόψη κατά τον καθορισμό της κύρωσης, αλλά δεν αποκλείει την επιβολή της (πρβλ. απόφαση της 3ης Ιουλίου 1991, AKZO κατά Επιτροπής, C-62/86, EU:C:1991:286, σκέψη 163).
- 630 Υπό τις συνθήκες αυτές, οι προγενέστερες αποφάσεις της Επιτροπής τις οποίες επικαλέστηκαν η Google και η CCIA ή ακόμη οι εθνικές δικαστικές ή διοικητικές αποφάσεις που αφορούσαν την ίδια συμπεριφορά, όπως και η προσβαλλόμενη απόφαση, πλην όμως μνημονεύθηκαν ως «ευνοϊκές» για την Google δεν μπορούν να οδηγήσουν στο συμπέρασμα ότι δεν ήταν δυνατόν να επιβληθεί χρηματική κύρωση στην Google.

- 631 Η Google, υποστηριζόμενη και πάλι συναφώς από τη CCIA, προβάλλει κατ' ουσίαν, ως τρίτο επιχείρημα προς αμφισβήτηση της επιβληθείσας χρηματικής κύρωσης, ότι η Επιτροπή, εφόσον ξεκίνησε να χειρίζεται την υπόθεση εφαρμόζοντας διαδικασία αποδοχής δεσμεύσεων, όπερ σήμαινε κατ' ανάγκην ότι επρόκειτο για υπόθεση στην οποία δεν χωρεί επιβολή κύρωσης, δεν είχε δικαίωμα εν τέλει να της επιβάλει τέτοια κύρωση, έστω και αν είχε αποφασίσει να επανέλθει στην εφαρμογή της συνήθους διαδικασίας για τη διαπίστωση παράβασης.
- 632 Η Επιτροπή απάντησε στο συγκεκριμένο επιχείρημα κατά τη διοικητική διαδικασία με τις αιτιολογικές σκέψεις 730 έως 734 της προσβαλλόμενης απόφασης. Η Επιτροπή εξέθεσε ειδικότερα ότι διέθετε διακριτική ευχέρεια να εκδώσει είτε απόφαση περί αποδοχής των δεσμεύσεων, δυνάμει του άρθρου 9 του κανονισμού 1/2003, είτε απόφαση για τη διαπίστωση παράβασης, δυνάμει του άρθρου 7 του ίδιου κανονισμού. Παρέπεμψε δε στις αποφάσεις της 29ης Ιουνίου 2010, Επιτροπή κατά Alrosa (C-441/07 P, EU:C:2010:377, σκέψη 40), και της 30ής Ιουνίου 2016, CB κατά Επιτροπής (T-491/07 RENV, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2016:379, σκέψη 470). Εν συνεχεία, η Επιτροπή υπενθύμισε, με σχετική μνεία στις αιτιολογικές σκέψεις 123 έως 137 της προσβαλλόμενης απόφασης, τους λόγους που την οδήγησαν να επανέλθει στη συνήθη διαδικασία για τη διαπίστωση παράβασης, ήτοι κατ' ουσίαν ότι οι δεσμεύσεις οι οποίες προτάθηκαν προς αντιμετώπιση των προβλημάτων ανταγωνισμού που εντοπίστηκαν, και σημείωσε ότι, εφόσον επανήλθε στο εν λόγω πλαίσιο, διέθετε όλες τις σχετικές εξουσίες, περιλαμβανομένης της εξουσίας επιβολής χρηματικής κύρωσης. Προσέθεσε ότι απαλλαγή από την επιβολή κυρώσεων χωρεί μόνον σε εξαιρετικές περιστάσεις, όπως όταν η ενδιαφερόμενη επιχείρηση συμβάλλει αποφασιστικά στην απόδειξη της παράβασης, κάτι για το οποίο επ' ουδενί χρησίμευσαν οι δεσμεύσεις που πρότεινε να αναλάβει η Google.
- 633 Όπως επισήμανε το Γενικό Δικαστήριο στην απόφαση της 30ής Ιουνίου 2016, CB κατά Επιτροπής (T-491/07 RENV, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2016:379, σκέψη 470), την οποία επικαλέστηκε η Επιτροπή στην προσβαλλόμενη απόφαση, από το γράμμα του κανονισμού 1/2003 προκύπτει ότι η Επιτροπή διαθέτει διακριτική ευχέρεια ως προς την επιλογή της αν θα εκδώσει απόφαση βάσει του άρθρου 7 ή απόφαση βάσει του άρθρου 9 του κανονισμού. Από τη χρήση του ρήματος «δύναται» στο τελευταίο αυτό άρθρο, κατά το οποίο, «[ό]ταν [...] οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις προσφέρονται να αναλάβουν ορισμένες δεσμεύσεις για να ανταποκριθούν στις αντιρρήσεις της Επιτροπής [...], τότε η Επιτροπή δύναται με απόφασή της να καταστήσει αυτές τις δεσμεύσεις υποχρεωτικές», προκύπτει ότι η Επιτροπή δεν είναι υποχρεωμένη να συνεχίσει μέχρι τέλους μια διαδικασία αποδοχής δεσμεύσεων την οποία έχει κινήσει και μπορεί να επανέλθει στη συνήθη διαδικασία για τη διαπίστωση παράβασης. Η Επιτροπή έχει το δικαίωμα να ενεργήσει κατ' αυτόν τον τρόπο, για παράδειγμα, επειδή θεωρεί ότι οι προταθείσες δεσμεύσεις δεν αρκούν για να αντιμετωπιστούν τα προβλήματα ανταγωνισμού που εντοπίστηκαν, επειδή αποδεικνύεται ότι τα σχετικά πραγματικά περιστατικά ή τα προαναφερθέντα προβλήματα είναι πιο εκτεταμένα απ' ό,τι πιστευόταν αρχικώς ή ακόμη επειδή εν τέλει η Επιτροπή κρίνει σκόπιμο, για λόγους γενικής πολιτικής ανταγωνισμού, να προβεί σε διαπίστωση παράβασης η οποία θα υποβληθεί ενδεχομένως κατόπιν σε δικαστικό έλεγχο.
- 634 Όπως υποστηρίζει η Επιτροπή, η επαναφορά στη συνήθη διαδικασία για τη διαπίστωση παράβασης μετά την κίνηση διαδικασίας αποδοχής δεσμεύσεων δεν την εμποδίζει, αυτή καθεαυτήν, από το να επιβάλει χρηματική κύρωση, δεδομένου ότι, όπως προκύπτει από τη συνδυασμένη ερμηνεία του άρθρου 7, παράγραφος 1, και του άρθρου 23, παράγραφος 2, στοιχείο α', του κανονισμού 1/2003, η συνήθης διαδικασία εμπεριέχει μια τέτοια εξουσία. Αυτό εξήγησε κατ' ουσίαν η Επιτροπή με τις αιτιολογικές σκέψεις 730 έως 733 της προσβαλλόμενης απόφασης, η οποία, αντιθέτως προς τα όσα υποστηρίζει η CCIA, δεν πάσχει συναφώς έλλειψη αιτιολογίας.

- 635 Η Google και η CCIA φαίνεται να θεωρούν ότι εν προκειμένω η Επιτροπή, επιβάλλοντας κύρωση ενώ είχε αρχικώς κινήσει διαδικασία αποδοχής δεσμεύσεων, παραβίασε την αρχή της προστασίας της δικαιολογημένης εμπιστοσύνης. Επιχειρούν να αντλήσουν a contrario επιχείρημα από την αιτιολογική σκέψη 13 του κανονισμού 1/2003, από την ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με τη διαδικασία αποδοχής δεσμεύσεων και από το εγχειρίδιο διαδικασίας της ΓΔ Ανταγωνισμού της Επιτροπής, όπου σημειώνεται ότι η διαδικασία αυτή δεν είναι κατάλληλη όταν η υπόθεση προσφέρεται, λόγω της φύσης της, για επιβολή κύρωσης.
- 636 Συναφώς, υπενθυμίζεται ότι η παραβίαση της αρχής της δικαιολογημένης εμπιστοσύνης, η οποία αποτελεί γενική αρχή του δικαίου της Ένωσης, προϋποθέτει ότι αυτός ο οποίος την επικαλείται έλαβε από το επίμαχο θεσμικό όργανο συγκεκριμένες διαβεβαιώσεις οι οποίες του δημιούργησαν βάσιμες προσδοκίες (πρβλ. αποφάσεις της 24ης Νοεμβρίου 2005, Γερμανία κατά Επιτροπής, C-506/03, μη δημοσιευθείσα, EU:C:2005:715, σκέψη 58, της 22ας Ιουνίου 2006, Βέλγιο και Forum 187 κατά Επιτροπής, C-182/03 και C-217/03, EU:C:2006:416, σκέψη 147, και της 21ης Ιουλίου 2011, Alcoa Trasformazioni κατά Επιτροπής, C-194/09 P, EU:C:2011:497, σκέψη 71).
- 637 Μολονότι είναι αληθές ότι, πέραν του δελτίου τύπου και του εγχειριδίου διαδικασίας τα οποία επικαλούνται η Google και η CCIA, στην αιτιολογική σκέψη 13 του κανονισμού 1/2003 επισημαίνεται ότι οι αποφάσεις περί αποδοχής δεσμεύσεων δεν είναι οι ενδεδειγμένες όταν η Επιτροπή προτίθεται να επιβάλει πρόστιμο, το γεγονός ότι η Επιτροπή, σε ορισμένο στάδιο της διερεύνησης μιας ενδεχόμενης παράβασης των άρθρων 101 και 102 ΣΛΕΕ, κινεί διαδικασία αποδοχής δεσμεύσεων απηχεί απλώς μια προκαταρκτική και όχι οριστική διαδικαστική επιλογή. Μια τέτοια διαδικαστική επιλογή δεν είναι δυνατόν να αποτελεί σαφή διαβεβαίωση περί του ότι η Επιτροπή δεν θα επανέλθει στη συνήθη διαδικασία για διαπίστωση παράβασης και του ότι δεν θα επιβάλει κύρωση. Αρκεί επ' αυτού μια παραπομπή στους λόγους που εκτίθενται στις σκέψεις 633 και 634 ανωτέρω [πρβλ., κατ' αναλογία, αποφάσεις της 23ης Οκτωβρίου 2003, Van den Bergh Foods κατά Επιτροπής, T-65/98, EU:T:2003:281, σκέψεις 192 έως 194, και της 14ης Απριλίου 2011, Visa Europe και Visa International Service κατά Επιτροπής, T-461/07, EU:T:2011:181, σκέψεις 223 και 224].
- 638 Συνεπώς, το γεγονός ότι η Επιτροπή εκτίμησε, σε ορισμένο στάδιο της διαδικασίας, ότι μπορούσε να χειριστεί την υπόθεση εφαρμόζοντας τη διαδικασία αποδοχής δεσμεύσεων δεν την εμπόδιζε από το να επιβάλει τελικώς χρηματική κύρωση στην Google, μετά την επαναφορά στη συνήθη διαδικασία για διαπίστωση παράβασης.
- 639 Επομένως, από τα προεκτεθέντα συνάγεται ότι νομίμως η Επιτροπή επέβαλε χρηματική κύρωση στην Google.

2. Επί του δεύτερου σκέλους του έκτου λόγου ακυρώσεως, αναφορικά με το ύψος της χρηματικής κύρωσης

- 640 Προκαταρκτικώς, υπενθυμίζεται ότι, στις κατευθυντήριες γραμμές, η Επιτροπή αναφέρει ότι χρησιμοποιεί ως στοιχεία υπολογισμού του ύψους του προστίμου, το οποίο επιβάλλεται ως κύρωση για την παράβαση κανόνων του ανταγωνισμού της Ένωσης, ποσοστό επί της αξίας των συνδεδόμενων με την παράβαση αγαθών που πωλήθηκαν ή υπηρεσιών που παρασχέθηκαν, καθώς και τη διάρκεια της. Ως εκ τούτου, επί της αξίας των πωλήσεων που συνδέονται άμεσα ή έμμεσα με την παράβαση κατά τη διάρκεια του έτους αναφοράς εφαρμόζεται συντελεστής βαρύτητας ο οποίος μπορεί να ανέρχεται έως το 30 % (πολλαπλασιαστής 0,3). Στη συνέχεια, το ποσό που προκύπτει πολλαπλασιάζεται με τη διάρκεια της παράβασης, η οποία εκφράζεται σε έτη, και

έπειτα προσαυξάνεται ενδεχομένως, προς διασφάλιση αποτρεπτικού αποτελέσματος, με ένα πρόσθετο ποσό που ανέρχεται στο 15 έως το 25 % της εν λόγω ετήσιας αξίας των πωλήσεων, προκειμένου να σχηματιστεί το «βασικό ποσό του προστίμου». Η Επιτροπή διευκρινίζει ότι, για τον καθορισμό της αξίας των πωλήσεων, λαμβάνει καταρχήν υπόψη το τελευταίο πλήρες έτος συμμετοχής στην παράβαση (σημεία 5 έως 25 των κατευθυντήριων γραμμών). Σημειώνει επίσης ότι οι επιβαρυντικές ή ελαφρυντικές περιστάσεις μπορούν να την οδηγήσουν στην τροποποίηση του βασικού ποσού του προστίμου και ότι εν τέλει μπορεί να το αυξήσει, ιδίως δε προς διασφάλιση αποτρεπτικού αποτελέσματος για τις επιχειρήσεις των οποίων ο κύκλος εργασιών, πέραν των αγαθών και των υπηρεσιών που αφορά η παράβαση, είναι ιδιαιτέρως σημαντικός, υπό την επιφύλαξη της τήρησης του ανωτάτου νομίμου ορίου κυρώσεων του 10 % του παγκόσμιου κύκλου εργασιών κατά την εταιρική χρήση που προηγήθηκε της έκδοσης της απόφασης (σημεία 27 έως 33 των κατευθυντήριων γραμμών).

641 Όπως εκτέθηκε λεπτομερέστερα στις σκέψεις 75 έως 77 ανωτέρω, η Επιτροπή εφάρμοσε εν προκειμένω συντελεστή βαρύτητας 10 % επί των εσόδων που προέκυψαν το 2016 από τις διαφημίσεις για προϊόντα που περιείχονταν εντός των Shopping Units καθώς και στην εξειδικευμένη σελίδα Google Shopping και επί των διαφημίσεων με κείμενο που περιείχονταν επίσης στην εν λόγω σελίδα στις δεκατρείς χώρες στις οποίες είχε εντοπίσει την επικρινόμενη συμπεριφορά. Πολλαπλασίασε το ανωτέρω ποσό με τον αριθμό των ετών της διαπιστωθείσας παράβασης από την έναρξη της λειτουργίας των Product Universals ή, άλλως, των Shopping Units και προσέθεσε, προς διασφάλιση του αποτρεπτικού αποτελέσματος της κύρωσης, ένα επιπλέον ποσό που αντιστοιχούσε στο 10 % των προαναφερθέντων εσόδων και, δίχως να λάβει υπόψη επιβαρυντικές ή ελαφρυντικές περιστάσεις, προσαύξησε περαιτέρω το ποσό που είχε προκύψει διά της εφαρμογής πολλαπλασιαστικού συντελεστή 1,3.

α) Επιχειρήματα των διαδίκων

642 Η Google διατείνεται ότι, ακόμη και αν γίνει δεκτό ότι η Επιτροπή δικαιούταν να της επιβάλει πρόστιμο, ο υπολογισμός του προστίμου ήταν εν πάση περιπτώσει εσφαλμένος. Επικαλούμενη τις κατευθυντήριες γραμμές, η Google εκτιμά ότι η Επιτροπή έλαβε υπόψη ανακριβές ποσό ως προς την αξία των πωλήσεων και υπέρμετρα μεγάλη διάρκεια παράβασης, εφάρμοσε υπερβολικά υψηλό συντελεστή βαρύτητας, αδικαιολόγητη προσαύξηση που χρησιμοποιείται κατά κανόνα προς αποτροπή των αντίθετων προς τους κανόνες του ανταγωνισμού συμπράξεων, επίσης αδικαιολόγητο πρόσθετο αποτρεπτικό συντελεστή καθώς και εσφαλμένη συναλλαγματική ισοτιμία, ενώ, αντιστρόφως, δεν έλαβε υπόψη ελαφρυντικές περιστάσεις.

643 Η Google αμφισβητεί καταρχάς την επιλογή του έτους 2016 ως έτους αναφοράς για την εκτίμηση της αξίας των πωλήσεων. Κατ' αυτήν, έπρεπε να ληφθεί υπόψη ο μέσος όρος των εσόδων κατά τη διάρκεια της επικρινόμενης συμπεριφοράς, ο οποίος θα ήταν αντιπροσωπευτικότερος της οικονομικής πραγματικότητας και της κατάστασής της. Αυτή εξάλλου την προσέγγιση, την οποία έχει ακολουθήσει σε πολλές υποθέσεις, είχε προαναγγείλει η Επιτροπή στην ανακοίνωση των αιτιάσεων.

644 Περαιτέρω, κατά την Google, η Επιτροπή έλαβε υπόψη υπερβολικά μεγάλη διάρκεια παράβασης για όλες τις εμπλεκόμενες χώρες. Δεν προέβη σε καμία ανάλυση σχετική με τον ανταγωνισμό όσον αφορά τα έτη προ του 2011, αλλά μόνον σε ανάλυση των ροών αναζήτησης στη Γαλλία, στη Γερμανία και στο Ηνωμένο Βασίλειο, η δε Google Shopping, η οποία είχε κατονομαστεί στην προσβαλλόμενη απόφαση ως η υπηρεσία σύγκρισης για την αγορά προϊόντων της Google, άρχισε να λειτουργεί σε πολλά κράτη μόλις τον Σεπτέμβριο του 2016, έστω και αν οι Shopping

Units υπήρχαν ήδη εκεί. Επιπροσθέτως, το χρονικό διάστημα από τον Μάιο του 2012 έως τον Μάρτιο του 2015, κατά το οποίο η Google διαπραγματευόταν ενδεχομένως δεσμεύσεις με την Επιτροπή, δεν έπρεπε να ληφθεί υπόψη, αντιθέτως προς ό,τι έγινε χωρίς να δοθεί καμία εξήγηση.

- 645 Επίσης, κατά την Google, ο συντελεστής βαρύτητας 10 % ο οποίος εφαρμόστηκε εν προκειμένω είναι υπερβολικά υψηλός. Πρόκειται για τον υψηλότερο συντελεστή βαρύτητας ο οποίος έχει εφαρμοστεί για παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ (μαζί με εκείνον που εφαρμόστηκε σε υπόθεση στην οποία η αντίθετη προς τους κανόνες του ανταγωνισμού συμπεριφορά ήταν, κατά τα λοιπά, πολύ σοβαρότερη). Ακόμη και στις σοβαρότερες περιπτώσεις συμπράξεων που απαγορεύονται από το άρθρο 101 ΣΛΕΕ, ο συντελεστής σπανίως υπερβαίνει το 20 %. Η παρασχεθείσα αιτιολογία, η οποία συνδεόταν με τα υψηλά μερίδια αγοράς της Google και την οικονομική σημασία των σχετικών αγορών, δεν δικαιολογεί το ύψος του συντελεστή. Συγκεκριμένα, τα στοιχεία αυτά συνδέονται με την κατάσταση της αγοράς, αλλά όχι με τη σοβαρότητα της συμπεριφοράς για την οποία επιβλήθηκαν κυρώσεις. Στην υπόθεση επί της οποίας εκδόθηκε η απόφαση της Επιτροπής D(2009) 3726 τελικό, της 13ης Μαΐου 2009, σχετικά με διαδικασία του άρθρου 82 της Συνθήκης ΕΚ και του άρθρου 54 της συμφωνίας για τον ΕΟΧ (COMP/C-3/37.990 – Intel), και η οποία χαρακτηριζόταν από ανάλογη κατάσταση στην αγορά, είχε εφαρμοστεί συντελεστής 5 %, μολονότι η επικρινόμενη συμπεριφορά ήταν, όπως περιέγραψε η ίδια η Επιτροπή στην απόφαση που εκδόθηκε στην υπόθεση εκείνη, εκ φύσης καταχρηστική και πολύπλοκη και είχε κρατηθεί μυστική, και παρότι η διαπιστωθείσα στρατηγική αποκλεισμού είχε παγκόσμια διάσταση.
- 646 Η εφαρμογή πρόσθετου ποσού ίσου προς το 10 % των ετήσιων εσόδων, το οποίο αντιστοιχεί σε παραπάνω από 200 εκατομμύρια ευρώ, είναι άνευ προηγουμένου για παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, μολονότι στις κατευθυντήριες γραμμές επισημαίνεται ότι το είδος αυτό προσαύξησης αποσκοπεί στην αποτροπή των συμπράξεων που εμπίπτουν στο άρθρο 101 ΣΛΕΕ. Καμία αιτιολογία δεν παρασχέθηκε για τη χρησιμοποίηση της ανωτέρω προσαύξησης. Στο υπόμνημα αντικρούσεως έγινε επίκληση αποτρεπτικού σκοπού προς αποθάρρυνση των λοιπών επιχειρήσεων, πλην όμως τέτοιος σκοπός δεν δικαιολογεί, κατά την Google, την επιβολή δυσανάλογου προστίμου για μια συμπεριφορά που υιοθετήθηκε και από ανταγωνιστές της Google οι οποίοι άλλωστε, λαμβανομένης υπόψη της ανάλυσης της αγοράς που εκτίθεται στην προβαλλόμενη απόφαση, μάλλον δεν θα μπορούσαν να κατέχουν δεσπόζουσα θέση.
- 647 Ομοίως, ο πολλαπλασιαστικός συντελεστής 1,3 ο οποίος εφαρμόστηκε εν τέλει και καταλήγει σε προσαύξηση ανώτερη των 500 εκατομμυρίων ευρώ είναι αδικαιολόγητος. Η γενική αιτιολογία που παρατίθεται συναφώς στην προβαλλόμενη απόφαση σχετικά την ανάγκη αποτροπής και η αιτιολογία που αφορά τον παγκόσμιο κύκλο εργασιών της Alphabet είναι ανεπαρκείς. Τέτοια προσαύξηση έχει εφαρμοστεί, για παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, μόνο μία φορά στο παρελθόν χωρίς να συνδυαστεί με πρόσθετο ποσό όπως περιγράφηκε ανωτέρω. Η παράβαση αφορούσε άρνηση παροχής ενός απαραίτητου στοιχείου και συμπίεση των τιμών (συμπίεση του περιθωρίου κέρδους). Επιπλέον, στην υπό κρίση υπόθεση, η Google συνεργάστηκε εποικοδομητικά με την Επιτροπή χωρίς να αποκρύψει την επικρινόμενη συμπεριφορά, όπερ σημαίνει ότι δεν συντρέχει ανάγκη για ειδική αποτρεπτική συνιστώσα του προστίμου, το οποίο είναι άλλωστε ήδη απολύτως επαρκές.
- 648 Επιπλέον η Google υποστηρίζει ότι κακώς η Επιτροπή, ενώ όφειλε να χρησιμοποιήσει τις μέσες συναλλαγματικές ισοτιμίες για κάθε επίμαχο έτος, χρησιμοποίησε τη μέση συναλλαγματική ισοτιμία για το έτος 2016, και μάλιστα εσφαλμένη, για να υπολογίσει σε ευρώ την αξία των

συνδεόμενων με την παράβαση αγαθών που πωλήθηκαν και υπηρεσιών που παρασχέθηκαν, λαμβάνοντας υπόψη τα εκφρασμένα σε δολάρια Ηνωμένων Πολιτειών (USD) δεδομένα τα οποία είχε παράσχει η Google.

- 649 Τέλος, η Google ισχυρίζεται ότι η Επιτροπή όφειλε να λάβει υπόψη, ως ελαφρυντικές περιστάσεις, τις προσπάθειες που κατέβαλε καλόπιστα η Google για να διαπραγματευθεί τις δεσμεύσεις, τον καινοφανή χαρακτήρα της θεωρίας στην οποία στηρίζεται ύπαρξη παράβασης και τις συνέπειες που έχει, υπό την έννοια ότι η ενδεχόμενη παράβαση δεν είχε διαπραχθεί εκ προθέσεως, τα οφέλη τα οποία θα αντλούσαν οι καταναλωτές και οι έμποροι από τις επίδικες πρακτικές καθώς και τη μη απόκρυψη των πρακτικών.
- 650 Από τα ανωτέρω συνάγεται ότι, εάν εφαρμοστεί συντελεστής βαρύτητας 2,5 % [ίσος προς το ήμισυ του συντελεστή που χρησιμοποιήθηκε στην υπόθεση επί της οποίας εκδόθηκε η απόφαση D(2009) 3726 τελικό της Επιτροπής, της 13ης Μαΐου 2009, σχετικά με διαδικασία του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ και του άρθρου 54 της συμφωνίας για τον ΕΟΧ (COMP/C-3/37.990 – Intel)] αντί του συντελεστή 10 % που χρησιμοποιήθηκε στην προσβαλλόμενη απόφαση, το επιβληθέν πρόστιμο δεν θα έπρεπε, ακόμη και χωρίς να ληφθούν υπόψη ελαφρυντικές περιστάσεις, να έχει υπερβεί τα 91 εκατομμύρια ευρώ. Επομένως, σε περίπτωση που διατηρήσει τη χρηματική κύρωση, η Google ζητεί από το Γενικό Δικαστήριο να συνεκτιμήσει όλα τα προεκτεθέντα κατά την άσκηση της πλήρους δικαιοδοσίας του.
- 651 Όσον αφορά την επιλογή του 2016 ως έτους αναφοράς για τον καθορισμό της αξίας των συνδεόμενων με την παράβαση αγαθών που πωλήθηκαν ή υπηρεσιών που παρασχέθηκαν, η Επιτροπή εκθέτει ότι η ανωτέρω επιλογή είναι σύμφωνη προς τα εκτιθέμενα στο σημείο 13 των κατευθυντήριων γραμμών και ότι το τελευταίο πλήρες έτος πριν από τη διαπίστωση της παράβασης αντικατοπτρίζει την οικονομική πραγματικότητα, ιδίως δε την έκταση της παράβασης και κατ' ουσίαν την επίδρασή της στις σχετικές αγορές, ήτοι την ανάπτυξη της υπηρεσίας σύγκρισης προϊόντων της Google εις βάρος των ανταγωνιστικών υπηρεσιών. Κατά την Επιτροπή, από κανένα από τα στοιχεία που προέβαλε η Google δεν προκύπτει το αντίθετο. Ειδικότερα, ιδιαίτερες περιστάσεις που δεν συντρέχουν εν προκειμένω είχαν, υπό το πρίσμα της αρχής της ίσης μεταχείρισης, δικαιολογήσει σε ορισμένες υποθέσεις τις οποίες επικαλέστηκε η Google το ότι η Επιτροπή είχε χρησιμοποιήσει μέσες τιμές περισσότερων ετών ως σημείο αναφοράς.
- 652 Όσον αφορά τη διάρκεια της διαπιστωθείσας παράβασης, η Επιτροπή υπενθυμίζει ότι διαπίστωσε, βάσει συγκεκριμένων στοιχείων, ότι η επικρινόμενη συμπεριφορά είχε εκδηλωθεί πριν από το 2011 στη Γαλλία, στη Γερμανία και στο Ηνωμένο Βασίλειο και ότι, για τον χρόνο εκείνο, διαπίστωσε την ύπαρξη παράβασης μόνον στις τρεις αυτές χώρες. Στο πλαίσιο αυτό, κρίσιμη στάθηκε η εξέταση των ροών από τη γενική σελίδα αποτελεσμάτων της Google προς τα εργαλεία σύγκρισης προϊόντων. Όσον αφορά τις λοιπές χώρες, στις οποίες η διαπιστωθείσα παράβαση άρχισε αργότερα, η Επιτροπή υπογραμμίζει ότι το εργαλείο σύγκρισης προϊόντων της Google συνίσταται όχι μόνον στην εξειδικευμένη σελίδα, αλλά και στις διαφημίσεις για προϊόντα και στα αποτελέσματα εξειδικευμένης αναζήτησης για προϊόντα που εμφανίζονταν στις σελίδες αποτελεσμάτων γενικής αναζήτησης πριν η εξειδικευμένη αυτή σελίδα να καταστεί διαθέσιμη σε ορισμένες χώρες. Ειδικότερα, η αιτιολογική σκέψη 412 της προσβαλλόμενης απόφασης, την οποία επικαλείται η Google, δεν λέει τίποτε διαφορετικό. Συνεπώς, η εμφάνιση των Shopping Units με τις διαφημίσεις τους για προϊόντα σε διάφορες χώρες μπορούσε να θεωρηθεί ως το σημείο έναρξης της μεροληπτικής συμπεριφοράς υπέρ του εργαλείου σύγκρισης προϊόντων της Google.

Τέλος, η Επιτροπή εκθέτει ότι δεν υπήρχε κανένας λόγος να μη συνυπολογιστεί η περίοδος κατά την οποία συζητούνταν ενδεχόμενες δεσμεύσεις, δεδομένου ότι οι επίδικες πρακτικές δεν είχαν παύσει κατά το χρονικό αυτό διάστημα.

- 653 Όσον αφορά τον συντελεστή βαρύτητας 10 % που εφαρμόστηκε εν προκειμένω, η Επιτροπή υπογραμμίζει ότι είναι σαφώς χαμηλότερος του ανώτατου συντελεστή 30 % στον οποίο αναφέρονται οι κατευθυντήριες γραμμές, ότι αντικατοπτρίζει τη σημασία που έχουν οι αγορές οι οποίες επηρεάστηκαν από την επικρινόμενη συμπεριφορά, καθώς και τη φύση και τη γεωγραφική έκταση της συμπεριφοράς αυτής, και ότι το Γενικό Δικαστήριο τον είχε κρίνει νόμιμο σε υπόθεση που αφορούσε εφαρμογή του άρθρου 102 ΣΛΕΕ. Επιπλέον, η Google δεν απέδειξε ότι οι περιστάσεις των λοιπών υποθέσεων που επικαλείται, ιδίως δε της υπόθεσης επί της οποίας εκδόθηκε η απόφαση της Επιτροπής D(2009) 3726 τελικό, της 13ης Μαΐου 2009, σχετικά με διαδικασία του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ και του άρθρου 54 της συμφωνίας για τον ΕΟΧ (COMP/C-3/37.990), ήταν παρόμοιες με εκείνες της υπό κρίση υπόθεσης. Η Επιτροπή υπογραμμίζει ότι οι υποθέσεις διαφέρουν ως προς τα προϊόντα και τις αγορές, τις εμπλεκόμενες επιχειρήσεις και τις κρίσιμες περιόδους όσον αφορά τις διαπιστωθείσες συμπεριφορές.
- 654 Το πρόσθετο ποσό το οποίο αντιστοιχεί στο 10 % των ετήσιων εσόδων ήταν επίσης, κατά την άποψη της Επιτροπής, δικαιολογημένο. Από το σημείο 25 των κατευθυντήριων γραμμών δεν προκύπτει ότι το πρόσθετο αυτό ποσό αφορά μόνον τις περιπτώσεις συμπράξεων που απαγορεύονται από το άρθρο 101 ΣΛΕΕ, αλλά ότι προβλέπεται για να συμβάλει στο να αποτραπούν άλλες επιχειρήσεις από την υιοθέτηση, ακόμη και σε άλλες αγορές προϊόντων, παραβατικής συμπεριφοράς παρόμοιας προς εκείνη για την οποία επιβάλλονται κυρώσεις. Η Google δεν απέδειξε εξάλλου ότι οι περιπτώσεις στις οποίες η Επιτροπή δεν συμπεριέλαβε τέτοιο ποσό στην κύρωση ήταν παρόμοιες με την υπό κρίση υπόθεση. Επομένως, δεν ήταν αναγκαίο να αιτιολογηθεί ειδικώς το γεγονός ότι επιβλήθηκε το επιπλέον ποσό.
- 655 Όπως προκύπτει από το σημείο 30 των κατευθυντήριων γραμμών, ο πολλαπλασιαστικός συντελεστής 1,3 που εφαρμόστηκε εν τέλει είχε από πλευράς του ως σκοπό να ληφθεί υπόψη το ότι οι δραστηριότητες της Google εκτείνονται και πέραν των αγορών που επηρεάστηκαν από την επικρινόμενη συμπεριφορά. Η Επιτροπή επισημαίνει ότι ο συνολικός κύκλος εργασιών της Google ήταν κατά 40 φορές μεγαλύτερος. Αυτός ήταν ο λόγος που κατέστη δυνατό να επιτευχθεί αρκούντως υψηλή κύρωση για τέτοια επιχείρηση, ώστε να διασφαλιστεί το αποτρεπτικό της αποτέλεσμα. Η δε στάση της Google κατά τη διάρκεια της διαδικασίας, στον βαθμό που επιδίωκε να διευθετηθεί η υπόθεση μέσω δεσμεύσεων, δεν αποτελεί κρίσιμο στοιχείο συναφώς.
- 656 Κατά την Επιτροπή, δεν ήταν εξάλλου εσφαλμένη η μέση συναλλαγματική ισοτιμία που χρησιμοποιήθηκε στην προσβαλλόμενη απόφαση, δηλαδή η μέση συναλλαγματική ισοτιμία του δολαρίου των Ηνωμένων Πολιτειών σε ευρώ για το έτος 2016, η οποία όπως προέκυπτε από έγγραφα της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας (ΕΚΤ) ανερχόταν σε 0,9039 ευρώ για ένα δολάριο.
- 657 Τέλος, η Επιτροπή είναι της άποψης ότι ορθώς δεν έλαβε υπόψη ελαφρυντικές περιστάσεις. Άλλωστε, επίκληση τέτοιων περιστάσεων δεν έγινε κατά τη διάρκεια της διαδικασίας που κατέληξε στην έκδοση της προσβαλλόμενης απόφασης, όπερ δικαιολογεί το γεγονός ότι η απόφαση αυτή ουδεμία εξήγηση περιέχει ως προς το γιατί δεν έγιναν δεκτές. Επί της ουσίας, η Επιτροπή προβάλλει διάφορα επιχειρήματα. Το γεγονός ότι η Google πρότεινε δεσμεύσεις δεν συνιστά ελαφρυντική περίσταση για τη συμπεριφορά της, δεδομένου ότι οι προταθείσες δεσμεύσεις, μεταξύ άλλων, δεν διευκόλυναν τη διαπίστωση της παράβασης. Ακόμη και αν η επιβολή κύρωσης για συμπεριφορά όπως αυτή που υιοθέτησε η Google είναι καινοφανής, τούτο δεν θα συνιστούσε ελαφρυντική περίσταση, όπως και ο καινοφανής χαρακτήρας της

διαπίστωσης παράβασης για συγκεκριμένο είδος συμπεριφοράς δεν αποκλείει την επιβολή κυρώσεων για την εν λόγω συμπεριφορά. Στην προσβαλλόμενη απόφαση διαπιστώνεται ότι η Google δεν ενήργησε απλώς με αμέλεια, αλλά εκ προθέσεως. Ακόμη και αν οι καταναλωτές ή οι έμποροι εκτιμούσαν το ότι τους εμφανίζονταν τα αποτελέσματα του εργαλείου σύγκρισης προϊόντων της Google, ούτε αυτό θα μπορούσε να αποτελέσει ελαφρυντική περίπτωση, διότι ταυτόχρονα οι καταναλωτές ή οι έμποροι ενδέχεται επίσης να ζημιώνονταν επειδή δεν εμφανίζονταν τα αποτελέσματα των ανταγωνιστικών εργαλείων. Τέλος, μολονότι ο συγκεκριμένος χαρακτήρας της παραβατικής συμπεριφοράς όντως συνιστά επιβαρυντική περίπτωση, το γεγονός ότι η συμπεριφορά αυτή ήταν φανερή δεν αποτελεί ελαφρυντική περίπτωση.

β) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου

- 658 Πριν αποφανθεί επί των επιχειρημάτων των διαδίκων, το Γενικό Δικαστήριο υπενθυμίζει ότι διαθέτει πλήρη δικαιοδοσία υπό τις συνθήκες που προαναφέρθηκαν στη σκέψη 605.
- 659 Η Google αμφισβητεί καταρχάς την αξία των πωλήσεων για το έτος 2016, η οποία χρησιμοποιήθηκε στην προσβαλλόμενη απόφαση ως σημείο αναφοράς για τον καθορισμό του βασικού ποσού του προστίμου. Κατά τη γνώμη της, ο μέσος όρος των εσόδων κατά τη διάρκεια της επικρινόμενης συμπεριφοράς ήταν αντιπροσωπευτικότερος της οικονομικής πραγματικότητας και της κατάστασής της.
- 660 Παρατηρείται ότι, όπως επισημάνθηκε στην αιτιολογική σκέψη 738 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή έλαβε υπόψη ως αξία των πωλήσεων μόνον τα έσοδα από διαφημίσεις που συνδέονται με τις αγορές εξειδικευμένης αναζήτησης για προϊόντα (έσοδα συνδεόμενα με τις διαφημίσεις για προϊόντα στις Shopping Units, με τις διαφημίσεις για προϊόντα στην εξειδικευμένη σελίδα Google Shopping και με τις διαφημίσεις με κείμενο στην ίδια εξειδικευμένη σελίδα), αλλά δεν έλαβε υπόψη έσοδα συνδεόμενα με τις αγορές γενικής αναζήτησης. Επομένως, η μερική ακύρωση της προσβαλλόμενης απόφασης για τον λόγο ότι κακώς η Επιτροπή διαπίστωσε την ύπαρξη κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης στις εθνικές αγορές γενικής αναζήτησης δεν ασκεί επιρροή επί της αξίας των πωλήσεων που ελήφθη υπόψη.
- 661 Όσον αφορά το έτος αναφοράς το οποίο έπρεπε να ληφθεί υπόψη, ορθώς η Επιτροπή επέλεξε το έτος 2016 που είναι το τελευταίο πλήρες έτος για το οποίο διαπιστώθηκε η ύπαρξη παράβασης, συμφώνως προς τα όσα επισημαίνονται στο σημείο 13 των κατευθυντήριων γραμμών. Αν δεν συντρέχουν ιδιαίτερες περιστάσεις, το συγκεκριμένο σημείο αναφοράς παρέχει ακριβώς τη δυνατότητα να ληφθεί καλύτερα υπόψη ο αντίκτυπος της διαπιστωθείσας παράβασης (πρβλ. απόφαση της 5ης Δεκεμβρίου 2013, Caffaro κατά Επιτροπής, C-447/11 P, μη δημοσιευθείσα, EU:C:2013:797, σκέψη 51). Υπογραμμίζεται ότι στην ανακοίνωση των αιτιάσεων η Επιτροπή ανέφερε ήδη, όπως παραδέχεται και η ίδια η Google στην υποσημείωση 404 του δικογράφου της προσφυγής, ότι θα λάμβανε υπόψη τη μέση αξία των πωλήσεων περισσότερων ετών μόνον αν η τελευταία χρήση δεν ήταν αρκούντως αντιπροσωπευτική.
- 662 Πρέπει εν συνεχεία να εξεταστεί η αιτίαση της Google που αφορά τη συναλλαγματική ισοτιμία του δολαρίου των Ηνωμένων Πολιτειών έναντι του ευρώ η οποία χρησιμοποιήθηκε για τις ανάγκες της προσβαλλόμενης απόφασης. Συγκεκριμένα, όπως προκύπτει από την αιτιολογική σκέψη 739 και από την υποσημείωση 839 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή χρησιμοποίησε τη μέση αυτή συναλλαγματική ισοτιμία για το έτος 2016 προκειμένου να υπολογίσει την αξία των πωλήσεων για το έτος 2016 σε ευρώ, επειδή οι σχετικές πληροφορίες που της είχε παράσχει η Google ήταν εκφρασμένες σε δολάρια Ηνωμένων Πολιτειών.

- 663 Καταρχάς, δεδομένου ότι ορθώς η Επιτροπή έλαβε υπόψη την αξία των πωλήσεων για το έτος 2016 ως σημείο αναφοράς για το βασικό ποσό του προστίμου, είναι απορριπτικά η επίκριση της Google ότι η Επιτροπή όφειλε να χρησιμοποιήσει τις μέσες συναλλαγματικές ισοτιμίες για κάθε έτος της παράβασης.
- 664 Στο μέτρο που πρέπει να ληφθεί υπόψη η αξία των πωλήσεων για το έτος 2016, η Google επικαλείται ένα στατιστικό δελτίο της ΕΚΤ (παράρτημα A173 του δικογράφου της προσφυγής) όπου ως μέση συναλλαγματική ισοτιμία του ευρώ έναντι του δολαρίου των Ηνωμένων Πολιτειών για το έτος 2016 του αναγράφεται η τιμή 1,1069, όπερ παρέχει αντιστρόφως συναλλαγματική ισοτιμία του δολαρίου των Ηνωμένων Πολιτειών έναντι του ευρώ 0,9034. Η Επιτροπή χρησιμοποίησε από πλευράς της συναλλαγματική ισοτιμία του δολαρίου των Ηνωμένων Πολιτειών έναντι του ευρώ αντίστοιχη προς το 0,9039 την οποία άντλησε από τη σχετική με τις συναλλαγματικές ισοτιμίες διαδραστική στατιστική σελίδα του ιστοτόπου της ΕΚΤ. Όπως προκύπτει, η Επιτροπή επισκέφθηκε στις 27 Απριλίου 2017, ήτοι, όπως είναι λογικό, πριν από την έκδοση της προσβαλλόμενης απόφασης, τη διαδραστική σελίδα την οποία χρησιμοποίησε, ενώ το στατιστικό δελτίο στο οποίο αναφέρεται η Google επικαιροποιήθηκε την 31η Ιουλίου 2017, είναι δηλαδή μεταγενέστερο της έκδοσης της προσβαλλόμενης απόφασης στις 27 Ιουνίου 2017. Επομένως, δεν μπορεί να προσαφθεί στην Επιτροπή το ότι χρησιμοποίησε μια πληροφορία της ΕΚΤ η οποία ήταν αξιόπιστη και προσβάσιμη λίγο πριν εκδώσει την προσβαλλόμενη απόφαση (πρβλ. απόφαση της 7ης Σεπτεμβρίου 2016, Pilkington Group κ.λπ. κατά Επιτροπής, C-101/15 P, EU:C:2016:631, σκέψη 43).
- 665 Ακολούθως, η Google αμφισβητεί τη διάρκεια της παράβασης που διαπιστώθηκε για τις διάφορες χώρες. Θεωρεί ότι, ελλείψει ανάλυσης σχετικής με τον ανταγωνισμό, η παράβαση δεν αποδείχθηκε για την περίοδο πριν από το 2011. Υπογραμμίζει ότι, σε ορισμένες από τις επίμαχες χώρες, η εξειδικευμένη σελίδα Google Shopping άρχισε να λειτουργεί μόλις το 2016. Υποστηρίζει επίσης ότι η περίοδος κατά την οποία συζητούνταν οι προταθείσες δεσμεύσεις δεν πρέπει να περιληφθεί στην περίοδο παράβασης.
- 666 Στην προσβαλλόμενη απόφαση διαπιστώθηκε η ύπαρξη παράβασης από τον Ιανουάριο του 2008 στη Γερμανία και στο Ηνωμένο Βασίλειο, από τον Οκτώβριο του 2010 στη Γαλλία, από τον Μάιο του 2011 στην Ιταλία, στις Κάτω Χώρες και στην Ισπανία, από τον Φεβρουάριο του 2013 στην Τσεχική Δημοκρατία και από τον Νοέμβριο του 2013 στην Αυστρία, στο Βέλγιο, στη Δανία, στη Νορβηγία, στην Πολωνία και στη Σουηδία. Επομένως, οι επικρίσεις της Google, όσον αφορά την έλλειψη ανάλυσης σχετικής με τον ανταγωνισμό για το διάστημα πριν από το 2011, αφορούν μόνον τη Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και τη Γαλλία.
- 667 Συναφώς, από την εξέταση των στοιχείων που μνημονεύονται στις σκέψεις 383 έως 388 ανωτέρω προκύπτει ότι οι πτώσεις στην κίνηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων ήταν, στο σύνολό τους, σημαντικές στο Ηνωμένο Βασίλειο, στη Γερμανία και στη Γαλλία από το 2011 κι έπειτα, μολονότι ορισμένα εργαλεία είχαν αναφέρει πτώσεις ήδη από προγενέστερο χρονικό σημείο. Από την εξέταση των στοιχείων που μνημονεύονται στις σκέψεις 402 και 403 ανωτέρω συνάγεται ότι η κίνηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων αυξήθηκε σημαντικά από τον Ιανουάριο του 2008 στη Γερμανία και στο Ηνωμένο Βασίλειο και από τον Οκτώβριο του 2010 στη Γαλλία, ημερομηνίες που αντιστοιχούν στην έναρξη της λειτουργίας των Product Universals στις χώρες αυτές. Τέλος, από την εξέταση των τριών σκελών του τέταρτου λόγου ακυρώσεως που προέβαλε η Google συνάγεται ότι, με εξαίρεση τις εθνικές αγορές γενικής αναζήτησης, η Επιτροπή κατέδειξε πράγματι τα δυνητικά αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα της συμπεριφοράς της Google στις δεκατρείς χώρες

για τις οποίες είχε διαπιστώσει κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης. Εξάλλου, η Google δεν αμφισβητεί ότι, στο Ηνωμένο Βασίλειο, στη Γερμανία και στη Γαλλία υιοθέτησε όντως την προσαπτόμενη συμπεριφορά η οποία εκδηλώθηκε με την εγκαινίαση των Product Universals, ενώ τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων εξακολουθούσαν, από τον Ιανουάριο του 2008 έως τον Οκτώβριο του 2010, να μπορούν να εμφανίζονται μόνον στα γενικά αποτελέσματα. Επομένως, ακόμη και αν ένα μέρος των ουσιαστικών επιπτώσεων της συμπεριφοράς στην κίνηση από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google, η οποία επηρέαζε την κίνηση προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία, παρατηρήθηκε γενικώς για πρώτη φορά από το 2011, ορθώς η Επιτροπή έκρινε ότι η παράβαση άρχισε μόλις πρωτοεκδηλώθηκε η επίμαχη συμπεριφορά και ότι η διάρκεια της παράβασης αντιστοιχούσε στην περίοδο εκδήλωσης της εν λόγω συμπεριφοράς. Επισημαίνεται δε ότι ο παράγοντας ο οποίος μνημονεύεται στο σημείο 22 των κατευθυντήριων γραμμών και σχετίζεται με «το εάν η παράνομη συμπεριφορά έχει εκδηλωθεί στην πράξη ή όχι» αφορά τη συμπεριφορά των μετεχόντων στην παράβαση και όχι τα αποτελέσματα της συμπεριφοράς στην αγορά (απόφαση της 12ης Δεκεμβρίου 2018, Servier κ.λπ. κατά Επιτροπής, T-691/14, κατά της οποίας εκκρεμεί αίτηση αναιρέσεως, EU:T:2018:922, σκέψη 1805).

- 668 Για τον ίδιο λόγο πρέπει να απορριφθεί και το επιχείρημα ότι η εξειδικευμένη σελίδα Google Shopping άρχισε να λειτουργεί σε ορισμένες από τις επίμαχες χώρες μόλις το 2016. Η Επιτροπή δεν προσήψε στην Google ότι δημιούργησε μια εξειδικευμένη σελίδα αναζήτησης και αποτελεσμάτων για τη σύγκριση προϊόντων, αλλά ότι, στη γενική σελίδα αποτελεσμάτων της, επιφύλασσε στο δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων διαφορετική μεταχείριση απ' ό,τι στα ανταγωνιστικά μέσω της προνομιακής τοποθέτησης και παρουσίασης των αποτελεσμάτων της στα Product Universals και, εν συνεχεία, στις Shopping Units.
- 669 Για τον ίδιο λόγο πρέπει επίσης να απορριφθεί το επιχείρημα της Google ότι η περίοδος κατά την οποία συζητούνταν οι προταθείσες δεσμεύσεις δεν πρέπει να περιληφθεί στο χρονικό διάστημα της παράβασης. Συγκεκριμένα, η Google δεν έθεσε τέρμα στην επίμαχη συμπεριφορά κατά τη διάρκεια της ως άνω περιόδου. Υπό τις συνθήκες αυτές, αντιθέτως προς τα όσα ισχυρίζεται η Google, η Επιτροπή δεν χρειαζόταν να παραθέσει ειδική αιτιολογία για το ότι το χρονικό αυτό διάστημα συνυπολογίστηκε στη διάρκεια της παράβασης.
- 670 Από τα προεκτεθέντα προκύπτει ότι η ορθότητα της προσβαλλόμενης απόφασης δεν τίθεται εν αμφιβόλω όσον αφορά τη χρονική διάρκεια της παράβασης που ελήφθη υπόψη σε σχέση με κάθε μία από τις επίμαχες χώρες για τον υπολογισμό του ύψους της χρηματικής κύρωσης.
- 671 Η Google εκτιμά περαιτέρω ότι συντελεστής βαρύτητας 10 % ο οποίος εφαρμόστηκε από την Επιτροπή είναι αδικαιολόγητα υψηλός. Παραπέμπει στην απόφαση της Επιτροπής D(2009) 3726 τελικό, της 13ης Μαΐου 2009, σχετικά με διαδικασία του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ και του άρθρου 54 της συμφωνίας για τον ΕΟΧ (COMP/C-3/37.990 – Intel), στην οποία η Επιτροπή εφάρμοσε συντελεστή μόλις 5 %, μολονότι η επίδικη συμπεριφορά ήταν σαφώς σοβαρότερη από τη συμπεριφορά που προσάπτεται εν προκειμένω σε εκείνη.
- 672 Υπενθυμίζεται καταρχάς ότι, όπως μνημονεύθηκε στη σκέψη 623 ανωτέρω, οι συγκρίσεις με άλλες αποφάσεις της Επιτροπής σχετικές με πρόστιμα ενδέχεται να ασκούν επιρροή όσον αφορά την τήρηση της αρχής της ίσης μεταχείρισης μόνον εφόσον αποδεικνύεται ότι τα πραγματικά περιστατικά των υποθέσεων στις οποίες εκδόθηκαν οι άλλες αυτές αποφάσεις, όπως είναι οι αγορές, τα προϊόντα, οι χώρες, οι επιχειρήσεις και οι κρίσιμες περίοδοι, είναι παρόμοια με εκείνα της υπό κρίση υπόθεσης, ενώ για τις ανάγκες της σύγκρισης πρέπει να γίνεται επίκληση σύγχρονων αποφάσεων. Συναφώς, έχει κριθεί ότι το γεγονός ότι η Επιτροπή έχει επιβάλει στο παρελθόν πρόστιμα ορισμένου ύψους δεν της στερεί τη δυνατότητα να αυξάνει το ύψος αυτό

εντός των ορίων που καθορίζονται στον σχετικό κανονισμό και στις κατευθυντήριες γραμμές, εφόσον η αύξηση κρίνεται αναγκαία για την εφαρμογή της πολιτικής ανταγωνισμού της Ένωσης. Η Επιτροπή δικαιούται ειδικότερα να αυξήσει το ύψος των προστίμων ώστε να ενισχύσει το αποτρεπτικό τους αποτέλεσμα. Επομένως, η πρακτική την οποία έχει ακολουθήσει η Επιτροπή με τις προγενέστερες αποφάσεις δεν μπορεί να χρησιμεύσει, αυτή καθαυτή, ως νομικό πλαίσιο για τον υπολογισμό του ποσού των προστίμων στον τομέα του ανταγωνισμού, δεδομένου ότι το νομικό αυτό πλαίσιο καθορίζεται πλέον αποκλειστικώς από τον κανονισμό 1/2003 και από τις κατευθυντήριες γραμμές (απόφαση της 30ής Σεπτεμβρίου 2003, Michelin κατά Επιτροπής, T-203/01, EU:T:2003:250, σκέψη 254· πρβλ., επίσης, απόφαση της 7ης Ιουνίου 1983, Musique Diffusion française κ.λπ. κατά Επιτροπής, 100/80 έως 103/80, EU:C:1983:158, σκέψη 109, και διάταξη της 11ης Σεπτεμβρίου 2008, Coats Holdings και Coats κατά Επιτροπής, C-468/07 P, μη δημοσιευθείσα, EU:C:2008:503, σκέψη 30).

- 673 Στα σημεία 19 έως 22 των κατευθυντήριων γραμμών επισημαίνεται κατ' ουσίαν ότι, χωρίς να λαμβάνεται υπόψη η διάρκεια της παράβασης και το τυχόν πρόσθετο ποσό για τη διασφάλιση αποτρεπτικού αποτελέσματος, το βασικό ποσό του προστίμου αποτελείται από ένα ποσοστό (κοινώς καλούμενο «συντελεστή βαρύτητας») επί της ετήσιας αξίας των πωλήσεων που πραγματοποίησε η οικεία επιχείρηση επί συνδεδόμενων με την παράβαση αγαθών και υπηρεσιών, το οποίο μπορεί να ανέλθει κατά κανόνα, εντός των ορίων μιας κλίμακας, μέχρι το 30 % και καθορίζεται σε συνάρτηση με τη σοβαρότητα της παράβασης, η οποία εκτιμάται κατά περίπτωση υπό το πρίσμα όλων των περιστάσεων της προκείμενης υπόθεσης που σχετίζονται με ορισμένους παράγοντες, όπως τη φύση της παράβασης, το μερίδιο το οποίο κατέχουν στην αγορά οι οικείες επιχειρήσεις, τη γεωγραφική έκταση της παράβασης και το κατά πόσον η παράνομη συμπεριφορά εκδηλώθηκε όντως στην πράξη. Στο σημείο 23 των κατευθυντήριων γραμμών διευκρινίζεται ότι οι οριζόντιες συμφωνίες καθορισμού των τιμών, κατανομής των αγορών και περιορισμού της παραγωγής συγκαταλέγονται μεταξύ των σοβαρότερων περιορισμών του ανταγωνισμού, για τους οποίους πρέπει να επιβάλλονται αυστηρές κυρώσεις, όπερ σημαίνει ότι στις περιπτώσεις αυτές το ποσοστό επί της αξίας των πωλήσεων που λαμβάνεται υπόψη θα κυμαίνεται γενικά προς τα υψηλότερα όρια της κλίμακας.
- 674 Εξάλλου, κατά πάγια νομολογία, η σοβαρότητα μιας παράβασης των κανόνων του ανταγωνισμού πρέπει να εκτιμάται βάσει πολυάριθμων στοιχείων, όπως είναι ιδίως τα ιδιαίτερα περιστατικά της υπόθεσης, το πλαίσιο της και ο αποτρεπτικός χαρακτήρας των προστίμων, τούτο δε χωρίς να υφίσταται δεσμευτική ή εξαντλητική απαρίθμηση των κριτηρίων που πρέπει υποχρεωτικά να λαμβάνονται υπόψη (αποφάσεις της 14ης Οκτωβρίου 2010, Deutsche Telekom κατά Επιτροπής, C-280/08 P, EU:C:2010:603, σκέψη 273, και της 19ης Απριλίου 2012, Tomra Systems κ.λπ. κατά Επιτροπής, C-549/10 P, EU:C:2012:221, σκέψη 107· πρβλ., επίσης, απόφαση της 26ης Σεπτεμβρίου 2018, Infineon Technologies κατά Επιτροπής, C-99/17 P, EU:C:2018:773, σκέψη 198).
- 675 Εν προκειμένω, στην αιτιολογική σκέψη 743 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή δικαιολόγησε το γεγονός ότι καθόρισε στο 10 % το ποσοστό επί της αξίας των πωλήσεων, αναφέροντας, αφενός, ότι οι επίμαχες εθνικές αγορές εξειδικευμένης αναζήτησης για τη σύγκριση προϊόντων και γενικής αναζήτησης είχαν μεγάλη οικονομική σημασία, όπερ σήμαινε ότι κάθε αντίθετη προς τους κανόνες του ανταγωνισμού συμπεριφορά στις αγορές αυτές μπορούσε να έχει σημαντικό αντίκτυπο και, αφετέρου, ότι κατά τη χρονική διάρκεια της παράβασης η Google όχι μόνο κατείχε δεσπόζουσα θέση στις δεκατρείς εθνικές αγορές γενικής αναζήτησης, αλλά διέθετε επίσης πολύ μεγαλύτερα μερίδια αγοράς σε σχέση με τους ανταγωνιστές της.

- 676 Επιβάλλεται η διαπίστωση ότι, υπό το πρίσμα των κατευθυντήριων γραμμών, η αιτιολογική σκέψη 743 της προσβαλλόμενης απόφασης δεν μπορεί από μόνη της, όπως υποστηρίζει κατ' ουσίαν η Google, να δικαιολογήσει την εφαρμογή συντελεστή βαρύτητας 10%. Συγκεκριμένα, η Επιτροπή δεν αναφέρεται με την αιτιολογική αυτή σκέψη σε επαρκή κρίσιμα στοιχεία. Κάνει λόγο μόνο για έναν από τους τέσσερις παράγοντες που μνημονεύονται στο σημείο 22 των κατευθυντήριων γραμμών, ήτοι στο μερίδιο αγοράς της οικείας επιχείρησης, και δεν εξετάζει κανέναν από τους λοιπούς παράγοντες, όπως τη φύση της παράβασης ή τη γεωγραφική έκτασή της. Ειδικότερα, η Επιτροπή δεν διατυπώνει κατηγορηματική και εμπειριστατωμένη εκτίμηση όσον αφορά την εγγενή σοβαρότητα της προσαπτόμενης στην Google συμπεριφοράς, δηλαδή τη βαρύτητα της παράβασης λόγω της φύσης της, μολονότι πρόκειται για ρητώς μνημονευόμενο στο σημείο 22 των κατευθυντήριων γραμμών παράγοντα, του οποίου η εξέταση είναι απαραίτητη για την εκτίμηση της συνολικής βαρύτητας της παράβασης, όπου συνεκτιμώνται και άλλοι παράγοντες.
- 677 Στο πλαίσιο της πλήρους δικαιοδοσίας του, το Γενικό Δικαστήριο καλείται να επανεκτιμήσει τη σοβαρότητα της συμπεριφοράς της Google λαμβάνοντας υπόψη πρόσθετα στοιχεία, όπως αυτά που εκτίθενται στις σκέψεις 673 και 674 ανωτέρω και συμπληρώνουν τα όσα αναφέρθηκαν στη σκέψη 675 ανωτέρω.
- 678 Συναφώς, όπως υπομνήσθηκε στις σκέψεις 614 και 615 ανωτέρω, πολλές είναι οι υποθέσεις στις οποίες η Επιτροπή και ο δικαστής της Ένωσης έκριναν ως αντίθετες προς τους κανόνες του ανταγωνισμού πρακτικές εκτοπισμού εφαρμοζόμενες από επιχειρήσεις που κατέχουν δεσπόζουσα θέση και επέβαλαν κυρώσεις γι' αυτές. Καταρχήν, οι συγκεκριμένες αντίθετες προς τους κανόνες του ανταγωνισμού πρακτικές θεωρούνται σοβαρές (πρβλ. απόφαση της 3ης Ιουλίου 1991, AKZO κατά Επιτροπής, C-62/86, EU:C:1991:286, σκέψη 162). Τούτο διότι οδηγούν στην παρακώλυση της εισόδου ανταγωνιστών στην αγορά ή στον περιορισμό του αριθμού των ανταγωνιστών, ή τουλάχιστον της ανταγωνιστικής πίεσης εκ μέρους τους, και όχι μόνον στον περιορισμό της ελευθερίας δράσης τους. Στον βαθμό αυτό, μπορούν σε ορισμένες περιπτώσεις να είναι εξίσου σοβαρές με τις συμπράξεις καθορισμού των τιμών, κατανομής της αγοράς ή περιορισμού της παραγωγής, οι οποίες μνημονεύονται στο σημείο 23 των κατευθυντήριων γραμμών ως πρακτικές που κατά κανόνα δικαιολογούν έναν συντελεστή βαρύτητας «προς τα υψηλότερα όρια της κλίμακας», διότι επηρεάζουν τον ανταγωνισμό κατά τον ίδιο τρόπο, υπό την έννοια ότι όσοι βρίσκονται από την πλευρά της ζήτησης σχετικές αγορές ενδέχεται, όταν εμφανίζονται τα δύο αυτά είδη παραβάσεων, να βρεθούν ενώπιον μονοπωλίου ή ολιγοπωλίου ή ισοδύναμης από άποψη ανταγωνισμού κατάστασης ή, πάντως, μιας κατάστασης στην οποία ο ανταγωνισμός έχει περιοριστεί σημαντικά.
- 679 Ωστόσο, υπάρχουν διαβαθμίσεις στη σοβαρότητα των πρακτικών εκτοπισμού τις οποίες τυχόν εφαρμόζει μια επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση. Από την άποψη αυτή, μπορεί να ληφθεί υπόψη το κατά πόσον η πρακτική έχει σαφώς ως σκοπό τον εκτοπισμό των ανταγωνιστών, όπως μια πρακτική επιθετικών τιμών, η άρνηση παροχής ουσιώδους διευκόλυνσης ή η πρακτική συμπίεσης των περιθωρίων κέρδους. Ομοίως, μπορεί να ληφθεί υπόψη σε τι ποσοστό καλύπτει την αγορά η επίμαχη πρακτική. Πρόκειται για στοιχείο το οποίο μπορεί να είναι όχι μόνον αναγκαίο για τον χαρακτηρισμό της πρακτικής ως παράβασης (πρβλ. απόφαση της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής, C-413/14 P, EU:C:2017:632, σκέψη 139), αλλά και κρίσιμο για την εκτίμηση της σοβαρότητά της.
- 680 Εν προκειμένω, όπως προκύπτει από τη σκέψη 616 ανωτέρω, η Google υιοθέτησε την επικρινόμενη συμπεριφορά εσκεμμένως, γνωρίζοντας ότι μπορούσε να προκαλέσει τον εκτοπισμό των ανταγωνιστών και τον περιορισμό του ανταγωνισμού. Το ως άνω συμπέρασμα

δεν αναιρείται ούτε από το ότι η Επιτροπή ξεκίνησε αρχικώς να χειρίζεται την υπόθεση εφαρμόζοντας διαδικασία αποδοχής δεσμεύσεων και ότι καταρχήν οι διαδικασίες αυτές δεν ενδείκνυνται όταν καθίσταται εκ προοιμίου σαφές ότι στην παράβαση προσιδιάζει, λόγω της φύσης της, η επιβολή κύρωσης, ούτε από το ότι πολλές εθνικές διοικητικές αρχές ή εθνικά δικαστήρια δεν έκριναν παράνομη τη συμπεριφορά της Google ούτε από το ότι η Επιτροπή δεν στοιχειοθέτησε, με την προσβαλλόμενη απόφαση, ότι υπήρχαν πραγματική πρόθεση εκτοπισμού των ανταγωνιστών και καταστρωμένη στρατηγική προς την κατεύθυνση. Οι διαπιστωθείσες πρακτικές εξακολουθούν να αποτελούν αντίθετες προς τους κανόνες του ανταγωνισμού πρακτικές εκτοπισμού, οι οποίες μπορεί να είναι, για τον ανταγωνισμό, εξίσου επιζήμιες όπως οι πρακτικές συμπράξεων αναφορικά με τις τιμές ή με την κατανομή των αγορών. Κατά τα φαινόμενα, ορισμένα ανταγωνιστικά προς την Google εργαλεία σύγκρισης προϊόντων απώλεσαν, όπως εκτίθεται στις σκέψεις 383 έως 387 ανωτέρω, εξαιρετικά μεγάλο μερίδιο κίνησης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google. Η Google ανέπτυξε σταδιακά τις επίδικες πρακτικές σε δεκατρείς χώρες του ΕΟΧ στη διάρκεια μιας δεκαετίας σχεδόν, και μάλιστα σε έξι από τις χώρες αυτές αφού είχε λάβει, τον Μάρτιο του 2013, την προκαταρκτική εκτίμηση της Επιτροπής.

- 681 Πρέπει επίσης να ληφθεί υπόψη ότι η Επιτροπή δεν κατόρθωσε να στοιχειοθετήσει κατάχρηση στην αγορά γενικής αναζήτησης στο διαδίκτυο (βλ. σκέψη 596 ανωτέρω) και ότι οι επίδικες πρακτικές δεν ήταν συγκεκαλυμμένες, οπότε δεν συντρέχει ο επιβαρυντικός αυτός παράγοντος ο οποίος, ως εκ της φύσης του, επιτείνει τη βαρύτητα της παράβασης (πρβλ. απόφαση της 14ης Δεκεμβρίου 2006, Raiffeisen Zentralbank Österreich κ.λπ. κατά Επιτροπής, T-259/02 έως T-264/02 και T-271/02, EU:T:2006:396, σκέψη 252). Πρέπει επίσης να ληφθεί υπόψη ότι, όπως υπομνήσθηκε στη σκέψη 680 ανωτέρω, το Γενικό Δικαστήριο εκτιμά ότι οι επίδικες πρακτικές υιοθετήθηκαν εκ προθέσεως και όχι εξ αμελείας. Ενώ η πρώτη εκτίμηση συνηγορεί υπέρ της μείωσης του εφαρμοστέου συντελεστή βαρύτητας, η δεύτερη συνηγορεί υπέρ της αύξησής του.
- 682 Ως εκ τούτου, το Γενικό Δικαστήριο, ακολουθώντας τις αρχές των κατευθυντήριων γραμμών που υπομνήσθηκαν στη σκέψη 673 ανωτέρω, έστω και αν δεν δεσμεύεται από αυτές (πρβλ. αποφάσεις της 21ης Ιανουαρίου 2016, Galp Energía España κ.λπ. κατά Επιτροπής, C-603/13 P, EU:C:2016:38, σκέψη 90, της 5ης Οκτωβρίου 2011, Romana Tabacchi κατά Επιτροπής, T-11/06, EU:T:2011:560, σκέψη 266, και της 12ης Δεκεμβρίου 2014, H & R ChemPharm κατά Επιτροπής, T-551/08, EU:T:2014:1081, σκέψη 221), κρίνει ότι πρέπει να εφαρμοστεί συντελεστής βαρύτητας, δηλαδή ποσοστό επί της αξίας των πωλήσεων, 10 %.
- 683 Η Google διατείνεται επίσης ότι δεν ήταν δικαιολογημένο το αντίστοιχο προς το 10 % της αξίας των πωλήσεων πρόσθετο ποσό το οποίο η Επιτροπή συμπεριέλαβε στο βασικό ποσό του προστίμου για πρώτη φορά όσον αφορά κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης μη συνδεόμενη με πρακτική σύμπραξης.
- 684 Στην αιτιολογική σκέψη 750 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή αιτιολόγησε το πρόσθετο αυτό ποσό παραπέμποντας στα στοιχεία τα οποία είχε λάβει υπόψη, στην αιτιολογική σκέψη 743 της ανωτέρω απόφασης, για να εκτιμήσει τη σοβαρότητα της πρακτικής (βλ. σκέψη 675 ανωτέρω). Προσέθεσε ότι το πρόσθετο ποσό ανταποκρινόταν στην ανάγκη να διασφαλιστεί ότι το πρόστιμο θα είναι αρκούντως αποτρεπτικό για επιχειρήσεις που έχουν παρόμοιο μέγεθος και παρόμοιες οικονομικές δυνατότητες με την Google.
- 685 Το πρόσθετο αυτό ποσό προβλέπεται στο σημείο 25 των κατευθυντήριων γραμμών, όπου επισημαίνεται εξάλλου ότι το εν λόγω ποσό αντιστοιχεί σε ποσοστό από 15 έως 25 % επί της αξίας των πωλήσεων. Στο ίδιο σημείο διευκρινίζεται ότι το ποσό αυτό ανταποκρίνεται, μεταξύ

άλλων, στην ανάγκη να αποτραπούν οι επιχειρήσεις και από το να εισέρχονται απλώς σε οριζόντιες συμφωνίες καθορισμού τιμών, κατανομής της αγοράς και περιορισμού της παραγωγής και ότι η Επιτροπή μπορεί να επιβάλει την καταβολή τέτοιου ποσού και σε περίπτωση και άλλων παραβάσεων. Συναφώς, ο επιδιωκόμενος σκοπός εξαγγέλλεται στο σημείο 7 των κατευθυντήριων γραμμών, όπου σημειώνεται ότι «[θ]εωρείται [...] ενδεδειγμένο να περιλαμβάνεται στο πρόστιμο ένα συγκεκριμένο ποσό, ανεξαρτήτως της διάρκειας της παράβασης, προκειμένου να αποτρέπονται οι επιχειρήσεις από το να προβαίνουν σε παράνομες πρακτικές». Κατά συνέπεια, από τις κατευθυντήριες γραμμές συνάγεται ότι στόχος του ποσού αυτού είναι να αποτελέσει, για ορισμένες παραβάσεις, «εφάπαξ» πρόστιμο το οποίο μπορεί να επιβληθεί απλώς και μόνον για τη διάπραξη παράβασης, ανεξαρτήτως της διάρκειάς της.

- 686 Το ποσό αυτό λειτουργεί βεβαίως ως αποτρεπτικός παράγοντας για όλες τις επιχειρήσεις, αλλά, αντιθέτως προς τα όσα φαίνεται να επισήμανε η Επιτροπή στο δεύτερο σκέλος της αιτιολογικής σκέψης 750 της προσβαλλόμενης απόφασης, δεν αποσκοπεί ειδικώς στο να διασφαλίσει το επαρκώς αποτρεπτικό αποτέλεσμα των προστίμων για τις μεγάλες επιχειρήσεις, καθώς τον σκοπό αυτόν εξυπηρετεί μια άλλη πρόβλεψη των κατευθυντήριων γραμμών την οποία, όπως συνάγεται από την αιτιολογική σκέψη 753 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή χρησιμοποίησε εν προκειμένω σωρευτικώς, ήτοι την προβλεπόμενη στο σημείο 30 των κατευθυντήριων γραμμών ευχέρεια για μια τελική προσαύξηση του προστίμου μετά τον καθορισμό του βασικού προστίμου και τη συνεκτίμηση επιβαρυντικών ή ελαφρυντικών περιστάσεων.
- 687 Επομένως, το Γενικό Δικαστήριο διαπιστώνει ότι η αιτιολογία την οποία παραθέτει η Επιτροπή στην προσβαλλόμενη απόφαση για να δικαιολογήσει το πρόσθετο ποσό του 10 % είναι ελλιπής στον βαθμό που αφορά τη βαρύτητα της παράβασης, λαμβανομένων υπόψη των όσων εκτίθενται στη σκέψη 676 ανωτέρω, και ελέγχεται στον βαθμό που αφορά τον επιδιωκόμενο σκοπό, όπως αυτός εξαγγέλλεται στις κατευθυντήριες γραμμές.
- 688 Στο πλαίσιο της άσκησης της πλήρους δικαιοδοσίας, πρέπει εν πάση περιπτώσει να επανεκτιμηθεί κατά πόσον ήταν σκόπιμο να συμπεριληφθεί και πρόσθετο ποσό στο βασικό ποσό του προστίμου που επιβλήθηκε στην Google, δεδομένου ότι, εν προκειμένω, το Γενικό Δικαστήριο μένει πιστό στο σχήμα το οποίο προβλέπεται στις κατευθυντήριες γραμμές, όπως προεκτέθηκε και στη σκέψη 682 ανωτέρω.
- 689 Από το είδος της παράβασης για το οποίο γίνεται κυρίως λόγος στο σημείο 25 των κατευθυντήριων γραμμών, ήτοι τη συμμετοχή σε οριζόντιες συμφωνίες καθορισμού τιμών, κατανομής της αγοράς και περιορισμού της παραγωγής, συνάγεται ότι το πρόσθετο ποσό κρίνεται δικαιολογημένο για ιδιαιτέρως σοβαρές παραβάσεις (πρβλ. απόφαση της 12ης Δεκεμβρίου 2018, Servier κ.λπ. κατά Επιτροπής, Τ-691/14, κατά της οποίας εκκρεμεί αίτηση αναίρεσεως, EU:T:2018:922, σκέψη 1883). Σκοπός του πρόσθετου ποσού είναι να αποτρέπονται οι επιχειρήσεις ακόμη και από το να εμπλακούν σε τέτοιες παραβάσεις, ανεξαρτήτως της διάρκειας της συμμετοχής τους σε αυτές.
- 690 Από τις σκέψεις 678 έως 680 ανωτέρω προκύπτει ότι η συμπεριφορά της Google συνιστούσε ιδιαιτέρως σοβαρή παράβαση. Υπό τις συνθήκες αυτές, ήταν ορθή, κατά το Γενικό Δικαστήριο, η επιλογή της Επιτροπής να συμπεριλάβει πρόσθετο ποσό, ίσο με το 10 % της αξίας των πωλήσεων για το έτος 2016, στο βασικό ποσό του προστίμου που έλαβε υπόψη.

- 691 Επομένως, το βασικό ποσό του προστίμου, όπως εκτιμάται από το Γενικό Δικαστήριο κατά την άσκηση της πλήρους δικαιοδοσίας του, είναι το ίδιο με εκείνη που έλαβε υπόψη η Επιτροπή στην προσβαλλόμενη απόφαση, δηλαδή ισούται με το γινόμενο της αξίας των πωλήσεων για το έτος 2016, η οποία μνημονεύεται στον πίνακα 29 που περιλαμβάνεται στην αιτιολογική σκέψη 748 της προσβαλλόμενης απόφασης, επί του συντελεστή 10 % επί της εκφρασμένης σε έτη διάρκειας της παράβασης για κάθε χώρα, όπως αυτή διαπιστώθηκε από την Επιτροπή στον ίδιο πίνακα της προσβαλλόμενης απόφασης ως διάρκεια σε ημέρες, προσαυξημένο με πρόσθετο ποσό αντίστοιχο προς το 10 % της αξίας των πωλήσεων για το έτος 2016. Το βασικό αυτό ποσό ανέρχεται σε 1 866 424 914 ευρώ.
- 692 Η Google προέβαλε επίσης, για να αμφισβητήσει την καταρχήν δυνατότητα επιβολής προστίμου, ορισμένα επιχειρήματα τα οποία απορρίφθηκαν από το Γενικό Δικαστήριο όταν εξετάστηκαν υπ' αυτό το πρίσμα. Εντούτοις, το Γενικό Δικαστήριο εκτιμά ότι οφείλει να επανεξετάσει ορισμένα από τα επιχειρήματα αυτά στο πλαίσιο ενδεχόμενης αναγνώρισης ελαφρυντικών περιστάσεων, δεδομένου ότι έκρινε ότι πρέπει να μεταρρυθμίσει την προσβαλλόμενη απόφαση και να λάβει το ίδιο υπόψη τις περιστάσεις της υπό κρίση υπόθεσης.
- 693 Η Google ισχυρίστηκε επ' αυτού ότι η Επιτροπή είχε ξεκινήσει να χειρίζεται την υπόθεση εφαρμόζοντας τη διαδικασία αποδοχής δεσμεύσεων και ότι η ίδια είχε προτείνει καλόπιστα τρία πακέτα δεσμεύσεων. Όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 638 ανωτέρω, η Επιτροπή έκρινε αρχικώς ότι το τρίτο από τα πακέτα μπορούσε να κάμψει τις σχετικές με τον ανταγωνισμό αντιρρήσεις τις οποίες είχε διατυπώσει στην προκαταρκτική εκτίμησή της, δεδομένου ότι γνωστοποίησε στους καταγγέλλοντες ότι είχε την πρόθεση να απορρίψει τις καταγγελίες τους. Όπως σημειώθηκε στις σκέψεις 632 έως 638 ανωτέρω, η προσωρινή αυτή εκτίμηση, όπως διαμορφώθηκε σε ορισμένο στάδιο της διαδικασίας, δεν εμπόδιζε την Επιτροπή να επανέλθει στη διαδικασία διαπίστωσης παράβασης και να επιβάλει κυρώσεις στην Google. Αν πάντως αποδειχθεί ότι, αφότου η Επιτροπή ξεκίνησε να επιλύει την υπόθεση μέσω της διαδικασίας αποδοχής δεσμεύσεων, η Google είχε πράγματι προτείνει σοβαρές δεσμεύσεις που θα μπορούσαν να θέσουν τέρμα στα προβλήματα ανταγωνισμού τα οποία εντόπισε η Επιτροπή, τούτο θα μπορούσε να συνιστά ελαφρυντική περίσταση.
- 694 Εντούτοις, απαντώντας σε ερώτηση του Γενικού Δικαστηρίου, η Google παραδέχθηκε κατ' ουσίαν ότι οι δεσμεύσεις τις οποίες είχε τελικά προτείνει στην Επιτροπή διέφεραν αισθητά απ' ό,τι κλήθηκε να πράξει για να συμμορφωθεί με την προσβαλλόμενη απόφαση. Σύμφωνα με τις διευκρινίσεις της Google, οι δεσμεύσεις δεν θα οδηγούσαν, όπως απαιτεί η προσβαλλόμενη απόφαση, στο να εφαρμόζονται, για την εμφάνιση των ανταγωνιστικών εργαλείων σύγκρισης προϊόντων στις Shopping Units, οι ίδιες υποκείμενες διαδικασίες και μέθοδοι όπως για τις διαφημίσεις προϊόντων της Google, αλλά θα οδηγούσαν στην εφαρμογή άλλων μηχανισμών. Επιπλέον, όπως αναφέρθηκε στη σκέψη 26 ανωτέρω και όπως προκύπτει από την αιτιολογική σκέψη 73 της προσβαλλόμενης απόφασης, σημαντικός αριθμός καταγγελλόντων υιοθέτησε αρνητική στάση έναντι των δεσμεύσεων που προτάθηκαν. Υπό τις συνθήκες αυτές, το Γενικό Δικαστήριο κρίνει ότι δεν συντρέχει ελαφρυντική περίσταση που πρέπει να ληφθεί υπόψη υπέρ της Google λόγω των δεσμεύσεων τις οποίες αυτή είχε προτείνει.
- 695 Τέλος, η Google εκτιμά ότι ο πολλαπλασιαστικός συντελεστής 1,3 που εφαρμόστηκε εν τέλει από την Επιτροπή είναι επίσης αδικαιολόγητος. Η Google επικαλείται μεταξύ άλλων την εποικοδομητική στάση που επέδειξε κατά τη διοικητική διαδικασία καθώς και το γεγονός ότι η μοναδική περίπτωση στην οποία έχει εφαρμοστεί τέτοιος συντελεστής στο πλαίσιο υπόθεσης κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης αφορούσε σαφώς σοβαρότερη συμπεριφορά.

- 696 Ωστόσο, πρώτον, η στάση της Google κατά τη διοικητική διαδικασία εξετάστηκε ως ενδεχόμενη ελαφρυντική περίπτωση και δεν έγινε δεκτή ως τέτοια.
- 697 Δεύτερον, όπως υπομνήσθηκε στη σκέψη 672 ανωτέρω, στον τομέα αυτόν, οι προγενέστερες αποφάσεις δεσμεύουν την Επιτροπή μόνον υπό παρεμφερείς περιστάσεις και, κατά μείζονα λόγο, δεν ισχύει το αντίστροφο. Εν προκειμένω, η υπόθεση την οποία επικαλείται η Google, δηλαδή η υπόθεση στην οποία εκδόθηκε η απόφαση της Επιτροπής, της 15ης Οκτωβρίου 2014, σχετικά με διαδικασίες του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και του άρθρου 54 της Συμφωνίας για τον ΕΟΧ (ΑΤ.39523 – Slovak Telekom), δεν αφορούσε ούτε τις ίδιες αγορές προϊόντων ούτε την ίδια γεωγραφική έκταση με την υπό κρίση υπόθεση και οι διαπιστωθείσες πρακτικές ήταν διαφορετικής φύσης, έστω και αν επρόκειτο επίσης για πρακτικές εκτοπισμού.
- 698 Τρίτον, όπως προκύπτει από το σημείο 30 των κατευθυντήριων γραμμών, η επίμαχη προσαύξηση αποσκοπεί στη διασφάλιση του αποτρεπτικού αποτελέσματος των προστίμων έναντι ισχυρών επιχειρήσεων των οποίων ο κύκλος εργασιών, πέραν των σχετιζόμενων με την παράβαση προϊόντων και υπηρεσιών, είναι ιδιαιτέρως σημαντικός. Πράγματι, στην περίπτωση τέτοιων επιχειρήσεων, εάν η Επιτροπή περιοριζόταν απλώς στον υπολογισμό προστίμων σύμφωνα με τα οριζόμενα στα προηγούμενα σημεία των κατευθυντήριων γραμμών, το ύψος του προστίμου, υπολογιζόμενο αποκλειστικώς βάσει του άμεσου και έμμεσου κύκλου εργασιών του επίμαχου προϊόντος ή της επίμαχης υπηρεσίας, δεν θα ήταν, ενδεχομένως, αρκούντως υψηλό για να λειτουργήσει αποτρεπτικά υπό το πρίσμα του συνόλου της δραστηριότητας και της ισχύος των επιχειρήσεων αυτών (πρβλ. απόφαση της 4ης Σεπτεμβρίου 2014, ΥΚΚ κ.λπ. κατά Επιτροπής, C-408/12 P, EU:C:2014:2153, σκέψεις 84 έως 86 και 93).
- 699 Εν προκειμένω, η Επιτροπή εξέθεσε, στην αιτιολογική σκέψη 753 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι ο κύκλος εργασιών της Alphabet το 2016, ο οποίος ανερχόταν σε πάνω από 80 δισεκατομμύρια ευρώ, υπερέβαινε κατά πολύ τα έσοδα τα οποία προέρχονταν από τη σχετική υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων ότι, ως εκ τούτου, ένας πολλαπλασιαστικός συντελεστής 1,3 ήταν δικαιολογημένος προκειμένου το πρόστιμο να έχει επαρκώς αποτρεπτικό αποτέλεσμα όχι μόνο για την Google αλλά και για άλλες επιχειρήσεις ίδιου μεγέθους.
- 700 Το Γενικό Δικαστήριο εκτιμά ότι η ανωτέρω προσέγγιση είναι βάσιμη και την υιοθετεί στο πλαίσιο της άσκησης της πλήρους δικαιοδοσίας του. Συγκεκριμένα, η αξία των πωλήσεων που διαπιστώθηκε το 2016 για τις επίμαχες υπηρεσίες ανέρχεται σε 2 045 300 588 ευρώ, είναι δηλαδή περίπου 40 φορές μικρότερη από τον προαναφερθέντα στη σκέψη 699 συνολικό κύκλο εργασιών της Alphabet.
- 701 Κατόπιν της ως άνω εκτίμησης αναφορικά με την αναλογία της χρηματικής κύρωσης που επιβλήθηκε στην Google προς το ύψος του κύκλου εργασιών, προκύπτει ότι δεν συντρέχει λόγος να τροποποιηθεί το ύψος της. Κατά συνέπεια, παρότι τέθηκε κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση το ζήτημα κατά πόσον το Γενικό Δικαστήριο θα μπορούσε, ελλείψει σχετικού αιτήματος, να προσαυξήσει την κύρωση που επιβλήθηκε με την προσβαλλόμενη απόφαση, παρέλκει η κρίση επ' αυτού.
- 702 Επομένως, από την εξέταση του έκτου λόγου ακυρώσεως συνάγεται ότι επιβεβαιώνεται το πρόστιμο το οποίο ανέρχεται σε 2 424 495 000 ευρώ. Δεδομένου ότι, όπως υπομνήσθηκε στις αιτιολογικές σκέψεις 735 και 736 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Alphabet ευθύνεται, από τη σύστασή της στις 2 Οκτωβρίου 2015, αλληλεγγύως και εις ολόκληρον με την Google LLC, κάτι

που δεν αμφισβητείται από τις δύο εταιρίες, επιβεβαιώνεται επίσης ότι στην Google LLC επιβάλλεται πρόστιμο ύψους 2 424 495 000 ευρώ, εκ των οποίων τα 523 518 000 ευρώ αλληλεγγύως και εις ολόκληρον με την Alphabet.

Δ. Γενικό συμπέρασμα

- 703 Από την εξέταση του πρώτου, του δεύτερου, του τρίτου, του τέταρτου και του πέμπτου λόγου ακυρώσεως (βλ. σκέψη 596 ανωτέρω) που προβλήθηκαν προς στήριξη του κύριου αιτήματος προκύπτει ότι ορθώς η Επιτροπή κατέληξε, με το άρθρο 1 της προσβαλλόμενης απόφασης, στο συμπέρασμα ότι η Google, εκμεταλλευόμενη καταχρηστικά τη δεσπόζουσα θέση την οποία κατείχε στις εθνικές αγορές γενικής αναζήτησης, παρέβη το άρθρο 102 ΣΛΕΕ και το άρθρο 54 της Συμφωνίας για τον ΕΟΧ όσον αφορά τις εθνικές αγορές εξειδικευμένης αναζήτησης των δεκατριών χωρών που μνημονεύονται στη σκέψη 55 ανωτέρω από την ημερομηνία κατά την οποία άρχισαν, στην περίπτωση καθεμίας εξ αυτών, να εμφανίζονται εξειδικευμένα αποτελέσματα για προϊόντα ή διαφημίσεις για προϊόντα στη γενική σελίδα αποτελεσμάτων της Google. Αντιθέτως, το ανωτέρω άρθρο πρέπει να ακυρωθεί εν μέρει, στον βαθμό που η Επιτροπή διαπίστωσε με αυτό την ύπαρξη της προαναφερθείσας παράβασης βάσει του αντικτύπου της κατάχρησης στις εθνικές αγορές γενικής αναζήτησης στις δεκατρείς αυτές χώρες.
- 704 Κατόπιν της εξέτασης του έκτου λόγου ακυρώσεως (βλ. σκέψη 702 ανωτέρω), επιβεβαιώνεται το ποσό του προστίμου που επιβλήθηκε με την προσβαλλόμενη απόφαση. Επομένως, πρέπει να απορριφθεί το επικουρικό αίτημα περί διαγραφής ή μείωσης του προστίμου.

V. Επί των δικαστικών εξόδων

- 705 Κατά το άρθρο 134, παράγραφος 1, του Κανονισμού Διαδικασίας, ο ηττηθείς διάδικος καταδικάζεται στα δικαστικά έξοδα, εφόσον υπάρχει σχετικό αίτημα του νικήσαντος διαδίκου. Κατά το άρθρο 138, παράγραφοι 1 και 2, του Κανονισμού Διαδικασίας, τα κράτη μέλη και η Εποπτεύουσα Αρχή της ΕΖΕΣ, όταν παρεμβαίνουν στη δίκη, φέρουν τα δικαστικά τους έξοδα. Κατά το άρθρο 138, παράγραφος 3, του Κανονισμού Διαδικασίας, το Γενικό Δικαστήριο μπορεί να αποφασίσει ότι ο παρεμβαίνων, ακόμη και όταν είναι άλλος από τους αναφερόμενους στις παραγράφους 1 και 2 του ίδιου άρθρου, θα φέρει τα δικαστικά του έξοδα.
- 706 Εν προκειμένω, λαμβανομένων υπόψη των αιτημάτων σχετικά με τα δικαστικά έξοδα της Google και της Επιτροπής, καθώς και της CCIA, του ΕΓΕΚ, της Foundem, της VDZ, της BDZV, της Visual Meta, της Twenga και της Kelkoo τα οποία μνημονεύονται στις σκέψεις 113 έως 118 ανωτέρω, η Google, δεδομένου ότι ηττήθηκε ως προς το ουσιώδες μέρος των αιτημάτων της, φέρει, πέραν των δικαστικών εξόδων της, τα δικαστικά έξοδα της Επιτροπής, εκτός από τα έξοδα στα οποία υποβλήθηκε η τελευταία λόγω της παρέμβασης της CCIA, τα οποία φέρει η τελευταία. Εξάλλου, το ΕΓΕΚ, η Foundem, η VDZ, η BDZV, η Visual Meta, η Twenga, η Εποπτεύουσα Αρχή της ΕΖΕΣ, η Kelkoo και η Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας φέρουν έκαστος τα δικαστικά έξοδά του.

Για τους λόγους αυτούς,

ΤΟ ΓΕΝΙΚΟ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ (ένατο πενταμελές τμήμα)

αποφασίζει:

- 1) Το άρθρο 1 της απόφασης C(2017) 4444 τελικό της Επιτροπής, της 27ης Ιουνίου 2017, σχετικά με διαδικασία βάσει του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και του άρθρου 54 της συμφωνίας για τον ΕΟΧ [υπόθεση AT.39740 – Google Search (Shopping)], ακυρώνεται μόνον κατά το μέρος που η Ευρωπαϊκή Επιτροπή διαπίστωσε με αυτό ότι η Google LLC και η Alphabet, Inc. παρέβησαν τις ως άνω διατάξεις σε δεκατρείς εθνικές αγορές γενικής αναζήτησης εντός του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (ΕΟΧ), στηριζόμενη στην ύπαρξη αντίθετων προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελεσμάτων στις εν λόγω αγορές.
- 2) Απορρίπτει την προσφυγή κατά τα λοιπά.
- 3) Η Google και η Alphabet φέρουν τα δικαστικά έξοδά τους και τα έξοδα της Επιτροπής, εκτός από εκείνα στα οποία υποβλήθηκε η Επιτροπή λόγω της παρέμβασης της Computer & Communications Industry Association.
- 4) Η Computer & Communications Industry Association φέρει τα δικαστικά έξοδα στα οποία υποβλήθηκε η Επιτροπή λόγω της παρέμβασής της.
- 5) Η Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας, η Εποπτεύουσα Αρχή της ΕΖΕΣ, το Ευρωπαϊκό Γραφείο Ενώσεων Καταναλωτών (ΕΓΕΚ), η Infederation Ltd, η Kelkoo, η Verband Deutscher Zeitschriftenverleger eV, η Visual Meta GmbH, η BDZV – Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger eV και η Twenga φέρουν τα δικαστικά έξοδά τους.

Gervasoni

Madise

da Silva Passos

Kowalik-Bańczyk

Mac Eochaidh

Δημοσιεύθηκε σε δημόσια συνεδρίαση στο Λουξεμβούργο, στις 10 Νοεμβρίου 2021.

(υπογραφές)

Περιεχόμενα

I.	Ιστορικό της διαφοράς	3
	Α. Πλαίσιο	3
	Β. Διοικητική διαδικασία	8
	Γ. Προσβαλλόμενη απόφαση	10
II.	Διαδικασία	19
III.	Αιτήματα των διαδίκων	23
IV.	Σκεπτικό	24
	Α. Προκαταρκτικές παρατηρήσεις.	24
	1. Επί της σειράς εξέτασης των λόγων ακυρώσεως και των επιχειρημάτων στην υπό κρίση υπόθεση	24
	2. Επί της έκτασης του ελέγχου του Γενικού Δικαστηρίου στην υπό κρίση υπόθεση	26
	Β. Επί του κύριου αιτήματος, με το οποίο ζητείται η ακύρωση της προσβαλλόμενης απόφασης	28
	1. Επί του πέμπτου λόγου ακυρώσεως και του πρώτου σκέλους του πρώτου λόγου ακυρώσεως που προβάλλει η προσφεύγουσα, υποστηρίζοντας ότι οι επίδικες πρακτικές συνάδουν με τον υγιή ανταγωνισμό	28
	α) Επί του πρώτου σκέλους του πέμπτου λόγου ακυρώσεως, με το οποίο υποστηρίζεται ότι οι επίδικες πρακτικές συνιστούν ποιοτικές βελτιώσεις που εντάσσονται στο πλαίσιο του υγιούς ανταγωνισμού και δεν μπορούν να χαρακτηριστούν καταχρηστικές	28
	1) Επιχειρήματα των διαδίκων	28
	2) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου	31
	β) Επί του δεύτερου σκέλους του πέμπτου λόγου ακυρώσεως, με το οποίο υποστηρίζεται ότι η Επιτροπή υποχρεώνει την Google να παράσχει στα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων πρόσβαση στις βελτιωμένες υπηρεσίες της χωρίς να πληρούνται οι προϋποθέσεις οι οποίες προσδιορίζονται στη νομολογία	40
	1) Επιχειρήματα των διαδίκων	40
	2) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου	43
	γ) Επί του πρώτου σκέλους του πρώτου λόγου ακυρώσεως, με το οποίο υποστηρίζεται ότι τα πραγματικά περιστατικά εκτέθηκαν εσφαλμένως, διότι η Google άρχισε να παρέχει ομαδοποιημένα αποτελέσματα για προϊόντα προκειμένου να βελτιώσει	

την ποιότητα των υπηρεσιών της και όχι για να κατευθύνει την κίνηση προς τη δική της υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων	52
1) Επιχειρήματα των διαδίκων	52
2) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου	53
2. Επί του πρώτου και του δεύτερου λόγου ακυρώσεως, κατά το μέρος που υποστηρίζεται ότι οι επίδικες πρακτικές δεν ενείχαν διακρίσεις	56
α) Επί των αιτιάσεων του πρώτου λόγου ακυρώσεως με τις οποίες προσάπτεται στην Επιτροπή ότι κακώς κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η Google είχε ευνοήσει, μέσω του τρόπου εμφάνισης των Product Universals, τη δική της υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων	56
1) Επιχειρήματα των διαδίκων	56
2) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου	58
β) Επί των αιτιάσεων του δεύτερου λόγου ακυρώσεως με τις οποίες προσάπτεται στην Επιτροπή ότι κακώς κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η Google είχε ευνοήσει, μέσω του τρόπου εμφάνισης των Shopping Units, τη δική της υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων	63
1) Επί του πρώτου σκέλους του δεύτερου λόγου ακυρώσεως, με το οποίο προσάπτεται στην Επιτροπή ότι κακώς κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η διαφορετική μεταχείριση των διαφημίσεων για προϊόντα και των γενικών αποτελεσμάτων συνιστούσε εκδήλωση μεροληπτικής συμπεριφοράς, ενώ δεν συνεπάγεται καμία δυσμενή διάκριση	63
i) Επιχειρήματα των διαδίκων	63
ii) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου	65
2) Επί του δεύτερου σκέλους του δεύτερου λόγου ακυρώσεως, με το οποίο προσάπτεται στην Επιτροπή ότι οι διαφημίσεις για προϊόντα που περιλαμβάνονταν εντός των Shopping Units ευνοούσαν την υπηρεσία σύγκρισης προϊόντων της Google	67
i) Επιχειρήματα των διαδίκων	67
ii) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου	69
γ) Επί του τρίτου σκέλους του δεύτερου λόγου ακυρώσεως, κατά το μέρος που υποστηρίζεται ότι η Google έχει ήδη συμπεριλάβει στις Shopping Units τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων, με αποτέλεσμα να μην μπορεί να υπάρξει ευνοϊκή μεταχείριση	71
1) Επιχειρήματα των διαδίκων	71
2) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου	72

3. Επί του τρίτου και τέταρτου λόγου ακυρώσεως, με τους οποίους υποστηρίζεται ότι οι επίδικες πρακτικές δεν είχαν αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα	75
α) Επί του πρώτου σκέλους του τρίτου λόγου ακυρώσεως, με το οποίο προσάπτεται στην Επιτροπή ότι δεν απέδειξε ότι οι επίδικες πρακτικές είχαν ως συνέπεια την πτώση της κίνησης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς τα ανταγωνιστικά εργαλεία σύγκρισης προϊόντων	75
1) Επιχειρήματα των διαδίκων	75
2) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου	79
β) Επί του δεύτερου σκέλους του τρίτου λόγου ακυρώσεως, με το οποίο προσάπτεται στην Επιτροπή ότι δεν απέδειξε ότι οι επίδικες πρακτικές προκάλεσαν την αύξηση της κίνησης από τις σελίδες γενικών αποτελεσμάτων της Google προς το δικό της εργαλείο σύγκρισης προϊόντων	86
1) Επιχειρήματα των διαδίκων	86
2) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου	88
γ) Επί του πρώτου σκέλους του τέταρτου λόγου ακυρώσεως, με το οποίο προσάπτεται στην Επιτροπή ότι προέβη σε εικασίες ως προς τα αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα των επίδικων πρακτικών	93
1) Επιχειρήματα των διαδίκων	93
2) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου	97
δ) Επί του δεύτερου σκέλους του τέταρτου λόγου ακυρώσεως, με το οποίο υποστηρίζεται ότι δεν ελήφθη υπόψη κατά την ανάλυση των αποτελεσμάτων ο ρόλος που διαδραματίζουν οι εμπορικές πλατφόρμες	103
1) Επί των στοιχείων που προβάλλονται στο πλαίσιο του δεύτερου σκέλους του τέταρτου λόγου ακυρώσεως για να υποστηριχθεί ότι η οριοθέτηση της αγοράς προϊόντων είναι εσφαλμένη	104
i) Επιχειρήματα των διαδίκων	104
ii) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου	107
2) Επί των στοιχείων που προβάλλονται στο πλαίσιο του δεύτερου σκέλους του τέταρτου λόγου ακυρώσεως για να υποστηριχθεί ότι η ανταγωνιστική πίεση από τις εμπορικές πλατφόρμες, εν πάση περιπτώσει, δεν ελήφθη υπόψη	114
i) Επιχειρήματα των διαδίκων	114
ii) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου	115
ε) Επί του τρίτου σκέλους του τέταρτου λόγου ακυρώσεως, με το οποίο προσάπτεται στην Επιτροπή ότι δεν απέδειξε την ύπαρξη αντιθετων προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελεσμάτων	117

1) Επιχειρήματα των διαδίκων	117
2) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου	121
4. Επί του τρίτου σκέλους του πρώτου λόγου ακυρώσεως και επί του τρίτου σκέλους του δεύτερου λόγου ακυρώσεως, περί ύπαρξης αντικειμενικών δικαιολογητικών λόγων . . .	129
α) Επί των δικαιολογητικών λόγων που προβάλλει η Google όσον αφορά τον τρόπο εμφάνισης των Product Universals (τρίτο σκέλος του πρώτου λόγου ακυρώσεως) .	129
1) Επιχειρήματα των διαδίκων	129
2) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου	130
β) Επί των δικαιολογητικών λόγων της Google όσον αφορά τον τρόπο εμφάνισης των Shopping Units (τρίτο σκέλος του δεύτερου λόγου ακυρώσεως)	137
1) Επιχειρήματα των διαδίκων	137
2) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου	138
5. Συμπέρασμα όσον αφορά τα κύρια αιτήματα	140
Γ. Επί του επικουρικού αιτήματος, το οποίο αφορά την επιβολή και το ύψος του προστίμου .	140
1. Επί του πρώτου σκέλους του έκτου λόγου ακυρώσεως, αναφορικά με τη δυνατότητα επιβολής χρηματικής κύρωσης	140
α) Επιχειρήματα των διαδίκων	140
β) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου	143
2. Επί του δεύτερου σκέλους του έκτου λόγου ακυρώσεως, αναφορικά με το ύψος της χρηματικής κύρωσης	150
α) Επιχειρήματα των διαδίκων	151
β) Εκτίμηση του Γενικού Δικαστηρίου	155
Δ. Γενικό συμπέρασμα	164
V. Επί των δικαστικών εξόδων	164