

C/2026/185

12.1.2026

Recurso interpuesto el 20 de noviembre de 2025 – Google y Alphabet/Comisión

(Asunto T-794/25)

(C/2026/185)

Lengua de procedimiento: inglés

Partes

Demandantes: Google LLC (Mountain View, California, Estados Unidos), Alphabet Inc. (Mountain View) (representantes: W. Ellison, abogado, J. Holmes y J. Williams, Barristers-at-Law)

Demandada: Comisión Europea

Pretensiones

Las demandantes solicitan al Tribunal General que:

- Anule (total o parcialmente) la decisión de prohibición de la Comisión de 5 de septiembre de 2025 en el asunto AT.40760 — Google - Adtech y prácticas en materia de datos, relativa a un procedimiento basado en el artículo 102 TFUE y en el artículo 54 del Acuerdo EEE.
- En consecuencia, o con carácter subsidiario, y en ejercicio de su competencia jurisdiccional plena, anule o reduzca la multa impuesta a las demandantes.
- En cualquier caso, condene a la Comisión a cargar con las costas y los gastos causados en este procedimiento por las demandantes.

Motivos y principales alegaciones

Las demandantes solicitan la anulación de las dos declaraciones de infracción, la declaración de que cometieron una infracción única y continua y la imposición de una multa (y/o del importe de esta).

En apoyo de su recurso, las demandantes invocan diecisiete motivos.

1. Primer motivo, basado en que la decisión impugnada incurre en error de apreciación sobre la definición del mercado y la existencia de posición dominante.
2. Segundo motivo, basado en que el marco jurídico de la decisión impugnada para evaluar la competencia en cuanto al fondo en lo que respecta a la conducta mencionada en los motivos tercero, cuarto y quinto (en lo sucesivo, «comportamiento del lado comprador») es jurídicamente erróneo.
3. Tercer motivo, basado en que la decisión impugnada incurre en error al concluir que Google Ads favorece a AdX al canalizar preferentemente la demanda de Google Ads a través de AdX.
4. Cuarto motivo, basado en que la decisión impugnada incurre en error al considerar que Google Ads favoreció a AdX al inflar el valor de las impresiones de Google Ads canalizadas a través de AdX mediante una fijación deliberada de segundos precios.
5. Quinto motivo, basado en que la decisión impugnada incurre en error al considerar que DV360 favoreció a AdX mediante la realización de pujas más bajas en plataformas del lado proveedor (en lo sucesivo, «SSP», en sus siglas en inglés) competidoras que realizaban subastas de primer precio y mediante la modificación de subastas de segundo precio con el objetivo de obstaculizar la adopción del Header Bidding (subasta de cabecera) y de desviar los gastos de DV360 hacia AdX.
6. Sexto motivo, basado en que el marco jurídico de la decisión impugnada para la apreciación de la competencia en cuanto al fondo en lo que respecta al comportamiento al que se refieren los motivos séptimo, octavo y noveno (el «comportamiento del lado vendedor») es jurídicamente erróneo.
7. Séptimo motivo, basado en que la decisión impugnada incurre en error al considerar que DoubleClick For Publishers (en lo sucesivo, «DFP») favorece las pujas realizadas por AdX con respecto a las pujas realizadas por SSP competidoras en el canal Waterfall (en cascada).
8. Octavo motivo, basado en que la decisión impugnada incurre en error al considerar que DFP favoreció las pujas realizadas por AdX con respecto a las pujas realizadas por los Header Bidders (subastadores de cabecera) antes de 2019.

9. Noveno motivo, basado en que la decisión impugnada incurre en error al considerar que DFP favorece las pujas realizadas por AdX con respecto a las pujas realizadas por los Header Bidders (subastadores de cabecera) después de 2019.
 10. Décimo motivo, basado en que la decisión impugnada incurre en error al considerar que DFP favorece las pujas realizadas por AdX con respecto a las pujas realizadas por SSP competidoras en el canal Open Bidding (subasta abierta).
 11. Undécimo motivo, basado en que el comportamiento del lado vendedor no es abusivo mientras no existan favoritismos en uno de los canales de conformidad con cualquiera o todos los motivos sexto a décimo.
 12. Duodécimo motivo, basado en que la decisión impugnada incurre en error al considerar que los comportamientos del lado comprador y del lado vendedor pueden tener efectos contrarios a la competencia en el mercado para las SSP de todo el EEE.
 13. Decimotercer motivo, basado en que la decisión impugnada considera erróneamente que el comportamiento del lado comprador tiene efectos potenciales en el mercado de todo el EEE para los servidores publicitarios de los editores.
 14. Decimocuarto motivo, basado en que la decisión impugnada incurre en error al considerar que se trata de una infracción única y continua.
 15. Decimoquinto motivo, basado en que la decisión impugnada incurre en error al considerar que existe una infracción en lo que respecta al comportamiento del lado vendedor en Francia después de septiembre de 2020.
 16. Decimosexto motivo, basado en que la decisión impugnada incurre en error al declarar que son necesarias medidas adicionales además de la obligación general de cese establecida en el artículo 3.
 17. Decimoséptimo motivo, basado en que la decisión impugnada incurre en error al imponer y/o calcular una multa y/o multas coercitivas.
-