



## Kohtulahendite kogumik

ÜLDKOHTU OTSUS (üheksas koda laiendatud koosseisus)

10. november 2021 \*

Konkurents – Turgu valitseva seisundi kuritarvitamine – Kaupade üldotsing ja spetsialiseeritud otsing internetis – Otsus, millega tuvastatakse ETLT artikli 102 ja EMP lepingu artikli 54 rikkumine – Kuritarvitamine võimendusefektiga – Kaupade või teenuste omadustel põhinev konkurents või konkurentsivastane tegevus – Tingimused, mille korral saavad konkurendid kasutada turgu valitseva seisundiga ettevõtja teenust, mille kasutamist ei ole võimalik tõhusalt asendada – Omaenda spetsialiseeritud otsingu teenuse tulemuste eelistatud esitamine turgu valitseva seisundiga ettevõtja poolt – Mõju – Kontrafaktilise stsenaariumi ettekujutamise vajadus – Puudumine – Objektiivsed põhjendused – Puudumine – Võimalus määrata trahv teatavatest asjaoludest lähtudes – Suunised trahvide arvutamise meetodi kohta – Täielik pädevus

Kohtuasjas T-612/17,

**Google LLC**, varem Google Inc., asukoht Mountain View, California (Ameerika Ühendriigid),

**Alphabet, Inc.**, asukoht Mountain View,

esindajad: advokaadid T. Graf, R. Snelders, C. Thomas, K. Fountoukakos-Kyriakakos, R. O'Donoghue, M. Pickford, QC, ja *barrister* D. Piccinin,

hagejad,

keda toetas

**Computer & Communications Industry Association**, asukoht Washington, DC (Ameerika Ühendriigid), esindajad: advokaadid J. Killick ja A. Komninos,

menetlusse astuja,

*versus*

**Euroopa Komisjon**, esindajad: T. Christoforou, N. Khan, A. Dawes, H. Leupold ja C. Urraca Cavedes,

kostja,

keda toetasid

\* Kohtumenetluse keel: inglise.

**Saksamaa Liitvabariik**, esindajad: J. Möller, S. Heimerl ja S. Costanzo,

**EFTA järelevalveamet**, esindajad: C. Zatschler ja C. Simpson,

**Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC)**, asukoht Brüssel (Belgia), esindaja: advokaat A. Fratini,

**Infederation Ltd**, asukoht Crowthorne (Ühendkuningriik), esindajad: *solicitors* A. Morfey, S. Gartagani, L. Hannah, A. D'heygere, K. Gwilliam ja advokaat T. Vinje,

**Kelkoo**, asukoht Pariis (Prantsusmaa), esindajad: advokaadid J. Koponen ja B. Meyring,

**Verband Deutscher Zeitschriftenverleger eV**, asukoht Berliin (Saksamaa), esindajad: professor T. Höppner ning advokaadid P. Westerhoff ja J. Weber,

**Visual Meta GmbH**, asukoht Berliin, esindajad: professor T. Höppner ja advokaat P. Westerhoff,

**BDZV – Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger eV**, varem Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger eV, asukoht Berliin, esindajad: professor T. Höppner ja advokaat P. Westerhoff,

ning

**Twenga**, asukoht Pariis, esindajad: advokaadid L. Godfroid, S. Hautbourg ja S. Pelsy,

menetlusse astujad,

mille ese on ELTL artikli 263 alusel esitatud nõue esimese võimalusena tühistada komisjoni 27. juuni 2017. aasta otsus C(2017) 4444 (final), milles käsitletakse Euroopa Liidu toimimise lepingu artikli 102 ja EMP lepingu artikli 54 kohast menetlust (juhtum AT.39740 – Google'i otsinguteenus (Google Shopping)), ning teise võimalusena tühistada hagejatele määratud trahv või vähendada selle suurust,

ÜLDKOHUS (üheksas koda laiendatud koosseisus),

koosseisus: koja president S. Gervasoni, kohtunikud L. Madise (ettekandja), R. da Silva Passos, K. Kowalik-Bańczyk ja C. Mac Eochaidh,

kohtusekretär: ametnik E. Artemiou,

arvestades kirjalikku menetlust ning 2020. aasta 12., 13. ja 14. veebruari kohtuistungil esitatut,

on teinud järgmise

## otsuse

### I. Vaidluse taust

#### A. Kontekst

- 1 Google LLC, varem Google Inc., on interneti kasutamise seotud kaupadele ja teenustele spetsialiseerunud Ameerika Ühendriikide äriühing. Ta on peamiselt tuntud oma otsingumootori poolest, mis võimaldab internetikasutajatel (edaspidi olenevalt kontekstist ka „kasutajad“ või „tarbijad“) leida veebilehitsejaga, mida nad kasutavad, ja hüpertextilinkide abil nende vajadustele vastavad veebisaidid. Alates 2. oktoobrist 2015 on Google LLC kontserni kõrgeima tasandi emaettevõtja Alphabet, Inc. 100protsendiline tütarettevõtja (edaspidi koos „Google“).
- 2 Otsingumootor Google, mis on kättesaadav aadressil [www.google.com](http://www.google.com) või samalaadsetel aadressidel, millel on riigi laiend, võimaldab saada otsingutulemusi, mis esitatakse internetikasutajate ekraanidele ilmuvatel lehekülgedel. See mootor valib need tulemused kas üldiste kriteeriumide põhjal ja ilma et saidid, millele need viivad, maksaksid Google'ile tasu nende kuvamise eest (edaspidi „üldotsingu tulemused“ või „üldised tulemused“), või valib see need tulemused tehtud konkreetset liiki otsingu puhul spetsiaalse loogika põhjal (edaspidi „spetsialiseeritud otsingu tulemused“). Spetsialiseeritud otsingu tulemused võidakse vastaval juhul kuvada ilma internetikasutaja eritoiminguta samal lehel koos üldotsingu tulemustega (edaspidi „üldine tulemusteleht/üldised tulemustelehed“) või siis olla kuvatud üksi tulenevalt internetikasutaja otsingust, mis on tehtud Google'i otsingumootori spetsialiseeritud lehelt või tema üldiste tulemustelehtede teatavatel aladel asuvaid linke aktiveerides. Google on arendanud välja erinevaid spetsialiseeritud otsingu teenuseid, näiteks uudiste, teabe või kohalike kaubanduspakkumiste või lennureiside jaoks või kaupade ostmiseks. Käesolev kohtuasi puudutab seda viimast kategooriat.
- 3 Kaupade ostmiseks mõeldud spetsialiseeritud otsingu teenused (edaspidi „hinnavõrdlusteenused“ või „hinnavõrdlusvahendid“) ei müü ise kaupu, vaid võrdlevad otsitavat kaupa pakkuvate müüjate pakkumisi internetis ja valivad neid välja. Need müüjad võivad olla otsemüüjad või müügiplatvormid, kuhu on koondatud paljude müüjate pakkumised ja kust on otsitavat kaupa võimalik vahetult tellida (mõned tuntumad on eBay, Amazon, PriceMinister ja Fnac).
- 4 Nagu üldotsingu tulemused nii võivad ka spetsialiseeritud otsingu tulemused olla tulemused, mida mõnikord nimetatakse „loomulikeks“, st need ei sõltu nende veebisaitide maksetest, millele need viivad, isegi kui need on kauplemissaidid. Nende loomulike tulemuste tulemustelehtedel esitamise järjekord ei sõltu samuti maksetest.
- 5 Google'i tulemustelehtedel – nagu ka teiste otsingumootorite lehtedel – kuvatakse ka tulemused, mis on vastupidi seotud nende veebisaitide maksetega, millele need viivad. Need tulemused, mida tavaliselt nimetatakse „reklaamideks“ („ads“ lühendatult inglise keeles), on samuti seotud internetikasutaja tehtava otsinguga ning neid eristatakse üldise või spetsialiseeritud otsingu loomulikest tulemustest, näiteks sõnadega „reklaam“ või „spondeeritud“. Need ilmuvad kas tulemustelehtede spetsiaalsetele aladele või muude tulemuste hulgas. Need võivad kujutada endast spetsialiseeritud otsingu tulemusi ja tegelikult põhinevad mõned Google'i spetsialiseeritud otsingu teenustest tasulise lisamise süsteemil. Nende kuvamine on seotud reklaamijate

maksekohustustega, mille nad on enampakkumiste raames võtnud. Vajaduse korral kohaldatakse täiendavaid valikukriteeriume. Reklaamijad maksavad Google'ile, kui internetikasutaja aktiveerib klõpsamisega kuulutuses oleva hüpertekstilingi, mis viib nende oma veebisaidile.

- 6 Google'i üldised tulemustelehed võivad sisaldada või on sisaldanud igat liiki tulemusi, mida on nimetatud eespool punktides 2–5. Nagu on eespool punktis 2 samuti märgitud, võivad spetsialiseeritud otsingu tulemused, ükskõik, kas need on loomulikud või on tegemist reklaamidega, samuti spetsialiseeritud tulemustelehel olla kuvatud üksi, kui internetikasutaja teeb päringu Google'i otsingumootori spetsialiseeritud otsingu lehelt või tema üldiste tulemustelehtede teatavatel aladel olevaid linke aktiveerides.
- 7 Teisedki otsingumootorid peale Google'i oma pakuvad või on pakkunud üldotsingu teenuseid ja spetsialiseeritud otsingu teenuseid, näiteks Alta Vista, Yahoo, Bing ja Qwant. On ka spetsiifilisi otsingumootoreid, mis on mõeldud konkreetselt ka võrdlemiseks, näiteks Bestlist, Nextag, IdealPrice, Twenga, Kelkoo ja Prix.net.
- 8 Google'i selgituste kohaselt, millele ei ole vastu vaieldud, hakkas ta internetikasutajatele hinnavõrdlusteenust pakkuma 2002. aastal, pärast niisuguseid teisi otsingumootoreid nagu Alta Vista, Yahoo, AskJeeves ja America On Line (AOL) või siis nendega samal ajal. Need algatused vastasid tõdemusele, et meetodid, mida otsingumootorite puhul seni kasutati, ei andnud tingimata kõige asjakohasemaid tulemusi vastuseks niisugustele konkreetsetele otsingutele, mis puudutasid näiteks päevauudiseid või kaupade ostmist. Google pakkus seega hinnavõrdluse tulemusi (edaspidi „tootetulemused“) alates 2002. aasta lõpust Ameerika Ühendriikides ja seejärel ligikaudu kaks aastat hiljem järk-järgult teatavates riikides Euroopas. Need tulemused ei olnud tulemused, mida andnuksid tema tavapärased üldotsingu algoritmid, mida kohaldati veebisaitidel oleva teabe suhtes, mis võeti kõigepealt välja meetodiga *crawling* – mis seisneb Google'i poolt internetisisude uurimise tegevuses indekseerimise eesmärgil – ning seejärel valiti välja, et panna see Google'i *index web*'i, ning lõpuks sorteeriti olenevalt asjakohasusest, mis puudutab vastust internetikasutaja päringule, vaid nende erialgoritmide tulemused, mida kohaldati müüjate endi koostatavas ja „kaupade registriks“ nimetatavas andmebaasis oleva teabe suhtes. Need tulemused esitati kõigepealt spetsialiseeritud otsingu lehe abil, mida nimetati Froogle'iks ja mis oli eraldiseisev otsingumootori üldotsingu lehelt, seejärel, alates 2003. aastast Ameerika Ühendriikides ja alates 2005. aastast teatavates Euroopa riikides, olid need kättesaadavad ka otsingumootori üldotsingu lehelt. Viimasel juhul olid tootetulemused üldistel tulemustelehtedel rühmitatud sellesse, mida nimetati *Product OneBox*'iks (edaspidi „*Product OneBox*“), kas lehe ülaosas või küljel paikneva reklaami alla või paralleelselt sellega ja üldise otsingu tulemuste kohale, nagu näitab järgnev illustratsioon lisatud selgitustega, mille Google on esitanud:

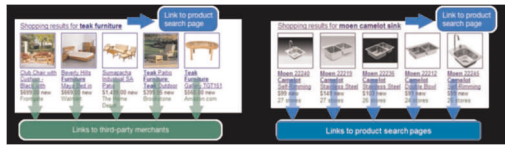


- 9 Kui internetikasutaja kasutas kauba kohta otsingu tegemiseks üldotsingu lehekülge, sisaldasid otsingumootori pakutavad vastused korruga nii vastuseid, mille andis spetsialiseeritud otsing, kui ka vastuseid, mille andis üldine otsing. Kui internetikasutaja klõpsas *Product OneBox*'i tulemuse lingil, suunati ta otse otsitava kauba müüja veebisaidi vastavale lehele, kust ta sai selle osta. Lisaks oli *Product OneBox*'is erilink, mille abil suunati Froogle'i tulemustelehele, kus oli spetsialiseeritud tulemuste laiendatud valik. Google märgib, et seevastu Froogle'i tulemused ei esinenud kunagi üldotsingu tulemuste hulgas, samas kui teiste kaupade võrdlevate spetsialiseeritud otsingu mootorite tulemused võisid seal olla.
- 10 Google juhib tähelepanu, et alates 2007. aastast muutis ta tootetulemuste läbitöötamise viisi.
- 11 Seoses nende muudatustega loobus Google oma kaupade võrdlemise spetsialiseeritud otsingu ja tulemuste lehtede puhul nimest Froogle nime Product Search kasuks.
- 12 Tootetulemuste osas, mis kuvatakse üldotsingu lehelt üldistel tulemustelehtedel, rikastas Google esiteks *Product OneBox*'i sisu, lisades sinna fotosid. Google esitab selle kohta järgmise illustratsiooni esimest tüüpi fotode lisamise kohta:



- 13 Google mitmekesistas ka võimalikke tagajärgi, mis saadakse siis, kui klõpsatakse seal ilmuval tulemusel lingil: olenevalt juhtumist suunati internetikasutaja nagu enne otse sobivale otsitava kauba müüja veebisaidile, kust selle sai osta, või suunati ta spetsialiseeritud tulemustelehele Product Search, kust ta võis leida rohkem sama kauba pakkumisi. *Product Onebox* nimetati

erinevates riikides järk-järgult *Product Universal*'iks (edaspidi „*Product Universal*“) (näiteks Ühendkuningriigis ja Saksamaal 2008. aastal) ja seda muudeti samas ligitõmbavamaks. Google esitab järgmise illustratsiooni *Product Universal*'i kahe variandi kohta koos lisatud selgitustega:



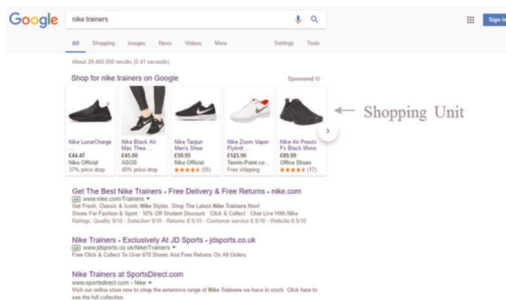
- 14 Teiseks lõi Google süsteemi, mida kutsutakse *Universal Search*'iks ning mis võimaldab kauba ostmiseks tehtava otsingu tuvastamise korral seada üldisel tulemustelehel *Product Onebox*'i ja seejärel *Product Universal*'i kaubad võrreldes üldotsingu tulemustega hierarhilisse järjekorda.
- 15 Mis puudutab maksetega seotud tootetulemusi, mis tema tulemustelehtedel kuvatakse, siis viis Google alates 2010. aasta septembrist Euroopas sisse täiustatud formaadi võrreldes ainult tekstist koosneva reklaamiga (*text ads* inglise keeles, edaspidi „tekstreklaam“), mida seni kuvati. Reklaamija valikuvõimaluse kasutamise tulemusena võis internetikasutaja tekstil klõpsates näha otsitud kaupade fotosid esialgse tekstreklaamiga võrreldes suurendatud formaadis ja nende kaupade hindasid, mida reklaamija küsis. Google esitab niiviisi edasiarendatud tekstreklaami illustratsiooni koos lisatud selgitustega:



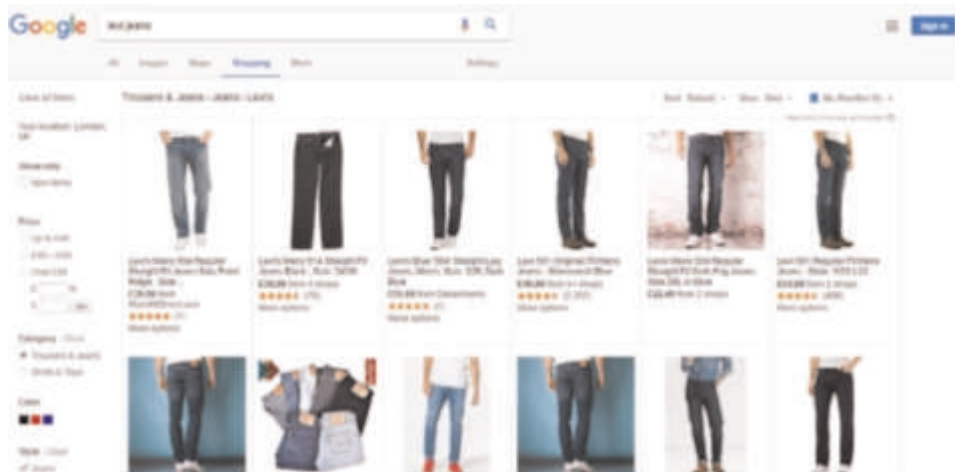
- 16 Alates 2011. aasta novembrist täiendas Google Euroopas seda tekstreklaamide suurendamise võimalust nii, et tema üldistel tulemustelehtedel esitati mitme reklaamija reklaamide rühmad koos fotode ja hindadega, mida ta nimetas „tootereklaamide loetelud“ või „tootereklaamid“ (edaspidi „tootereklaamid“) ning mis ilmusid kas tulemustelehe paremasse serva või ülemisse serva. Kui internetikasutaja klõpsas rühmas oleval reklaamil, suunati ta reklaamija veebisaidile. Google esitab tootereklaami kohta järgmise illustratsiooni:



- 17 Seejärel ei kivanud Google enam oma üldistel tulemustelehtedel samal ajal loomulikke tulemusi spetsialiseeritud otsingu rühmitatud kaupade puhul (*Product Universal*), rühmitatud tootereklaame (*product ads*), tekstreklaame (*text ads*), mis võisid olla edasi arendatud, ning üldotsingu tulemusi, sest ta leidis, et niisugust olukorda on targem mitte säilitada. Samuti tegi Google 2013. aastal Euroopas lõpu *Product Universal*'ile ja edasiarendatud tekstreklaamidele oma üldistel tulemustelehtedel. Seega on seal olnud veel ainult rühmitatud tootereklaamid, mis on ümber nimetatud *Shopping Commercial Unit*'iteks või *Shopping Unit*'iteks (edaspidi *Shopping Unit*'id), tekstreklaamid ja üldotsingu tulemused. Google esitab järgmise illustratsiooni koos lisatud selgitustega *Shopping Unit*'i kohta, mis eelneb tekstreklaamidele ja üldotsingu tulemusele:



- 18 Seega suunati internetikasutaja, kes klõpsas *Shopping Unit*'is olevale reklaamil, alati reklaamija müügisaidile. Ta pääses üldiselt tulemustelehel Google'i kaupade võrdlemise otsingu ja tulemuste spetsialiseeritud lehele, millel oli rohkem reklaame, ainult nii, et klõpsas erilingil *Shopping Unit*'i kohal või lingil, kuhu pääses üldisest navigeerimismenüüst (sakk *Shopping*).
- 19 Google täpsustab, et reklaamide valik *Shopping Unit*'i jaoks tõi mängu mitte ainult eespool punktis 5 mainitud enampakkumiste mehhanismi, vaid ka sama liiki kriteeriumid nagu need, mida ta kasutas, et esitada oma loomulikud tootetulemused, ja mida on nimetatud eespool punktis 8. Ta märgib – ilma et talle vastu vaieldaks –, et valik võis vastaval juhul viia selleni, et üldisel tulemustelehel esitati tekstreklaamid järjekorras enne *Shopping Unit*'it või vastupidi, see viimane jäi isegi välja, kui kvaliteetseid reklaame ei olnud piisavalt.
- 20 Samal ajal kui Google kaotas oma üldiselt tulemustelehel *Product Universal*'i, loobus ta ka loomulike tootetulemuste esitamisest oma spetsialiseeritud tulemustelehel Product Search, mis kujunes leheks, millel on ainult reklaamid ja mida nimetatakse Google Shopping. Google esitab lehe Google Shopping kohta järgmise illustratsiooni:



## B. Haldusmenetlus

- 21 Käesoleva kohtuasjani viisid mitu kaebust, mille esitasid Euroopa Komisjonile alates 2009. aasta novembrist ettevõtjad, ettevõtjate ühendused ja tarbijakaitseühingud, ning asjad, mille suunasid komisjonile edasi liikmesriikide konkurentsiametid (elkõige Saksamaa Liitvabariigi konkurentsiamet Bundeskartellamt).

- 22 Komisjon algatas 30. novembril 2010 Google'i suhtes menetluse komisjoni 7. aprilli 2004. aasta määruse (EÜ) nr 773/2004, mis käsitleb [ELTL] artiklite [101] ja [102] kohaste menetluste teostamist komisjonis (ELT 2004, L 123, lk 18; ELT eriväljaanne 08/03, lk 81), artikli 2 lõike 1 alusel.
- 23 Komisjon võttis 13. märtsil 2013 vastu esialgse hinnangu nõukogu 16. detsembri 2002. aasta määruse (EÜ) nr 1/2003 [ELTL] artiklites [101] ja [102] sätestatud konkurentsieskirjade rakendamise kohta (ELT 2003, L 1, lk 1; ELT eriväljaanne 08/02, lk 205) artikli 9 alusel nende Google'i kohustuste võimalikuks heakskiitmiseks, mis vastaksid probleemidele, mis komisjonile muret teevad. Komisjon leidis oma esialgses hinnangus eelkõige, et asjaolu tõttu, et Google'i üldistel tulemustelehtedel soodustati tema enda spetsialiseeritud otsingu teenuste juurde viivaid linke võrreldes konkurentide spetsialiseeritud otsingu teenuste juurde viivate linkidega, on rikutud ELTL artiklit 102 ja Euroopa Majanduspiirkonna (EMP) lepingu artiklit 54.
- 24 Märkides, et ta ei nõustu esialgses hinnangus esitatud õigusliku analüüsiga, ning vaieldes vastu väitele, et komisjoni kirjeldatud tegevustega on rikutud ELTL artiklit 102, esitas Google kolm rühma kohustusi, esimese 3. aprillil 2013, teise 21. oktoobril 2013 ja kolmanda 31. jaanuaril 2014.
- 25 Ajavahemikus 27. maist 2014 kuni 11. augustini 2014 saatis komisjon määruse nr 773/2004 artikli 7 lõike 1 alusel kirjad nendele kaebuse esitajatele, kes olid esitanud oma kaebuse enne 27. maid 2014, teatades neile, et kavatseb nende kaebused rahuldamata jätta. Kirjades oli toodud komisjoni esialgne hinnang, et Google'i esitatud kolmas kohustuste rühm võib olla kooskõlas sellega, mis komisjonile seoses konkurentsiga muret teeb ja mida ta esialgses hinnangus väljendas.
- 26 Vastuseks nendele kirjadele esitasid 19 kaebuse esitajat seisukohti. Komisjon teatas pärast nende seisukohtade analüüsimist 4. septembril 2014 Google'ile, et lõpuks ei saa ta ikkagi kohustuste heakskiitmise otsust vastavalt määruse nr 1/2003 artiklile 9 teha.
- 27 Komisjon naasis 15. aprillil 2015 määruse nr 1/2003 artikli 7 lõikes 1 ette nähtud rikkumise tuvastamise menetluse juurde ja võttis vastu Google'ile adresseeritud vastuväiteteatise, milles ta jõudis esialgsele järeldusele, et kõnealused tegevused kujutavad endast turgu valitseva seisundi kuritarvitamist ja seega ELTL artikli 102 rikkumist.
- 28 Komisjon võimaldas 27. aprillil 2015 Google'il toimikuga tutvuda.
- 29 Ajavahemikus 2015. aasta juunist septembrini saatis komisjon vastuväiteteatise mittekonfidentsiaalse versiooni 24 kaebuse esitajale ja 10 puudutatud isikule. Kokku 20 kaebuse esitajat ja 7 puudutatud isikut esitasid seisukohti.
- 30 Google esitas 27. augustil 2015 oma vastuse vastuväiteteatisele.
- 31 2015. aasta oktoobris ja novembris saatis komisjon vastuväiteteatisele esitatud vastuse mittekonfidentsiaalse versiooni 23 kaebuse esitajale ja 9 puudutatud isikule. 14 kaebuse esitajat ja 7 puudutatud isikut esitasid seisukohti.
- 32 Komisjon võttis 14. juulil 2016 vastu täiendava vastuväiteteatise.
- 33 Komisjon võimaldas 27. juulil 2016 Google'il uuesti toimikuga tutvuda.



- 34 2016. aasta septembris ja oktoobris saatis komisjon täiendava vastuväiteteatise mittekonfidentsiaalse versiooni 20 kaebuse esitajale ja 6 puudutatud isikule. 9 kaebuse esitajat ja 3 puudutatud isikut esitasid täiendava vastuväiteteatise kohta seisukohti.
- 35 Google esitas 3. novembril 2016 oma vastuse täiendavale vastuväiteteatisele.
- 36 Komisjon saatis 28. veebruaril 2017 Google'ile „kirja faktiliste asjaolude kohta“, juhtides tema tähelepanu tõenditele, mida ei olnud vastuväiteteatises ja täiendavas vastuväiteteatises sõnaselgelt mainitud, kuid mis võivad pärast asja analüüsi olla asjasse puutuvad ja kinnitada nende dokumentide põhjal tehtud esialgset järeldust.
- 37 Komisjon võimaldas 1. märtsil 2017 Google'il taas toimikuga tutvuda.
- 38 Google vastas 18. aprillil 2017 „kirjale faktiliste asjaolude kohta“.
- 39 Komisjon tegi 27. juunil 2017 otsuse C(2017) 4444 (final), milles käsitletakse Euroopa Liidu toimimise lepingu artikli 102 ja EMP lepingu artikli 54 kohast menetlust (juhtum AT.39740 – Google'i otsinguteenus (Google Shopping)) (edaspidi „vaidlustatud otsus“).

### **C. Vaidlustatud otsus**

- 40 Pärast vaidlustatud otsuse tegemiseni viinud menetluse etappide tutvustamist ja Google'i menetluse käiku puudutavate etteheidete tagasilükkamist määratles komisjon selles otsuses kõigepealt asjaomased turud konkurentsieeskirjade tähenduses.
- 41 Komisjon meenutas, et ettevõtja võimaliku turgu valitseva seisundi tuvastamise kontekstis peab ta võtma arvesse mitte üksnes asjaomaste kaupade või teenuste omadusi, vaid ka pakkumise ja nõudluse struktuuri, et määratleda asjaomane turg või asjaomased turud. Ta rõhutas, et küsimust, kas selles kontekstis olid kaubad või teenused eristuvad, tuleb hinnata tarbija nõudluse seisukohast.
- 42 Komisjon leidis, et asjaomased kaubaturud on esiteks internetis osutatavate üldotsingu teenuste turg ja teiseks internetis osutatavate hinnavõrdlusteenuste turg.
- 43 Esiteks internetis osutatavate üldotsingu teenuste turu kohta märkis komisjon, et niisuguse teenuse pakkumise tegevus on majandustegevus, sest kuigi internetikasutajad kasutavad seda teenust tasuta, nõustuvad nad sellega, et otsingumootori käitaja kogub neid puudutavaid andmeid, millest ta võib seejärel kasu saada, eelkõige reklaamijate juures, kes soovivad tulemustelehtedele reklaame üles panna. Üldiselt võimaldab „kahepoolsetel“ platvormidel üht liiki kasutajale (kelleks käsitletaval juhul on internetikasutaja) tasuta pool – juhul, kui see korralikult toimib – tugevdada nõudlust teisel poolel, mis on sellele kasutajaliigile (kelleks käsitletaval juhul on reklaamija, kes soovib jõuda võimalikult paljude internetikasutajateni) tasuline. Selles mõttes konkureerivad erinevad internetis osutatavad üldotsingu teenused omavahel, et meelitada oma otsingumootori kvaliteedi abil ligi nii internetikasutajaid kui ka reklaamijaid.
- 44 Seejärel leidis komisjon, et internetikasutajate nõudluse seisukohast asendavad üldotsingu teenused ja teised internetis pakutavad teenused üksteist ainult vähesel määral.

- 45 Konkreetselt saavad spetsialiseeritud otsingu teenused ainult vähesel määral asendada üldotsingu teenuseid, sest igauks neist hõlmab ainult oma spetsialiseerumisvaldkonda. Lisaks viivad need kõige sagedamini ainult müügipakkumistele, samas kui üldotsingu teenused viivad igat liiki teenustele internetis. Ka viis, kuidas need erinevad otsinguteenused vastuseid annavad, on erinev, kas või ainult osas, mis puudutab nende andmebaaside koosseisu. Erinevad on ka nende finantsmudelid, sest üldotsingu teenuseid rahastatakse ainult tasuga reklaamide kuvamise eest tulemustelehtedel ja spetsialiseeritud otsingu teenuseid rahastatakse ka nende ettevõtjate makstavast tasust, kelle saite on otsingutulemustes mainitud, kui internetikasutajad sellele mainimisele reageerivad (maksed klõpsu või järgneva tehingu eest). Konkreetsed näited, eelkõige Google'i näide, kinnitavad neid erinevusi. Seega ei paku paljud ettevõtjad, kes pakuvad spetsialiseeritud otsingu teenuseid, näiteks Shopzilla (hinnavõrdlusvahend) või Kayak (reisihindade võrdleja), üldotsingu teenust. Google eristab ise neid kaht liiki otsinguteenust ning tal on oma spetsialiseeritud otsingu teenuste jaoks süstemaatiliselt otsingulehed ja konkreetsed tulemustelehed. Sektori analüüsijad eristavad samuti neid kahte liiki teenuseid. Komisjon rõhutab veel muidki erinevusi, mis puudutavad neid kaht liiki teenuste funktsioone või kasutusotstarvet, ehkki kumbki neist võib mõnikord vastata samale nõudlusele.
- 46 Pakkumise asendatavuse küsimuses märkis komisjon samuti, et üldotsingu teenused ja internetis pakutavad muud teenused asendavad üksteist vähesel määral. Ta tugines selles küsimuses asjaolule, et üldotsingu teenuste osas eksisteerivad sisenemisbarjäärid teiste teenuste operaatoritele internetis, millega ta püüdis näidata, et lühiajalises perspektiivis ja ilma suuri kulutusi tegemata või olulisel määral riskimata on neil raske üldotsingu teenuste praegustele osutajatele konkurentsi pakkuda.
- 47 Komisjoni sõnul peaks internetiteenuste pakkuja, kes tahaks pakkuda uut üldotsingu teenust, sisuliselt tegema märkimisväärsed investeeringuid. Mitu suurt internetiettevõtjat on rõhutanud, et seejuures esinevad tõsised sisenemistõkked. Et üldotsingu teenus toimiks hästi ja oleks elujõuline, peaks see saama suure arvu otsingupäringuid. Kuna internetikasutajate päringutele antavate vastuste kvaliteet on palju edasi arenenud, ei ole turuseisundite kõigutamine, mida minevikus täheldati, kui Google läks mööda otsingumootoritest Alta Vista ja Lycos, kes olid liidrid varem, praegu enam tõenäoline. Reklaami areng üldistel tulemustelehtedel soosib samuti turuliidrit, kes tõmbab ligi rohkem reklaamijaid, arvestades seda, kui palju kasutajaid tema üldotsingu teenust kasutab. Seda raskem on turule tulla uutel operaatoritel ja alates 2007. aastast on vastupidi täheldatud, et mõned operaatorid on tegutsemisest loobunud või taandunud riigisisesele turule või teatavasse keelepiirkonda. Ainult Microsoft on suutnud selle tegevuse ette võtta suures ulatuses oma otsingumootoriga Bing, mis ei ületa üheski EMP riigis siiski 10protsendilist turuosa.
- 48 Seejärel leidis komisjon, et internetis pakutavate üldotsingu teenuste vahel ei tohiks vahet teha olenevalt sellest, kas internetikasutajad kasutavad neid arvutitest või muudest lõppseadmetest, nagu tahvelarvutid või nutitelefonid. Nii järeldaski ta, et on olemas internetis pakutavate üldotsingu teenuste turg.
- 49 Mis puudutab teiseks hinnavõrdlusteenuste turgu internetis, siis komisjon põhjendas selle olemasolu järgmiselt. Hinnavõrdlusteenused erinevad teistest internetis pakutavatest spetsialiseeritud otsingu teenustest. Nõudluse seisukohast vastab iga spetsialiseeritud otsingu teenus otsingutele, mis on keskendatud konkreetset liiki teemale, ja annab vastuse ainult selle kohta, mistõttu ei asenda erinevad spetsialiseeritud otsingu teenused üksteist. Pakkumise seisukohast on vastuste valimise kriteeriumid, andmebaaside sisu, nende operaatorite laad ja tegevusraadius, kes käitavad veebisaite, millele spetsialiseeritud otsingu teenus võib viia, ja

lepingulised suhted nendega nii erinevad olenevalt spetsialiseeritud otsingu liigist, et spetsialiseeritud otsingu teenuse pakkujal on raske pakkuda lühiajalises perspektiivis ja ilma märkimisväärsete lisakuludeta teist liiki spetsialiseeritud otsingu teenust ja seega selles osas konkurentsi pakkuda. Niisiis ei asenda erinevat liiki spetsialiseeritud otsingu teenused üksteist ka pakkumise seisukohast.

- 50 Üldistel tulemustelehtedel üldiste reklaamide kuvamise teenused (*online search advertising platforms* vaidlustatud otsuses) asendavad samuti – erinevatel põhjustel – hinnavõrdlusteenuseid vähesel määral. Komisjon on selles küsimuses esitanud peamiselt põhjused, mis on seotud neid kaht liiki teenuste väljatöötamise ja toimimisega, eelkõige asjaoluga, et internetikasutaja ei otsi spetsiaalselt reklaame, kui ta pöördub teadlikult hinnavõrdlusrühendi poole, et saada tulemusi.
- 51 Ka internetis otse müüvate müüjate teenused asendavad hinnavõrdlusteenuseid vähesel määral. Komisjon on selles küsimuses sisuliselt rõhutanud, et otsemüüjad on keskendunud kaupadele või teenustele, mida nad ise müüvad, ning et asjaolu, et internetikasutaja võib teha ostu nendelt müüjatelt, läbimata etappi, kus ta teeb otsingu hinnavõrdlusteenuse abil, ei tähenda, et need kaks teenust – mis on väga erinevad – asendavad teineteist.
- 52 Internetimüügi platvormide ehk nn müügiplatvormide teenused asendavad hinnavõrdlusteenuseid ise vähe. Selles küsimuses esitas komisjon – eelkõige Google'i mitmesugustele vastupidistele argumentidele vastates – põhjaliku analüüsi, missugused on tema arvates erinevused neid kaht liiki teenuse vahel – erinevused, mis on eelkõige seotud sellega, et need kaht liiki teenused vastavad tema sõnul internetikasutajate ja internetimüüjate erinevatele vajadustele, sh asjaolu tõttu, et hinnavõrdlusteenuste raames ei müüda vastupidi nendele platvormidele kaupu ja need ei võta seega enda peale mitmesuguseid müügiga seotud teenuseid või kohustusi.
- 53 Asjaomaste turgude geograafilise mõõtme kohta järeldas komisjon, et nii üldotsingu turud kui ka hinnavõrdluse spetsialiseeritud otsingu turud on riigisisese ulatusega. Hoolimata sellest, et veebisaiti saab külastada ükskõik millisest kohast, tuli tegurite tõttu, mis on seotud riigisisese – eelkõige keelelist laadi – eraldatusega, ja „riigisiseste“ otsingumootorite olemasolu tõttu teha niisugune järeldus, millele Google muide vastu ei vaielnud.
- 54 Seejärel märkis komisjon, et Google'ile kuulub alates 2008. aastast turgu valitsev seisund üldotsingu turul igas EMP riigis, välja arvatud Tšehhi Vabariigis, kus tal on see seisund alles alates 2011. aastast. Komisjon tugines selles küsimuses mitmesugustele teguritele. Ta tõi välja Google'i väga suured ja stabiilsed turuosad, mida on täheldatud erinevates uuringutes ja mis ületavad alates 2008. aastast peaaegu alati 80%, v.a Tšehhi Vabariigis, kus Google'ist sai vaieldamatu turuliider siiski 2011. aasta jaanuaris turuosaga üle 70%. Komisjon rõhutas Google'i konkurentide, näiteks Bingi või Yahoo väikeseid turuosasid. Ta kordas kaalutlusi, mis käsitlevad turule sisenemise tõkkeid ja mille ta esitas juba turgude määratlemise analüüsi raames, ning ta rõhutas ka, et vähesed internetikasutajad kasutavad mitut üldotsingumootorit, et Google'il on tugev maine ning et üksteisest sõltumatud internetikasutajad ei kujuta endast ostja vastasjõudu. Ta lükkas tagasi Google'i argumendid, et asjaolu, et teenus on internetikasutajatele tasuta, muudab olukorda, ning märkis, et Google'i turgu valitsev seisund eksisteerib nii lauaarvutitest tehtavate otsingute kui ka mobiilseadmetest tehtavate otsingute puhul.
- 55 Seejärel leidis komisjon, et Google oli alates erinevatest hetkedest, mis ulatusid kõige enam tagasi 2008. aasta jaanuarini, kuritarvitanud turgu valitsevat seisundit, mis tal oli 13 riigisisel üldotsingu turul EMPs, kuna ta vähendas infovoogu oma üldistelt tulemustelehtedelt

- konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse ja suurendas seda infovoogu oma hinnavõrdlusvahendisse, millel võis olla või millel tõenäoliselt oli konkurentsivastane mõju 13 vastaval riigisisisel hinnavõrdluse spetsialiseeritud otsingu turul, kuid ka nendel üldotsingu turgudel. Asjaomased riigid on Belgia, Tšehhi Vabariik, Taani, Saksamaa, Hispaania, Prantsusmaa, Itaalia, Madalmaad, Austria, Poola, Rootsi, Ühendkuningriik ja Norra.
- 56 Komisjon kirjeldas kuritarvitamist, mida Google'ile ette heidetakse, järgmisel viisil. Põhimõtete kohta märkis komisjon, et ELTL artiklis 102 ja EMP lepingu artiklis 54 sätestatud keelud võivad puudutada mitte üksnes niisuguse ettevõtja käitumist, kes soovis tugevdada oma seisundit turul, kus ta oli juba turgu valitsevas seisundis, vaid ka turgu valitsevas seisundis ettevõtja käitumist teataval turul, mille eesmärk oli laiendada oma seisundit konkurentsi moonutamisega sidusturule. Komisjon meenutas, et turgu valitsev seisund on keelatud, missugused ka ei oleks seejuures kasutatavad vahendid või meetodid ja olenemata igasugusest süüst, ning et kõnealune ettevõtja võib siiski esitada põhjenduse, mis tõendab, et tema käitumine oli objektiivselt vajalik ning et tekitatud väljatõrjuva mõju võisid tasakaalustada eelised, mis seisnevad suuremas tõhususes, mis toob kasu ka tarbijatele.
- 57 Komisjon märkis vaidlustatud otsuse osas 7.2, et käsitletaval juhul tuvastatud kuritarvitamine seisneb omaenese hinnavõrdlusvahendi soodsamas paigutuses ja kuvamises Google'i üldistel tulemustelehtedel võrreldes konkurentide hinnavõrdlusvahenditega.
- 58 Selleks et tõendada, mille poolest kujutasid need tegevused endast kuritarvitamist ja kaldusid kõrvale kaupade või teenuste omadustel põhinevast konkurentsist, kirjeldas komisjon esimesena vaidlustatud otsuse punktis 7.2.1, kuidas Google paigutas ja kuvas omaenese hinnavõrdlusvahendit soodsamalt kui konkurentide hinnavõrdlusvahendeid. Kõigepealt analüüsis komisjon, kuidas olid paigutatud ja kuvatud konkureerivad hinnavõrdlusvahendid Google'i üldistes tulemustes; seejärel, kuidas oli paigutatud ja kuvatud Google'i hinnavõrdlusvahend tema üldistel tulemustelehtedel.
- 59 Esiteks märkis komisjon konkureerivate hinnavõrdlusvahendite paigutuse kohta, et viimased ilmusid üldiste tulemuste hulgas linkide vormis, mis viisid nende tulemustelehtedele, mis võisid päringule vastata, olles samas üldiste tulemuste pingereas tagapool selliste algoritmide tulemusena, mida nimetatakse nende tulemuste „kohandamise“ algoritmideks ja milleks on eelkõige Panda-nimeline algoritm, ning seda eelkõige hinnavõrdlusvahendite omaduste ja eriti nende omaenese sisu puudumise tõttu. Komisjon märkis eelkõige, et alates nende kasutuselevõtust on kõnealuseid algoritme kohaldatud valdava osa suhtes nendest 361 hinnavõrdlusvahendist, mida Google on oma vastuses vastuväiteteatisele nimetanud (edaspidi „Google'i nimetatud 361 konkureerivat hinnavõrdlusvahendit“), ning et Ühendkuningriigis, Saksamaal, Prantsusmaal, Itaalias ja Hispaanias langes konkureerivate hinnavõrdlusvahendite silmatorkavus Google'i üldistel tulemustelehtedel, mis oli kõige kõrgem 2010. aasta lõpul ja 2011. aasta algul, ajavahemikus 2. augustist 2010 kuni 2. detsembrini 2016 järsult pärast algoritmi Panda kasutuselevõttu ja hiljem see enam ei tõusnud.
- 60 Teiseks märkis komisjon konkureerivate hinnavõrdlusvahendite kuvamise kohta, et need said ilmuda üksnes üldiste tulemustena Google'i üldistel tulemustelehtedel, st lihtsate siniste linkidena, ning et neid ei saanud seega kuvada täiustatud formaadis koos piltide ning kaupu, hindu ja müüjat puudutava lisateabega, ehkki niisugune teave suurendas klõpsude arvu (lingi aktiveerimise määra). Komisjon tõi selle väite kinnituseks esile teatava hulga asjaolusid, eelkõige uuringuid ja katseid.

- 61 Seejärel analüüsis komisjon, kuidas oli üldistel tulemustelehtedel paigutatud ja kuvatud Google'i hinnavõrdlusvahend. Mis puudutab selle paigutust, siis tuvastas komisjon kaks erinevust võrreldes konkureerivate hinnavõrdlusvahendite paigutusega, st esiteks ei kohaldatud Google'i hinnavõrdlusvahendi suhtes samu reastamise süsteeme ja eriti selliseid kohandamise algoritme nagu Panda ning teiseks, kui Google'i hinnavõrdlusvahend kuvati *box*'is, siis ilmus see väga nähtavasse kohta. Kohandamissüsteemide kohaldamise kohta märkis komisjon, et neid algoritme ei kohaldatud Google'i hinnavõrdlusvahendi suhtes hoolimata asjaolust, et sellel oli palju ühiseid omadusi konkureerivate hinnavõrdlusvahenditega, mille tõttu oleks tulemused tulnud üldistes tulemustes samamoodi allapoole paigutada. Google'i hinnavõrdlusvahendi silmatorkavuse kohta üldistel tulemustelehtedel märkis komisjon konkreetsemalt, et alates *Product Universal*'i kasutuselevõtmisest paigutas Google enamikul juhtudest omaenese hinnavõrdlusvahendi tulemused kas kõikide üldiste tulemuse kohale või esimeste üldiste tulemuste hulka, kusjuures Google'i ettevõttesisese e-kirja järgi oli eesmärk „infovoogu tugevasti suurendada“. Pärast seda, kui komisjon oli kirjeldanud *Product Universal*'i arengut aastatel 2007–2012, analüüsis ta *Shopping Unit*'i paigutust ja märkis, et see oli alati paigutatud Google'i esimeste üldiste tulemuste kohale. Komisjon rõhutas – vastates Google'i argumendile, et *Shopping Unit*'i käivitamise määr (ilmumise määr) on madal –, et selle käivitamise määr ületas enamikul juhtudel Google'i nimetatud 361 konkureeriva hinnavõrdlusvahendi käivitamise määra nii nelja esimese üldise tulemuse hulgas kui ka esimese üldise tulemusena. Komisjon esitas selle väite kinnituseks arvandmed 13 asjaomase geograafilise turu kohta.
- 62 Google'i hinnavõrdlusvahendi kuvamise kohta tuvastas komisjon, et peamine erinevus võrreldes konkureerivate hinnavõrdlusvahendite vorminguga seisneb selles, et Google'i hinnavõrdlusvahendit kuvati rikkalikumate graafiliste omadustega, sh pildid ja dünaamiline teave. Kusjuures need rikkalikumad graafilised omadused tõid komisjoni sõnul kaasa suurema klõpsude arvu Google'i puhul ja seega tema tulude kasvu. Komisjon loetles selles osas mitu asjaolu, mis tulenesid Google'i enda selgitustest ja ühe teise ettevõtja avaldustest haldusmenetluses.
- 63 Seejärel vastas komisjon argumentidele, mille Google esitas selleks, et eitada soovivat kohtlemist, mida talle süüks pandi. Komisjon esitas erinevad põhjused, miks soodustati *Product Universal*'ite ja *Shopping Unit*'ite kuvamise ja kasutamisega Google'i hinnavõrdlusvahendit. Ta leidis ka, et asjakohane ei ole argument, et Google kohaldas samu asjakohasuse kriteeriume ühelt poolt *Product Universal*'i ja üldiste tulemuste ning teiselt poolt *Shopping Unit*'i ja teiste tootereklaamide suhtes.
- 64 Tõendamaks, et kõnealused tegevused kujutavad endast tõesti kuritarvitamist, analüüsis komisjon teisenä viidatud otsuse osas 7.2.2 infovoo mahu väärtust hinnavõrdlusteenuste puhul. Komisjon märkis, et infovoo maht on mitmes mõttes oluline seoses hinnavõrdlusvahendi võimega pakkuda konkurentsi. Olles selles küsimuses tsiteerinud mitme hinnavõrdlusvahendi omanikku, kelle sõnul on infovoog spetsialiseeritud otsingumootori peamine trump, sest mitmel põhjusel on nii, et mida suurem infovoog, seda enam see suurendab spetsialiseeritud otsinguteenuste asjakohasust, kinnitas komisjon eelkõige – tuginedes paljudele avaldustele –, et spetsialiseeritud otsinguteenuse asjakohasus on pakutava teabe ulatuse ja värskusega. Suur infovoog võimaldaks hinnavõrdlusvahenditel veenda müüjaid andma neile rohkem andmeid oma kaupade kohta ning nii suurendada nende hinnavõrdluse pakkumist internetis ja seega nende tulusid. Komisjon märkis ka – viidates selles küsimuses paljudele avaldustele –, et infovoog viib õppeefektini, mis võimaldab suurendada otsingutulemuste asjakohasust ja seega

internetikasutajatele pakutava hinnavõrdlusteenuse kasulikkust. Lõpuks selgitas komisjon, et infovoog võimaldab hinnavõrdlusvahenditel teha katseid selleks, et oma otsinguteenuseid parandada ja pakkuda neid kasutavatele internetikasutajatele välja täiendavaid otsinguid.

- 65 Kolmandana märkis komisjon selleks, et tõendada, et kõnealused tegevused kujutavad endast kuritarvitamist, vaidlustatud otsuse osas 7.2.3, et need tegevused vähendavad infovoogu Google'i üldistelt tulemustelehtedelt konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse ning suurendavad infovoogu nendelt lehtedelt Google'i hinnavõrdlusvahendisse. Komisjon põhjendas seda järeldust kolme asjaoluga. Kõigepealt järeldas komisjon internetikasutajate käitumise analüüsi põhjal, et üldised tulemused tekitavad märkimisväärse infovoogu veebisaidile, kui need kuvatakse üldise tulemustelehe esimese kolme kuni viie tulemuse hulgas, sest internetikasutajad ei pööra või pööravad vähe tähelepanu järgmistele tulemustele, mis sageli otseselt ekraanile ei ilmu. Komisjon lisas, et esimesed kümme tulemust saavad endale ligikaudu 95% internetikasutajate klõpsudest. Microsofti uuringute põhjal täpsustas komisjon, et teatava lingi asetus üldiste tulemuste seas avaldab määrava tähtsusega mõju sellel lingil klõpsamise määrale, olenemata selle veebilehe asjakohasusest, millele link viib, ning et otsingutulemuse koha muutmine Google'i üldistel tulemustelehtedel avaldab olulist mõju üldotsingu tulemusena tekkivale infovoole. Seejärel märkis komisjon, et kõnealused tegevused viisid selleni, et infovoog Google'i üldistelt tulemustelehtedelt peaaegu kõikidesse konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse vähenes märkimisväärse perioodi jooksul kõigis 13 EMP riigis, kus need tegevused toimusid. Lõpuks tuvastas komisjon, et kõnealused tegevused viisid selleni, et suurenes Google'i infovoog tema oma hinnavõrdlusvahendisse. Komisjon põhjendas tuvastatud mitmesuguste asjaoludega. Ta lükkas tagasi argumendid, mille Google esitas, et vaielda vastu täheldatud infovoogu muutumistele või põhjuse-tagajärje seosele oma käitumise ja nende muutuste vahel.
- 66 Neljandaks märkis komisjon selleks, et tõendada, et kõnealused tegevused kujutavad endast kuritarvitamist, vaidlustatud otsuse osas 7.2.4, et nende tegevustega ümbersuunatud infovoog sisaldas suures osas infovoogu konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse ning et seda ei saanud tegelikult asendada teiste infovoogu allikatega, mis on praegu konkureerivate hinnavõrdlusvahendite puhul olemas, nimelt tekstreklaamid AdWords, mobiiltelefoni rakendused, otsene infovoog, suunamine teistelt partnerveebisaitidelt, sotsiaalvõrgustikud ja teised üldotsingumootorid.
- 67 Viiendaks märkis komisjon selleks, et tõendada, et kõnealused tegevused kujutavad endast kuritarvitamist, vaidlustatud otsuse osas 7.3, et nendel tegevustel on potentsiaalne konkurentsivastane mõju 13 riigisisesele hinnavõrdluse spetsialiseeritud otsingu turule ja eespool punktis 55 mainitud 13 riigisisesele üldotsingu turule. Esimeste osas soovis ta tõendada, et kõnealused tegevused võisid viia selleni, et konkureerivad hinnavõrdlusvahendid lõpetavad oma tegevuse, et neil võis olla negatiivne mõju uuendustele ning et need võisid seega vähendada tarbijate võimalusi kasutada kõige tõhusamaid teenuseid. Seega kahjustatakse nende turgude konkurentsistruktuuri. Juhuks, kui müügiplatvormid tuleks arvata nende turgude sisse, leidis komisjon, et see mõju avalduks Google'i kõige lähematele konkurentidele, st konkureerivatele hinnavõrdlusvahenditele. Mis puudutab riigisiseseid üldotsingu turge, siis komisjoni sõnul tuleneb kõnealuste tegevuste konkurentsivastane mõju sellest, et täiendavad vahendid, mis saadi Google'i hinnavõrdlusvahendist tema üldistelt tulemustelehtedelt, võimaldasid tal oma üldotsingu teenust tugevdada.
- 68 Kokkuvõttes soovis komisjon vaidlustatud otsuses tõendada, et Google paigutas oma hinnavõrdlusvahendi ja tõstis selle oma üldistel tulemustelehtedel esile soodsamalt kui konkureerivad hinnavõrdlusvahendid (vaidlustatud otsuse osa 7.2.1); et suur infovoog – teiste

sõnadega suur külastatavus – on hinnavõrdlusvahendite puhul oluline (vaidlustatud otsuse osa 7.2.2); et Google'i käitumine viis selleni, et suurenes infovoog tema enda hinnavõrdlusvahendisse ja vähenes infovoog konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse (vaidlustatud otsuse osa 7.2.3); et Google'i üldistelt tulemustelehtedelt pärinev infovoog sisaldas suures osas nende konkureerivate hinnavõrdlusvahendite infovoogu ning et seda ei saanud tegelikult asendada teistest allikatest pärit infovooga (vaidlustatud otsuse osa 7.2.4); et kõnealune tegevus võis viia selleni, et Google'i turgu valitsev seisund laieneb teistele turgudele peale selle, kus tal see seisund juba oli, nimelt hinnavõrdluse spetsialiseeritud otsingu turgudele (vaidlustatud otsuse osa 7.3.1); et isegi kui hinnavõrdlusteenused on vaja arvata laiematesse turgudesse, mis hõlmavad ka internetimüügi platvormide teenuseid, avaldub sama konkurentsivastane mõju nende turgude segmendile, mis puudutab hinnavõrdlusteenuseid, (vaidlustatud otsuse osa 7.3.2) ning et see tegevus kaitseb ka Google'i turgu valitsevat seisundit üldotsingu turgudel (vaidlustatud otsuse osa 7.3.3). Ta rõhutas eelkõige kahju, mis võib selle olukorraga tarbijate jaoks kaasneda. Komisjon lükkas tagasi argumendid, mis Google selle analüüsi kohta esitas ja mille kohaselt ei olnud kasutatud õiguslikud kriteeriumid õiged (vaidlustatud otsuse osa 7.4). Komisjon lükkas tagasi ka õigustused, millega Google püüdis tõendada, et tema tegevus ei kujuta endast kuritarvitamist (vaidlustatud otsuse osa 7.5), ning mille kohaselt oli see objektiivselt vajalik või tagasid võimalikud konkurentsipiirangud, mis sellega kaasnesid, tarbijale suurema tõhususe.

- 69 Nagu ilmneb eelkõige vaidlustatud otsuse põhjendustest 344 ja 512, seisneb tegevus, mille komisjon täpselt kindlaks määras kui Google'i seisundi kuritarvitamise allika, sisuliselt selles, et Google kuvas oma hinnavõrdlusvahendit üldistel tulemustelehtedel domineerivalt ja ligitõmbavalt spetsiaalsetes *box*'ides, ilma et oleks selle suhtes kohaldanud oma kohandamisalgoritme, mida ta kasutas üldotsingu puhul, samas kui konkureerivad hinnavõrdlusvahendid said nendel lehtedel ilmuda ainult üldotsingu tulemuste vormis (sinised lingid), kusjuures need kippusid seal olema halval kohal seetõttu, et kohaldati neid kohandamisalgoritme. Komisjon rõhutas vaidlustatud otsus põhjendustes 440 ja 537, et ta ei sea iseenesest kahtluse alla erinevaid valikukriteeriume, mille Google valis ja mida nimetati asjakohasuse kriteeriumideks, vaid asjaolu, et samu paigutamise ja kuvamise kriteeriume ei kohaldatud samal ajal nii tema hinnavõrdlusvahendi kui ka konkureerivate hinnavõrdlusvahendite suhtes. Ta täpsustas ka vaidlustatud otsuse põhjenduses 538, et ta ei sea iseenesest kahtluse alla nende hinnavõrdluse spetsialiseeritud tulemuste esiletõstmist, mida Google pidas asjakohaseks, vaid asjaolu, et samasugust esiletõstmist ei kohaldatud korraga nii tema hinnavõrdlusvahendi kui ka konkureerivate hinnavõrdlusvahendite suhtes.
- 70 Tõendatu tulemusena otsustas komisjon vaidlustatud otsuse artiklis 1, et Google Inc. ja Alphabet alates sellest hetkest, mil ta omandas kontrolli Google Inc-i üle, on rikkunud ELTL artiklit 102 ja EMP lepingu artiklit 54 eespool punktis 55 nimetatud 13 riigis, kes olid kas Euroopa Liidu liikmesriigid või teised EMP lepingu osalisriigid, ning seda alates erinevatest kuupäevadest, mil Google'i üldisele tulemustelehele lisati spetsialiseeritud tootetulemused või tootereklaamid.
- 71 Komisjon leidis, et selle olukorra tõttu tuleb kohustada Google'it tegema etteheidetavale tegevusele lõpp 90 päeva jooksul ning mitte alustama enam samaväärset tegevust, millel on sama eesmärk või samad tagajärjed. Ta rõhutas, et kuigi Google võib seda ettekirjutust järgida mitmel viisil, tuleb järgida põhimõtteid, olenemata sellest, kas Google otsustab või mitte säilitada *Shopping Unit*'id või muud hinnavõrdluse otsingu tulemuste rühmad oma üldistel tulemustelehtedel. Nende põhimõtete hulgas oli sisuliselt Google'i hinnavõrdlusvahendi ja konkureerivate hinnavõrdlusvahendite vahelise diskrimineerimise keelu põhimõte. Ettekirjutus teha etteheidetavale tegevusele lõpp on esitatud vaidlustatud otsuse artiklis 3.

- 72 Lõpuks leidis komisjon, et on põhjendatud määrata Google'ile rahaline sanktsioon. Ta meenutas, et määruse nr 1/2003 artikli 23 lõike 2 punkti a ja nõukogu 28. novembri 1994. aasta määruse (EÜ) nr 2894/94 Euroopa Majanduspiirkonna lepingu rakendamise korra kohta (EÜT 1994, L 305, lk 6) artikli 5 alusel võib ta määrata sellise sanktsiooni ettevõtjatele, kes on tahtlikult või ettevaatamatuse tõttu rikkunud ELTL artiklit 102 ja EMP lepingu artiklit 54. Ta meenutas ka määruse nr 1/2003 artikli 23 lõikes 3 esitatud rahaliste sanktsioonide määramise üldisi kriteeriume, st rikkumise raskusastet ja kestust ning viisi, kuidas ta kinnitas end neid kriteeriume kohaldavat oma suunistes määruse nr 1/2003 artikli 23 lõike 2 punkti a kohaselt määratavate trahvide arvutamise meetodi kohta (ELT 2006, C 210, lk 2; edaspidi „suunisted“).
- 73 Komisjon leidis selles küsimuses, et Google'i turgu valitsev seisund riigisisestel üldotsingu turgudel ega asjaolu, et tema tegevus kujutas endast kuritarvitamist, ei saanud Google'ile teadmata olla, isegi kui olukorra mõnda aspekti ei olnud eelnevate juhtumite raames arutatud. Google tegutses seega tahtlikult või ettevaatamatuse tõttu. Komisjon asus seisukohale, et asjaolu, et menetluse teatavas etapis arutati, kas tuvastatud konkurentsiprobleemi saaks lahendada Google'i kohustustega, ei takista määramast trahvi.
- 74 Seejärel märkis komisjon, et võttes arvesse kontrolli, mida alates 2. oktoobrist 2015 teostas Google Inc-i üle Alphabet, peab viimane olema selle kuupäevaga algava ajavahemiku osas määratava trahvi tasumise eest solidaarselt vastutav.
- 75 Seejärel määras komisjon suuniste punktides 12–19 määratletud rahalise sanktsiooni arvutamise baasiks „müügiväärtusena“ tulud, mis saadi 2016. aastal 13 riigis, kus ta etteheidetava tegevuse oli tuvastanud, tootereklaamidest *Shopping Unit*'ites või spetsialiseeritud lehel Google Shopping ja tekstreklaamidest samal lehel.
- 76 Komisjon leidis, et võttes arvesse 13 riigisisese hinnavõrdlusteenuste turu suurust ning asjaolu, et Google ei olnud asjaomastes riikides üldotsingu teenuste turul mitte üksnes turgu valitsevas seisundis, vaid oma konkurentidest turuosa poolest nii pikalt ees, peab suuniste punktides 20–23 ette nähtud raskusastme koefitsient, mis tuleb rahalise sanktsiooni kindlaksmääramisel valida, olema 10% eespool punktis 75 kirjeldatud baasist. Seejärel korrutas komisjon – nagu on ette nähtud suuniste punktis 24 – seda summat 13 asjaomasest riigist igapähe puhul, millega seoses rikkumine tuvastati, aastate arvuga, mille vältel oli rikkumine kestnud alates *Product Universal*'i kasutuselevõtmisest – või selle puudumisel *Shopping Unit*'i kasutuselevõtmisest. Komisjoni tuvastatud kestused varieerusid riigiti vahemikus 1305–3435 päeva.
- 77 Et tagada sisuliselt sanktsiooni hoiatav mõju, pidades silmas eelkõige samasuguse ulatuse ja finantsvõimekusega ettevõtjaid nagu Google – rõhutades, et tema kogukäive oli 2016. aastal 81 597 000 000 eurot –, lisas komisjon lisasumma, mis on ette nähtud suuniste punktis 25 ja vastas 10 protsendile eespool punktis 75 nimetatud baasist, ning kohaldas saadud summa suhtes kordajat 1,3. Ta ei võtnud arvesse raskendavaid ega kergendavaid asjaolusid, mis oleksid õigustanud trahvi suurendamist või vähendamist.
- 78 Nii määras komisjon vaidlustatud otsuse artikliga 2 Google Inc-ile rahalise sanktsiooni summas 2 424 495 000 eurot, millest 523 518 000 eurot solidaarselt Alphabetiga.

## II. Menetlus

- 79 Google esitas hagi, mis saabus Üldkohtu kantseleisse 11. septembril 2017.



- 80 Bureau européen des unions de consommateurs (Euroopa Tarbijaliitude Amet, edaspidi „BEUC“) esitas 28. novembril 2017 Üldkohtu kantseleisse avalduse menetlusse astumiseks komisjoni nõuete toetuseks.
- 81 Connexity Inc., Connexity UK Ltd, Connexity Europe GmbH ja Pricegrabber.com esitasid 4. detsembril 2017 Üldkohtu kantseleisse avalduse menetlusse astumiseks komisjoni nõuete toetuseks.
- 82 Infederation Ltd (edaspidi „Foundem“) esitas 7. detsembril 2017 Üldkohtu kantseleisse avalduse menetlusse astumiseks komisjoni nõuete toetuseks.
- 83 EFTA järelevalveamet ja Initiative for a Competitive Online Marketplace esitasid 11. detsembril 2017 Üldkohtu kantseleisse avalduse menetlusse astumiseks komisjoni nõuete toetuseks.
- 84 Prestige Gifting Ltd esitas 19. detsembril 2017 Üldkohtu kantseleisse avalduse menetlusse astumiseks Google'i nõuete toetuseks.
- 85 Kelkoo esitas 19. detsembril 2017 Üldkohtu kantseleisse avalduse menetlusse astumiseks komisjoni nõuete toetuseks.
- 86 Computer & Communication Industry Association (edaspidi „CCIA“) esitas 20. detsembril 2017 Üldkohtu kantseleisse avalduse menetlusse astumiseks Google'i nõuete toetuseks.
- 87 Consumer Watchdog, Yelp Inc., Verband Deutscher Zeitschriftenverleger eV (edaspidi „VDZ“), Visual Meta GmbH, BDZV – Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger eV, varem Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger eV (edaspidi „BDZV“), Saksamaa Liitvabariik, Open Internet Project (OIP) ja Twenga esitasid 20. detsembril 2017 Üldkohtu kantseleisse avalduse menetlusse astumiseks komisjoni nõuete toetuseks.
- 88 FairSearch esitas 21. detsembril 2017 Üldkohtu kantseleisse avalduse menetlusse astumiseks Google'i nõuete toetuseks.
- 89 Komisjon esitas kostja vastuse 31. jaanuaril 2018.
- 90 StyleLounge GmbH esitas 20. märtsil 2018 Üldkohtu kantseleisse avalduse menetlusse astumiseks komisjoni nõuete toetuseks.
- 91 Google ja komisjon palusid 23. märtsi 2018. aasta kirjaga vastavalt Üldkohtu kodukorra artiklile 144, et teata vaid toimiku materjale ei edastataks nende konfidentsiaalsuse tõttu menetlusse astujatele. Google ja komisjon esitasid seejuures sisu poolest identsed taotlused kõikide isikute kohta, kes olid esitanud avalduse menetlusse astumiseks, sh EFTA järelevalveamet.
- 92 Google esitas repliigi 7. mail 2018.
- 93 Üldkohtu üheksanda koja president jättis 16. mai 2018. aasta kohtumäärusega Google ja Alphabet vs. komisjon (T-612/17, ei avaldata, EU:T:2018:292) rahuldamata StyleLounge'i avalduse menetlusse astumiseks, kuna avaldus oli esitatud hilinemisega.
- 94 Komisjon esitas vasturepliigi 20. juulil 2018.

- 95 Üldkohtu menetlust korraldava meetme tulemusena, mille eesmärk oli vähendada toimiku materjalide konfidentsiaalsena käsitlemise taotluste ulatust, esitasid Google ja komisjon kõikide menetluse astumise avalduste suhtes 28. septembril 2018 läbivaadatud konfidentsiaalsena käsitlemise taotlused, mis puudutasid hagiavaldust ja kostja vastust, seejärel 12. oktoobril 2018 konfidentsiaalsena käsitlemise taotlused, mis puudutasid repliiki ja vasturepliiki. Need taotlused olid samuti sisu poolest identsed kõikide isikute puhul, kes olid esitanud avalduse menetluse astumiseks.
- 96 Üldkohtu üheksanda koja president jättis 7. detsembri 2018. aasta kohtumäärusega Google ja Alphabet vs. komisjon (T-612/17, ei avaldata, EU:T:2018:978), 7. detsembri 2018. aasta kohtumäärusega Google ja Alphabet vs. komisjon (T-612/17, ei avaldata, EU:T:2018:982), 7. detsembri 2018. aasta kohtumäärusega Google ja Alphabet vs. komisjon (T-612/17, ei avaldata, EU:T:2018:996), 7. detsembri 2018. aasta kohtumäärusega Google ja Alphabet vs. komisjon (T-612/17, ei avaldata, EU:T:2018:1001) ning 7. detsembri 2018. aasta kohtumäärusega Google ja Alphabet vs. komisjon (T-612/17, ei avaldata, EU:T:2018:1002) rahuldamata Prestige Giftingu, FairSearchi, Consumer Watchdogi, Yelpi, Connexity, Connexity UK, Connexity Europe'i ning Pricegrabber.com-i ja Initiative for a Competitive Online Marketplace'i avaldused menetluse astumiseks sel põhjusel, et nad ei tõendanud oma huvi vaidluse lahenduse vastu.
- 97 Üldkohtu üheksanda koja president rahuldab 17. detsembri 2018. aasta kohtumäärusega Google ja Alphabet vs. komisjon (T-612/17, ei avaldata, EU:T:2018:1007), 17. detsembri 2018. aasta kohtumäärusega Google ja Alphabet vs. komisjon (T-612/17, ei avaldata, EU:T:2018:1008), 17. detsembri 2018. aasta kohtumäärusega Google ja Alphabet vs. komisjon (T-612/17, ei avaldata, EU:T:2018:1009), 17. detsembri 2018. aasta kohtumäärusega Google ja Alphabet vs. komisjon (T-612/17, ei avaldata, EU:T:2018:1010), 17. detsembri 2018. aasta kohtumäärusega Google ja Alphabet vs. komisjon (T-612/17, ei avaldata, EU:T:2018:1011), 17. detsembri 2018. aasta kohtumäärusega Google ja Alphabet vs. komisjon (T-612/17, ei avaldata, EU:T:2018:1028) ning 17. detsembri 2018. aasta kohtumäärusega Google ja Alphabet vs. komisjon (T-612/17, ei avaldata, EU:T:2018:1029) BEUC, Foundemi, CCIA, VDZ, BDZV, Visual Meta, Twenga, EFTA järelevalveameti, Kelkoo ja Saksamaa Liitvabariigi avaldused menetluse astumiseks. Nendes kohtumäärustes jäeti otsuse tegemine menetluse astumistega seotud kohtukulude kohta edaspidiseks.
- 98 Üldkohtu üheksanda koja president jättis 17. detsembri 2018. aasta kohtumäärusega Google ja Alphabet vs. komisjon (T-612/17, ei avaldata, EU:T:2018:1005) rahuldamata OIP avalduse menetluse astumiseks sel põhjusel, et viimane ei olnud tõendanud oma huvi vaidluse lahenduse vastu.
- 99 Kohtumäärustes, millega avaldused menetluse astumiseks rahuldati, jäeti otsuse tegemine konfidentsiaalsena käsitlemise taotluste põhjendatuse kohta edaspidiseks ning BEUC-le, Foundemile, CCIA-le, VDZ-le, BDZV-le, Visual Metale, Twengale, EFTA järelevalveametile, Kelkoole ja Saksamaa Liitvabariigile edastati menetlusdokumentide mittekonfidentsiaalne versioon, oodates nende võimalikke seisukohti konfidentsiaalsena käsitlemise taotluste kohta.
- 100 Foundem vaidles 15. jaanuaril 2019 Google'i konfidentsiaalsena käsitlemise taotlustele osaliselt vastu.

- 101 EFTA järelevalveamet märkis 15. jaanuaril 2019 ja seejärel sama aasta 25. jaanuaril, et leiab, et teda puudutavas osas on komisjoni ja Google'i konfidentsiaalsena käsitlemise taotlused tervikuna või osaliselt esemetud või põhjendamatud. Ta täpsustas siiski, et ta ei nõua, et talle edastataks toimiku materjalide konfidentsiaalsed versioonid.
- 102 Üldkohtu üheksanda koja president rahuldab 11. aprilli 2019. aasta kohtumäärusega Google ja Alphabet *vs.* komisjon (T-612/17, ei avaldata, EU:T:2019:250) esiteks mõned läbivaadatud konfidentsiaalsena käsitlemise taotlused hagiavalduses ja kostja vastuses esitatud teabe osas ning teiseks mõned konfidentsiaalsena käsitlemise taotlused repliigis ja vasturepliigis esitatud teabe osas. Ülejäänud osas jättis ta konfidentsiaalsena käsitlemise taotlused rahuldamata. Seega anti Google'ile ja komisjonile tähtaeg, et edastada teatavate menetluskohade uued mittekonfidentsiaalsed versioonid, ning Foundemile anti tähtaeg, et ta saaks oma menetluse astuja seisukohta täiendada, võttes arvesse asjaolusid, mis tunnistati mittekonfidentsiaalseks. Vastuseks seisukohtadele, mille esitas EFTA järelevalveamet, kes oli tuginenud oma eriseisundile haldusmenetlustes, mille tulemusena tehakse niisugused komisjoni otsused nagu vaidlustatud otsus, millega tuvastatakse EMP lepingus sätestatud konkurentsieeskirjade rikkumine, märkis Üldkohtu üheksanda koja president, et Üldkohtus kohaldatava kohtumenetluse raames kehtivad selle asutuse suhtes samad nõuded nagu teiste menetluse astujate suhtes ning et käsitletava juhtumi asjaoludel peab ta jätma tema seisukohad tähelepanuta.
- 103 BEUC, Foundem, CCIA, VDZ, BDZV, Visual Meta, Twenga, EFTA järelevalveamet, Kelkoo ja Saksamaa Liitvabariik esitasid igäüks oma menetluse astuja seisukohad 15. märtsil 2019 ning Foundem esitas 11. juunil 2019 täiendavad menetluse astuja seisukohad. Komisjon esitas 20. mail 2019 seisukohad CCIA menetluse astuja seisukohtade kohta ning Google 21. juunil 2019 seisukohad BEUC, CCIA, VDZ, BDZV, Visual Meta, Twenga, EFTA järelevalveameti, Kelkoo ja Saksamaa Liitvabariigi (kuid mitte Foundemi) menetluse astuja seisukohtade kohta ning konkreetselt Foundemi menetluse astuja seisukohtade kohta 1. juulil 2019.
- 104 Üldkohus otsustas üheksanda koja ettepanekul 10. juulil 2019 kodukorra artikli 28 alusel suunata asja laiendatud kohtukoosseisule.
- 105 Komisjon ja Google palusid vastavalt 9. ja 23. augusti 2019. aasta kirjadega, et teatavaid andmeid seisukohtades, mille Google mitme menetluse astuja seisukohtade kohta esitas, ei edastataks nende konfidentsiaalsuse tõttu BEUC-le, Foundemile, CCIA-le, VDZ-le, BDZV-le, Visual Metale, Twengale, EFTA järelevalveametile, Kelkoole ja Saksamaa Liitvabariigile.
- 106 BEUC ja Kelkoo vaidlesid vastavalt 5. ja 10. septembril 2019 vastu mõnele Google'i konfidentsiaalsena käsitlemise taotlusele, mis puudutavad tema seisukohti nende menetluse astuja seisukohtade kohta.
- 107 Üldkohtu üheksanda koja (laiendatud koosseisus) president leidis 8. oktoobri 2019. aasta kohtumäärusega Google ja Alphabet *vs.* komisjon (T-612/17, ei avaldata, EU:T:2019:770), et eespool punktis 105 mainitud konfidentsiaalsena käsitlemise taotluste kohta, millele vastu ei vaieldud, ei ole vaja seisukohta võtta, ning mis puudutab konfidentsiaalsena käsitlemise taotlusi, millele vaieldi vastu, siis ta rahuldab mõne nendest BEUC, CCIA, VDZ, BDZV, Visual Meta, Twenga, EFTA järelevalveameti, Kelkoo ja Saksamaa Liitvabariigi osas, rahuldab veel mõne, v.a Kelkoo suhtes, ning jättis mõne rahuldamata.

- 108 Üldkohus (üheksas koda laiendatud koosseisus) otsustas ettekandja-kohtuniku ettekande alusel avada menetluse suulise osa ning palus põhimenetlusosalistel kodukorra artikli 89 lõigete 2 ja 3 alusel vastata mitmele küsimusele kas kirjalikult või kohtuistungil.
- 109 Komisjon ja Google vastasid vastavalt 21. ja 22. jaanuaril 2020 Üldkohtu küsimustele, mis eeldasid kirjalikku vastust. Google taotles, et tema vastuse teatavaid andmeid ei edastataks nende konfidentsiaalsuse tõttu BEUC-le, Foundemile, CCIA-le, VDZ-le, BDZV-le, Visual Metale, Twengale, EFTA järelevalveametile, Kelkoole ja Saksamaa Liitvabariigile.
- 110 BDZV vaidles 5. veebruaril 2020 vastu mõnele Google'i konfidentsiaalsena käsitlemise taotlusele, mis puudutasid tema kirjalikku vastust Üldkohtu küsimustele, aga ka kostja vastuse ja repliigi lisasid.
- 111 Üldkohtu üheksanda koja (laiendatud koosseisus) president jättis 10. veebruari 2020. aasta kohtumäärusega Google ja Alphabet vs. komisjon (T-612/17, ei avaldata, EU:T:2020:69) vastuvõetamatuse tõttu läbi vaatamata mittekonfidentsiaalseks tunnistamise taotlused, mille BDZV esitas kostja vastuse ja repliigi lisade kohta, leides, et eespool punktis 109 nimetatud konfidentsiaalsena käsitlemise taotluste kohta, millele ei ole vastu vaieldud, ei ole vaja seisukohta võtta, ning taotlused, millele vaieldi vastu, ta rahuldas.
- 112 Kohtuistung toimus 12.–14. veebruaril 2020 pärast seda, kui koja presidendi ja ettekandja-kohtuniku ettevalmistava koosoleku tulemusena, mis toimus põhimenetlusosalistega 15. jaanuaril 2020 kodukorra artikli 89 alusel, nõustusid viimased tunnistama osa toimiku materjalidest mittekonfidentsiaalseks BEUC, Foundemi, CCIA, VDZ, BDZV, Visual Meta, Twenga, EFTA järelevalveameti, Kelkoo, Saksamaa Liitvabariigi ja üldsuse suhtes.

### III. Poolte nõuded

- 113 Google palub Üldkohtul:
- esimese võimalusena tühistada vaidlustatud otsus;
  - teise võimalusena tühistada trahv või vähendada selle summat oma täielikku pädevust kasutades;
  - igal juhul mõista kohtukulud välja komisjonilt;
  - jätta BEUC, Foundemi, VDZ, BDZV, Visual Meta, Twenga, EFTA järelevalveameti, Kelkoo ja Saksamaa Liitvabariigi menetlusse astumisega seotud kohtukulud nende endi kanda.
- 114 Komisjon palub Üldkohtul:
- jätta hagi rahuldamata;
  - mõista kohtukulud välja Google'ilt;
  - jätta CCIA menetlusse astumisega seotud kohtukulud tema enda kanda.

- 115 CCIA palub Üldkohtul tühistada vaidlustatud otsus ja jätta komisjoni menetlusse astumisega seotud kohtukulud tema enda kanda.
- 116 Saksamaa Liitvabariik palub Üldkohtul jätta hagi rahuldamata.
- 117 BEUC palub Üldkohtul jätta hagi rahuldamata ja jätta Google'i menetlusse astumisega seotud kohtukulud tema enda kanda.
- 118 Foundem, Kelkoo, VDZ, Visual Meta, BDZV ja Twenga paluvad Üldkohtul jätta hagi rahuldamata ja mõista kohtukulud välja Google'ilt.

#### IV. Õiguslik käsitus

##### A. Sissejuhatavad märkused

- 119 Kohe alguses tuleb rõhutada, et Google ei vaidle vastu sellele, et tal on turgu valitsev seisund 13 riigisisesele üldotsingu turul, mis vastavad riikidele, mille osas leidis komisjon, et ta kuritarvitas seda seisundit. See teave on kõikide järgnevate analüüside eeldus.

##### *1. Väidete ja argumentide analüüsimise järjekord käesolevas kohtuasjas*

- 120 Google esitab kuus väidet, mille kohaselt tuleks vaidlustatud otsus tühistada ning mida ta kirjeldab järgmiselt:

„Esimene ja teine väide tõendavad, et otsuses on ekslikult järeldatud, et Google soodustab oma hinnavõrdlusteenust, kuvades *Product Universal*'eid ja *Shopping Unit*'eid. Kolmas väide selgitab, et otsus on ekslik osas, milles on leitud, et *Product Universal*'ite ja *Shopping Unit*'ite paigutuse ja kuvamisega suunati Google'i otsingu infovoogu kõrvale. Neljanda väitega tõendatakse, et otsuses sisalduv spekulatsioon konkurentsivastaste tagajärgede kohta on alusetu. Viies väide näitab, et otsuses on kuritarvitamiseks ekslikult kvalifitseeritud kvalitatiivsed parandused, mis kujutavad endast kaupade või teenuste omadustel põhinevat konkurentsi. Kuues väide näitab, et põhjendused, mille tõttu määrati otsusega trahv, on alusetud.“

- 121 Üldkohus märgib, et Google'i argumendid sisaldavad palju faktilisi ja tehnilisi asjaolusid ning õiguslikku laadi kriitikat, mida on korratud erinevate väidete põhjendamiseks. Üldkohus käsitleb Google'i väiteid ja argumente järgmises järjekorras.

- 122 Kõigepealt analüüsib Üldkohus käesoleva osa jaotises B, mis puudutab esimese võimalusena esitatud nõudeid, punktis 1 Google'i argumente, mille kohaselt kujutavad tegevused, mille komisjon kahtluse alla seab, tegelikult tema veebiotsingu teenuse kvalitatiivseid parandusi (viies väide), millest tuleneb esiteks, et Google ei saanud panna toime kuritarvitamist, sest komisjon ei ole nende paranduste juures välja toonud asjaolusid, mis kalduksid kõrvale kaupade või teenuste omadustel põhinevast konkurentsist, ning teiseks, et kuna komisjon ei suutnud neid asjaolusid välja tuua, sundis ta tegelikult Google'ile peale tarnekohustuse, täitmata 26. novembri 1998. aasta kohtuotsuses Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569) nõutud rangeid tingimusi. Google'i sõnul sundis komisjon teda täpsemalt tagama oma konkurentidele juurdepääsu oma teenustele, nagu need oleksid mingi „esmatähtis vahend“, mis on neile hädavajalik, tõendamata, et Euroopa Kohtu praktikas sellega seoses nõutavad tingimused on täidetud. Ikka Google'i argumentide raames, mis

käsitlevad kaupade või teenuste omadustel põhinevat konkurentsi, analüüsitakse argumenti, et tal ei olnud sisuliselt mingit konkurentsivastast eesmärki, kui ta hakkas käesolevas asjas kasutama asjaomaseid spetsialiseeritud tulemusi, sest need kujutasid endast tema otsinguteenuse kvalitatiivseid parandusi. Seda esimese väite esimeses osas esitatud argumenti analüüsitakse ka jaotise B punkti 1 all.

- 123 Nii analüüsib Üldkohus jaotise B punkti 1 all selle „soosiva kohtlemise“ kui õigusliku kvalifikatsiooni õiguspärasust, mille komisjon ELTL artikli 102 alusel tuvastas, ja küsimust, kas komisjon toimis õigesti, kui valis niisuguse kuritarvitamise kontseptsiooni, mille kohaselt heidetakse turgu valitsevas seisundis ettevõtjale sisuliselt ette, et ta soodustab omaenese teenust oma konkurentide teenuste kahjuks.
- 124 Seejärel analüüsib Üldkohus käesoleva osa jaotise B punkti 2 all, kas selle kvalifikatsiooni tinginud erinev kohtlemine on tõesti olemas, st kas eksisteeris diskrimineerimine, mille Google tekitas omaenese spetsialiseeritud otsingu teenuse kasuks, ning seda ajavahemikus, mis vastab *Product Universal*'i (esimene väide) kasutuselevõtule, ja ajavahemikus, mis vastab *Shopping Unit*'i kasutuselevõtule (teine väide).
- 125 Seejärel analüüsib Üldkohus käesoleva osa jaotise B punkti 3 all Google'i kolmandat ja neljandat väidet, mille kohaselt ei olnud etteheidetaval tegevusel konkurentsivastast mõju.
- 126 Lõpuks käsitleb Üldkohus käesoleva osa jaotise B punkti 4 all Google'i esitatud esimese ja teise väite kolmandaid osi, mille kohaselt oli etteheidetav tegevus objektiivselt põhjendatud ega olnud seega ELTL artikliga 102 vastuolus.
- 127 Olles teinud käesoleva osa jaotise B punkti 5 all sisulise järelduse, analüüsib Üldkohus käesoleva kohtuotsuse jaotises C Google'i kuuendat väidet, et rahaline sanktsioon on igal juhul põhjendamatu ja vähemalt liiga suur.

## **2. Üldkohtu kontrolli ulatus käesolevas kohtuasjas**

- 128 Üldkohus meenutab kõigepealt selle kontrolli ulatust, mida liidu kohus teostab komisjoni tehtud ELTL artikli 102 kohaldamise otsuste üle.
- 129 Üldkohtu kohtulik kontroll sisaldab ELTL artiklis 263 ette nähtud kontrolli institutsioonide aktide õiguspärasuse üle, mida võib ELTL artikli 261 alusel täiendada täielik pädevus määratud sanktsioonide küsimuses (vt selle kohta 21. jaanuari 2016. aasta kohtuotsus Galp Energía España jt vs. komisjon, C-603/13 P, EU:C:2016:38, punkt 71).
- 130 Nagu Euroopa Kohus on täpsustanud, hõlmab ELTL artiklis 263 ette nähtud õiguspärasuse kontrolli ulatus ELTL artiklite 101 ja 102 kohaldamise menetlusi käsitlevate komisjoni otsuste kõiki elemente, mille põhjaliku kontrollimise Üldkohus tagab nii õiguslikust kui ka faktilisest aspektist lähtuvalt hagejate esitatud väidetest ning võttes arvesse kõiki viimaste esitatud tõendeid, olgu need tehtud otsusest varasemad või hilisemad, olgu need esitatud eelnevalt haldusmenetluses või esimest korda Üldkohtu menetluses, niivõrd kuivõrd need tõendid on komisjoni otsuse õiguspärasuse kontrollimisel asjakohased (21. jaanuari 2016. aasta kohtuotsus Galp Energía España jt vs. komisjon, C-603/13 P, EU:C:2016:38, punkt 72; vt selle kohta ka 26. septembri 2018. aasta kohtuotsus Infineon Technologies vs. komisjon, C-99/17 P, EU:C:2018:773, punkt 48).

- 131 Euroopa Kohus on leidnud, et kuigi komisjonil on kaalutlusruum majandusküsimustes, ei tähenda see, et liidu kohus peaks hoiduma kontrollimast, kuidas on komisjon majandusliku sisuga andmeid tõlgendanud. Liidu kohus peab muu hulgas kontrollima mitte ainult esitatud tõendite tegelikkusele vastavust, usaldatavust ja omavahelist seotust, vaid ka seda, kas kogutud tõendid sisaldavad kogu asjakohast teavet, mida keerulise olukorra hindamisel tuleb arvesse võtta, ja kas kõnealused tõendid toetavad järeldusi, mis nende põhjal on tehtud (15. veebruari 2005. aasta kohtuotsus komisjon *vs.* Tetra Laval, C-12/03 P, EU:C:2005:87, punkt 39; 8. detsembri 2011. aasta kohtuotsus Chalkor *vs.* komisjon, C-386/10 P, EU:C:2011:815, punkt 54, ning 10. juuli 2014. aasta kohtuotsus Telefónica ja Telefónica de España *vs.* komisjon, C-295/12 P, EU:C:2014:2062, punkt 54). Kui komisjon omistab tegevuse kvalifitseerimisel ELTL artiklist 102 lähtudes tegelikku tähtsust majandusanalüüsile, on liidu kohus kohustatud analüüsima kõiki argumente, mida ettevõtja, kellele on sanktsioon määratud, on selle analüüsi kohta esitanud (vt selle kohta 6. septembri 2017. aasta kohtuotsus Intel *vs.* komisjon, C-413/14 P, EU:C:2017:632, punktid 141–144).
- 132 Lisaks ilmneb Euroopa Kohtu praktikast, et konkurentsioiguse valdkonnas on komisjon rikkumise esinemist käsitleva vaidluse korral kohustatud tõendama rikkumisi, mille ta on tuvastanud, ja esitama tõendid, mis õiguslikult piisavalt annavad tunnistust sellest, et rikkumise koosseisu kuuluvad asjaolud on aset leidnud. Kohtu kahtluse korral tuleb seda tõlgendada ettevõtja kasuks, kes on rikkumise tuvastamise otsuse adressaat (22. novembri 2012. aasta kohtuotsus E.ON Energie *vs.* komisjon, C-89/11 P, EU:C:2012:738, punktid 71 ja 72, ning 16. veebruari 2017. aasta kohtuotsus Hansen & Rosenthal ja H&R Wax Company Vertrieb *vs.* komisjon, C-90/15 P, ei avaldata, EU:C:2017:123, punktid 17 ja 18).
- 133 Kuigi asutus, kes väidab, et rikutud on konkurentsieeskirju, on kohustatud seda ka tõendama, peab see ettevõtja, kes esitab kaitseväite nende eeskirjade rikkumise tuvastamise vastu, tõendama, et selle kaitseväitega tuleb nõustuda, mistõttu peab kõnealune asutus seega tuginema muudele tõenditele vaidlustatud otsuses. Lisaks sellele tuleb märkida, et kuigi tõendamiskoormis lasub nende põhimõtete kohaselt kas komisjonil või asjaomasel ettevõtjal, võivad ühe poole esitatud faktilised asjaolud kohustada teist poolt esitama selgitust või põhjendust, ilma milleta võib järeldada, et tõendamismõõdud on täidetud (vt selle kohta 17. juuni 2010. aasta kohtuotsus Lafarge *vs.* komisjon, C-413/08 P, EU:C:2010:346, punktid 29 ja 30 ning seal viidatud kohtupraktika).
- 134 Seega, kui komisjon tugineb tõenditele, mis on põhimõtteliselt rikkumise toimepanemise tõendamiseks piisavad, ei saa asjaomane ettevõtja piirduda viitega võimalusele, et esineda võis asjaolu, mis võis mõjutada nende tõendite tõenduslikku jõudu, selleks et komisjonil tekiks kohustus tõendada, et see asjaolu ei saanud tõendite tõenduslikku jõudu mõjutada. Vastupidi, välja arvatud juhul, kui ettevõtja ei saa seda tõendit esitada komisjoni enda tegevuse tõttu, peab see ettevõtja õiguslikult piisavalt tõendama esiteks, et tema viidatud asjaolu esines, ja teiseks, et see asjaolu seab kahtluse alla nende tõendite tõendusliku jõu, millele tugineb komisjon (22. novembri 2012. aasta kohtuotsus E.ON Energie *vs.* komisjon, C-89/11 P, EU:C:2012:738, punkt 76).
- 135 Lõpuks tuleb meenutada, et Euroopa Kohus ja Üldkohus ei või nii või teisiti ELTL artiklis 263 ette nähtud õiguspärasuse kontrolli teostades asendada asjaomase õigusakti vastuvõtja põhjendusi enda omadega (27. jaanuari 2000. aasta kohtuotsus DIR International Film jt *vs.* komisjon, C-164/98 P, EU:C:2000:48, punkt 38; 24. jaanuari 2013. aasta kohtuotsus Frucona Košice *vs.* komisjon, C-73/11 P, EU:C:2013:32, punkt 89, ning 21. jaanuari 2016. aasta kohtuotsus Galp

Energía España jt vs. komisjon, C-603/13 P, EU:C:2016:38, punkt 73). Kuna vaidlustatud otsuse õiguspärasuse kontroll puudutab põhjendusi, mis on esitatud selles otsuses, ei saa kohus ei omal algatusel ega haldusasutuse taotlusel lisada põhjendusi nendele, mida on selles otsuses kasutatud.

## **B. Esimese võimalusena esitatud nõue tühistada vaidlustatud otsus**

### ***1. Viies väide ja esimese väite esimene osa, mille kohaselt on kõnealused tegevused kaupade või teenuste omadustel põhineva konkurentsiga kooskõlas***

- 136 Nagu on märgitud eespool punktides 122 ja 123, kinnitab Google kõigepealt viienda väite esimeses osas, et vaidlustatud otsuses ei ole tema tegevuses, mis seisnes selles, et ta tegi oma veebiotsingu teenuses kvalitatiivseid parandusi, ära näidatud asjaolusid, mis kalduvad kaupade või teenuste omadustel põhinevast konkurentsist kõrvale.
- 137 Seejärel väidab Google viienda väite teises osas, et vaidlustatud otsuses etteheidetud tegevus kujutab endast tegelikult teenuse osutamise keeldumist, sest komisjon heidab talle ette, et ta ei taganud konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemustele juurdepääsu oma „tehnoloogiatele ja disainile“ ning eelkõige *box*'idele, mis paiknesid tema üldiste tulemustelehtede ülaosas. Selle tuvastamiseks, et niisugune tegevus on vastuolus ELTL artikliga 102, oleks komisjon aga pidanud tõendama, et on täidetud 26. novembri 1998. aasta kohtuotsuses Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569) kindlaks määratud tingimused, mida ta ei teinud. Kõneldes soosivast kohtlemisest, püüdis komisjon nii tegelikult mööda hiilida tingimustest, mida teenuse osutamisest keeldumise suhtes kohaldatakse, ning rikkus nõnda oma otsusega õigusnormi.
- 138 Lõpuks väidab Google esimese väite esimeses osas, et vaidlustatud otsusega on moonutatud põhjuseid, miks spetsialiseeritud tootetulemused kasutusele võeti. Google ei viinud tootetulemuste rühmi sisse selleks, et suunata infovoog oma hinnavõrdlusvahendisse, nagu väidab komisjon, vaid selleks, et parandada oma tulemuste kvaliteeti ja kuvamist kasutajate jaoks.

### ***a) Viienda väite esimene osa, mille kohaselt kujutasid kõnealused tegevused endast kvalitatiivseid parandusi, mis kuuluvad kaupade või teenuste omadustel põhineva konkurentsi valdkonda ja mida ei saa kvalifitseerida kuritarvitamiseks***

#### ***1) Poolte argumendid***

- 139 Google väidab oma viienda väite esimeses osas, et etteheidetavad tegevused kujutavad endast kvalitatiivseid parandusi, mis kuuluvad kaupade või teenuste omadustel põhineva konkurentsi valdkonda ja mida ei saa kvalifitseerida kuritarvitamiseks.
- 140 Esimeses aspektis viitab Google eelkõige 13. veebruari 1979. aasta kohtuotsusele Hoffmann-La Roche vs. komisjon (85/76, EU:C:1979:36, punkt 91), 3. juuli 1991. aasta kohtuotsusele AKZO vs. komisjon (C-62/86, EU:C:1991:286, punkt 70) ja 14. oktoobri 2010. aasta kohtuotsusele Deutsche Telekom vs. komisjon (C-280/08 P, EU:C:2010:603, punkt 177), väitmaks, et Euroopa Kohus eristab turgu valitsevas seisundis ettevõtjate puhul konkurentsivastaseid kuritarvitusi ja konkurentsi soodustavat tegevust, mis kujutab endast „tavapärasest“ ehk „kaupade või teenuste omadustel põhinevat“ konkurentsi.



- 141 Nii on kõikides kohtuasjades, milles tehti eespool punktis 140 viidatud kohtuotsused, keskseks küsimuseks see, kas ettevõtjatel on õigus kasutada kõiki „tavapäraseid“ vahendeid, et osaleda konkurentsist ja võita endale turuosasid. See tähendaks Google'i jaoks õigust „paremini pakkuda“ konkurentsi nii, et ta parandab oma spetsialiseeritud otsingu tehnoloogiate ja teenuste kvaliteeti loomulike tootetulemuste ja tootereklaamide puhul, mis on kättesaadavad tema üldotsingu lehelt. CCIA rõhutab selles küsimuses, et veebisaidi „disaini“ arendamine ja parandamine on osa konkurentsiprotsessist. Need arengud vastavad tema sõnul nii tarbijate kui ka reklaamijate ootustele. Veebisaidi kvaliteet on digitehnoloogia turgudel konkurentsi võtmetegur. CCIA lisab, et tänapäeva majanduses toimub vertikaalne integratsioon kõikjal ja see on majanduslikult vaatevinklist üldiselt positiivne.
- 142 Google'i sõnul ei sisalda vaidlustatud otsuses esitatud teooria aga midagi, mis võimaldaks eristada tema tegevusi kaupade või teenuste omadustel põhinevast konkurentsist. Väide, et Google kasutas soosivat kohtlemist, ja potentsiaalse mõju eeldamine ei muuda midagi selles, et rühmitatud kaupade tulemused ja reklaamid parandasid tema üldotsingu teenuse kvaliteeti. Kuvades oma üldistel tulemustelehtedel niisuguseid „disainilahendusi“ ja arendades välja vastavaid uuenduslikke tehnoloogiaid, pakkus Google üldotsingu turul kaupade või teenuste omadustel põhinevat konkurentsi.
- 143 Komisjon püüab tema sõnul nendest faktilistest asjaoludest mööda vaadata, väites vaidlustatud otsuse põhjenduses 334, et „turgu valitsevas seisundis äriühingu tegevus teataval turul“ võib olla kuritarvitamine, kui sellega „püütakse laiendada seda seisundit eraldiseisvale turule, mis on siiski sidusturg“. Ta väidab vaidlustatud otsuse põhjenduses 652, et selle reegli kohaldamine kaupade ja teenuste parandamise suhtes on kooskõlas olemasoleva kohtupraktikaga. Seega piirdus komisjon Google'i meelest sellega, et leidis, et tema tegevuse eesmärk oli laiendada oma turgu valitsevat seisundit „võimendusefektiga“ selle turu sidusturgudele, kus tal oli turgu valitsev seisund, võtmata arvesse asjaolu, et see tegevus seisnes tema teenuste parandamises ega kaldunud kõrvale „tavapärasest“ ehk „kaupade või teenuste omadustel põhinevast“ konkurentsist.
- 144 Kohtupraktikast ilmneb aga, et mis tahes väljatõrjuv mõju ei pruugi konkurentsi kahjustada, sest kaupade või teenuste omadustel põhinev konkurentss võib viia vähem tõhusate konkurentide kadumise või marginaliseerumiseni. Google viitab sellega seoses 27. märtsi 2012. aasta kohtuotsusele *Post Danmark (C-209/10, EU:C:2012:172, punkt 22)* ja 6. septembri 2017. aasta kohtuotsusele *Intel vs. komisjon (C-413/14 P, EU:C:2017:632, punkt 134)*. See väide on õige mitte üksnes siis, kui niisugune mõju avaldub turul, kus asjaomasel ettevõtjal on turgu valitsev seisund, vaid ka siis, kui see avaldub mõnel teisel turul. Mõistagi ei „immuniseeri“ teenuse parandamine turgu valitseva seisundi kuritarvitamiseks kvalifitseerimise vastu, kuid kuna käsitletaval juhul ei näidanud komisjon ära sellele „võimendusefektile“ lisanduvat konkurentsivastast elementi Google'i tegevuses, ei oleks komisjon tohtinud seda tegevust kuritarvitamiseks kvalifitseerida.
- 145 Google – keda toetab selles küsimuses CCIA – kinnitab, et „kuritarvitamine võimendusefektiga“ on üks üldine koondtermin, mis hõlmab erinevaid kuritarvitamise liike. Iga üksiku „võimendusefektiga kuritarvitamise“ puhul on kohtupraktikas ära näidatud konkreetsed elemendid, mis eristavad asjaomast tegevust kaupade või teenuste omadustel põhinevast konkurentsist ja muudavad selle tegevuse kuritarvitamiseks, näiteks kvaliteedi halvendamine, hinnakruvi efekt või keeldumine anda hädavajalik sisend. Seega ei saa ainuüksi turgu valitsevas seisundis ettevõtja madalate hindade praktikast pidada kuritarvitamiseks. Selle võib turuhinnast madalamate hindade praktikaks kvalifitseerida ainult siis, kui tuvastatakse täiendav asjaolu, mis kaldub kõrvale kaupade või teenuste omadustel põhinevast konkurentsist. Seega ei võimalda asjaolu, et komisjoni tuvastatud soosival kohtlemisel kui kuritarvitamisel puudub teoreetiline

alus, CCIA sõnul mõista lisategureid või õiguspõhimõtteid, mille tõttu on see soosiv kohtlemine – mis pealegi on täiesti loomulik – vastuolus ELTL artikliga 102, mis tekitab õiguskindluse probleemi internetisektorile tervikuna.

- 146 Komisjon – keda selles osas toetab Saksamaa Liitvabariik – märgib, et teenuse parandamine ei välista, et see võiks kujutada endast turgu valitseva seisundi kuritarvitamist, eelkõige siis, kui selle tulemusena soodustab turgu valitsevas seisundis ettevõtja omaenese teenust muude vahenditega kui kaupade või teenuste omadustel põhinev konkurents ja kui see võib tuua kaasa konkurentsivastase mõju.
- 147 Komisjon täpsustab, et ta kritiseerib pealegi Google'i üldotsingu teenuse parandamist. Kuigi on tõesti võimalik, et Google parandab oma üldotsingu teenust nii, et kuvab oma üldistel tulemustelehtedel „teatavad“ rühmitatud tulemused, ei saanud ta parandada oma üldotsingu teenust nõnda, et kuvab oma üldistel tulemustelehtedel „ainult“ rühmitatud tulemusi, mis pärinevad tema oma hinnavõrdlusvahendist. Lisaks meenutab komisjon, et tema meelest ei õigusta Google'i tegevust ükski tema üldotsingu teenuse kvaliteedi parandamisega seotud objektiivne põhjus.
- 148 Saksamaa Liitvabariik kinnitab, et Google'ile ette heidetav käitumine ei kujuta endast kaupade või teenuste omadustel põhinevat konkurentsi, sest see takistab konkurentsi, mis põhineb selle algoritmi kvaliteedil, mis võimaldab teha spetsialiseeritud kaubaotsinguid. Spetsialiseeritud otsingu algoritmi kvaliteet on aga kriteerium, mille põhjal asjaomased ettevõtjad omavahel konkureerivad. Kõnealuse tegevusega õhutab Google kasutajaid klõpsama mitte kõige asjakohasematel tulemustel, vaid kõige nähtavamatel tulemustel, st enda tulemustel, sõltumata nende tegelikust asjakohasusest kasutajale.
- 149 VDZ kinnitab, et küsimus, kas Google parandas oma teenust, ei puutu asjasse. Vastata on vaja ainult küsimusele, kas Google kasutas oma teenuste uusi omadusi (*Product Universal*'id, *Shopping Unit*'id, kohandamisalgoritmid) kui vahendit selleks, et edendada oma hinnavõrdlusvahendit konkureerivate hinnavõrdlusvahendite kahjuks. Google'i hinnavõrdlusvahendi parandusi võib parimal juhul hinnata tõhususe suurenemise vaatevinklist. Google ei ole siiski tõendanud niisugust tõhususe suurenemist, nagu on nõutud kohtupraktikas. VDZ lisab, et käesolev asi on tüüpiline võimendusefektiga kuritarvitamise juhtum. Sisuliselt kalduvad tegevused kaupade või teenuste omadustel põhinevast konkurentsist kõrvale, sest Google'i käitumisel esmasel turul ei saa olla muud majanduslikku mõtet kui piirata konkurentsi teisesel turul. Google'i tegevus, mis kaldub soodustama omaenese hinnavõrdlusvahendit konkureerivate hinnavõrdlusvahendite kahjuks, viib konkurentide asjakohasemate spetsialiseeritud otsingu tulemuste välistamiseni, millel ei ole majanduslikku mõtet.

## 2) Üldkohtu hinnang

- 150 Nagu ilmneb väljakujunenud kohtupraktikast, lasub turgu valitsevas seisundis ettevõtjal eriline vastutus, mille kohaselt ei tohi ta kahjustada oma tegevusega tõhusat ja moonutamata konkurentsi siseturul (vt 6. septembri 2017. aasta kohtuotsus *Intel vs. komisjon*, C-413/14 P, EU:C:2017:632, punkt 135 ja seal viidatud kohtupraktika).

- 151 ELTL artikkel 102 puudutab muu hulgas turgu valitsevas seisundis ettevõtja niisugust tegevust, mis tarbijat kahjustades takistab veel turul olemas oleva konkurentsi säilimist või arenemist vahenditega, mis erinevad nendest vahenditest, mida kasutatakse tavapärasel konkurentsis, mis rajaneb ettevõtjate sooritustel (vt 27. märtsi 2012. aasta kohtuotsus *Post Danmark*, C-209/10, EU:C:2012:172, punkt 24 ja seal viidatud kohtupraktika).
- 152 Seega keelab ELTL artikkel 102 muu hulgas turgu valitseval ettevõtjal rakendada strateegiat, mille võib olla väljatõrjuv mõju, muude vahenditega kui need, mis rajanevad kaupade või teenuste omadustel põhineval konkurentsil (vt selle kohta 27. märtsi 2012. aasta kohtuotsus *Post Danmark*, C-209/10, EU:C:2012:172, punkt 25 ja seal viidatud kohtupraktika, ning 6. septembri 2017. aasta kohtuotsus *Intel vs. komisjon*, C-413/14 P, EU:C:2017:632, punkt 136).
- 153 ELTL artiklit 102 ei kohaldata mitte üksnes tegevuste suhtes, millega tarbijale tekitatakse otsest kahju, vaid ka tegevuste suhtes, millega tarbijale tekitatakse kahju konkurentsi kahjustades (27. märtsi 2012. aasta kohtuotsus *Post Danmark*, C-209/10, EU:C:2012:172, punkt 20 ja seal viidatud kohtupraktika; vt ka 29. märtsi 2012. aasta kohtuotsus *Telefónica ja Telefónica de España vs. komisjon*, T-336/07, EU:T:2012:172, punkt 171).
- 154 ELTL artiklis 102 esitatud kuritarvitamiste loetelu ei ole täielik, kuna selles sättes toodud kuritarvituste loend liidu õigusega keelatud turgu valitseva seisundi kuritarvitamise viisidest ei ole ammendav (21. veebruari 1973. aasta kohtuotsus *Europemballage ja Continental Can vs. komisjon*, 6/72, EU:C:1973:22, punkt 26; 17. veebruari 2011. aasta kohtuotsus *TeliaSonera Sverige*, C-52/09, EU:C:2011:83, punkt 26, ning 29. märtsi 2012. aasta kohtuotsus *Telefónica ja Telefónica de España vs. komisjon*, T-336/07, EU:T:2012:172, punkt 174).
- 155 Kuritarvitamine võib esineda põhjendamatu erineva kohtlemise vormis (vt selle kohta 17. juuli 1997. aasta kohtuotsus *GT-Link*, C-242/95, EU:C:1997:376, punkt 41; 24. oktoobri 2002. aasta kohtuotsus *Aéroports de Paris vs. komisjon*, C-82/01 P, EU:C:2002:617, punkt 114, ning 7. oktoobri 1999. aasta kohtuotsus *Irish Sugar vs. komisjon*, T-228/97, EU:T:1999:246, punkt 140). Võrdse kohtlemise üldpõhimõtte kui liidu õiguse üldpõhimõtte nõuab, et sarnaseid olukordi ei koheldaks erinevalt ja erinevaid olukordi ei koheldaks ühtemoodi, välja arvatud juhul, kui selline kohtlemine on objektiivselt põhjendatud (vt 16. detsembri 2008. aasta kohtuotsus *Arcelor Atlantique ja Lorraine jt*, C-127/07, EU:C:2008:728, punkt 23 ja seal viidatud kohtupraktika).
- 156 ELTL artikli 102 eesmärk ei ole mingilgi moel takistada ettevõtjal jõuda turul tänu oma võimetele turgu valitseva seisundini (vt 6. septembri 2017. aasta kohtuotsus *Intel vs. komisjon*, C-413/14 P, EU:C:2017:632, punkt 133 ja seal viidatud kohtupraktika).
- 157 Seega ei pruugi mis tahes väljatõrjuv mõju tingimata konkurentsi kahjustada. Juba oma määratluselt võib kaupade või teenuste omadustel põhinev konkurents viia vähem tõhusate ja seega tarbijale eelkõige hinna, valiku, kvaliteedi ja innovatsiooni seisukohast vähem huvi pakkuvate konkurentide turult kadumiseni või marginaliseerumiseni (vt 6. septembri 2017. aasta kohtuotsus *Intel vs. komisjon*, C-413/14 P, EU:C:2017:632, punkt 134 ja seal viidatud kohtupraktika).
- 158 Google väidab sisuliselt, et vaidlustatud otsuses käsitletavat tegevused aitavad kaasa tema otsinguteenuste kvalitatiivsele parandamisele ning asetuvad seega kaupade või teenuste omadustel põhineva konkurentsi raamistikku. Google märgib selles küsimuses, et komisjon ei too

esile talle ette heidetavate tegevuste ühtegi aspekti, mis kalduks kõrvale kaupade või teenuste omadustel põhinevast konkurentsist. Liidu kohus ei ole aga kunagi kauba või teenuse kvalitatiivseid parandamisi pidanud konkurentsi takistavaks.

- 159 Väite kohta, et komisjon ei näidanud ära asjaolusid, mis eristavad kõnealuseid tegevusi tavapärasest konkurentsist – mida väidetavalt piirati –, tuleb tõdeda, et ainuüksi ettevõtja turgu valitsevat seisundit – isegi kui see on nii ulatuslik nagu Google'il üldotsingu teenuse valdkonnas – ei saa ELTL artikli 102 alusel õigusvastaseks tunnistada.
- 160 Väljakujunenud kohtupraktikast tuleneb, et turgu valitseva seisundi tuvastamine ei ole iseenesest etteheide sellele ettevõtjale (vt 27. märtsi 2012. aasta kohtuotsus *Post Danmark*, C-209/10, EU:C:2012:172, punkt 21 ja seal viidatud kohtupraktika). ELTL artikli 102 kohaselt on keelatud turgu valitseva seisundi „kuritarvitamine“.
- 161 Komisjoni ülesanne on niisuguse „kuritarvitamise“ iseloomustamiseks näidata ära, kuidas kasutas asjaomane ettevõtja oma turgu valitseva seisundi abil teistsuguseid vahendeid, kui kasutatakse tavapärasest konkurentsist (vt punkt 151 eespool).
- 162 Lihtsalt ettevõtja turgu valitseva seisundi laienemine sidusturule iseenesest ei tõenda käitumist, mis kalduks kõrvale tavapärasest konkurentsist, isegi kui niisuguse laienemise tulemus on konkurentide kadumine või marginaliseerumine (vt selle kohta 27. märtsi 2012. aasta kohtuotsus *Post Danmark*, C-209/10, EU:C:2012:172, punkt 22, ja 6. septembri 2017. aasta kohtuotsus *Intel vs. komisjon*, C-413/14 P, EU:C:2017:632, punkt 134).
- 163 Lisaks, nagu ilmneb sisuliselt 25. oktoobri 2002. aasta kohtuotsusest *Tetra Laval vs. komisjon* (T-5/02, EU:T:2002:264, punktid 156, 158 ja 217), on võimendusefekt üldine termin, mis on seotud mõjuga, mida turul tuvastatud tegevus võib avaldada mõnele teisele turule. See termin võib tähistada mitut erinevat tegevust, mis võivad kujutada endast kuritarvitamist, näiteks eelkõige seotud müük nagu kohtuasjas, milles tehti 17. septembri 2007. aasta kohtuotsus *Microsoft vs. komisjon* (T-201/04, EU:T:2007:289), hinnakruvi efekt nagu kohtuasjas, milles tehti 29. märtsi 2012. aasta kohtuotsus *Telefónica ja Telefónica de España vs. komisjon* (T-336/07, EU:T:2012:172), või püsikliendiallahindlused nagu kohtuasjas, milles tehti 30. septembri 2003. aasta kohtuotsus *Michelin vs. komisjon* (T-203/01, EU:T:2003:250).
- 164 Tuleb tõdeda, et kuigi võimendusefekt, mida turgu valitsevas seisundis ettevõtja kasutab, et ole iseenesest ELTL artikliga 102 keelatud, on see artikkel siiski niisuguse tegevuse suhtes kohaldatav. Seega ilma, et selles etapis oleks vaja võtta seisukohta sellise tegevuse keelamise tingimuste kohta, tuleb tõdeda – nagu on märgitud eespool punktis 163 –, et mitut liiki võimendusefektid on juba leitud olevat ELTL artikliga 102 vastuolus. Konkreetselt 17. septembri 2007. aasta kohtuotsuses *Microsoft vs. komisjon* (T-201/04, EU:T:2007:289, punkt 1344) leidis Üldkohus, et asjaomased tegevused, st seotud müük ja keeldumine anda teavet koostalitlusvõime kohta on osa rikkumisest, mis seisneb võimendusefekti strateegia kohaldamises, st personaalarvutite operatsioonisüsteemide turgu valitseva seisundi ärakasutamises Microsofti poolt selleks, et laiendada see valitsev seisund kahele sidusturule.
- 165 Lisaks tuleb turgu valitseval ettevõtjal lasuva erilise vastutuse tegeliku ulatuse hindamisel arvesse võtta iga üksiku juhtumi eriomaseid asjaolusid, mis tõendavad konkurentsi vähenemist (vt selle kohta 17. veebruari 2011. aasta kohtuotsus *TeliaSonera Sverige*, C-52/09, EU:C:2011:83, punkt 84 ja seal viidatud kohtupraktika).

- 166 Käsitletaval juhul ei viidanud komisjon – nagu ilmneb vaidlustatud otsusest ja nagu ta kohtuistungil asjakohaselt meenutas – üksnes võimendusefektiga tegevustele, kui ta järeldas, et on rikunud ELTL artiklit 102.
- 167 Komisjon leidis nimelt, et võimendusefekti abil tugines Google oma üldotsingu turgu valitsevale seisundile, et soodustada omaenese hinnavõrdlusteenust hinnavõrdluse spetsialiseeritud otsingu turul, tõstes selle hinnavõrdlusvahendi ja selle tulemused paigutuse ja vormingu poolest oma üldistel tulemustelehtedel esile võrreldes konkureerivate hinnavõrdlusteenustega, mille tulemusi kaldusid kohandamisalgoritmid nende sisemiste omaduste tõttu nendel lehtedel allapoole asetama.
- 168 Komisjon märkis selles küsimuses vaidlustatud otsuse põhjenduses 344, et kui konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused said ilmuda üksnes üldiste tulemustena, st lihtsalt siniste linkidena, mille kohandamisalgoritmid võisid lisaks paigutada allapoole, siis Google'i hinnavõrdlusvahendi tulemused paigutati hästi nähtavana Google'i üldiste tulemustelehtede ülemisse serva, need esitati täiustatud vormingus ja algoritmid ei saanud neid paigutada allapoole – mis viis erineva kohtlemiseni nii, et Google soodustas oma hinnavõrdlusvahendit.
- 169 Komisjon selgitas konkreetset, et kuna esinevad kolm konkreetset asjaolu, st esiteks Google'i üldotsingumootori tekitatud infovoo olulisus hinnavõrdlusvahendite jaoks (vaidlustatud otsuse osa 7.2.2), teiseks kasutajate käitumine internetis otsingute tegemisel (vaidlustatud otsuse osa 7.2.3) ning kolmandaks asjaolu, et Google'i üldistelt tulemustelehtedelt pärinev ümbersuunatud infovoog sisaldas suures osas infovoogu konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse ning et seda ei saanud tegelikult asendada muude infovoo allikatega (vaidlustatud otsuse osa 7.2.4), oli see soosiv kohtlemine niisugune, et võis kaasa tuua turul konkurentsi nõrgenemise.
- 170 Esiteks, mis puudutab suurt infovoogu, mille Google'i üldotsingumootor tekitas, siis rõhutas komisjon vaidlustatud otsuse osas 7.2.2 (põhjendused 444–450), et see oli – kui kasutada ühe konkureeriva hinnavõrdlusvahendi pakkuja sõnu, mis on ära toodud vaidlustatud otsuse põhjenduses 444 – „spetsialiseeritud otsingumootori peamine trump“. Komisjon märkis seega, et see infovoog võimaldab suurendada spetsialiseeritud otsingu tulemuste asjakohasust ning hinnavõrdlusteenuste pakkumise värskust ja ulatust, sest see suurendab nende võimet veenda kaupmehi edastama neile andmeid oma kaupade kohta (põhjendus 445), et see tekitab tulusid kas müüjate makstavatest vahendustasudest või veebireklaamist (põhjendus 446) ning annab teavet kasutajate käitumise kohta, mis võimaldab parandada tulemuste asjakohasust ja kasulikkust eelkõige automaatse õppimise (*machine learning*, põhjendus 447), katsete (põhjendus 448) või muude kasutajatele huvi pakkuvate otsingusõnade pakkumise abil (põhjendus 449).
- 171 Komisjon märkis seega vaidlustatud otsuse osas 7.2.2 sisuliselt, et see infovoog võimaldab saada kasu võrguefektist, sest mida enam internetikasutajad hinnavõrdlusvahendit külastavad, seda enam suurendab ta oma teenuste asjakohasust ja kasulikkust ja seda enam soovivad kaupmehed seda kasutada ning see infovoog võimaldab ka saada tulu tänu vahendustasudele või reklaamile, kusjuures seda tulu võib vajaduse korral kasutada osutatud teenuste kasulikkuse suurendamiseks ja nii konkurentidest eristumiseks. Teiste sõnadega märkis komisjon, et infovoo loomine võimaldab luua positiivse mõjuringi, st parandada tulemuste asjakohasust ja seega tõmmata ligi rohkem kasutajaid ja lõppkokkuvõttes suuremaid tulusid reklaamipartneritelt või internetimüüjatelt, kes panid oma kaubad hinnavõrdlussaidile, mis eeldab samal ajal asjaomase ettevõtja suutlikkust teha rohkem investeringuid, et arendada oma konkrentsiseisundit või vähemalt säilitada see ühes, nimelt digisektoris, kus uuendused on äriedu võtmetegur.

Ümberpöördult võib infovoo kadu kaasa tuua nõiaringi ja pikemas perspektiivis turult väljumise, sest ei suudeta pakkuda konkurentsi selle peamiste tegurite osas, milleks on tulemuste asjakohasus ja uuendused – kusjuures need on omavahel seotud –, uuenduslikud hinnavõrdlusvahendid, et arendada nende tulemuste asjakohasust ning tõmmata nii ligi suuremat infovoogu ja seega rohkem tulusid.

- 172 Teiseks märkis komisjon kasutajate käitumise kohta, et soosiv kohtlemine, millega Google tegeles ja mille eesmärk oli kuvada omaenese tulemusi silmatorkavamalt ja konkurentide tulemused vähem silmatorkavalt, võis mõjutada internetikasutajate käitumist, kui nad soovisid konsulteerida hinnavõrdluse veebisaitidega (vaidlustatud otsuse osa 7.2.3.1 ja põhjendused 454–461). Komisjon märkis selles küsimuses vaidlustatud otsuse põhjendustes 455–457, et kasutajad keskenduvad tavaliselt esimesele kolmele kuni viiele otsingutulemusele ega pööra tähelepanu või pööravad vähe tähelepanu järgmistele tulemustele ja eelkõige tulemustele, mis jäävad allapoole ekraani vahetult nähtavat osa (*fold*). Komisjon väitis seega vaidlustatud otsuse põhjenduses 535, et kasutajad kalduvad eeldama, et kõige paremini nähtavad tulemused on kõige asjakohasemad, ning seda olenemata nende tegelikust asjakohasusest.
- 173 Kolmandaks rõhutas komisjon kõrvaesuunatud infovoo mõju kohta, et see moodustab suure osa infovoost konkureerivatesse hinnavõrdlusteenustesse (vaidlustatud otsuse osa 7.2.4.1) ning et seda ei saa tegelikult asendada muude allikatega, sh tekstreklaamid, mobiilirakendused, vahetu infovoog, suunamised partnersaitidele, sotsiaalvõrgustikud või teised otsingumootorid (vaidlustatud otsuse osa 7.2.4.2).
- 174 Ilma et ta oleks õigusnormi rikkunud, pidas komisjon Google'i üldistelt tulemustelehtedelt pärineva Google'i infovoo tähtsust ja asjaolu, et see ei olnud tegelikult asendatav, võttes arvesse eespool punktides 168–173 meenutatud kontekstiga seotud asjaolusid, asjakohasteks asjaoludeks, mis võivad näidata, et eksisteeris praktika, mis ei kujutanud endast kaupade või teenuste omadustel põhinevat konkurentsi.
- 175 Eelnevast tuleneb, et komisjon ei piirdunud selle tuvastamisega, et eksisteerib võimendusefekt, ning tugines – nagu nõuab kohtupraktika – selle efektiga kaasnenud Google'i tegevuse õiguslikul kvalifitseerimisel asjakohastele kriteeriumidele. Seega eeldusel, et komisjon on soosivat kohtlemist ja selle mõju, mis asjaomase turu konkreetseid asjaolusid arvestades tuvastati, nõuetekohaselt tõendanud – mida kontrollitakse kõikidest väidetest ja argumentidest lähtudes –, leidis komisjon õigesti, et see soosiv kohtlemine kaldub kaupade või teenuste omadustel põhinevast konkurentsist kõrvale.
- 176 Selles küsimuses tuleb märkida, et võttes arvesse Google'i üldotsingumootori universaalsust, kuivõrd see otsingumootor on – nagu ilmneb vaidlustatud otsuse põhjendusest 12 – loodud kõikvõimalikku sisu hõlmavate tulemuste indekseerimiseks, kujutab Google'i üldistel tulemustelehtedel teatud kindlat tüüpi, st enda spetsialiseeritud tulemuste soodustamine võrreldes konkureerivate spetsialiseeritud tulemustega teatud kõrvalekallet normist.
- 177 Kõnealune taristu, st Google'i üldised tulemustelehed, mis tekitavad infovoo teistele veebisaitidele, eelkõige konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse, on põhimõtteliselt avatud taristu – mis eristab seda teistest kohtupraktikas silmas peetud taristutest, mis koosnevad materiaaletest varadest (ajakirjandusväljaannete levitamise süsteemid) või immateriaaletest varadest (intellektuaalomandi õigused), mille väärtus sõltub nende omaniku suutlikkusest jätta endale nende kasutamise ainuõigus.

- 178 Erinevalt nendest viimastest taristutest seisnevad üldotsingumootori mõte ja väärtus selle suutlikkuses olla avatud väljastpoolt, st kolmandatest allikatest, pärit tulemustele ning kuvada oma üldistel tulemustelehtedel neid paljusid ja mitmesuguseid allikaid, mis rikastavad seda otsingumootorit ja muudavad selle laiemas üldsuses silmis usaldusväärsemaks ning võimaldavad sellel kasu saada võrguefektist ja mastaabisäästudest, mis on selle arenguks ja püsijäämiseks vajalikud turul, kus võivad juba oma olemuselt püsima jääda vähesed niisugused taristud, võttes arvesse seda võrguefekti. On vaja väga suurt hulka kasutajaid, et saavutada kriitiline suurus, mis võimaldab korvata asjaolu, et teenus on turu ühes osas tasuta, ning saada reklaamituluseid selle teises osas, mistõttu on see, kui otsingumootori puhul piiratakse selle tulemuste välja omaenese tulemustega, veidi riskantne ega ole tingimata mõistuspärane, v.a niisuguses olukorras nagu käsitletaval juhul, mil turgu valitsev seisund ja sisenemistõkked on niisugused, et mitte mingisugune sisenemine piisavalt kiire aja jooksul reaktsioonina sellele internetikasutajate valiku piiramisele ei ole võimalik.
- 179 Seega saab asjaolu, et Google soodustab oma spetsialiseeritud tulemusi võrreldes kolmandate tulemustega – eeldusel, et see on tõendatud –, mis tundub olevat pahupidine majanduslikule mudelile, mis oli tema otsingumootori esialgse edu aluseks, kujutada endast ainult teatavat kõrvalekallet normist. Sellest järeldub, et eespool punktis 133 viidatud kohtupraktika kohaselt peab seda erinevat kohtlemist konkurentsioiguse seisukohast õigustama see, kes on erineva kohtlemise allikas (vt selle kohta 12. detsembri 2018. aasta kohtuotsus *Servier jt vs. komisjon*, T-691/14, mille peale on esitatud apellatsioonkaebus, EU:T:2018:922, punkt 1377 ja seal viidatud kohtupraktika).
- 180 Pealegi võib märkida, et isegi kui tegemist on teistsuguse olukorraga kui käsitletav, on Euroopa Kohus internetiühenduse pakkujate kohta otsustanud, et liidu seadusandja pani Euroopa Parlamendi ja nõukogu 25. novembri 2015. aasta määrusega (EL) 2015/2120, millega nähakse ette avatud internetiühendust käsitlevad meetmed ning millega muudetakse direktiivi 2002/22/EÜ universaalteenuse ning kasutajate õiguste kohta elektrooniliste sidevõrkude ja -teenuste puhul ning määrust (EL) nr 531/2012, mis käsitleb rändlust üldkasutatavates mobiilsidevõrkudes liidu piires (ELT 2015, L 310, lk 1), internetiühenduse teenuse osutajatele üldise kohustuse kohelda andmeliiklust ühtmoodi, ilma diskrimineerimise, piiramise või sekkumiseta, kusjuures sellest kohustusest ei või mingil juhul kõrvale kalduda selliste teenuseosutajate rakendatavate kaubandustegevuste abil (vt selle kohta 15. septembri 2020. aasta kohtuotsus *Telenor Magyarorszag*, C-807/18 ja C-39/19, EU:C:2020:708, punkt 47). Seadusandja niisugust valikuvõimalust ja seadusest tulenevat mittediskrimineeriva kohtlemise kohustust, mis sellest internetiühenduse pakkujatele eelneval turul tuleneb, ei saa eirata, kui analüüsitakse niisuguse ettevõtja nagu Google'i tegevust järgneval turul, võttes arvesse Google'i ülivalitsevat seisundit üldotsingu turul, millele ei ole vastu vaieldud, ning tema erilist vastutust, mille kohaselt ei tohi ta oma tegevusega kahjustada tegelikku ja moonutamata konkurentsi siseturul. Seejuures ei ole tähtsust, kas õigusakt kohustab või mitte üldiselt tagama niisuguse mittediskrimineeriva juurdepääsu internetis tehtud otsingu tulemusele, sest nagu ilmneb kohtupraktikast, saab moonutamata konkurentsi tagada ainult juhul, kui on kindlustatud erinevate ettevõtjate vahelised võrdsed võimalused (vt 14. oktoobri 2010. aasta kohtuotsus *Deutsche Telekom vs. komisjon*, C-280/08 P, EU:C:2010:603, punkt 230 ja seal viidatud kohtupraktika), mis võimaldab juhul, kui kõne all on internetisektoris turgu valitsevas seisundis ettevõtjate soosiv kohtlemine, pidada teatavat erinevat kohtlemist ELTL artikliga 102 vastuolus olevaks.

- 181 Lisaks, nagu rõhutab VDZ, on asjaomase tegevuse kõrvalekaldumine kaupade või teenuste omadustel põhinevast konkurentsist – eeldusel, et see on tõendatud – seda ilmsem, et see toimub turgu valitsevas seisundis ettevõtja tegevuse muutuse tagajärjel. Google muutis nimelt oma tegevust üldotsingu turul.
- 182 Toimikust ilmneb, et ajalooliselt osutas Google esialgu üldotsingu teenuseid ja saavutas „ülivalitseva“ seisundi sellel turul, mida iseloomustavad väga suured sisenemistõkked. Google kuvas sellel turul tulemusi, mis suunasid kasutajaid hinnavõrdlusteenustesse. Lisaks kuvas Google spetsialiseeritud otsingu teenuste tulemusi samamoodi ja samade kriteeriumide põhjal. Üldotsingu teenuse ese ongi käia läbi ja isegi indekseerida võimalikult palju veebilehti, et kuvada kõik tulemused, mis otsingule vastavad.
- 183 Hiljem hakkas Google tegutsema hinnavõrdluse spetsialiseeritud otsingu turul. Ajal, mil Google hakkas hinnavõrdluse spetsialiseeritud otsingu turul tegutsema, oli juba palju niisuguste teenuste osutajaid. Lisaks oli tal – võttes arvesse tema „ülivalitsevat“ seisundit, tema rolli sissepääsuna internetti ja väga suuri sisenemistõkkeid üldotsingu turul – keskmisest suurem kohustus mitte kahjustada oma tegevusega tegelikku ja moonutamata konkurentsi hinnavõrdluse spetsialiseeritud otsingu sidusturul.
- 184 Komisjoni sõnul muutis Google pärast hinnavõrdluse spetsialiseeritud otsingu turul tegutsema hakkamist ja ebaedu oma sellele teenusele pühendatud veebilehega (Froogle) oma praktikat üldotsingu turul, kus tal oli valitsev seisund, ning selle tulemusena suurenes tema enese hinnavõrdlusvahendi tulemuste silmatorkavus üldotsingu tulemuste lehtedel. Alates rühmitatud tootetulemuste kasutuselevõtmisest ei koheldud kõiki hinnavõrdlusvahendeid enam samamoodi. Google tõstis esile omaenese spetsialiseeritud otsingu tulemused (nende paigutuse ja vorminguga) ning paigutas oma konkurentide tulemused allapoole, kusjuures neid ei kuvatud ka samatüübiliselt (lihtsad „sinised lingid“ ilma pildi ja täiustatud tekstita). Google'i käitumise muutus tõi kaasa selle, et vähenes konkurentide hinnavõrdlusvahendite tulemuste silmatorkavus ja samal ajal suurenes tema oma hinnavõrdlusteenuse tulemuste silmatorkavus. Nii võimaldasid need tegevused Google'il oma hinnavõrdlusteenust oma üldotsingu tulemuste lehtedel esile tõsta, muutes samas konkureerivad hinnavõrdlusvahendid nendel lehtedel peaaegu nähtamatuks – mis ei vasta põhimõtteliselt sellele, mida üldotsingu teenuselt oodatakse.
- 185 Seega, tingimusel et eespool punktides 170–173 kokkuvõtlikult kirjeldatud analüüsi tulemusena tuvastatud soosiv kohtlemine ja selle mõju on nõuetekohaselt tõendatud, ei saa Google'i tegevus kui niisugune kujutada endast kaupade või teenuste omadustel põhinevat konkurentsi.
- 186 Seda järeldust ei väära Google'i argumendid, et *Product Universal*'ite ja *Shopping Unit*'ite kuvamist ei saa pidada kuritarvitamiseks, sest need tulemused ja reklaamid kujutasid endast tema teenuste kvalitatiivseid parandusi, mis kuuluvad kaupade või teenuste omadustel põhineva konkurentsi valdkonda.
- 187 Esiteks tuleb rõhutada, et Google'i argumendid põhinevad ekslikul eeldusel, et kõnealune tegevus seisneb üksnes *Product Universal*'ite ja *Shopping Unit*'ite erilises vormingus ja paigutuses, kuigi see tegevus seisneb nende kahe praktika kombinatsioonis, st Google'i hinnavõrdlusvahendi spetsialiseeritud tulemuste edendamises ning samas konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemuste allapoole asetamises kohandamisalgoritmide abil. Selles küsimuses tuleb tõdeda, et Google ei kvalifitseeri „kvalitatiivseks paranduseks“ – mis võib iseloomustada kaupade või teenuste omadustel põhinevat konkurentsi – seda, et ta asetab konkureerivad hinnavõrdlusvahendid üldistel tulemustelehtedel allapoole, kuid enda oma mitte.



- 188 Teiseks – vastupidi Google'i väitele – ei ilmne ühestki kohtuotsusest, millele komisjon vaidlustatud otsuse põhjenduses 344 viitab, et tegevus, mis toob kaasa kauba või teenuse paranemise, ei saaks iseenesest kujutada iseseisvat kuritarvitamise vormi, kui parandamise tulemusena hakkab turgu valitsevas seisundis ettevõtja soodustama oma kaupa või teenust vahendite abil, mis erinevad kaupade või teenuste omadustel põhineva konkurentsi vahenditest, ning sellel tegevusel võib olla konkurentsivastane mõju. Nagu VDZ õigesti rõhutab, saab kauba või teenuse tehnilist või kaubanduslikku laadi parandamisi arvesse võtta alles etapis, kus analüüsitakse võimalikke objektiivseid põhjendusi ja võimalikku tõhususe suurenemist, mille need võimaldasid saavutada.
- 189 Seda järeldust, et Google'i tegevus võib juhul, kui on tõendatud, et see vastab soosivaks kohtlemiseks kvalifitseerimise tingimustele, kalduda kõrvale kaupade või teenuste omadustel põhinevast konkurentsist, ei väära CCIA argumendid, et selge õigusliku testi puudumisega vaidlustatud otsuses on rikutud õiguskindluse põhimõtet.
- 190 Kohe alguses tuleb märkida, et komisjon vaidleb vastu selle argumendi vastuvõetavusele, väites, et see on vastuvõetamatu, sest on sisuliselt uus võrreldes Google'i argumentidega.
- 191 Vastavalt Euroopa Liidu Kohtu põhikirja artikli 40 neljandale lõigule, mida selle põhikirja artikli 53 esimese lõigu kohaselt kohaldatakse Üldkohtu menetluste suhtes, peab menetlusse astumise avaldus piirduma ühe poole nõuete toetamisega. Seega ei või menetlusosaline, kellel on lubatud Üldkohtu menetlusse astuda, poolte nõuetega piiritletud hagi eset muuta. Sellest tulenevalt on vastuvõetavad ainult need menetlusse astuja argumendid, mis paigutuvad nõuete ja väidete kindlaks määratud raamistikku (29. juuli 2019. aasta kohtuotsus Bayerische Motoren Werke ja Freistaat Sachsen vs. komisjon, C-654/17 P, EU:C:2019:634, punkt 50). Lisaks peab menetlusse astuja kodukorra artikli 142 lõike 3 alusel nõustuma menetlusega selles staadiumis, milles see on hetkel, kui ta menetlusse astub.
- 192 Selles küsimuses tuleb meenutada, et kuigi need õigusnormid ei keela menetlusse astujal esitada argumente, mis on uued või erinevad võrreldes argumentidega, mille esitas pool, keda menetlusse astuja toetab, kuna vastasel korral on menetlusse astuja seisukohad piiratud hagiavalduses esitatud argumentide kordamisega, ei saa nõustuda sellega, et need sätted lubavad tal uute väidete esitamisega muuta või moonutada hagiavalduses määratletud kohtuasja ulatust (12. detsembri 2006. aasta kohtuotsus SELEX Sistemi Integrati vs. komisjon, T-155/04, EU:T:2006:387, punkt 42).
- 193 Käsitletaval juhul on see argument esitatud, et põhjendada Google'i argumenti, et komisjon ei ole – vastupidi kohtupraktikale, mis käsitleb kuritarvitamist võimendusefektiga – ära näidanud ühtegi konkreetset asjaolu, mis eristaks kõnealust tegevust tegevusest, mis kujutab endast kaupade või teenuste omadustel põhinevat konkurentsi, ning sellest on samas CCIA liikmete puhul tehtud konkreetne järeldus, st et on rikutud õiguskindluse põhimõtet. Neil asjaoludel on see argument vastuvõetav.
- 194 Selle argumendi põhjendatuse hindamise kohta tuleb meenutada, et õiguskindluse põhimõtte järgimine nõuab, et institutsioonid väldivad põhimõtteliselt vastuolusid, mis võivad tekkida liidu õiguse erinevate sätete rakendamisel (vt 22. aprilli 2016. aasta kohtuotsus Irimaa ja Aughinish Alumina vs. komisjon, T-50/06 RENV II ja T-69/06 RENV II, EU:T:2016:227, punkt 59 ja seal viidatud kohtupraktika).

- 195 Käsitletaval juhul on vaidlustatud otsuse põhjenduses 341 küll nimetatud põhjused, miks kalduvad kõnealused tegevused kaupade või teenuste omadustel põhinevast konkurentsist kõrvale, märkides sisuliselt, et esiteks suunati infovoog nende tegevustega kõrvale ning teiseks võib neil olla konkurentsivastane mõju. Selle põhjendusega, tõlgendatuna eraldi, näib komisjon olevat seda, et need tegevused kalduvad kaupade või teenuste omadustel põhinevast konkurentsist kõrvale, niisiis järeldanud väljatõrjuva mõju põhjal, mis nendega kaasnes. Niisugune kirjeldus, mis rajaneb ainult tegevuste väljatõrjuval mõjul, võib tekitada küsimusi, kas test, mida komisjon ELTL artikli 102 rikkumise iseloomustamisel kasutas, on kooskõlas õiguskindluse põhimõttega. Eespool punktis 157 viidatud kohtupraktikast tuleneb, et iga tegevust – olgu see siis hindadega seotud või mitte –, mis avaldab väljatõrjuvat mõju, ei saa pidada ainuüksi seepärast veel konkurentsivastaseks.
- 196 Vaidlustatud otsuse põhjendust 341 tuleb siiski tõlgendada koostoimes selle otsuse põhjendusega 342, milles komisjon märgib selleks, „et tõendada, miks see käitumine kujutab endast kuritarvitamist ja miks see jääb väljapoole kaupade või teenuste omadustel põhinevat konkurentsi“, et kõnealused tegevused seisnesid selles, et Google soodustas omaenese hinnavõrdlusvahendit konkureerivate hinnavõrdlusvahendite kahjuks ning et see soosiv kohtlemine asetub erilisse konteksti. Komisjon näitab viidatud põhjenduses ära need arvukad asjaolud, mida ta arvesse võttis, et tõendada, miks kujutab see tegevus endast kuritarvitamist ja kaldub kõrvale kaupade või teenuste omadustel põhinevast konkurentsist, ning – nagu ilmneb konkreetsetelt punktidest 170–173 eespool – need kolm kriteeriumi, milleks on Google'i üldotsingumootori tekitatud infovoos olulisus hinnavõrdlusvahendite jaoks, (vaidlustatud otsuse osa 7.2.2); kasutajate käitumine internetis otsingute tegemisel (vaidlustatud otsuse osa 7.2.3.1) ja asjaolu, et kõrvalesuunatud infovoog ei ole tegelikult asendatav (vaidlustatud otsuse osa 7.2.4).
- 197 Seega ei kujuta komisjoni analüüs, mille tulemusena on tuvastatud kuritarvitamine, endast kuidagi eespool punktis 194 viidatud kohtupraktika tähenduses „vastuolu“ kohtupraktikaga, millele on viidatud vaidlustatud otsuse põhjenduses 334 ja mis käsitleb võimendusefektiga kuritarvitamist, sest see analüüs võimaldab järeldada, et tegemist on rikkumisega, lähtudes esiteks asjaoludest, mis on konkurentsiõiguse seisukohast kahtlased (eelkõige põhjendamatu erinev kohtlemine) ja mis sisenemise keelamise korral puuduvad, ning teiseks vastavalt eespool punktis 165 viidatud kohtupraktikale konkreetsetest asjaoludest, mis puudutavad selle erineva kohtlemise tekitanud taristu laadi (käsitletaval juhul ulatus ja asjaolu, et see ei olnud tegelikult asendatav).
- 198 Neil asjaoludel tuleb viienda väite esimene osa tagasi lükata.

***b) Viienda väite teine osa, mille kohaselt nõuab komisjon Google'ilt, et ta annaks konkureerivatele hinnavõrdlusvahenditele juurdepääsu oma parandatud teenustele, kohtupraktikas kindlaks määratud tingimusi täitmata***

*1) Poolte argumendid*

- 199 Viienda tühistamisväite teise osa eesmärk on saavutada otsus, et komisjon ei oleks tohtinud Google'ilt nõuda, et ta annaks konkureerivatele hinnavõrdlusvahenditele juurdepääsu oma parandamise tulemusena tekkinud teenustele hinnavõrdluse alal, täitmata kohtupraktikas kindlaks määratud tingimusi ja eelkõige tingimusi, mida kohaldatakse esmatähtsateks vahenditeks kvalifitseeritud taristute suhtes.

- 200 Esiteks rõhutab Google, et niisugune on tõesti vaidlustatud otsuse ulatus, sest sellega on talle kehtestatud tarnekohustus, ehkki etteheidetavat käitumist on kirjeldatud ainult kui soosivat kohtlemist selles mõttes, et Google soodustab oma otsingutulemusi võrreldes konkurentide tulemustega. Google lähtub selles küsimuses eelkõige vaidlustatud otsuse põhjendustest 538 ja 662, kusjuures viimases on märgitud, et „[s]elles otsuses tuvastatud kuritarvitamine seisneb lihtsalt selles, et Google ei paiguta ega kuva omaenese hinnavõrdlusvahendi tulemusi ja konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemusi samamoodi“. Google kinnitab, et vaidlustatud otsuses ei ole ära näidatud ühtegi kriteeriumi ega ühtegi põhimõtet, mis võimaldaks eristada kõnealust rikkumist tarnekohustust puudutavast juhtumist. Sellel, et otsuses on teenuse osutamisest keeldumise eest sanktsiooni määramisel kasutatud teistsugust sõnastust, on vähe tähtsust. Vajadus kasutada tarnekohustusega seotud kriteeriume sõltub selle kohustuse sisust ja laadist, mitte viisist, kuidas see on sõnastatud.
- 201 Vaidlustatud otsuses sisalduv väide, et tegemist oli soosiva kohtlemisega, puudutab tegelikult konkureerivate hinnavõrdlusvahendite juurdepääsu Google'i „tehnoloogiatele ja disainile“, sest komisjon ei püüa takistada *Product Universal*'ite ja *Shopping Unit*'ite kuvamist (vaidlustatud otsuse põhjendused 656 ja 662), vaid heidab talle ette seda, et ta ei paigutanud ega kuvanud konkureerivaid hinnavõrdlusvahendeid samamoodi, mis tähendab, et viimastel oli küll juurdepääs tema „tehnoloogiatele ja disainile“. Sama argumendi, mille komisjon on esitanud vaidlustatud otsuses soosiva kohtlemise tuvastamisel, oleks võinud esitada kohtuasjas, milles tehti 26. novembri 1998. aasta kohtuotsus Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), sest ajakirjandusväljaandja Mediaprint lisas oma ajalehed, mitte aga konkurentide omad, enda turustusvõrku. Ka kohtuasjas, milles tehti 3. oktoobri 1985. aasta kohtuotsus CBEM (311/84, EU:C:1985:394), oleks võinud väita, et asjaomane telekanal soodustab omaenese teleturundusteenuseid, lubades eetrisse anda ainult reklaame, mis sisaldasid tema oma telefoninumbrit. Google arvab niisiis, et kui vaidlustatud otsus jäetakse muutmata, võib igasuguse tarnekohustuse ümber kvalifitseerida soosimistegevuseks, ilma et isegi peaks olema täidetud hädavajalikkuse tingimus, mida Euroopa Kohus oma praktikas nõuab. Kõik kohtuotsused, milles ta on nõudnud, et see tingimus oleks täidetud, satuksid kahtluse alla. Nagu on aga rõhutanud Bundesgerichtshof (Saksamaa Liitvabariigi kõrgeim üldkohus), kellele on esitatud kaebusi samasuguse soosiva kohtlemise tõttu, ei pea ettevõtjad oma konkurente toetama.
- 202 Lisaks ei saa Google'ile ette heita, et ta suurendas sisenemistõkkeid või tekitas piirangud, mis takistavad konkureerivatel hinnavõrdlusvahenditel tõmmata ligi infovoogu kolmandatest allikatest. Kuna väidetav konkurentsivastane mõju tuleneb aga juurdepääsu puudumisest Google'i infovoole, peab komisjon vastavalt 26. novembri 1998. aasta kohtuotsusele Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569) tõendama, et see juurdepääs oli konkurentsi huvides „hädavajalik“ ning et juurdepääsu puudumine võis konkurentsi kõrvaldada.
- 203 Teiseks märgib Google, et vaidlustatud otsuses ei ole tõendatud, et juurdepääs tema teenustele oli konkureerivatele hinnavõrdlusvahenditele hädavajalik ning et ilma selle juurdepääsuta võis tegelik konkurents kaduda – tingimused, mis peavad olema kohtupraktika kohaselt täidetud, et turgu valitsevas seisundis ettevõtjale pandaks tarnekohustus. Vaidlustatud otsuses on piirdutud märkusega, et Google'i otsingu infovoog on „oluline selleks, et hinnavõrdlusteenus oleks konkurentsivõimeline“ (põhjendus 444), tõendamata kusagil, et see infovoog on „hädavajalik“, nagu selles on ka lihtsalt kinnitatud, et infovoo muud allikad on konkureerivatele hinnavõrdlusvahenditele vähem soodsad (põhjendus 542).

- 204 Kolmandaks lisab Google, et ekslikult kaugeneb komisjon vaidlustatud otsuses tarnekohustust käsitlevast kohtupraktikast, tuginedes kahele väärale põhjendusele. Kõigepealt märkis ta vaidlustatud otsuse põhjenduses 650, et Google'i tegevus ei seisnenud lihtsalt passiivses keeldumises anda juurdepääs oma üldistele tulemustelehtedele, vaid aktiivses tegevuses, millega ta soodustas omaenese hinnavõrdlusvahendit soodsama paigutuse ja vorminguga nendel lehtedel. Google'i sõnul oli näiteks kohtuasjas, milles tehti 3. oktoobri 1985. aasta kohtuotsus CBEM (311/84, EU:C:1985:394, punkt 5), nii, et kuigi asjaomane tegevus oli samuti aktiivne, rõhutas Euroopa Kohus, et keeldutud teenus oli hädavajalik ja et oli igasuguse konkurentsi kõrvaldamise oht, ning järeldas, et turgu valitsevas seisundis ettevõtja ei oleks tohtinud seda teenust ainult endale hoida.
- 205 Seejärel leidis komisjon vaidlustatud otsuse põhjenduses 651, et hädavajalikkuse kriteerium ei ole kohaldatav, sest otsuses on nõutud ainult, et „Google teeks nendele tegevustele lõpu“, mitte et Google annaks üle mõne vara või sõlmiks uusi kokkuleppeid. Ehkki Google võis selle asemel, et anda kõnealustele teenustele juurdepääs puudutatud isikutega lepingute sõlmimisega, tõesti loobuda nende kasutamisest enese huvides, on sama valikuvõimalus siiski ka ettevõtjatel, kellele on pandud tarnekohustus, et teha lõpp turgu valitseva seisundi kuritarvitamisele.
- 206 Kokkuvõttes kritiseerib komisjon vaidlustatud otsuses parandusi, mis puudutavad otsingutulemusi ja tootereklaame ning nende aluseks olevaid tehnoloogiaid, ning seda põhjendusel, et Google ei andnud konkureerivatele hinnavõrdlusvahenditele juurdepääsu nendele. Kuritarvitamise tuvastamiseks selle arutluskäigu põhjal oleks komisjon aga pidanud tõendama, et see juurdepääs oli hädavajalik ja et selle puudumine võis kogu konkurentsi kõrvaldada.
- 207 CCIA leiab üldisemalt, et vaidlustatud otsus rajaneb ekslikul eeldusel, et Google'i otsingumootor on veebiportaal. Tänapäeval on – rohkem kui kunagi varem – palju sisenemispunkte, et säilitada konkurents internetis, ning ükski sait ei ole veebiportaal.
- 208 Komisjon – keda toetab Saksamaa Liitvabariik – väidab, et 26. novembri 1998. aasta kohtuotsuses Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569) kindlaks määratud kriteeriumid ei ole käsitletaval juhul kohaldatavad. Ta kordab selles küsimuses vaidlustatud otsuses esitatud argumente, mis on toodud eespool punktides 204 ja 205, ning täpsustab, et ta jättis Google'i enda valida vahendid, mis tagavad võrdse kohtlemise tema hinnavõrdlusvahendi ja konkureerivate hinnavõrdlusvahendite vahel ning mis hõlmavad kas võimalust jätkata *Shopping Unit*'ite kuvamist oma üldisel tulemustelehel, lisades sinna lepingute raames konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused, või võimalust loobuda *Shopping Unit*'ite kuvamisest sellel lehel.
- 209 Komisjon vaidleb vastu Google'i argumendile, millega püütakse väita, et turgu valitseva seisundi kuritarvitamise tuvastamiseks peavad olema täidetud „esmatähtsa vahendi“ pakkumisest keeldumisega seotud tingimused, kuigi võib esineda ka teistsugust konkurentsivastast tegevust, mis toob kaasa turgu valitseva seisundi laienemise või tugevnemise teataval turul. Kui ta tõendab, et turgu valitsevas seisundis ettevõtja konkurentsivastane tegevus võib konkurentsi piirata, ei ole ta kohustatud tõendama, et see ettevõtja keeldus pakkumast oma konkurentidele hädavajalikku kaupa või teenust. Komisjon toob näiteks kohtuasja, milles tehti 23. oktoobri 2003. aasta kohtuotsus Van den Bergh Foods vs. komisjon (T-65/98, EU:T:2003:281, punktid 159 ja 161).

- 210 Saksamaa Liitvabariik väidab komisjoni väidete toetuseks, et vastupidi juhtumile, mida käsitleti 26. novembri 1998. aasta kohtuotsuses Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), ei ole käsitletaval juhul tegemist „esmatähtsa vahendiga“. Tema sõnul „varustas“ Google juba oma konkurente, andes neile juurdepääsu oma üldotsingu teenusele. Ei esine – nagu olukorras, mis viis selle kohtuotsuseni – konkurentide väljatõrjumist. Vastupidi, komisjoni etteheide Google’ile puudutab konkurentide teenuste ebasoodsamat esitamist võrreldes tema oma teenusega, sest konkurentide tulemused esitatakse Google’i tulemustest vähem asjakohastena.
- 211 VDZ kinnitab, et kõnealune tegevus kujutab endast tüüpilist võimendusefektiga kuritarvitamise juhtumit, mis on samastatav niisuguste juba hukka mõistetud tegevustega nagu kombineerimine ja seotud müük, hinnakruvi efekt ja teatavad konkreetset liiki teenuse osutamisest keeldumised, ning et seda tegevust käsitati niisugusena.

## 2) Üldkohtu hinnang

- 212 Komisjon leidis vaidlustatud otsuses, et 26. novembri 1998. aasta kohtuotsuses Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569) nimetatud tingimused ei ole käsitletaval juhul kohaldatavad eelkõige kolmel põhjusel. Komisjon tuvastas esiteks, et kuritarvitamised võimendusefektiga kujutavad endast hästi välja kujunenud ja iseseisvaid kuritarvitamise vorme, mis kalduvad kõrvale kaupade või teenuste omadustel põhinevast konkurentsist (põhjendus 649); teiseks, et kõnealused tegevused ei puudutanud Google’i-poolset passiivset keeldumist anda juurdepääs oma üldistele tulemustelehtedele, vaid aktiivset soosivat kohtlemist omaenese hinnavõrdlusvahendi edendamiseks võrreldes konkureerivate hinnavõrdlusvahenditega (põhjendus 650), ning kolmandaks, et käsitletaval juhul ei olnud vaja, et kõnealune ettevõtja loovutaks kuritarvitamisele lõpu tegemiseks teatud vara või et ta sõlmiks lepingud isikutega, keda ta ei ole valinud. Komisjon põhjendas, miks 26. novembri 1998. aasta kohtuotsus Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569) ei ole kohaldatav, viidates selles viimases küsimuses 23. oktoobri 2003. aasta kohtuotsusele Van den Bergh Foods vs. komisjon (T-65/98, EU:T:2003:281, punkt 161) (põhjendus 651).
- 213 Kõigepealt tuleb meenutada, et 26. novembri 1998. aasta kohtuotsuses Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569) leidis Euroopa Kohus, et selleks, et turgu valitsevas seisundis ettevõtja keeldumine juurdepääsu andmisest teenusele võiks kujutada endast kuritarvitamist ELTL artikli 102 tähenduses, on vaja, et see keeldumine võiks kõrvaldada igasuguse konkurentsi turul teenuse taotleja poolt, et see keeldumine ei oleks objektiivselt põhjendatud ning et teenus oleks iseenesest hädavajalik teenuse taotleja tegevusega tegelemiseks selles mõttes, et selle puhul ei ole olemas ühtegi tegelikku või potentsiaalset asendusteenust (26. novembri 1998. aasta kohtuotsus Bronner, C-7/97, EU:C:1998:569, punkt 41; vt ka 9. septembri 2009. aasta kohtuotsus Clearstream vs. komisjon, T-301/04, EU:T:2009:317, punkt 147 ja seal viidatud kohtupraktika).
- 214 Viienda väite teise osa raames heidab Google sisuliselt komisjonile ette, et ta käsitas kõnealuseid tegevusi „teenuse osutamisest keeldumisena“, kontrollimata konkreetset, kas juurdepääs nendele elementidele, st üldistele tulemustelehtedele ning tema spetsialiseeritud tulemustele (*Product Universal*’id ja *Shopping Unit*’id), on „hädavajalik“ ja kas on igasuguse konkurentsi kõrvaldamise oht, nagu ta oleks pidanud tegema lähtuvalt 26. novembri 1998. aasta kohtuotsusest Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569). Komisjon määras seega sanktsiooni teenuse osutamisest keeldumise eest, vabastades end kohustusest järgida selle rikkumise tuvastamise tingimusi ja esitada vastavad tõendid.

- 215 Tingimusi, mis on kindlaks määratud 26. novembri 1998. aasta kohtuotsuses Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), kohaldatakse üldjuhul taristute või teenuste suhtes, mida kvalifitseeritakse sageli „esmatähtsaks vahendiks“ selles mõttes, et need on teataval turul tegutsemiseks hädavajalikud, sest sellele ei ole ühtegi tegelikku ega potentsiaalset asendajat (vt 15. septembri 1998. aasta kohtuotsus European Night Services jt vs. komisjon, T-374/94, T-375/94, T-384/94 ja T-388/94, EU:T:1998:198, punktid 208 ja 212 ning seal viidatud kohtupraktika, ning 9. septembri 2009. aasta kohtuotsus Clearstream vs. komisjon, T-301/04, EU:T:2009:317, punkt 147 ja seal viidatud kohtupraktika), mistõttu võib keeldumine nendele juurdepääsu andmisest viia igasuguse konkurentsi kadumiseni. Esmatähtsaid vahendeid käsitlev kohtupraktika puudutab peamiselt olukordi, kus sellise ainuõiguse vaba kasutamine, mis on antud investeringu või uuenduse loomise eest, võib siseturul kahjustamata konkurentsi huvides olla piiratud (vt 1. juuli 2010. aasta kohtuotsus AstraZeneca vs. komisjon, T-321/05, EU:T:2010:266, punkt 679, ja 18. novembri 2020. aasta kohtuotsus Lietuvos geležinkeliai vs. komisjon, T-814/17, mille peale on esitatud apellatsioonkaebus, EU:T:2020:545, punkt 87 ja seal viidatud kohtupraktika).
- 216 Paljudel juhtudel (6. märtsi 1974. aasta kohtuotsus Istituto Chemioterapico Italiano ja Commercial Solvents vs. komisjon, 6/73 ja 7/73, EU:C:1974:18, punkt 25; 3. oktoobri 1985. aasta kohtuotsus CBEM, 311/84, EU:C:1985:394, punkt 26; 6. aprilli 1995. aasta kohtuotsus RTE ja ITP vs. komisjon, C-241/91 P ja C-242/91 P, EU:C:1995:98, punkt 56; 26. novembri 1998. aasta kohtuotsus Bronner, C-7/97, EU:C:1998:569, punkt 41; 29. aprilli 2004. aasta kohtuotsus IMS Health, C-418/01, EU:C:2004:257, punkt 52; 12. juuni 1997. aasta kohtuotsus Tiercé Ladbroke vs. komisjon, T-504/93, EU:T:1997:84, punkt 132, ning 17. septembri 2007. aasta kohtuotsus Microsoft vs. komisjon, T-201/04, EU:T:2007:289, punkt 332) on liidu kohus, kes on lähtunud esmatähtsate vahendite teooriast, kasutanud hädavajalikkuse ja igasuguse konkurentsi kõrvaldamise ohu kriteeriume, et iseloomustada kuritarvitamist või välistada selle esinemine kohtuasjades, milles oli tegemist turgu valitsevas seisundis ettevõtja võimalusega hoida tegevus sidusturul ainult endale.
- 217 Nagu selgitas sisuliselt kohtujurist Jacobs oma ettepanekus kohtuasjas Bronner (C-7/97, EU:C:1998:264, punktid 56, 57 ja 62), vastab hädavajalikkuse kriteeriumi valik nagu ka igasuguse konkurentsi kõrvaldamise ohu kriteeriumi valik õiguslikust seisukohast soovile kaitsta ettevõtja õigust valida oma lepingupartnerid ja käsutada oma omandit vabalt – põhimõtted, mis on sätestatud kõikide liikmesriikide õigussüsteemides ja on mõnikord konstitutsioonilised – ning majanduslikust seisukohast soovile soodustada pikemas perspektiivis konkurentsi tarbijate huvides, võimaldades äriühingul kasutada rajatisi, mille ta on välja arendanud, ainult ise. 26. novembri 1998. aasta kohtuotsuses Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569) kindlaks määratud ja eespool punktis 213 meenutatud kolme tingimuse eesmärk on tagada, et turgu valitseva seisundiga ettevõtja kohustus võimaldada kasutada oma taristut ei takistaks lõpuks konkurentsi, vähendades selle ettevõtja esialgset huvi see taristu välja ehitada. Nimelt väheneks turgu valitseva seisundiga ettevõtja huvi investeerida taristusse juhul, kui tema konkurentidel oleks soovi korral võimalik sellest tulenevatest eelistest kasu saada (18. novembri 2020. aasta kohtuotsus Lietuvos geležinkeliai vs. komisjon, T-814/17, mille peale on esitatud apellatsioonkaebus, EU:T:2020:545, punkt 90).
- 218 Nendest sissejuhatavatest märkustest lähtudes tulebki analüüsida argumente, mille on esitanud Google ja mille kohaselt on komisjon eiranud ELTL artiklit 102, määrates kõnealuste tegevuste eest sanktsiooni ilma, et oleks tõendanud, et 26. novembri 1998. aasta kohtuotsuses Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569) kindlaks määratud tingimused ja eelkõige hädavajalikkuse tingimus olid täidetud.

- 219 Esiteks käsitleb käesolev kohtuasi vastupidi komisjoni väitele tingimusi, millest lähtudes osutab Google oma üldotsingu teenust üldistele tulemustelehtedele juurdepääsu võimaldamisega konkureerivatele hinnavõrdlusvahenditele, kusjuures see juurdepääs on – nagu ilmneb vaidlustatud otsuse osast 7.2.2 – „oluline“ hinnavõrdlusvahendite veebisaidil infovoos loomiseks ja seega pikemas perspektiivis tulude tekitamiseks ning – nagu ilmneb osast 7.2.4.2 – „tegelikult asendamatu“.
- 220 Nagu ilmneb vaidlustatud otsuse põhjendusest 662, heidetakse Google’ile ette, et ta ei võimalda seda, et konkureerivad hinnavõrdlusvahendid oleksid paigutatud ja kuvatud samamoodi, nagu paigutatakse ja kuvatakse tema oma hinnavõrdlusvahend, ning et ta ei taga võrdset kohtlemist tema oma hinnavõrdlusvahendi ja konkureerivate vahendite vahel.
- 221 Vaidlustatud otsuse põhjenduses 699 on sellega seoses märgitud, et igasugune „täitmismeede“ peab tagama, et Google ei kohtle oma üldistel tulemustelehtedel konkureerivaid hinnavõrdlusteenuseid „ebasoodsamalt“ kui omaenese hinnavõrdlusteenust, ning põhjenduse 700 punktis c, et ükskõik missuguse täitmismeetme puhul tuleb Google’i hinnavõrdlusteenuse suhtes kohaldada „samu“ paigutamise ja kuvamise „võtteid ja meetodeid“, nagu kasutatakse konkureerivate hinnavõrdlusteenuste puhul.
- 222 Vaidlustatud otsus puudutab seega Google’i hinnavõrdlusvahendi ja konkureerivate hinnavõrdlusvahendite võrdset juurdepääsu Google’i üldistele tulemustelehtedele, millised ka ei oleks asjaomased tulemuste liigid (üldised tulemused, *Product Universal*’id või *Shopping Unit*’id), ning selle eesmärk on seega tõesti anda konkureerivatele hinnavõrdlusvahenditele juurdepääs Google’i üldistele tulemustelehtedele paigutuses ja vormingus, mis on sama silmatorkavad nagu tema hinnavõrdlusvahendi puhul, isegi kui selles ei ole välistatud, et komisjoni nõutud parandusmeetmete täitmiseks loobub Google oma üldistel tulemustelehtedel omaenese hinnavõrdlusvahendi soodsamast kuvamisest ja paigutamisest võrreldes konkureerivate hinnavõrdlusvahenditega.
- 223 Teiseks tuleb märkida, et komisjon ei viidanud seoses selle juurdepääsuprobleemiga – nagu ilmneb vaidlustatud otsuse põhjendustest 649–652 –, vähemalt mitte sõnaselgelt, 26. novembri 1998. aasta kohtuotsuses Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569) nimetatud tingimustele, kui ta asus seisukohale, et kuritarvitamine on tõendatud. Vastupidi, nagu ilmneb vaidlustatud otsuse põhjendustest 334 ja 649, tugines komisjon kohtupraktikale, mida kohaldatakse võimendusefektiga kuritarvitamise suhtes, ning leidis, et kõnealused konkurentsivastased tegevused on tõendatud. Komisjon arvas selles küsimuses, et Google võimendab oma valitsevat seisundit üldotsingu turul, et soodustada omaenese hinnavõrdlusvahendit hinnavõrdlusteenuste turul, kusjuures see soosiv kohtlemine viis potentsiaalse või tegeliku konkurentsi kõrvaldamiseni järgneval turul (vaidlustatud otsuse põhjendused 341 ja 342).
- 224 Tuleb aga märkida, et Google’i üldisel tulemustelehel on tunnuseid, mis muudavad selle sarnaseks esmatähtsa vahendiga (vt selle kohta 15. septembri 1998. aasta kohtuotsus *European Night Services jt vs. komisjon*, T-374/94, T-375/94, T-384/94 ja T-388/94, EU:T:1998:198, punktid 208 ja 212 ning seal viidatud kohtupraktika, ning 9. septembri 2009. aasta kohtuotsus *Clearstream vs. komisjon*, T-301/04, EU:T:2009:317, punkt 147 ja seal viidatud kohtupraktika), sest praegu ei ole turul ühtegi kättesaadavat tegelikku ega potentsiaalset vahendit, mis võimaldaks selle turul majanduslikult elujõulisel viisil asendada (vt selle kohta 17. septembri 2007. aasta kohtuotsus *Microsoft vs. komisjon*, T-201/04, EU:T:2007:289, punktid 208, 388, 390, 421 ja 436).

- 225 Selles küsimuses tuleb märkida – nagu ilmneb eespool punktidest 170–173 –, et vaidlustatud otsuse osas 7.2.4 tuvastas komisjon, et üldotsingu infovoog Google'i üldistel tulemustelehtedel moodustab suure osa infovoost konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse ning et seda infovoogu ei saa tegelikult asendada teiste infovoo allikatega, mis on praegu hinnavõrdlusvahendite puhul olemas – asjaolud, mis on kuritarvitamise analüüsis esitatud kui põhiaspektid.
- 226 Komisjon täpsustas vaidlustatud otsuse osas 7.2.4.2, et praegu ei ole arvestatavat alternatiivi infovoole, mis moodustab suure osa hinnavõrdlusteenuste tegevusest. Vaidlustatud otsuse põhjenduses 588 märkis komisjon, et „infovoog teistest üldotsingumootoritest (näiteks Bing või Yahoo) oli tühine ega saanud kasvada sisenemistökete tõttu riigisisestel üldotsingu teenuste turgudel“. Vaidlustatud otsuse põhjendustes 285–305 kirjeldas komisjon sisenemistökkeid üldotsingu turgudel. Ta leidis, et need tökked on põhjustatud märkimisvääretest investeeringutest ning mastaabi- ja võrguefektist. Ta näitas, kuidas üldotsingu turgude ajalugu kinnitab nende sisenemistökete olemasolu, sest alates 2009. aastast on toimunud ainult üks arvestatav turule sisenemine (Microsoft sisenes Bingiga) ning Google on peaaegu monopoolses seisundis (peaaegu kogu maailmas). Vaidlustatud otsuse põhjenduses 544 märkis komisjon ka, et suurenev investeerimine tekstreklaamidesse selleks, et korvata Google'i otsingumootorist pärit infovoo kaotust, ei kujuta endast „majanduslikult elujõulist“ lahendust, nagu seda ei ole ka muud infovoo allikad, näiteks mobiilirakendused või otsene infovoog (põhjendused 568 ja 580).
- 227 Seda tehes leidis komisjon – tuvastades, et infovoog, mille tekitasid Google'i üldised tulemustelehed, ei ole „tegelikult asendatav“, ning et teised infovoo allikad ei ole „majanduslikult elujõulised“ –, et Google'i infovoog on konkureerivatele hinnavõrdlusvahenditele hädavajalik (vt selle kohta ja analoogia alusel, mis puudutab samasuguste omadustega arvuti operatsioonisüsteemi, 17. septembri 2007. aasta kohtuotsus *Microsoft vs. komisjon*, T-201/04, EU:T:2007:289, punktid 208, 388, 390, 421 ja 436).
- 228 Lõpuks järeldas komisjon vaidlustatud otsuse punktis 7.3, et kõnealused tegevused võivad viia igasuguse konkurentsi potentsiaalse kadumiseni. Komisjon märkis seega vaidlustatud otsuse põhjenduses 594, et need tegevused „võisid viia selleni, et konkureerivad hinnavõrdlusteenused lõpetavad teenuste osutamise“.
- 229 Kolmandaks tuleb märkida, et kuigi kõnealused tegevused ei ole – nagu väidab Google – juurdepääsuprobleemiga mitteseotud, erinevad need siiski oma koosseisu tunnuste poolest teenuse osutamisest keeldumisest, millega oli tegemist kohtuasjas, milles tehti 26. novembri 1998. aasta kohtuotsus *Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569)* – asjaolu, mis õigustab komisjoni otsust käsitleda neid lähtuvalt muudest kriteeriumidest, kui on omased sellele kohtuotsusele.
- 230 Igal juhul, ükskõik missugune täielik või osaline juurdepääsuprobleem nagu käsitletaval juhul ei tähenda tingimata, et kohaldada tuleks 26. novembri 1998. aasta kohtuotsuses *Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569)* kindlaks määratud tingimusi, mis puudutavad teenuse osutamisest keeldumisi.
- 231 Nii on see eelkõige – nagu komisjon märgib vaidlustatud otsuse põhjenduses 649 (vt punkt 212 eespool) – juhul, kui asjaomane praktika seisneb iseseisvas tegevuses, mis erineb oma koosseisu tunnuste poolest teenuse osutamisest keeldumisest, isegi kui sellel võib olla sama väljatõrjuv mõju.
- 232 Teenuse osutamisest „keeldumine“, mis õigustab 26. novembri 1998. aasta kohtuotsuses *Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569)* kindlaks määratud tingimuste kohaldamist, eeldab esiteks, et see on sõnaselge, st et eksisteerib „taotlus“ või vähemalt soov saada juurdepääs ning vastav



„keeldumine“, ning teiseks, et asjaolu, mis kõrvaletõrjutuseni viis, st etteheidetav tegevus, seisneb peamiselt keeldumises kui niisuguses, mitte välises tegevuses nagu eelkõige mõnes muus vormis kuritarvitamine võimendusefektiga (vt selle kohta 6. märtsi 1974. aasta kohtuotsus *Istituto Chemioterapico Italiano ja Commercial Solvents vs. komisjon*, 6/73 ja 7/73, EU:C:1974:18, punktid 24 ja 25; 3. oktoobri 1985. aasta kohtuotsus *CBEM*, 311/84, EU:C:1985:394, punktid 26 ja 27; 6. aprilli 1995. aasta kohtuotsus *RTE ja ITP vs. komisjon*, C-241/91 P ja C-242/91 P, EU:C:1995:98, punktid 9, 11, 54 ja 55; 26. novembri 1998. aasta kohtuotsus *Bronner*, C-7/97, EU:C:1998:569, punktid 8, 11 ja 47; 12. juuni 1997. aasta kohtuotsus *Tiercé Ladbroke vs. komisjon*, T-504/93, EU:T:1997:84, punktid 5, 7, 110, 131 ja 132, ning 17. septembri 2007. aasta kohtuotsus *Microsoft vs. komisjon*, T-201/04, EU:T:2007:289, punktid 2 ja 7).

- 233 Ümberpöörduvalt välistab niisuguse sõnaselge teenuse osutamisest keeldumise puudumine selle, et teenuse osutamisest keeldumiseks kvalifitseeritakse ja niisuguse keeldumise puhul ette nähtud rangetest tingimustest lähtudes analüüsitakse tegevusi, mis isegi juhul, kui need võiksid lõppkokkuvõttes kaasa tuua kaudse keeldumise anda juurdepääs, kujutavad – võttes arvesse nende koosseisu tunnuseid, mis kalduvad oma laadilt kõrvale kaupade või teenuste omadustel põhinevast konkurentsist – endast ELTL artikli 102 rikkumist.
- 234 Nagu pealegi kinnitas kohtujurist Saugmandsgaard Øe oma ettepanekus kohtuasjades *Deutsche Telekom vs. komisjon* ja *Slovak Telekom vs. komisjon* (C-152/19 P ja C-165/19 P, EU:C:2020:678, punktid 85–89), siis kõik või vähemalt enamik tegevusi, mis võivad konkurentsi piirata või selle kõrvaldada (edaspidi „väljatõrjumispraktikad“), võivad kujutada endast kaudseid keeldumisi teenuse osutamisest, sest need kalduvad muutma turulepääsu raskemaks. Sellegipoolest ei saa 26. novembri 1998. aasta kohtuotsust *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569) kohaldada kõikide nende tegevuste suhtes, kuna vastasel korral eiratakse ELTL artikli 102 sõnastust ja mõtet, mille ulatus ei saa olla piiratud kuritarvitamisega, mis puudutavad „hädavajalikke“ kaupu ja teenuseid selle kohtuotsuse tähenduses.
- 235 Tuleb muide märkida, et paljudes kohtuasjades, mis tõstatavad nagu ka käesolev kohtuasi teenuse kättesaadavuse probleemi, ei nõutud selle tõendamist, et hädavajalikkuse tingimus on täidetud. Nii on see konkreetselt hinnakruvi efekti (17. veebruari 2011. aasta kohtuotsus *TeliaSonera Sverige*, C-52/09, EU:C:2011:83, punktid 55–58, ja 10. juuli 2014. aasta kohtuotsus *Telefónica ja Telefónica de España vs. komisjon*, C-295/12 P, EU:C:2014:2062, punkt 75) ning seotud müügi puhul (17. septembri 2007. aasta kohtuotsus *Microsoft vs. komisjon*, T-201/04, EU:T:2007:289, punkt 961).
- 236 Selles küsimuses tuleb märkida – nagu Euroopa Kohus on otsustanud –, et 26. novembri 1998. aasta kohtuotsuse *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569) punktidest 48 ja 49 ei saa järeldada, et tingimused, mis on vajalikud selleks, et tuvastada kuritarvituseks käsitatav keeldumine teenuse osutamisest, peavad olema kindlasti kohaldatavad ka sellise tegevuse kuritarvitusliku laadi kindlaksmääramisel, mille puhul on tegemist teenuste osutamisele või kaupade müügile ebasoodsate tingimuste kohaldamisega või selliste tingimuste kehtestamisega, mille tulemusel ostja huvi kaob, sest selline tegevus võib kujutada endast sõltumatut kuritarvituse vormi, mis on teistsugune kui kuritarvituseks käsitatav keeldumine teenuse osutamisest (17. veebruari 2011. aasta kohtuotsus *TeliaSonera Sverige*, C-52/09, EU:C:2011:83, punktid 55 ja 56; vt selle kohta ka 10. juuli 2014. aasta kohtuotsus *Telefónica ja Telefónica de España vs. komisjon*, C-295/12 P, EU:C:2014:2062, punktid 75 ja 96).

- 237 Selles küsimuses tuleb tõdeda – nagu ilmneb vaidlustatud otsuse osast 7.2.3 –, et kõnealuste tegevuste aluseks on komisjoni sõnul sisemine diskrimineerimine Google'i enda hinnavõrdlusteenuse ja konkureerivate hinnavõrdlusteenuste vahel võimendusefekti abil turult, kus Google'il on valitsev seisund ja mida iseloomustavad suured sisenemistõkked, nimelt üldotsingu turult.
- 238 Seega – nagu ilmneb vaidlustatud otsuse põhjendusest 344 ja artiklist 1 – ei ole käsitletaval juhul tegemist Google'i lihtsa ühepoolse keeldumisega osutada konkureerivatele ettevõtjatele sidusturul konkureerimiseks vajalikku teenust, mis oleks vastuolus ELTL artikliga 102 ja õigustaks seega „esmatähtsate vahendite“ teooria kohaldamist (vt selle kohta 22. märtsi 2011. aasta kohtuotsus *Altstoff Recycling Austria vs. komisjon*, T-419/03, EU:T:2011:102, punkt 109), vaid erineva kohtlemisega, mis on selle artikliga vastuolus.
- 239 Euroopa Kohtu kohtujuristid on aga pidevalt eristanud erineva kohtlemise asju juurdepääsu andmisest keeldumise juhtumitest, välistades 26. novembri 1998. aasta kohtuotsusest *Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569)* tulenevate tingimuste kohaldamise nende suhtes. Seda, et see on välistatud, mainis kohtujurist Jacobs oma ettepanekus kohtuasjas *Bronner (C-7/97, EU:C:1998:264, punkt 54)*, kohtujurist Mazák, kes sõnaselgelt välistas hädavajalikkuse tingimuse kohaldamise, kui „turgu valitsev ettevõtja [diskrimineerib] konkurente [...] enda tegevuse kasuks järgneval kaubaturul ELTL artikli 102 lõike c tähenduses“ (kohtujurist Mazáki ettepanek kohtuasjas *TeliaSonera Sverige, C-52/09, EU:C:2010:483, punkt 32*), ja kinnitas Üldkohus 7. oktoobri 1999. aasta kohtuotsuses *Irish Sugar vs. komisjon (T-228/97, EU:T:1999:246, punktid 166 ja 167)*.
- 240 Seega tuleb järeldada, et komisjon ei olnud kohustatud tõendama, et 26. novembri 1998. aasta kohtuotsuses *Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569)* kindlaks määratud tingimused on täidetud, et tuvastada täheldatud tegevuste põhjal rikkumine, sest – nagu komisjon vaidlustatud otsuse põhjenduses 649 kinnitab – kõnealused tegevused seisnevad võimendusefektiga kuritarvitamise iseseisvas vormis ning sisaldavad – nagu komisjon jällegi selle otsuse põhjenduses 650 märgib – „aktiivsust“, mis väljendub positiivsetes diskrimineerimistoimingutes, kui töödeldakse Google'i hinnavõrdlusvahendi tulemusi, mis tõstetakse tema üldistel tulemustelehtedel esile, ja konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemusi, mis kalduvad jääma allapoole. Need tegevused eristuvad seega tegevusest, mida käsitleti 26. novembri 1998. aasta kohtuotsuses *Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569)* ja mis seisnes lihtsalt keeldumises anda juurdepääs, nagu pealegi rõhutas Euroopa Kohus 25. märtsi 2021. aasta kohtuotsuses *Deutsche Telekom vs. komisjon (C-152/19 P, EU:C:2021:238, punkt 45)*, mis kuulutati pärast käesolevas kohtuasjas kohtuistungil toimumist.
- 241 Selles küsimuses ei ole – vastupidi Google'i väitele (vt punkt 204 eespool) – tähtsust sellel, et 3. oktoobri 1985. aasta kohtuotsuses *CBEM (311/84, EU:C:1985:394)* kohaldas Euroopa Kohus esmatähtsate vahenditega seotud tingimusi niisuguse „aktiivse“ väljatõrjumispraktika suhtes nagu kõnealune. Selles kohtuotsuses esitati Euroopa Kohtule eelotsuse küsimus „teenuse osutamisest keeldumise“ kohta ning ta võttis seega seisukoha ainult tingimuste suhtes, mida kohaldatakse selle tegevuse suhtes niisugusena, nagu see oli piiritletud eelotsuse küsimuses (3. oktoobri 1985. aasta kohtuotsus *CBEM, 311/84, EU:C:1985:394, punktid 19 ja 26*). Sellest ei saa järeldada, et testi teenuse osutamisest keeldumise alal ja sellest tulenevat hädavajalikkuse tingimust kohaldatakse kõikide ELTL artiklis 102 silmas peetud väljatõrjumispraktikate suhtes, sh soosiv kohtlemine, millega on tegemist käsitletaval juhul – mis oleks pealegi vastuolus tõlgendusega, mille Euroopa Kohus valis 17. veebruari 2011. aasta kohtuotsuses *TeliaSonera Sverige (C-52/09, EU:C:2011:83, punktid 55 ja 56)*.

- 242 Lisaks väidab Google, et kuigi Üldkohus on juba – nagu komisjon vaidlustatud otsuse põhjenduses 651 märgib – välistanud 26. novembri 1998. aasta kohtuotsuses Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569) nimetatud tingimuste kohaldamise, eelkõige sel põhjusel, et ei olnud vaja, et asjaomane ettevõtja võõrandaks vara või sõlmiks lepinguid isikutega, keda ta ei ole valinud, kohaldades vaidlusalust otsust (vt selle kohta 23. oktoobri 2003. aasta kohtuotsus Van den Bergh Foods vs. komisjon, T-65/98, EU:T:2003:281, punkt 161), võib hädavajaliku vara omanik alati teha teenuse osutamisest keeldumisele lõpu, kaotades asjaomase vara, mistõttu see kriteerium ei toimi, seda enam, et käsitletaval juhul kohustab vaidlustatud otsus teda sisuliselt edasi andma väärtusega vara, st otsingutulemustele mõeldud ala. Sellest järeldub, et komisjon tugines ekslikult 23. oktoobri 2003. aasta kohtuotsusele Van den Bergh Foods vs. komisjon (T-65/98, EU:T:2003:281), et välistada 26. novembri 1998. aasta kohtuotsuses Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569) nimetatud tingimuste kohaldatavus.
- 243 Nagu ilmneb punktidest 219–222 eespool, puudutab käesolev kohtuasi mõistagi – olgu kas või ainult kaudselt – tingimusi, mille kohaselt pakub Google oma üldotsingu teenust nii, et annab hinnavõrdlusvahenditele juurdepääsu üldistele tulemustelehtede.
- 244 Turgu valitsevat seisundit kuritarvitava ettevõtja kohustus võõrandada varasid, sõlmida lepinguid või tagada juurdepääs oma teenusele mittediskrimineerivatel tingimustel ei tähenda siiski tingimata 26. novembri 1998. aasta kohtuotsuses Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569) kindlaks määratud tingimuste kohaldamist. Kuritarvitamise õigusliku kvalifitseerimise kriteeriumide ja korrektiivmeetmete vahel, mis võimaldavad seda parandada, ei saa olla automaatsust. Seega, kui niisuguses olukorras nagu olukord, millega oli tegemist kohtuasjas, milles tehti 26. novembri 1998. aasta kohtuotsus Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), oleks ettevõtja, kellele kuulus ajalehtede kojukandmise süsteem, mitte üksnes keeldunud andmast juurdepääsu oma taristule, vaid ka kasutanud aktiivseid kõrvaletõrjumistegevusi, mis takistavad konkureeriva kojukandmissüsteemi väljaarendamist või takistavad kasutada alternatiivseid jaotussüsteeme, oleksid kuritarvitamise tuvastamise kriteeriumid olnud teistsugused. Niisugusel juhul oleks karistatud ettevõtjal olnud võimalus teha kuritarvitamisele lõpp juurdepääsu andmisega omaenese kojukandmissüsteemile mõistlikel ja mittediskrimineerivatel tingimustel. See ei oleks seepärast veel tähendanud, et tuvastatud kuritarvitamine oleks olnud ainult keeldumine anda juurdepääs oma kojukandmissüsteemile.
- 245 Teiste sõnadega peab kuritarvitamine olema piiratud nende *box*'ide kuvamisega ja kuritarvitamise tuvastamise tingimused tuleb kindlaks määrata ainuüksi sellest aspektist lähtudes, mitte seepärast, et üks viis teha lõpp kuritarvitamisele on võimaldada konkurentidel olla *box*'ides, mis kuvatakse Google'i tulemustelehtede ülaossa. Käsitletaval juhul hõlmavad kõnealused tegevused – nagu ilmneb eelkõige vaidlustatud otsuse põhjendusest 344 – ka konkureerivate hinnavõrdlusvahendite väljajäämist Google'i tulemustelehtedelt kohandamisalgoritmide tõttu – väljajäämine, mis koos sellega, et Google tõstab esile omaenese tulemusi, on nende tegevuste koosseisu tunnus, mis etendab komisjoni sõnul tuvastatud väljatõrjuvas mõjus peamist rolli ega ole otseselt seotud juurdepääsuga Google'i *box*'idele tema üldisel tulemustelehel.
- 246 Lisaks ei saa 26. novembri 1998. aasta kohtuotsuses Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569) kindlaks määratud kriteeriumide kohaldamine sõltuda meetmetest, mille komisjon määrab, et teha rikkumisele lõpp. Rikkumise tuvastamine eelneb juba oma olemuselt nende meetmete kindlaksmääramisele, mis teevad sellele lõpu. Selles olukorras ei saa rikkumise olemasolu ja 26. novembri 1998. aasta kohtuotsuses Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569) kindlaks määratud tingimuste kohaldamine sõltuda meetmetest, mille ettevõtja peab rikkumisele lõpu tegemiseks hiljem võtma.

- 247 Sellest järeldub, et kriteerium, milleks on vajadus võõrandada varasid või sõlmida lepinguid rikkumisele lõpu tegemiseks, ei toimi aktiivsete rikkumiste raames, mis erinevad – nagu käsitletaval juhul – lihtsalt teenuse osutamisest keeldumisest.
- 248 Lõpuks tuleb tuvastada, et Google'i väide, et Bundesgerichtshof (Saksamaa Liitvabariigi kõrgeim üldkohus) on jätnud pidevalt rahuldamata kaebused, mille kohaselt paneb turgu valitsevas seisundis äriühing toime kuritarvitamise, kui kohtleb iseennast soodsamalt kui oma konkurente, ning seda põhjendusel, et ettevõtjad ei pea toetama oma konkurente, on põhjendamatu. Nagu Saksamaa Liitvabariik oma menetluse astuja seisukohtades märgib, on seda, et turgu valitsevas seisundis ettevõtja „toetab“ konkurente, mainitud ainult väga eripärases kontekstis, milleks on kontsernisisesed rahavood, mida iseloomustab asjaolu, et emaettevõtja on määranud tütarettevõtjale väga soodsad ostuhinnad. Igal juhul, isegi kui Saksamaa kohtud ei ole tunnustanud mõistet „soosiv kohtlemine“, ei välista see nimetatud mõiste asjakohasust, kui komisjon tuvastab selle põhjal ELTL artikli 102 rikkumise. Liikmesriikide kohtute praktika, olgu need siis kõrgemad kohtud või konstitutsioonikohtud, ei saa olla liidu kohtutele siduv (vt selle kohta 10. aprilli 2014. aasta kohtuotsus *Acino vs. komisjon*, C-269/13 P, EU:C:2014:255, punkt 114), ehkki miski ei takista neil sellest inspiratsiooni ammutada ja seda oma analüüsis arvesse võtta. Vastupidi, liikmesriikide kohtud ja asutused peavad kohaldama ELTL artiklit 102 ühetaoliselt ja kooskõlas liidu kohtute praktikaga, sest lahknevused liikmesriikide kohtute ja asutuste vahel selle kohaldamisel võivad kahjustada liidu õiguskorra ühtsust ja kahjustada õiguskindlust.
- 249 Selles olukorras tuleb viienda väite teine osa ja see väide tervikuna tagasi lükata.

***c) Esimese väite esimene osa, mille kohaselt kirjeldati faktilisi asjaolusid ekslikult, sest Google tõi tootetulemuste rühmad sisse selleks, et parandada oma teenuse kvaliteeti, mitte selleks, et suunata infovoog omaenese hinnavõrdlusteenusesse***

*1) Poolte argumendid*

- 250 Google väidab sisuliselt, et komisjon kirjeldas faktilisi asjaolusid ekslikult. Esiteks tõi Google tootetulemuste rühmad sisse selleks, et parandada oma üldotsingu teenuse kvaliteeti, mitte selleks, et suunata infovoog omaenese hinnavõrdlusteenusesse. Google selgitab seega, et tal ei olnud mingit konkurentsivastast eesmärki, kui ta tõi sisse tootetulemused, vastupidi sellele, mis ilmneb faktiliste asjaolude kirjeldusest vaidlustatud otsuse põhjenduses 386.
- 251 Teiseks kinnitab Google, et *Product Universal*'id ei kahjustanud kasutajaid, vaid parandasid tema teenuste kvaliteeti ja asjakohasust – vastupidi sellele, mis ilmneb eelkõige vaidlustatud otsuse põhjendusest 598, mille kohaselt ei näidanud Google alati kasutajatele kõige asjakohasemaid tulemusi. Kokkuvõttes on vaidlustatud otsusega eiratud tõendeid, mis näitavad konkurentsi toetavat eesmärki, mis Google'il tootetulemuste rühmade väljaarendamisel oli; tehnilisi lahendusi, mis parandasid tema üldotsingu teenuse kvaliteeti, ning infovoog tegelikku muutumist. Faktilised asjaolud tõendavad, et Google'il oli konkurentsi toetav eesmärk, kui ta kuvas *Product Universal*'eid, mis parandasid üldotsingu teenuse kvaliteeti kasutajate huvides. Google parandas oma tehnoloogiaid, et olla konkurentsivõimelisem, mis puudutab kriteeriume, mille põhjal üldotsingumootorid omavahel konkureerivad. Asjaolu, et Google on keskendunud asjakohasusele, kinnitavad *Product Universal*'ite ettevaatlik kasutuselevõtt, dokumentaalsed tõendid ja liiklusandmed.

- 252 Komisjon väidab eelkõige, et ta ei vaidle vaidlustatud otsuses vastu sellele, et *Product Universal*'ite kui niisuguste väljaarendamisel võis olla konkurentsi toetamise eesmärk. Komisjon meenutab, et ta heidab Google'ile ette, et viimane kuvas *Product Universal*'id pilkupüüdvalt, samal ajal kui konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused said välja tulla ainult üldiste tulemustena, ilma mingi täiustatud kuvamisvõimaluseta, ning et algoritmid võisid need üldistes tulemustes allapoole paigutada (vaidlustatud otsuse põhjendused 344 ja 512).
- 253 BEUC rõhutab, et Google'i tegelik ajend oli kaitsta ja maksimeerida oma tulusid, jättes ekraani kõige tulutoovama osa süstemaatiliselt omaenese tulemustele, mis esitati pilkupüüdvate graafiliste omadustega isegi siis, kui need tulemused ei olnud konkreetse päringu puhul tingimata just kõige asjakohasemad. Kelkoo väidab omakorda, et Google hakkas käituma konkurentsivastaselt, et tõrjuda välja oma konkurendid ja edendada omaenese hinnavõrdlusvahendit. Nii võttis Google kasutusele tahtliku väljatõrjumisstrateegia, mille eesmärk oli esiteks jätta konkurendid kohandamisalgoritmide abil välja ning teiseks soodustada oma hinnavõrdlusvahendit tänu soodsamale vormingule ja paigutusele. Visual Meta märgib viimaks, et väidetav konkurentsi toetamise eesmärk, mille tõttu Google *Product Universal*'id kasutusele võttis, ei puutu kohtupraktika kohaselt asjasse ning et igal juhul, kuna see väidetav Google'i parandus *Product Universal*'ite abil ei saanud tuua kasu kõikidele konkureerivatele hinnavõrdlusvahenditele, ei saanud see parandada tema tulemuste asjakohasust tervikuna.

## 2. Üldkohtu hinnang

- 254 Tuleb märkida, et kui komisjon hindab turgu valitseva ettevõtja tegevust, kusjuures see analüüs on sellise turgu valitseva seisundi kuritarvitamise järeldamiseks möödapääsmatu, peab ta tingimata hindama selle ettevõtja äristrateegiat. Selles kontekstis on normaalne, et komisjon viitab subjektiivsetele teguritele, st selle äristrateegia aluseks olevatele põhjustele (19. aprilli 2012. aasta kohtuotsus *Tomra Systems jt vs. komisjon*, C-549/10 P, EU:C:2012:221, punkt 19).
- 255 Võimalik konkurentsivastane kavatsus on siiski vaid üks paljudest faktilistest asjaoludest, mida võidakse turgu valitseva seisundi kuritarvitamise tuvastamiseks arvesse võtta (19. aprilli 2012. aasta kohtuotsus *Tomra Systems jt vs. komisjon*, C-549/10 P, EU:C:2012:221, punkt 20).
- 256 ELTL artikli 102 kohaldamisel ei ole sugugi nõutav, et komisjon tõendaks turgu valitseva seisundiga ettevõtja konkurentsivastast kavatsust, ehkki selle kavatsuse tõendamine – kuigi sellest üksi ei piisa – on faktiline asjaolu, mida võib turgu valitseva seisundi kuritarvitamise tuvastamisel arvesse võtta (vt 30. jaanuari 2020. aasta kohtuotsus *Generics (UK) jt*, C-307/18, EU:C:2020:52, punkt 162 ja seal viidatud kohtupraktika).
- 257 Lisaks ei tõenda niisuguse kuritarvituse puudumist kavatsus osaleda kaupade või teenuste omadustel põhinevas konkurentsist, isegi kui eeldada, et see on nii (19. aprilli 2012. aasta kohtuotsus *Tomra Systems jt vs. komisjon*, C-549/10 P, EU:C:2012:221, punkt 22).
- 258 Käsitletaval juhul väidab Google, et ta ei soovinud mingil juhul kaupade või teenuste omadustel põhinevast konkurentsist kaugeneda, ning ta kinnitab sisuliselt, et komisjon moonutab faktilisi asjaolusid, kui väidab vaidlustatud otsuses, et kõnealuste tegevusteni viis tõesti konkurentsivastane kavatsus.

- 259 Vaidlustatud otsuse põhjendustest, millele Google viitab (eelkõige vaidlustatud otsuse põhjendused 386, 490–492 ja 598), ei ilmne siiski, et komisjon oleks võtnud kõnealuse kuritarvitamise esinemise iseloomustamisel arvesse – vähemalt niisugusena – Google'i võimalikku „konkurentsivastast eesmärki“, mille tõttu ta hakkas „välja arendama“ tehnoloogiaid, mis viisid *Product Universal*ite kasutuselevõtuni.
- 260 Vastupidi, nagu ilmneb vaidlustatud otsuse osa 7.2.1 sõnastusest, leidis komisjon, et kuritarvitamine koosneb objektiivsetest asjaoludest, st „omaenese hinnavõrdlusvahendi soodsam paigutus ja vorming Google'i üldistel tulemustelehtedel võrreldes konkurentide hinnavõrdlusvahenditega“ – tegevus, mis vaidlustatud otsuse osa 7.2.3 järgi koos üldotsingu kohandamise algoritmidega, mida kohaldati konkureerivate hinnavõrdlusvahendite suhtes, „vähendas Google'i üldiste otsingute tulemuste infovoogu konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse ja suurendas infovoogu Google'i enda hinnavõrdlusvahendisse“. See tuvastati hoolimata asjaolust, et infovoog oli vaidlustatud otsuse osa 7.2.2 järgi „suur“ konkureerivate hinnavõrdlusteenuste puhul ning vaidlustatud otsuse osa 7.2.4 kohaselt ei saanud kõrvalesuunatud infovoogu, mis sisaldas suures osas konkureerivate hinnavõrdlusteenuste infovoogu, tegelikult asendada teistest allikatest.
- 261 Seega, nagu komisjon mitu korda oma menetlusedokumentides kordas, leidis ta, et Google'ile ette heidetav käitumine seisneb konkreetsetl kahe objektiivse tegevuse kombinatsioonis: esiteks omaenese spetsialiseeritud tulemuste soodsam paigutus ja kuvamine tema üldistel tulemustelehtedel kui konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemuste paigutus ja kuvamine ning teiseks samas konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemuste allapoole asetamine kohandamisalgoritmide abil. Komisjon võrdles rikkumise tuvastamiseks seega hoolikalt esiteks viisi, kuidas konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused olid paigutatud ja kuvatud (vaidlustatud otsuse osa 7.2.1.1), ning teiseks viisi, kuidas Google'i hinnavõrdlusvahendi tulemused olid paigutatud ja kuvatud (vaidlustatud otsuse osa 7.2.1.2), siis kolmandaks aga kõnealuste tegevuste konkreetseid asjaolusid, st infovoo ulatust ja võimatust see tegelikult asendada ning internetikasutajate käitumist.
- 262 Nii toimides piirdus komisjon sellega, et võrdles viisi, kuidas Google paigutas ja kuvas konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemusi võrreldes oma hinnavõrdlusvahendi tulemustega, ning kirjeldas majanduslikku konteksti, milles konkurents hinnavõrdlusteenuste vahel aset leidis. Komisjon ei võtnud rikkumise tuvastamisel seega arvesse ei Google'i konkurentsivastast strateegiat ega konkurentsivastaseid eesmäärke – mida ta kinnitas sõnaselgelt kohtuistungil vastuseks Üldkohtu kirjalikule küsimusele.
- 263 Mõistagi – nagu ilmneb Üldkohtu vastusest viienda väite esimesele osale (vt punkt 175 eespool) – tuvastas komisjon, et kõnealused tegevused kalduvad kõrvale kaupade või teenuste omadustel põhinevast konkurentsist. Seda ei lükka siiski ümber Google'i võimalik kavatsus pakkuda kaupade või teenuste omadustel põhinevat konkurentsi nii, et ta parandab oma üldotsingu teenuse kvaliteeti ja spetsialiseeritud tulemuste asjakohasust, sest nagu ilmneb eespool punktis 257 viidatud kohtupraktikast, ei saa ainuüksi kavatsus pakkuda kaupade või teenuste omadustel põhinevat konkurentsi – isegi kui see on tõendatud – näidata, et kuritarvitamist ei olnud.
- 264 Kõigepealt tuleb meenutada, et ETL artikliga 102 keelatud turgu valitseva seisundi kuritarvitamine on objektiivne mõiste (13. veebruari 1979. aasta kohtuotsus Hoffmann-La Roche vs. komisjon, 85/76, EU:C:1979:36, punkt 91). Tuleb ka märkida, et vastupidi ETL artikli 101

lõikele 1 ei ole ERTL artiklis 102 tegevuse eset üldse mainitud (30. septembri 2003. aasta kohtuotsus *Michelin vs. komisjon*, T-203/01, EU:T:2003:250, punkt 237), kuigi selles on viidatud – kas või ainult kaudselt – konkurentsivastasele eesmärgile.

- 265 Seega, kuigi komisjon võis kommenteerida Google'i äristrateegiat *Product Universal*'ite kasutuselevõtu raames ja mainida seejuures subjektiivset laadi tegureid, näiteks soovi parandada Froogle'i kesist tulemuslikkust, tuleb argumendid, et põhjuste osas, miks Google *Product Universal*'id kasutusele võttis, on moonutatud faktilisi asjaolusid, sest need puudutavad põhjendusi, mida komisjon rikkumise koosseisu tunnustena ei kasuta (neid viimaseid on kokkuvõtlikult kirjeldatud eespool punktis 260), tagasi lükata, sest need ei saa anda rikkumise tuvastamise analüüsi raames tulemusi (vt selle kohta 12. detsembri 2018. aasta kohtuotsus *Servier jt vs. komisjon*, T-691/14, mille peale on esitatud apellatsioonkaebus, EU:T:2018:922, punkt 188 ja seal viidatud kohtupraktika).
- 266 Lisaks tuleb Google'i väite kohta, et *Product Universal*'id ei kahjustanud kasutajaid, vaid parandasid tema tulemuste kvaliteeti ja asjakohasust, tuvastada, et seda võimalikku suuremat tõhusust tänu kõnealustele tegevustele tuleb võtta arvesse kui võimalikku objektiivset põhjendust ning see ei saa niisiis põhjendada esimese väite esimest osa, mille kohaselt moonutas komisjon sisuliselt faktilisi asjaolusid. Neid argumente, mis puudutavad tulemuste kvaliteedi ja asjakohasuse parandamist, on käsitletud seega analüüsi hilisemas etapis, jaotise B punktis 4.
- 267 Seda arvestades tuleb esimese väite esimene osa ja viies väide tervikuna põhjendamatusse tõttu tagasi lükata.

### ***3. Esimese ja teise väite elemendid, mille kohaselt ei ole kõnealused tegevused diskrimineerivad***

#### ***a) Esimese väite elemendid, mille kohaselt järeltas komisjon ekslikult, et Google soodustas Product Universal'ite kuvamisega oma hinnavõrdlusteenust***

- 268 Google põhjendab esimest väidet kolme väiteosaga. Nagu eespool märgitud, kinnitab Google esimeses väiteosas, et vaidlustatud otsuses on faktilisi asjaolusid kirjeldatud ekslikult, sest ta tõi tootetulemuste rühmad sisse selleks, et parandada oma teenuse kvaliteeti, mitte selleks, et suunata infovoog omaenda hinnavõrdlusvahendisse. Teises väiteosas kinnitab Google, et komisjon järeltas ekslikult, et *Product Universal*'ite ja üldiste tulemuste erinev kohtlemine viis soosiva kohtlemiseni, ehkki mingit diskrimineerimist ei ole. Kui ei ole diskrimineerimist, ei saa olla aga ka kuritarvitamist. Kolmandas väiteosas kinnitab Google, et komisjon rikkus õigusnorme, mida kohaldatakse nende objektiivsete põhjenduste hindamise suhtes, mis võimaldavad teataval juhudel põhjendada esmapilgul konkurentsivastast käitumist, mis puudutab *Product Universal*'ite kuvamist. Komisjon ei analüüsinud, kas Google'i esitatud asjaolud, mis puudutavad kasu *Product Universal*'ite kasutajatele, tasakaalustavad väidetava piirava mõju.
- 269 Üldkohus leiab, et esimese väite seda kolmandat osa, mis käsitleb objektiivseid põhjendusi, tuleb analüüsida eraldi arutluskäigus pärast seda, kui on analüüsitud kolmandat ja neljandat väidet, mis käsitlevad konkurentsivastast mõju, vastavalt eespool punktis 126 mainitule.

270 Lisaks tuleb meenutada, et esimese väite esimest osa, mille kohaselt võttis Google tootetulemuste rühmad kasutusele selleks, et parandada oma teenuse kvaliteeti, mitte selleks, et suunata infovoog omaenese hinnavõrdlusteenusesse, nagu väitis komisjon, on käsitletud eespool punktides 250–267. Seega on käesolevas osas analüüsitud ainult selle väite teist osa.

### 1) Poolte argumendid

271 Google väidab, et vaidlustatud otsusega on rikutud õigusnormi osas, milles on järeldatud, et ta soodustas *Product Universal*’eid, sest komisjon ei analüüsinud tingimusi, mis peavad olema täidetud, et tuvastada diskrimineerimine.

272 Kõigepealt märgib Google, et tema tootetulemuste ja üldiste tulemuste genereerimise süsteemidega koheldi erinevalt erinevaid olukordi ja seda õiguspärasel põhjusel. Google ei vaidle vastu, et ta kohaldas tootetulemuste ja üldiste tulemuste genereerimiseks erinevaid süsteeme. Üldiste tulemuste puhul tugines Google ühelt poolt andmetele, mis on saadud meetodiga *crawling*, ja nendest andmetest tuletatud üldise asjakohasuse märkidele. Tootetulemuste puhul tugines Google teisalt otse müüjatelt saadud andmevoogudele ja kaupadele omastele asjakohasuse märkidele. Kohaldades üldiste tulemuste ja tootetulemuste puhul erinevaid tehnoloogiaid, ei kohelnud Google aga sarnaseid olukordi erinevalt. Ta kohtles erinevalt erinevaid olukordi ja seda õiguspärasel põhjusel, milleks oli oma tulemuste kvaliteedi parandamine.

273 Seejärel väidab Google, et siis kohaldas ta nende tulemuste reastamiseks oma üldistel tulemustelehtedel sama asjakohasusestandardit spetsialiseeritud tulemuste ja üldiste tulemuste suhtes ning seda ühtlaselt. Google kinnitab, et väide vaidlustatud otsuses, et *Product Universal*’id said kasu soodsamast paigutusest ja vormingust võrreldes üldiste tulemustega, on samuti väär, sest erinev kohtlemine ei andnud *Product Universal*’itele paigutust, mida nad ei olnuks Google’i üldistel tulemustelehtedel väärinud. Ta rõhutab, et vaidlustatud otsuses ei ole võetud arvesse, kuidas toimib Universal Search, mis tekitas ühtlase reastamissüsteemi Google’i kõikide tulemusekategoriate puhul. Seega pidid *Product Universal*’id „võitma“ oma paigutuse tulemustelehel sama asjakohasusestandardi põhjal, mida Google kohaldas üldiste tulemuste suhtes. Google märgib selles küsimuses, et tänu Universal Searchile ja selle koostisosadele võrdles ta otse tootetulemuste asjakohasust ning seda sama asjakohasusestandardi põhjal. Seega, kui *Product Universal* kuvati üldotsingu lehel hea asetusega, oli see tingitud sellest, et see oli asjakohasem kui üldised tulemused – mis paigutati allapoole –, mitte soodsamast kohtlemisest.

274 Vaidlustatud otsuses nendele argumentidele antud vastus on aga väär. Esiteks eksis komisjon, kui kinnitas vaidlustatud otsuse põhjenduses 440, et sellel, kas Google kohaldas *Product Universal*’ite ja üldiste tulemuste suhtes sama asjakohasusestandardit, ei ole tähtsust. Google kuvas *Product Universal*’id ainult siis, kui need olid asjakohasemad kui üldised tulemused, mis paigutati allapoole, ja neid ei soodustatud. Üldisel tulemustelehel saadud paigutus oli teenitud. Tulemuste reastamine nende asjakohasuse põhjal on soosiva kohtlemise vastand.

275 Teiseks eksis komisjon, kui kinnitas vaidlustatud otsuse põhjenduses 441, et Google ei tõendanud, et kohaldab *Product Universal*’ite ja üldiste tulemuste suhtes samu asjakohasusestandardeid. Selle arutluskäiguga püütakse tõendamiskoormis ümber pöörata. Komisjoni ülesanne on tõendada, et Google ei kohaldanud *Product Universal*’eid kuvades ühtseid asjakohasusestandardeid. Et komisjon seda ei teinud, ei saa ta soosivat kohtlemist tuvastada.



- 276 Kolmandaks tõendas Google igal juhul, et kohaldab *Product Universal*’ite suhtes ühtseid asjakohasusestandardeid. Selles küsimuses väidab komisjon vaidlustatud otsuse põhjenduses 442 ekslikult, et Google tugineb selle tõendamiseks ainult kahele võrdleva hindamise aruandele. Google esitas komisjonile hulga dokumente oma reastamissüsteemi toimimise ja asjakohasusestandardite kohta, mida ta kohaldas. Komisjoni kriitika vaidlustatud otsuses nende kahe aruande suhtes on tema sõnul põhjendamatu. Komisjon eksis ka, kui väitis vaidlustatud otsuse põhjenduses 390, et ajavahemikus 2009. aastast kuni 2010. aasta septembrini järgis ta sisereeglit, mis võimaldas tagada, et *Product Universal*’id „on alati paigutatud ülemisse serva“ iga kord, kui konkureeriva hinnavõrdlusvahendi tulemus reastati kolme esimese üldise tulemuse hulka. Tegemist on ettepanekuga, mida kunagi ellu ei viidud. Komisjoni väitele kõnelevad vastu andmed *Product Universal*’ite paigutuse kohta siis, kui hinnavõrdlusvahend oli kolme esimese tulemuse hulgas, ajavahemikus 2009. aasta detsembrist kuni 2010. aasta septembrini – ajavahemik, mille kohta komisjon väidab, et kehtis see sisereegel.
- 277 Komisjon vaidleb nendele argumentidele vastu. Kelkoo väidab eelkõige, et kohandamisalgoritme ei kohaldata Google’i hinnavõrdlusvahendi suhtes ning et konkureerivatel hinnavõrdlusvahenditel ei olnud kuvamisformaate, mida kohaldati selle hinnavõrdlusvahendi suhtes. BEUC märgib, et Google’i otsingu tootetulemusi ei määranud ära üksnes nende asjakohasus tarbija jaoks, vaid neid töödeldi, lähtudes ärilistest kaalutlustest. See on vastuolus tarbijate õiguspärase ootusega, et Google töötleb tulemusi neutraalselt. Viimane manipuleeris otsingutulemustega, muutes konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused silmatorkamatuks.

## 2) Üldkohtu hinnang

- 278 Sisuliselt vaidleb Google vastu sellele, et kõnealused tegevused võisid viia diskrimineerimiseni, sest esiteks kohaldas ta erinevaid süsteeme, nimelt üldiste otsingute süsteeme, meetodi abil, mida nimetatakse *crawling*’uks, ja spetsialiseeritud otsingu süsteeme liitunud müüjate saadetud voogude töötlemise abil, erinevate olukordade suhtes, st üldiste tulemuste ja spetsialiseeritud tulemuste suhtes, ning teiseks kohaldas ta kõikide tulemuste suhtes samu asjakohasusekriteeriume tänu oma tehnoloogiale Universal Search ja algoritmile Superroot. Seega ei saanud siin Google’i sõnul olla diskrimineerimist, sest ta kuvas *Product Universal*’id ainult siis, kui need olid nimetatud tehnoloogiaid arvestades asjakohasemad kui üldised tulemused, ning seega saavutasid nad oma paigutuse teenitult.
- 279 Kõigepealt tuleb selle kontrollimiseks, kas komisjon järeldas põhjendatult, et esineb diskrimineerimine, analüüsida erinevat kohtlemist, mida ta pidas ELTL artikliga 102 vastuolus olevaks, mis puudutab eelkõige *Product Universal*’ite paigutust ja vormingut.
- 280 Selles küsimuses tuleb tuvastada, et komisjon järeldas vaidlustatud otsuse osas 7.2.1, et kuritarvituslik käitumine seisnes Google’i oma hinnavõrdlusteenuse tulemuste (sh *Product Universal*’id) soodsamas „paigutuses“ ja „vormingus“ tema üldistel tulemustelehtedel kui konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused. Nagu ilmneb sellest osast, vaidlustatud otsuse põhjendusest 344 ja selle artiklist 1, heidab komisjon seega Google’ile ette, et viimane paigutas ja esitas omaenese hinnavõrdlusvahendi oma üldistel tulemustelehtedel „soodsamalt“ kui konkureerivad hinnavõrdlusvahendid.
- 281 Niisuguse järelduse tegi komisjon, olles võrrelnud viisi, kuidas olid Google’i üldistel tulemustelehtedel „paigutatud“ ja „esitatud“ konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused (osa 7.2.1.1), ning viisi, kuidas olid nendel lehtedel „paigutatud“ ja „esitatud“ Google’i hinnavõrdlusvahendi tulemused, käsitletaval juhul *Product Universal*’id (osa 7.2.1.2).

- 282 Komisjon järeldas sellest, et kui konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused said välja tulla ainult üldiste tulemuste vormis, st lihtsate siniste linkidena ilma piltide või täiendava teabeta kaupade ja nende hinna kohta (vaidlustatud otsuse põhjendus 371), ning erinevalt Google'i hinnavõrdlusvahendi tulemustest võis nende koht Google'i üldistel tulemustelehtedel teatavate kohandamisalgoritmide tõttu olla esimese lehe alaosas või järgmistel lehtedel (põhjendused 352–355), nagu see oli muide pärast algoritmi Panda kasutuselevõttu (põhjendus 361), olid Google'i hinnavõrdlusvahendi spetsialiseeritud tulemused ja kõnealusel ajavahemikus *Product Universal*'id paigutatud Google'i üldotsingu tulemuste seas silmatorkavalt (põhjendused 379 ja 385), nende formaat oli täiustatud, piltide ja täiendava teabega (põhjendus 397) ning kohandamisalgoritmide ei saanud neid paigutada allapoole (põhjendus 512).
- 283 Komisjon tuvastas seega, et see konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemuste erinev kohtlemine võrreldes Google'i hinnavõrdlusvahendi tulemustega (*Product Universal*'id) soodustas seda viimast hinnavõrdlusvahendit võrreldes konkureerivate hinnavõrdlusteenustega, arvestades eelkõige seda, kui suure infovoo tekitas Google'i üldotsingumootor konkureerivate hinnavõrdlusvahendite puhul (vaidlustatud otsuse osa 7.2.2), internetikasutajate käitumist, sest nende tähelepanu kippus kalduma tulemustele, mis olid üldotsingu tulemuste lehel kõige silmatorkavamad, st kõige parema paigutusega tulemustele (vaidlustatud otsuse osa 7.2.3.1), ning asjaolu, et selle tegevusega kõrvale juhitud infovoogu „ei saanud tegelikult asendada“ teistest allikatest (vaidlustatud otsuse osa 7.2.4).
- 284 Esiteks tuleneb sellest, et erinev kohtlemine, mida komisjon ette heidab, ei seisne – nagu väidab Google – erinevate otsingutulemuste väljavalimise süsteemide kasutamises selleks, et töödelda Google'i hinnavõrdlusvahendi otsingutulemusi ja konkureerivate hinnavõrdlusvahendite otsingutulemusi, st konkureerivate hinnavõrdlusvahendite puhul üldiste tulemuste väljavalimise süsteemi kasutamises ja tema oma hinnavõrdlusvahendi puhul spetsialiseeritud otsingu tulemuste väljavalimise süsteemi kasutamises, vaid tema oma spetsialiseeritud tulemuste soodsamas kohtlemises paigutuse ja kuvamise osas võrreldes konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemustega, mis ilmusid üldiste tulemuste hulgas.
- 285 Seega, kui Google kinnitab, et erinev kohtlemine tema otsingutulemuste vahel toimub olenevalt tema üldotsingumootori tulemuste laadist, st olenevalt sellest, kas tegemist on spetsialiseeritud tulemuste või üldiste tulemustega, siis tegelikult toimub see erinev kohtlemine olenevalt tulemuste päritolust, st olenevalt sellest, kas need pärinevad konkureerivatest hinnavõrdlusvahenditest või tema oma hinnavõrdlusvahendist. Tegelikult soodustab Google viimast võrreldes esimestega, mitte teatavat liiki tulemusi võrreldes teatavat teist liiki tulemustega.
- 286 Üksnes Google'i spetsialiseeritud otsingu tulemused, st *Product Universal*'id, võivad olla Google'i üldotsingu lehel *box*'ides ja seda täiustatud vormingus ning neid ei paiguta kohandamisalgoritmide allapoole.
- 287 Ja ümberpöörduvalt, konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemusi ei kohelda – isegi kui need on internetikasutaja jaoks eriti asjakohased – kunagi samamoodi nagu Google'i hinnavõrdlusvahendi tulemusi, olgu siis paigutuse poolest, sest nende omaduste endi tõttu kalduvad kohandamisalgoritmide neid allapoole paigutama ja *box*'id on mõeldud ainult Google'i hinnavõrdlusvahendi tulemustele, või nende vormingu poolest, sest täiustatud omadused ja pildid on samuti mõeldud üksnes Google'i hinnavõrdlusvahendile. Seega, isegi juhul, kui hoolimata allapoole paigutamise algoritmidest ilmuvad konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused nende asjakohasuse tõttu Google'i esimesel üldisel tulemustelehel, ei saa need kunagi olla sama silmatorkavad ja pillkupüüdvad nagu *Product Universal*'ites kuvatavad tulemused.

- 288 Niisugune erinev kohtlemine – mis ei ole kaugeltki neid kaht liiki internetitulemuste objektiivse erinevuse tulemus – on tingitud Google'i otsusest kohelda konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemusi ebasoodsamalt kui tema oma hinnavõrdlusvahendi tulemusi, kasutades nende puhul vähem silmatorkavat vormingut ja paigutust.
- 289 Teiseks tuleneb komisjoni tuvastatud tegevuste kirjeldusest eespool punktides 280–283, et Google'i argument, et ta kohaldas tootetulemuste rühmade ja üldiste tulemuste suhtes „sama asjakohasusestandardit“ ning et sisuliselt kuvas ta *Product Universal*'id ainult siis, kui need olid asjakohasemad kui konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused, tänu oma tehnoloogiale Universal Search ja algoritmile Superroot ning et seega ei saanud tegemist olla diskrimineerimisega, tuleb tagasi lükata.
- 290 Esiteks tuleb tõdeda, et nagu ilmneb vaidlustatud otsuse põhjendusest 440, ei heida komisjon Google'ile ette, et viimane kohaldas või ei kohaldanud neid kaht liiki tulemuste, st spetsialiseeritud tootetulemuste ja üldiste tulemuste suhtes sama asjakohasusestandardit, vaid hoopis seda, et ta ei kohaldanud samu kuvamis- ja paigutusstandardeid konkureerivate hinnavõrdlusvahendite ja oma hinnavõrdlusvahendi suhtes, sest esimesi koheldi viimasega võrreldes ebasoodsamalt.
- 291 Nagu aga ilmneb punktist 287 eespool, ei kohelda konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemusi olenemata nende asjakohasusest kunagi samamoodi nagu Google'i hinnavõrdlusvahendi tulemusi, olgu siis nende paigutuse või vormingu poolest, ning seega on need paratamatult ebasoodsamas konkurentsiolukorras.
- 292 Isegi kui konkureeriva hinnavõrdlusvahendi tulemus osutub – Google'i algoritmidega kindlaks määratud asjakohasuskriteeriumide põhjal – vähem asjakohaseks kui Google'i hinnavõrdlusvahendi tulemus, ei ole see, et kohandamisalgoritmide paigutavad selle Google'i üldistel tulemustelehtedel allapoole ja selle kuvamisviisiks on lihtne sinine üldine link, mis võib asuda täiustatult esitatud Google'i hinnavõrdlusvahendi tulemusele mõeldud *box*'i all, tingimata proportsionaalne väidetava väiksema asjakohasusega nendest kriteeriumidest lähtudes. Lisaks, isegi juhul, kui konkureeriva hinnavõrdlusvahendi tulemused on nendest kriteeriumidest lähtudes asjakohasemad, ei ole nende vorming – nagu on meenutatud eespool punktides 286 ja 287 – kunagi samasugune ja neid ei kohelda paigutuse poolest samamoodi ning seega moonutatakse konkurentsi juba enne, kui kasutaja teeb kaupade otsingu.
- 293 Sellest järeldub, et Google'i argument, et eksisteeris ühine asjakohasusestandard, tuleb tagasi lükata, kuna see on tulemusetu.
- 294 Selles küsimuses ei ole vaidlustatud otsuse põhjenduses 442 nimetatud hinnangud – täpselt samuti nagu muud Google'i mainitud katsed – isegi eeldusel, et need tõendavad, et *Product Universal*'id on asjakohasemad üldistest tulemustest, milles on esitatud konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused, lahenduseks konkurentsiprobleemile, mille komisjon vaidlustatud otsuse osas 7.2.1 tuvastas ja mida on ülevaatlilikult kirjeldatud selle otsuse põhjenduses 440, nimelt probleemile, et Google kohtleb enda spetsialiseeritud tulemusi ja konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemusi vormingu ja paigutuse osas erinevate süsteemide kohaselt, mis toob paratamatult kaasa selle, et konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemusi koheldakse võrreldes Google'i hinnavõrdlusvahendite tulemustega ebasoodsamalt.

- 295 Pealegi, isegi eeldusel, et hindajad eelistasid *Product Universal*’eid esimestele üldistele tulemustele, mis esimesel üldisel tulemustelehel välja tulid – mis ei ilmne pealegi selgelt kõnealustest katsetest, sest need näitavad, et hindajad kujundavad sarnase arvamuse kaupade puhul genereeritavate spetsialiseeritud otsingu tulemuste ja üldiste tulemuste kasulikkusest –, ei tähenda see, et nad eelistasid seda, et *Product Universal*’id koosnevad ainult Google’i hinnavõrdlusvahendi tulemustest. See ei tähenda ka, et nad oleksid eelistanud, et konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused kuvatakse vähem silmatorkavalt ja tuleksid Google’i üldistel tulemustelehtedel välja allpool.
- 296 Teiseks tuleb veel pealegi tuvastada, et Google’i ühist standardset asjakohasust käsitlev argument on peale selle, et see ei saa anda tulemusi, ka põhjendamatu, nagu ilmneb muide tema enda menetlusdokumentidest. Nagu Google ise kinnitab oma esimese väite kolmandas osas, ei saanud ta – niisuguste spetsialiseeritud otsingu suhtes kohaldatavate kriteeriumide põhjal nagu hind, laovarud või müüja maine – otseselt võrrelda omaenese hinnavõrdlusvahendi spetsialiseeritud tulemusi konkureerivate hinnavõrdlusvahendite spetsialiseeritud tulemustega, sest ta ei tundnud viimaste otsingualgoritmide tööpõhimõtet ja tal ei olnud juurdepääsu voogudele, mida saatsid nende saitidega liitunud jaemüüjad, eelkõige mis puudutab hinda.
- 297 Google’i enda selgituste kohaselt ei teadnud ta esiteks üldse, kuidas konkureerivad hinnavõrdlusvahendid reastasid ja hindasid oma tulemusi kaupade otsingute puhul, ning teiseks sai ta andmed omaenese hinnavõrdlusvahendis arvele võetud kaupade kohta voogudest, mida pakkusid otseselt müüjad, mitte veebisaitide meetodist, mida nimetatakse *crawling*’uks, nagu üldiste otsingute puhul. Google’il ei olnud aga sarnast teavet konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemuste kohta, sest konkureerivatel hinnavõrdlusvahendite saitidel on nende oma voog ja omaenese viis kaupu reastada.
- 298 Mõistagi – nagu komisjon vaidlustatud otsuse põhjenduses 440 märgib – kohaldas Google tänu Universal Searchile „teatavaid asjakohasusstandardeid“, et võrrelda omaenese spetsialiseeritud tulemusi oma üldiste tulemustega, millega võeti üle tema konkurentide tulemustelehti. Nagu Google aga oma hagiavaldusele lisatud aruandes tehnoloogiate kohta selgitab, toimib Universal Search statistiliste kriteeriumide põhjal kasutajauuringute alusel. Ei ole aga tõendatud ega isegi väidetud – võttes arvesse raskusi erinevat liiki tulemuste võrdlemisel, millele Google ise viitab (vt punkt 297 eespool) –, et see vahend võiks selle kvaliteeti kahjustamata anda asjakohaste tulemuste väljalimisel sama usaldusväärseid tulemusi nagu võrdlus, mille Google teeb omaenese kriteeriumide põhjal, mida kohaldatakse spetsialiseeritud kaubaotsingu suhtes ning milleks on eelkõige hind, laovarude tase, kauba populaarsus või müüja maine.
- 299 Seega kujutavad need uuringud, ükskõik kui usaldusväärsed need ka poleks, endast – nagu Foundem kohtuistungil kinnitas – ainult ligikaudset statistilist hinnangut, missugune võiks olla kõige asjakohasem tulemus. Ühest Google’i sisedokumendist, mida on mainitud tema tehnoloogiaid käsitlevas aruandes, ilmneb selles küsimuses, et „üks suurimaid raskusi inimestepoolsel hindamisel on see, et hindajad peavad tõlgendama kasutaja otsingut; ehkki inimesed on suutelised olema otsingu tõlgendamisel täpsemad kui masin, on võimatu teada täpselt kasutaja kavatsust [...], sest see hinnang on ainult meie hindajate ühine arvamus, mis erineb tõenäoliselt kasutajatest üldiselt“.
- 300 Lõpuks tuleb märkida, et asjaolust, millele Google viitab, st et *Product Universal*’id ilmusid ainult vastuseks 23 protsendile „kaubaotsingutest“ ning ta kuvas *Product Universal*’id üldiste tulemustelehtede ülaosas ainult 4 protsendil kaubaotsingutest, ei piisa, et lükata ümber erineva kohtlemise olemasolu. Niisugust ilmumise määra ei saa nimelt pidada iseenesest teguriks, mis

võimaldab välistada soosiva kohtlemise esinemise, sest seda määra tuleb hinnata võrdluses sadade konkureerivate hinnavõrdlusvahendite sarnases paigutuses ilmumise määraga (kusjuures sarnane vorming oli välistatud), neid viimaseid kaldusid Google'i kohandamisalgoritmid aga nende omaduste tõttu paigutama lehekülje alaossa.

301 Kõikidel eelnevatel põhjustel tuleb esimese väite teine osa tagasi lükata.

***b) Teise väite elemendid, mille kohaselt järeltas komisjon ekslikult, et Google soodustas Shopping Unit'ite kuvamisega omaenese hinnavõrdlusteenust***

302 Teist väidet põhjendab Google kolme väiteosaga. Esiteks järeltas komisjon ekslikult, et rühmitatud tootereklaamide ja üldiste tulemuste erinev kohtlemine kujutab endast soosimist, kuid sellega ei kaasne mingit diskrimineerimist.

303 Teiseks on vaidlustatud otsuses ekslikult järeldatud, et tootereklaamidega *Shopping Unit*'ites soodustatakse Google'i hinnavõrdlusteenust.

304 Kolmandaks on komisjon rikkunud õigusnorme, mida kohaldatakse *Shopping Unit*'ite kuvamist puudutavate objektiivsete põhjenduste hindamise suhtes. Selles viimases väiteosas seab Google täiendavalt kahtluse alla selle, et esines tema enda hinnavõrdlusvahendit soosiv kohtlemine, sest ta märgib, et *Shopping Unit*'id sisaldasid juba konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemusi. Tuleb muide märkida, et selle argumendi on Google esitanud eesmärgiga vaielda vastu sellele, et haldusmenetluse raames esines soosiv kohtlemine (vaidlustatud otsuse põhjendus 405). Seega tuleb kolmanda väiteosa neid elemente käsitleda pärast teist väiteosa. Selle väiteosa elemente, mis on seotud objektiivsete põhjendustega, on siiski käsitletud koos *Product Universal*'eid käsitlevate elementidega pärast seda, kui jaotise B punktis 3 on analüüsitud väiteid, mis puudutavad kõnealuste tegevuste mõju.

***1) Teise väite esimene osa, mille kohaselt järeltas komisjon ekslikult, et tootereklaamide ja üldiste tulemuste erinev kohtlemine kujutas endast soosimist, ehkki sellega ei kaasnud mingit diskrimineerimist***

***i) Poolte argumendid***

305 Esiteks väidab Google, keda toetab CCIA, et komisjon võrdleb ekslikult tootereklaamide, st *Shopping Unit*'ite kohtlemist tasuta üldiste tulemuste kohtlemisega, mis vastavad aga kahele erinevale asjale, ning seega ei saa siin olla diskrimineerimist. Google kinnitab selles küsimuses, et tasuliste reklaamidega, sh tootereklaamidega rahastatakse tema üldotsingu teenust. Seega kuvab Google neid paratamatult erinevalt tasuta üldistest tulemustest, mis on tema reklaamidest rahastatava kahepoolse majandusmudeli normaalne tagajärg. Google rõhutab selles küsimuses, et ta identifitseerib *Shopping Unit*'id oma üldistel tulemustelehtedel kui „spondeeritud“ üksused, näitamaks, et need on tasulised. Väide vaidlustatud otsuses, et märges „spondeeritud“ „suudavad mõista ainult kõige teadlikumad kasutajad“ (vaidlustatud otsuse põhjendused 536, 599 ja 663), ei rajane ühelgi tõendil. Kuigi komisjon loetleb vaidlustatud otsuses 12 erinevust *Shopping Unit*'ites olevate tootereklaamide ja tekstreklaamide vahel (vaidlustatud otsuse põhjendused 426–438), et tõendada, et tootereklaamid ei kujuta endast tekstreklaamide edasiarendust, ei tõenda ükski nendest erinevustest ka, et tootereklaamid on sarnased tasuta üldiste tulemustega ning et need tuleb paigutada ja kuvada samamoodi.

306 Teiseks väidab Google, et ta kuvab *Shopping Unit*'eid seepärast, et need sisaldavad kaubaotsingu puhul paremaid tulemusi kui tekstreklaamid, mitte esimeste soodustamiseks. Komisjon ei ole tema sõnul tõendanud, et *Shopping Unit*'id ei vääri ruumi, mis on neile üldistel tulemustelehtedel ette nähtud. Kvaliteetsed reklaamid on kasutajatele kasulikumad ja reklaamijatele tõhusamad ning tõstavad nende kahe kategooria puhul otsinguteenuse väärtust. Google kuvab *Shopping Unit*'id üksnes siis, kui tema tootereklaamid pakuvad paremaid vastuseid päringule kui tekstreklaamid. Seetõttu ilmuvad *Shopping Unit*'id ainult vastuseks ligikaudu 25 protsendile kaubaotsingutest, mis kõneleb vastu komisjoni väitele, et Google asetab *Shopping Unit*'id „alati“ lehekülge ülaossa (vaidlustatud otsuse põhjendus 395). Komisjoni väitele vaidlustatud otsuses, et Google ei ole tõendanud, et ta „kohaldab *Shopping Unit*'ite suhtes samu asjakohasusestandardeid nagu need, mida ta kohaldab [tekst]reklaamide suhtes“ (vaidlustatud otsuse põhjendus 441), kõneleb vastu asjaolu, et Google on töötanud välja protsessi, mille raames võrdleb ta otseselt tootereklaame tekstreklaamidega. Tootereklaamid ja tekstreklaamid pannakse omavahel konkureerima samade asjakohasus- ja väärtusstandardite põhjal. Lisaks näitavad empiirilised andmed, et tootereklaamid *Shopping Unit*'ites on kasutajatele ja reklaamijatele paremad kui tekstreklaamid.

307 Komisjon vaidleb nendele argumentidele vastu.

308 BEUC esitab samad argumendid, nagu ta esitas esimese väite teise osa raames (vt punkt 277 eespool). Foundem väidab, et *Shopping Unit*'id muudavad Google'i käitumise veelgi konkurentsivastasemaks, sest Google asendas asjakohasusel rajanevad tulemused tasuliste reklaamidega, mille kuvamise määrab ära kasu, mida ta võib sellest saada. Visual Meta täpsustab, et Google'i argument, et ta näitab *Shopping Unit*'eid ainult siis, kui need on asjakohasemad kui tekstreklaamid või üldised tulemused, tuleb tagasi lükata, sest just seepärast, et reklaamid täiustatud formaadis on tarbijale silmatorkavamad kui lihtsad „sinised lingid“, ei saagi Google neid kasutada ainult oma teenuste puhul, ilma et jätaks seejuures tarbijad ilma asjakohasematest tulemustest, mis pärinevad teistest hinnavõrdlusvahenditest. Just asjaolu tõttu, et tootereklaamid on oma täiustatud formaadiga kasutajatele ja reklaamijatele paremad, peabki Google kuvama teiste hinnavõrdlusvahendite tulemused samades formaatides.

## ii) Üldkohtu hinnang

309 Google kordab sisuliselt argumente, mille ta esitas esimese väite teise osa raames. Ta väidab, et komisjoni tuvastatud diskrimineerimist ei ole, sest esiteks kohtleb ta erinevalt ainult tulemusi, mis on oma laadilt erinevad, st tasuta üldisi tulemusi, millesse on üle võetud konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused, ja omaenese hinnavõrdlusvahendi tasulisi „tootereklaame“ (*Shopping Unit*'id), ning teiseks kuvab ta *Shopping Unit*'id ainult siis, kui need tootereklaamid pakuvad paremaid vastuseid päringule kui tekstreklaamid, st reklaamid, mille puhul kuvatakse link reklaamija veebisaidile lühikese tekstiväljavõttena (ilma piltide ja dünaamilise teabeta).

310 Tuleb märkida, et komisjon võrdles selle tuvastamisel, et Google soodustab omaenda hinnavõrdlusvahendi tulemusi, *Shopping Unit*'ite paigutust ja vormingut konkureerivate hinnavõrdlusvahendite üldiste tulemuste paigutuse ja vorminguga. Komisjon tuvastas nagu *Product Universal*'ite puhul (vt punktid 280–283 eespool), et neid tulemusi soodustatakse nende silmatorkava paigutuse tõttu Google'i üldistel tulemustelehtedel (vaidlustatud otsuse osa 7.2.1.2.1), sest *Shopping Unit*'id on alati paigutatud Google'i esimeste üldotsingu tulemuste kohale (vaidlustatud otsuse põhjendus 395) ning esitatakse täiustatult *box*'ides Google'i üldise tulemustelehe ülaosas (vaidlustatud otsuse osa 7.2.1.2.2). *Shopping Unit*'eid ei saa ka konkureerivad kohandamisalgoritmid allapoole paigutada. Komisjon tuvastas ka vaidlustatud otsuse põhjenduses 439, et konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused ei saa olla *Shopping*

*Unit*'ites ning nende paigutus ja vorming ei saa seega olla samasugune nagu Google'i spetsialiseeritud tulemustel, kui need hinnavõrdlusvahendid ei muuda just majandusmudelit nii, et nendest saavad müügisaidid, mis pakuvad reklaame, mis saavad olla *Shopping Unit*'ites, ja müüvad seega ise kaupu.

- 311 Esiteks tuleb vastata Google'i argumendile, et tema tootereklaamid *Shopping Unit*'ites erinevad – arvestades asjaolu, et need on reklaamid – juba oma olemuselt konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tasuta tulemustest, mis välistab igasuguse diskrimineerimise.
- 312 Tuleb märkida, et *Shopping Unit*'id näitavad Google'i hinnavõrdlusvahendi tulemusi ja need konkureerivad konkureerivate hinnavõrdlusvahenditega. Tähtsust ei ole sellel, et kaupade panemiseks *Shopping Unit*'itesse peavad müüjad tasuma reklaamitasu, sest internetikasutajatele pakub Google'i spetsialiseeritud otsingu teenus sama hinnavõrdluse tasuta teenust nagu konkureerivate hinnavõrdlusvahendite teenus, nagu ilmneb vaidlustatud otsuse osast 5.2.2. Google ei ole seega tõendanud, mille poolest on hinnavõrdlusteenus, mida pakuvad internetikasutajatele *Shopping Unit*'id, oma olemuselt erinev sellest, mida pakuvad teised hinnavõrdlusvahendid. Vastupidi, tundub, et mõlema teenuse eesmärk on võrrelda kaupu internetis ning et internetikasutajate seisukohast asendavad need seega teineteist.
- 313 *Shopping Unit*'itega käib küll kaasas märges „spondeeritud“, mis näitab, et tegemist on internetikasutajatele mõeldud reklaamiga. Nagu ilmneb vaidlustatud otsuse põhjendustest 536, 599 ja 663, ei saa enamik internetikasutajaid märkest „spondeeritud“ kergesti aru nii, et see tähendab, et Google'i hinnavõrdlusvahendi tulemused ja konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused reastatakse erinevate süsteemide kohaselt ning seepärast võib juhtuda, et nende konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused paigutatakse üldistel tulemustelehtedel allapoole ja kuvatakse vähem silmatorkavalt ning seda mitte sellepärast, et need tulemused on Google'i hinnavõrdlusvahendi tulemustest vähem asjakohased, vaid lihtsalt seepärast, et need ei ole Google'i oma tulemused. Nii on see eelkõige siis, kui need paigutatakse Google'i üldistel tulemustelehtedel allapoole kohandamisalgoritmide tõttu ja mitte nende sisu väiksema adekvaatsuse tõttu seoses internetikasutaja päringuga, sest see süsteem ei ole internetikasutajatele teada.
- 314 Vastupidi Google'i väitele ei sea vaidlustatud otsus *Shopping Unit*'ite paigutust ja vormingut kritiseerides kahtluse alla tema kahepoolset majandusmudelit, mille alusel rahastatakse tasuta teenuseid reklaamist. Kui ettevõtja rahastamise viis toob kaasa – nagu käsitletaval juhul – selle, et ta hakkab osalema turgu valitseva seisundi kuritarvitamises, ei võimalda miski jätta seda rahastamisviisi ELTL artiklis 102 sätestatud keelu kohaldamisalast välja. Pealegi on suurele hulgale turgu valitseva seisundi kuritarvitamistele omane püüda ettevõtja rahastamise allikaid parandada.
- 315 Google'il ei ole ka õigus, kui ta kinnitab laiemalt, et komisjon seab kahtluse alla tekstreklaamide õiguspärasuse, ehkki need on ometi tema majandusmudeli ja äriedu aluseks ning komisjon ei ole kunagi leidnud midagi, mida neile ette heita. Erinevalt *Shopping Unit*'itest ei osale tekstreklaamid Google'i hinnavõrdlusteenuses ning nende kohta ei leita, et need on soosiva kohtlemise raames konkurente kahjustanud.
- 316 Teiseks, kuna Google vaidleb komisjoni tuvastatud soosivale kohtlemisele vastu, sest ta kuvab *Shopping Unit*'id ainult siis, kui tema tootereklaamid pakuvad päringule paremaid tulemusi kui eespool punktis 309 nimetatud tekstreklaamid, ning seega ei ole mingit diskrimineerimist, siis tuleb meenutada, et komisjoni tuvastatud erinev kohtlemine, mis puudutab üldisi tulemusi,

millesse on üle võetud konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused, ja Google'i hinnavõrdlusvahendi spetsialiseeritud tulemusi, mis esinevad *Shopping Unit*'ites, on olemas, nagu ilmneb punktist 310 eespool. Seega ei ole diskrimineerimise tuvastamiseks asjakohane võrrelda mitte *Shopping Unit*'eid ja tekstreklaame, vaid *Shopping Unit*'eid ja konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemusi, mis võivad esineda üldistes tulemustes.

- 317 Vastuseks vaidlustatud otsuse põhjenduses 406 kokkuvõtlikult esitatud Google'i argumendile märgib komisjon vaidlustatud otsuse põhjenduses 440, et see, kas Google kohaldas *Shopping Unit*'ite ja teiste tootereklaamide puhul ühist asjakohasusestandardit, ei puutu asjasse, ning lisas siis põhjenduses 441, et igal juhul ei kohaldanud Google niisugust ühist asjakohasusestandardit neid kaht liiki reklaamide suhtes.
- 318 Niisugune hinnang ei sea siiski kahtluse alla asjaolu, et vaidlustatud otsuses käsitletav erinev kohtlemine ei puuduta – nagu ilmneb punktidest 310 ja 316 eespool – muid reklaame, mille Google kaupade kohta kuvab peale reklaamide *Shopping Unit*'ites, vaid üldisi tulemusi, millesse on üle võetud konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused. Nagu ilmneb vaidlustatud otsuse põhjendusest 440, „ei ole komisjon [...] nõus [...] sellega, et Google'i enda hinnavõrdlusteenuse suhtes ei kohaldata samu kriteeriume nagu konkureerivate hinnavõrdlusteenuste suhtes“.
- 319 Nagu ilmneb vaidlustatud otsuse põhjendusest 439, mis eelneb selle otsuse põhjendusele 440, ja punktist 310 eespool, ei kohaldata konkureerivate hinnavõrdlusvahendite suhtes samu kuvamiskriteeriume nagu Google'i hinnavõrdlusvahendi suhtes isegi tasu maksmise korral selle eest, et nende tulemused esitataks *Shopping Unit*'ites, v.a majandusmudeli muutmise korral, nagu on selgitatud allpool punktis 346 jj.
- 320 Sellest järeldub, et teise väite esimene osa tuleb tagasi lükata.

*4. Teise väite teine osa, mille kohaselt järeldas komisjon ekslikult, et Shopping Unit'ites olevate tootereklaamid toovad kasu Google'i hinnavõrdlusteenusele*

*i) Poolte argumendid*

- 321 Google väidab, et komisjon leidis ekslikult, et *Shopping Unit*'ites olevad tootereklaamid „toovad kasu“ Google'i hinnavõrdlusteenusele. Nende lingid ei vii sellesse teenusesse ega tekita mingit tulu sellele teenusele. Vaidlustatud otsuses on sellega sõnaselgelt nõustatud.
- 322 Google märgib selles küsimuses, et komisjon loetleb vaidlustatud otsuses kaheksa põhjust, mis selgitavad tema sõnul, mille poolest on *Shopping Unit*'ite kuvamine vahend soodustada „saiti“ Google Shopping (vaidlustatud otsuse põhjendused 414–421). Seitsmes nendest ei ole siiski ära näidatud mingit kasu, mida sait Google Shopping saab tootereklaamidest *Shopping Unit*'ites, ja veel vähem kasu, mis võiks õigustada seda, et klõpsud tootereklaamidest registreeritakse infovoona *Shopping Unit*'itesse. Vaidlustatud otsuses on mainitud eelkõige *Shopping Unit*'ite menüüsaki linke ja linke „näita kõik“, mis viivad saidile Google Shopping (vaidlustatud otsuse põhjendus 419). See ei õigusta siiski ei kriitikat *Shopping Unit*'ites olevate tootereklaamide suhtes ega tootereklaamidest tehtavate klõpsude registreerimist infovoona saidile Google Shopping. Komisjon märgib ka, et klõpsud *Shopping Unit*'ites olevatel tootereklaamidest ja lehel Google Shopping võivad viia samade müüjate saitidele (vaidlustatud otsuse põhjendus 418). See seletab kasu, mida tootereklaamid – ükskõik missugune on nende allikas – müüjatele tekitavad, kuid mitte seda, kuidas saab sait Google Shopping kasu klõpsudest *Shopping Unit*'ites olevatel



tootereklaamid. Teised põhjendused vaidlustatud otsuses (põhjendused 414–417 ja 420) ei ole samuti sellised, mis näitaksid, et sait Google Shopping saaks kasu klõpsudest *Shopping Unit*'ites olevatel tootereklaamid.

- 323 Ainus vaidlustatud otsuses esitatud põhjendus, mis selgitab, miks võib klõpse *Shopping Unit*'ites olevatel tootereklaamid registreerida infovoona saidile Google Shopping, on see, et need klõpsud vallandavad makse Google'ile (vaidlustatud otsuse põhjendused 421 ja 630). See väide on siiski väär, sest tulusid *Shopping Unit*'ites olevatest tootereklaamidest ei eraldata saidile Google Shopping. Google eraldab tulud *Shopping Unit*'ites olevatest tootereklaamidest oma üldotsingu teenusele. Komisjon nõustub muide sellega vaidlustatud otsuse põhjenduses 642, milles ta märgib, et sellega, et Google kuvab *Shopping Unit*'id, „rahastab ta oma üldotsingu teenust“.
- 324 Väide, et tulud klõpsudest *Shopping Unit*'ites olevatest tootereklaamidest toovad kasu Google'i hinnavõrdlusteenusele, on seega faktiliselt väär. Vaidlustatud otsuses esitatud arutluskäik on ka õiguslikult väär, sest rajaneb sisuliselt risttoetuse etteheitel sel põhjusel, et Google rahastab saiti Google Shopping tuludega, mida ta saab tootereklaamidest üldistel tulemustelehtedel. Isegi kui *Shopping Unit*'itest saadavad tulud toovad kasu saidile Google Shopping – nagu see ei ole –, ei võimalda see tuvastada kuritarvitamist.
- 325 Komisjon väidab, et *Shopping Unit*'id on osa Google'i hinnavõrdlusvahendist; et *Shopping Unit*'ite kuvamine silmatorkavalt on Google'i võimalus oma hinnavõrdlusvahendit soodustada; et iga klõps *Shopping Unit*'itel toob Google'i hinnavõrdlusvahendile kasu, hoolimata sellest, et need klõpsud suunavad internetikasutaja müüjate saitidele, mitte anonüümsele spetsialiseeritud saidile Google Shopping, ning et isegi juhul, kui tulusid, mida tekitavad tootereklaamid *Shopping Unit*'ites, ei eraldata saidile Google Shopping, esitab Google müüjatele ja kasutajatele *Shopping Unit*'eid ja sõltumatut lehekülge Google Shopping nagu ainult ühte teenust või ühte kogemust. Müüjate ja kasutajate seisukohast ei ole sellel, kuidas Google'i tulusid kasutatakse, tähtsust (vaidlustatud otsuse põhjendus 420). Google püüab nende eeliste kindlaksmääramist, mis sellel on tema hinnavõrdlusvahendile, siduda viisiga, kuidas kasutatakse tulusid, mille tekitavad klõpsud *Shopping Unit*'itel, võtmata arvesse erinevaid eeliseid, mida ta saab klõpsudest *Shopping Unit*'itel ning mis on tehtud kindlaks vaidlustatud otsuse põhjendustes 445, 447 ja 450. Komisjon lisab, et vaidlustatud otsuse põhjendustes 414–420 on esitatud seitse põhjust, mis õigustavad seisukohta, et klõpsud *Shopping Unit*'itel toovad kasu Google'i hinnavõrdlusvahendile.
- 326 Nende aspektide kohta rõhutab Visual Meta muu hulgas, et Google'i tulude ettevõtjasisene kasutamine ei võimalda tal pääseda sellest, et tuvastatakse kuritarvitamine ELTL artikli 102 tähenduses. Visual Meta nõustub samuti komisjoni analüüsiga vaidlustatud otsuse põhjenduses 630, mille kohaselt saab Google'i hinnavõrdlusvahend klõpsudest *Shopping Unit*'ite linkidel „majanduslikult“ kasu samamoodi nagu siis, kui kasutaja oleks teinud vahetoimingut, milleks on minna kõigepealt sõltumatule saidile Google Shopping ning klõpsata partnermüüja kaubal. Ta märgib, et nagu ilmneb vaidlustatud otsuse põhjendusest 421, täidavad lingid *Shopping Unit*'ites ja Google Shoppingus sama majanduslikku otstarvet. Foundem ja Twenga esitavad sisuliselt samad argumendid.

## ii) Üldkohtu hinnang

- 327 Kõigepealt tuleb tõdeda, et Google'i argumendid rajanevad ekslikul eeldusel, et komisjon heidab talle ette, et ta soodustas oma hinnavõrdlusvahendit, mida mõistetakse kui sõltumatut veebisaiti, mis vastab spetsialiseeritud lehele Google Shopping, ning seda *Shopping Unit*'ite soodsama vormingu ja paigutusega.

- 328 Hinnavõrdlusteenused on aga määratletud vaidlustatud otsuse põhjenduses 191 nii, et need on spetsialiseeritud otsingu teenused, mis esiteks võimaldavad internetikasutajatel otsida kaupu ning võrrelda nende hindu ja omadusi suure hulga internetimüüjate ja müügiplatvormide pakkumiste hulgas ning teiseks pakuvad linke, mis viivad (otseselt või ühe või mitme üksteisele järgneva vahenduslehe abil) nende müüjate või nende platvormide saitidele. Google ei vaidle sellele määratlusele vastu.
- 329 Seega tuleb asuda seisukohale, et vaidlustatud otsuse põhjendustes 26–35 on esitatud piisavalt põhjendusi, et järeldada, et Google'i hinnavõrdlusvahend on esinenud mitmes vormis, st spetsialiseeritud leheküljena, mida viimati nimetati Google Shoppinguks, tootetulemuste rühmadena, mille viimane edasiarendus oli *Product Universal*'id, ja tootereklaamidena, mille viimane edasiarendus oli *Shopping Unit*'id.
- 330 Seda arvestades tuleb nii spetsialiseeritud lehti Froogle, Google Product Search ja Google Shopping kui ka tootetulemuste rühmi, eriti *Product Universal*'eid ja tootereklaame, eelkõige *Shopping Unit*'eid, pidada osaks hinnavõrdlusteenusest ehk teiste sõnadega hinnavõrdlusvahendist, mida Google internetikasutajatele pakkus.
- 331 Vastupidi Google'i väitele ei ole käesolevas kohtuasjas ette heidetav tegevus piiratud spetsialiseeritud lehe Google Shopping soodsama kohtlemisega *Shopping Unit*'ite soodsama paigutuse ja vormingu poolest, nagu see ei puuduta ka „risttoetuste“ praktikat. Siin käsitletakse *Shopping Unit*'eid sisaldava Google'i hinnavõrdlusteenuse soodsamat kohtlemist tervikuna.
- 332 Nagu komisjon vaidlustatud otsuse põhjenduses 412 õigesti märgib, „[v]äidab [ta] [...] seda, et *Shopping Unit*'ite paigutus ja kuva annavad Google'ile vahendi soodustada omaenda hinnavõrdlusteenust“.
- 333 Nagu ilmneb sellest, mida komisjon üksikasjalikult tuvastas ja mida Google ümber ei ole lükanud, on *Shopping Unit*'id olemuslikult seotud Google Shoppinguga, mis puudutab nende kaupade andmebaasi (vaidlustatud otsuse põhjendus 414), tulemuste väljavalimise süsteemi (vaidlustatud otsuse põhjendus 415) ja nende tulemusi endid, sest need viivad samale müügisaitide sihtlehele (vaidlustatud otsuse põhjendus 418). Lisaks pakutakse *Shopping Unit*'eid ja Google Shoppingut – nagu ilmneb ka materiaalistest tõenditest, mille komisjon nende seisukohtade tõendamiseks esitas – internetikasutajatele ja müüjatele kui ühtainsat teenust ja ühtainsat kogemust (vaidlustatud otsuse põhjendus 420).
- 334 Seega ei tea müüjad, kas nad maksavad klõpsu eest nende kaubapakkumisel *Shopping Unit*'ites või sõltumatul veebisaidil Google Shopping (vaidlustatud otsuse põhjendus 417), samas kui internetikasutajatel palutakse suunduda Google Shoppingusse samanimelise lingiga ja lingiga „kuva kõik“, kui nad navigeerivad *Shopping Unit*'ites (vaidlustatud otsuse põhjendus 419), ning seega kujutavad *Shopping Unit*'id ja Google Shopping endast nii müüjatele kui ka internetikasutajatele ühte ja sama hinnavõrdlusteenust.
- 335 Täpsemalt tuleb rõhutada, et kõik tulemused, mis esitletakse erinevates eespool punktis 329 mainitud struktuurides, olid Google'i hinnavõrdlusvahendi tulemused. Vastupidi Google'i väitele ei vääri hinnavõrdlusvahend seda kvalifikatsiooni ainult siis, kui see suudab saavutada täpsuse taseme, mis võimaldab esitada ühe ja sama kauba või mudeli erinevaid pakkumisi, nagu Google'i spetsialiseeritud leht. Niisugune hinnavõrdlusvahend võib ka esitada mitme kauba pakkumisi, mis võivad vastata internetikasutaja päringule, nagu seda tegid *Product Universal*'id ja *Shopping Unit*'id. Kõik sõltub korraga hinnavõrdlusvahendi kriteeriumidest ja

internetikasutaja esialgse otsingu täpsusest. Google ei saa peale sundida hinnavõrdlusvahendi üldist määratlust olenevalt viisist, millised kriteeriumid on ta oma spetsialiseeritud lehele, *Product Universal*'itele ja *Shopping Unit*'itele seadnud.

- 336 Käsitletaval juhul tuleb valida hinnavõrdlusvahendi määratlus, mis on esitatud vaidlustatud otsuse põhjenduses 191, mida on meenutatud eespool punktis 328 ja millele Google ei ole muide vastu vaieldud. Google märgib selles küsimuses ise tehniliste terminite glossaaris, mis on hagiavaldusele lisatud, et agregator on „veebisait, millel on loetletud erinevate müüjate kaubad ja kaubapakkumised ning mis võimaldab kasutajatel neid otsida ja omavahel võrrelda“, ning täpsustab, et „otsuses“ on nimetatud neid saite „hinnavõrdlusteenusteks“.
- 337 Selle põhjal tuleb nii spetsialiseeritud lehekülgi Froogle, Google Product Search ja Google Shopping kui ka tootetulemuste rühmi, eriti *Product Universal*'eid ja tootereklaame, eelkõige *Shopping Unit*'eid, pidada osaks hinnavõrdlusteenusest ehk teiste sõnadega hinnavõrdlusvahendist, mida Google internetikasutajatele pakkus. Lisaks rõhutas komisjon konkreetsemalt *Shopping Unit*'ite kohta vaidlustatud otsuse põhjendustes 414–421, et *Shopping Unit*'ite andmebaas ja spetsialiseeritud lehe andmebaas oli seesama; et nende tehniline taristu ja müüjatega suhtlemise taristu oli väga suures osas sama; et müüjad pidid aktsepteerima, et nende pakkumised esitatakse mõlemas struktuuris; et nad ei teadnud, millisest struktuurist pärinesid klõpsud, mille eest neile arve esitati; et müüjate maksete süsteem oli sama ning et nende kahe struktuuri veebilingid viisid müüjate saitide samadele veebilehtedele. Järelikult tuli klõpsu *Shopping Unit*'is tõesti pidada Google'i hinnavõrdlusvahendi kasutamise ilminguks üldiselt tulemustelehelt, st infovooks selle hinnavõrdlusvahendi huvides sellelt lehelt.
- 338 Tuleb täpsustada, et mõningad väljendid vaidlustatud otsuses, näiteks põhjendustes 408 ja 423, võivad eraldi võetuna ja esmapilgul tunduda mitmeti mõistetavad. Need väljendid ei sea siiski kahtluse alla komisjoni üldist analüüsi, mille kohaselt pakuti Google'i hinnavõrdlusvahendit erinevates vormides. Konkreetset on vaidlustatud otsuse põhjendus 423 jätkuks põhjendustele 414–421, mille eesmärk on tõendada, et *Shopping Unit*'id ja Google Shopping on ühe ja sama terviku koostisosad. Selles küsimuses tuleb märkida, et põhjenduses 422 on nenditud, et kuues EMP riigis „eksisteeris Google Shopping“ teatavas ajavahemikus „ainult *Shopping Unit*'ite vormis ilma sõltumatu seotud veebisaidita“.
- 339 Seda arvestades võis komisjon põhjendatult tuvastada, et *Shopping Unit*'id töid Google'i hinnavõrdlusteenusele kasu olenemata sellest, kas nendega soodustati otseselt sõltumatut veebisaiti Google Shopping, tekitades sellele tulusid.
- 340 Järelikult tuleb teise väite teine osa, mille kohaselt ei too tootereklaamid *Shopping Unit*'ites kasu Google'i hinnavõrdlusvahendile, tagasi lükata.

**b) Teise väite kolmanda osa elemendid, mille kohaselt arvab Google juba konkureerivaid hinnavõrdlusvahendeid Shopping Unit'itesse ning seega ei saa olla soosivat kohtlemist**

1) Poolte argumendid

- 341 Google väidab, et ta arvab juba hinnavõrdlusvahenditest pärit tootereklaame *Shopping Unit*'itesse ning seega ei saa talle ette heita, et ta soodustab oma hinnavõrdlusvahendit. Ta märgib ka, et korraldab hinnavõrdlusvahendite pakutavaid tootereklaame oma kataloogimis- ja indekseerimissüsteemidega ning et ta teeb sama kvaliteedikontrolli, mida ta kohaldab teiste reklaamijate reklaamide suhtes.
- 342 Mitu hinnavõrdlusvahendit Euroopas – sh Idealo, Twenga, Ceneo, Check24, Heureka ja Kelkoo – kasutavad edukalt neid võimalusi, pannes Google'isse miljoneid tootereklaame. Google vaidleb selles küsimuses vastu vaidlustatud otsuse põhjendustes 344 ja 371 esitatud väitele, mille kohaselt „võivad konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused välja tulla ainult üldotsingu tulemustena“. Tegelikult ei vaidle komisjon vastu sellele, et hinnavõrdlusvahendid võivad osaleda *Shopping Unit*'ites.
- 343 Vastupidi, oma kirjas, milles ta kirjeldab faktilisi asjaolusid, tegi komisjon kindlaks viisi, kuidas Microsofti üldotsingumootor Bing kuvas tootereklaamid, ja Kelkoo ettepaneku, missuguseid parandusmeetmeid võtta, et teha väidetavale rikkumisele lõpp. Need kaks lähenemist vastavad aga sellele, mida Google juba tegi.
- 344 Komisjon kurdab, et juurdepääsuks *Shopping Unit*'ile on vaja, et hinnavõrdlusvahendid muudaksid oma majandusmudelit, lisades ühte ostuvõimaluse, või et nad tegutseksid „vahendajadena“ (vaidlustatud otsuse põhjendus 439). Komisjon ei selgita ega põhjenda siiski seda etteheidet vaidlustatud otsuses. Ta ei näita ära konkreetseid probleeme tingimuste osas, millele hinnavõrdlusvahendid peavad vastama, et osaleda *Shopping Unit*'ites, ega seleta, mille poolest on need tingimused konkurentsieeskirjadega vastuolus.
- 345 Komisjon vaidleb nendele argumentidele vastu. BDZV märgib, et konkureerivad hinnavõrdlusvahendid ei saa *Shopping Unit*'ites ilmuda, sest selleks tuleks luua konto Google Merchant Center, mis eeldaks müüja staatust, st Google'i suuniste kohaselt otseselt ostu võimaldamist veebisaidil. BDZV meenutab aga, et hinnavõrdlusvahendid suunavad internetikasutajad müüjate saitidele. Mis puudutab hinnavõrdlusvahenditele jäetud kahte võimalust ilmuda *Shopping Unit*'ites (lisada ostunupp või saada müüjate vahendajateks), siis täpsustab BDZV, et need muudavad nende majandusmudelit radikaalselt ning et need ei paku huvi selleks, et veenda müüjaid usaldama müüki hinnavõrdlusvahenditele, sest müüjad soovivad põhimõtteliselt säilitada kontrolli oma suhete üle klientidega. See ongi põhjus, miks on ainult väga vähesed hinnavõrdlusvahendid saanud *Shopping Unit*'eid kasutada.

2) Üldkohtu hinnang

- 346 Komisjon tuvastas vaidlustatud otsuse põhjenduses 439, et konkureerivad hinnavõrdlusvahendid ei sobi Google Shoppingus osalemiseks, v.a juhul, kui nad muudavad oma majandusmudelit, kas lisades nupu „osta“ või tegutsedes vahendajana, et panna müüjate tasulised tootetulemused *Shopping Unit*'itesse.

- 347 Vaidlustatud otsuse põhjenduse 220 punktist 2 ilmneb ka, et Google märkis Poola hinnavõrdlusteenusele Ceneo, et viimane saab osaleda Google Shoppingus ja seega olla *Shopping Unit*'ites ainult siis, kui võtab üle internetimüüjate või müügiplatvormide (Google Shoppingu peamised kliendid) omadused või viib sisse otsese ostu võimaluse ja tagab, et „[tema sait] sarnaneb kauplusele“, või „esitab Google'ile kaupu üksikmüüjate nimel“ nende kuvamiseks *Shopping Unit*'ites tingimusel, et suunamisleht „ei jäta muljet, et see on [kaupade] võrdlemise sait“.
- 348 Seega, nagu ilmneb vaidlustatud otsuse põhjendustest 439 ja 220, millele on viidatud eespool punktides 346 ja 347, ei sobi konkureerivad hinnavõrdlusvahendid selleks, et tulla välja *Shopping Unit*'ites. Nagu Google hagiavalduses kinnitab, saab neid sinna arvata ainult siis, kui nad muudavad oma majandusmudelit nii, et lisavad ostunupu või tegutsevad vahendajatena, et esitada kaupu Google'ile internetimüüjate nimel. Nagu ilmneb hagiavaldusest ja repliigist, et vaidlegi Google sellele vastu.
- 349 Nagu aga rõhutab BDZV, muudavad niisugused valikuvõimalused hinnavõrdlusvahendi majandusmudelit radikaalselt. Näiteks vaidlustatud otsuse põhjendusest 240 ilmneb, et otsese ostmise võimalus eristabki müügiplatvormi hinnavõrdlusteenustest nii internetikasutajate kui ka müüjate vaatevinklist.
- 350 Nagu on selgitatud vaidlustatud otsuse põhjenduses 240, võib niisuguse võimaluse lisamine viia selleni, et internetikasutajad ei pea teenust enam hinnavõrdlusteenuseks. See lisamine võib viia ka selleni, et muutub osutatavate teenuste õiguslik raamistik ja eriti hinnavõrdluse saidi suhe oma klientidega. Nagu ilmneb ka vaidlustatud otsuse põhjendusest 221, ei poolda enamik suuri müüjaid nupu „osta“ lisamist hinnavõrdluse saitidel, sest need müüjad soovivad „säilitada täieliku kontrolli jaemüügitegevuse üle (sh kaubastamisstrateegia, suhted klientidega ja tehingute töötlemine)“. See müüjate sõltumatuse säilitamine nende müügisuhtes nende kaupade ostjatega, kes kasutasid hinnavõrdlusvahendeid, kujutab endast aga hinnavõrdlusvahendite omapära võrreldes niisuguste platvormidega nagu Amazon, mis tagavad ise müügifunktsiooni müüjatele, kes nendega liituvad, ja mida müüjad, kes panevad kaubad hinnavõrdlusvahenditesse, tajuvad konkurentidena. See ongi muide põhjus, miks – nagu ilmneb ka vaidlustatud otsuse põhjendusest 241 ja nagu rõhutab ka BDZV – on selle võimaluse sisse viinud ainult väga vähesed hinnavõrdlusvahendid (seitse konkureerivat hinnavõrdlusvahendit Google'i nimetatud 361 konkureerivast hinnavõrdlusvahendist) ning nendest väga vähestest hinnavõrdlusvahenditest on see võimalus sisse viidud ainult väheste müüjate ja pakkumiste puhul. Sellest põhjendusest ilmneb, et Idealo – kes on suurim hinnavõrdlusteenus Saksamaal pärast Google Shoppingut – suutis 2015. aastal veenda ainult vähem kui 5% oma müüjatest lisama nupu „osta“.
- 351 Lisaks kohustab konkureerivatele hinnavõrdlusvahenditele *Shopping Unit*'itesse pääsemiseks jäetud teine võimalus, st võimalus tegutseda vahendajatena, neid samuti muutma oma majandusmudelit, sest nende roll seisneb siis kaupade Google'i hinnavõrdlusvahendisse lisamises, nagu teeks seda müüja, mitte enam hinnavõrdluses. Seega, selleks et pääseda *Shopping Unit*'itesse, peaksid konkureerivad hinnavõrdlusvahendid saama Google'i hinnavõrdlusvahendi klientideks ja loobuma olemast tema otsesed konkurendid.
- 352 Niisugust hinnangut ei lükka ümber Google'i argumendid, et ta kohaldab juba meetodit, mida kasutab Bing, et kuvada tootereklaamid, ja Kelkoo ettepanekut, missugused parandusmeetmed võtta, et teha rikkumisele lõpp. Google kinnitab, et nagu omaenese tootereklaamide, st *Shopping Unit*'ite puhul, peavad Bingi kuvatud tootereklaamid viima lehtedele, kus kasutajad saavad

asjaomasele pakkumisele vastava kauba osta, ning nagu Kelkoo soovib, võtab tema kolmandate hinnavõrdlusvahendite andmed voogudesse ja korraldab seejärel need vood omaenese algoritmide abil.

- 353 Esiteks ei tõenda Google siiski oma menetluskohaldamises, et ta oleks kohaldanud Kelkoo soovitud meetodit. Viimane vaidleb sellele vastu ja esitab kohtule tõendi, mis näitab, kuidas tuleks konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemusi kohelda, et võrdne kohtlemine oleks tagatud. Kelkoo märgib, et väites, mida Google hagiavalduuses mainib ja mille kohaselt nõustus ta, et Google on nõutud parandusmeetmed juba võtnud, ei nõustunud ta kaugeltki, et komisjoni tõstatatud konkurentsiprobleemid on juba lahendatud, vaid kritiseeris Google'i väidet, et ta ei saa kohaldada samu võtteid ja meetodeid oma tulemuste ja konkureerivate tulemuste suhtes. Kuigi Google võimaldab tõesti – nagu kinnitas Kelkoo oma kommentaarides Google'i vastuse kohta vastuväiteteatisele – saata müüjatel endale voogusid, mis sisaldavad nende kaupade loendeid, et nad saaksid kasutada niisugust võimalust, peavad hinnavõrdlusvahendid – nagu on selgitatud eespool punktis 348 – muutma majandusmudelit, mis ei ole mingil juhul lahendus Kelkoo murele.
- 354 Teiseks, isegi eeldusel, et – nagu Google oma hagiavalduuses märgib – „peavad Bingi tootereklaamid viima lehtedele, kus kasutajad saavad kaupu osta“, ei lahenda see täheldatud konkurentsiprobleemi. Käsitletaval juhul ei ole vaatluse all Microsofti tegevus tema otsingumootori Bing abil – kusjuures tema ei ole pealegi valitsevas seisundis üldotsingu turul –, vaid Google'i tegevus. Asjaolu, et Bingi reklaamid viivad ka internetikasutajad müüjate juurde, ei saa muuta Google'ile ette heidetavat tegevust mittekonkurentsivastaseks.
- 355 Seda arvestades tuleb Google'i argumendid, millele on tuginetud teise väite kolmanda osa raames ning mille kohaselt olid konkureerivad hinnavõrdlusvahendid juba arvatud *Shopping Unit*'itesse ja seega ei saanud olla soovivat kohtlemist, tagasi lükata.

### **5. Kolmas ja neljas väide, et kõnealustel tegevustel ei olnud tegelikult konkurentsivastast mõju**

- 356 Kolmas ja neljas väide puudutavad mõlemad kõnealuste tegevuste mõju. Kolmanda väite eesmärk on vaielda vastu sellele, missugused olid materiaalsed tagajärjed – niisugusena, nagu need on tuvastanud komisjon – infovoole Google'i üldistelt tulemustelehtedelt erinevatesse hinnavõrdlusvahenditesse. Neljanda väite eesmärk on vaielda vastu sellele, et need tegevused avaldasid konkurentsivastast mõju erinevatel kindlaks tehtud turgudel. Need aspektid on omavahel seotud. Nagu on märgitud eespool punktides 65–67, leidis komisjon vaidlustatud otsuses sisuliselt, et kõnealused tegevused muutsid seda infovoogu, mis tekitas mitut liiki konkurentsivastast mõju asjaomastel turgudel. Seda arvestades tähendab asjaolu, et materiaalseid tagajärgi sellele infovoole ei ole tõendatud, tingimata, et puuduvad eeldused selleks, et tuvastada konkurentsivastane mõju asjaomastel turgudel. Ka see, millisel määral avalduvad materiaalsed tagajärjed infovoole – mis on tõendatud –, avaldab mõju sellele, kas konkurentsivastane mõju turgudele on tõendatud või mitte.
- 357 Kõigepealt tuleb seega analüüsida Google'i vastuväiteid, mis puudutab kõnealuste tegevuste materiaalseid tagajärgi infovoole üldistelt tulemustelehtedelt hinnavõrdlusvahenditesse, sh tema omasse, ning seejärel analüüsida tema argumente, et need tegevused ei avaldanud konkurentsivastast mõju.

**a) Kolmanda väite esimene osa, mille kohaselt ei tõendanud komisjon, et kõnealused tegevused tõid kaasa infovoov vähenemise Google'i üldistelt tulemustelehtedelt konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse**

1) Poolte argumendid

- 358 Kolmanda väite esimeses osas väidab Google, et komisjon eksis, kui leidis vaidlustatud otsuse osas 7.2.3.2, et kõnealused tegevused „tõid kaasa selle, et infovoog üldisest otsingust“ peaaegu kõikidesse konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse „vähenes püsivalt“ (põhjendus 462). Kuigi ta esitab seal suure hulga graafikuid, mis näitavad, kuidas muutus Google'i otsinguinfovoog konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse, ei loo ta mingit põhjuse-tagajärje seost selle muutuse ja kõnealuste tegevuste vahel. CCIA kritiseerib ka asjaolu, et seda ei tõendatud. Komisjon oleks aga pidanud tõendama, et vähenemine, mille ta tuvastas, oli tingitud *Product Universal*'ite ja *Shopping Unit*'ite paigutusest ja vormingust. Komisjon ei oleks tohtinud piirduda põhjusliku seose eeldamisega, nagu tuleneb 6. detsembri 2012. aasta kohtuotsusest *AstraZeneca vs. komisjon* (C-457/10 P, EU:C:2012:770, punkt 199).
- 359 Google'i sõnul – kusjuures teda toetab CCIA – pidi komisjon läbi viima kontrafaktilise analüüsi ja käsitlema küsimust, kuidas oleks tema otsinguinfovoog muutunud, kui *Product Universal*'ite ja *Shopping Unit*'ite paigutuses ja vormingus ei oleks kasutatud kõnealuseid tegevusi. Selle põhjuseks, et otsinguinfovoog Google'i üldistelt tulemustelehtedelt konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse vähenes, pidas komisjon vaidlustatud otsuses teisi tegevusi, mida ta pidas seaduslikuks, nimelt muudatusi, mis tehti, võttes kasutusele kohandamisalgoritmid, mis paigutavad teatavat liiki veebisaidid üldiste tulemuste hulgas allapoole. Vastupidi sellele, mida väidab komisjon kostja vastuses, ei tohtinud kontrafaktilises analüüsis lähtuda eeldusest, et loobuti üldiste tulemuste kohandamise algoritmidest, mis võivad paigutada hinnavõrdlusvahendid allapoole, sest algoritme ei ole kahtluse alla seatud – mida Google kordab oma seisukohtades mitme menetluse astuja, näiteks Kelkoo seisukohtade kohta, milles on neid algoritme kritiseeritud. Need kaks võimalust, mida Google'ile olukorra vaidlustatud otsusega kooskõlla viimiseks pakutakse ja mis on esitatud komisjoni kostja vastuses, st kas loobuda *Shopping Unit*'itest või siis lisada sinna ka konkureerivad hinnavõrdlusvahendid, ei tähenda kummalgi juhul nendest algoritmidest loobumist. CCIA rõhutab selles küsimuses, et õige kontrafaktiline stsenaarium on lihtsalt see, mis vastab olukorrale ilma väidetava kuritarvitamiseta, ehk teiste sõnadega peab see rajanema olukorral, kus loobutakse *Product Universal*'itest ja *Shopping Unit*'itest, kuid mitte muudatustest, mis tehti üldiste tulemuste pingerea puhul. Vastuseks argumendile, mille Foundem oma menetluse astuja seisukohtades esitas ja mille kohaselt on Google'ile loomuvastane loobuda tootetulemustest või tootereklaamidest, loobumata samas ka oma kohandamisalgoritmidest, mis võivad asetada konkureerivad hinnavõrdlusvahendid üldistes tulemustes allapoole, märgib Google, et just seda ta paljudes riikides, sh Euroopas teebki – mis näitab, et kontrafaktiline analüüs, mille ta välja pakub, ei ole hüpoteetiline ning et need algoritmid on seletatavad ainult murega tulemuste kvaliteedi pärast.
- 360 Google'i sõnul tuleks nende kahe faktiliste asjaolude kogumi tõttu, millele komisjon tugineb, kirjutada see, et infovoog konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse vähenes, just nende muudatuste arvele, mille tegid üldises pingereas kohandamisalgoritmid, mitte *Product Universal*'ite ja *Shopping Unit*'ite paigutuse ja vormingu arvele. Näiteks ilmneb vaidlustatud otsuse põhjendustest 464–474, et ükski selles nimetatud konkureeriv hinnavõrdlusvahend ei väida, et *Product Universal*'ite ja *Shopping Unit*'ite kuvamine põhjustaski infovoov vähenemise. Vastupidi, mõned neist lükkasid selle seose sõnaselgelt tagasi. Ka teine kogum faktilisi asjaolusid, mida komisjon vaidlustatud otsuse põhjendustes 475–477 kasutab, puudutab konkureerivate

hinnavõrdlusvahendite silmatorkavuse muutust üldistes tulemustes „pärast algoritmi Panda kasutuselevõttu või ajakohastamist“. Vaidlustatud otsus sisaldab teistes põhjendustes ka hinnanguid, mille kohaselt vähenes nende hinnavõrdlusvahendite silmatorkavus „pärast algoritmi Panda kasutuselevõttu“, või samalaadseid hinnanguid (põhjendused 361, 367, 513 ja 514), samas kui see, kuidas Google konkureerivad hinnavõrdlusvahendid üldistes tulemustes reastas, sh kasutades niisuguseid kohandamisalgoritme nagu Panda, ei ole osa tegevustest, mis leiti kujutavat endast kuritarvitamist.

- 361 Selles küsimuses on vaidlustatud otsuse põhjenduses 661 märgitud, et kõnealused tegevused seisnevad ainult selles, et Google „ei kohaldanud“ oma üldiste tulemuste puhul ette nähtud kohandamisalgoritme (konkreetsemalt Pandat) *Product Universal*'ite ja *Shopping Unit*'ite suhtes. See ilmneb selgelt sellest, kuidas on vaidlustatud otsuses piiritletud väidetavalt kuritarvitamise geograafiline ulatus ja kestus, mis hõlmab ainult riike või ajavahemikke, mida *Product Universal*'ite ja *Shopping Unit*'ite kasutamine puudutab. Seepärast teeks praegu, kui *Product Universal*'itest on Google'i sõnul loobutud, lihtsalt *Shopping Unit*'ite kaotamine lõpu rikkumisele, mille komisjon tuvastas.
- 362 Asjakohane kontrafaktiline analüüs oleks kinnitanud, et tegevused, mille komisjon on kahtluse alla seadnud, ei avaldanud iseenesest mingit mõju infovoole Google'i üldistelt tulemustelehtedelt konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse.
- 363 Esiteks muutus see infovoog samamoodi riikides, kus *Product Universal*'id ja *Shopping Unit*'id olid kasutusele võetud, ning riikides, kus seda ei olnud tehtud. Google esitab selles küsimuses analüüsi, mida on nimetatud „erinevused erinevustes“, tuues mängu kontrafaktilise stsenaariumi niisuguse riigi puhul, kus *Product Universal*'eid ja *Shopping Unit*'eid kasutusele ei võetud või võeti need kasutusele hilja. Google võrdleb seega aastatel 2004–2014 olukorda Ühendkuningriigis ja Iirimaa, Saksamaal ja Austrias, Prantsusmaal ja Belgias ning Madalmaades ja Belgias, iga kord kümnekonna Google'i hinnavõrdlusvahendiga konkureeriva hinnavõrdlusvahendi osas, mis tegutsesid kummaski võrreldavas riigis. Võrdlust on illustreeritud diagrammidega, mis sisaldavad infovoogkõveraid iga hinnavõrdlusvahendi puhul kummaski võrreldavas riigis. Näiteks selle infovoogu muutust, mis pärines Google'i üldistelt tulemustelehtedelt ja suundus hinnavõrdlusvahendisse Twenga Prantsusmaal, kus *Product Universal*'id ja *Shopping Unit*'id olid kasutusele võetud, võrreldakse selle infovoogu muutusega Belgias, kus neid kasutusele ei võetud. Ehkki infovoogmahud võivad olla erinevad, on igas riigis, mida võrreldakse teise riigiga, infovoogu muudatus ajas üsna samasugune. Komisjoni hinnang vaidlustatud otsuses selle analüüsi kohta on ekslik kahest aspektist. Esimesena märgib ta põhjenduses 520 ekslikult, et analüüsis ei ole võetud arvesse niisuguste üldotsingu kohaldamise algoritmide mõju nagu Panda. Teisena ei ole tal õigus, kui ta märgib põhjenduses 521, et infovoog ei muutunud võrreldavates riikides samamoodi enne *Product Universal*'ite ja *Shopping Unit*'ite kasutuselevõttu ühes nendest riikides.
- 364 Teiseks ei muutu infovoog konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse, kui *Product Universal*'id ja *Shopping Unit*'id kaotatakse. 2011. aastal palus komisjon Microsoftil teha katse („Bing Answers Experiment“), milleks oli *Product Universal*'ite liiki otsingutulemuste tühistamine tema otsingumootoris Bing ühe kasutajarühma puhul ning olukorra võrdlemine niisuguse teise kasutajarühma olukorraga, kellele jäid need spetsialiseeritud tulemused alles. Selle katse käigus saadud andmed näitavad aga, et *Product Universal*'ite liiki tulemuste kuvamine või mitte mõjutas infovoogu hinnavõrdlusvahenditesse ainult tühisel määral. Google viis ise läbi lähedase katse, mida nimetati „eemaldamiseks“, mis puudutas *Shopping Unit*'eid ja mis andis samalaadseid tulemusi. Infovoogu konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse, mille tekitas kasutajate rühm, kes ei näinud *Shopping Unit*'eid, eristas kontrollrühma infovoost erinevus, mis ulatus



väikese protsendini nende hinnavõrdlusvahendite kogu infovoost ning jäi tunduvalt allapoole taset, mille komisjon määras vastuväiteteatise punktis 446 ning vaidlustatud otsuse põhjendustes 571 ja 581 tasemeks, mis konkurentsi ei mõjuta, pidades tõenäoliseks isegi ligi 20protsendilist osa infovoost, mille hinnavõrdlusvahendid saavad. Lisaks eksib komisjon, kui väidab vaidlustatud otsuse põhjenduses 523, et eemaldamise katses ei võeta ka arvesse üldotsingu algoritmide, eelkõige Panda mõju.

- 365 Mis puudutab komisjoni arvutusi, mille käigus kasutatakse uuesti eemaldamise katse andmeid, et seda katset tema sõnul parandada, ning mida on kommenteeritud vaidlustatud otsuse põhjendustes 524–535, siis Google kinnitab, et need arvutused on väärad. Esimese arvutuse puhul, mis on ära toodud vaidlustatud otsuse tabelis 22, ei võimalda miski nõustuda niisuguse oletatava stsenaariumiga, mille puhul hinnavõrdlusvahend tuleb alati välja nelja esimese üldise tulemuse hulgas, nagu tegi komisjon. Lisaks ei olnud Google'il võimalust kommenteerida seda arvutust haldusmenetluse käigus, millega rikuti tema kaitseõigusi. Teise arvutuse puhul, mida käsitleb vaidlustatud otsuse tabel 23 ja mis tehti, lähtudes ainult kaupu puudutavate otsingute oletusest, mille komisjon samastas otsingutega, mille peale ilmuvad tavaliselt *Shopping Unit*'id, eiras komisjon seda, et hinnavõrdlusvahendid saavad ka märkimisväärse üldise infovoole, mis pärineb paljudest kaubaotsingutest, mille puhul *Shopping Unit*'id ei ilmu. Komisjon eiras ka asjaolu, et hinnavõrdlusvahendid saavad ligikaudu 50% oma infovoost muudest allikates peale Google'i üldiste tulemuste, mis ilmneb vaidlustatud otsuse tabelist 24. Seda infovoogu tuleb võtta arvesse, kui hinnatakse *Shopping Unit*'ite olemasolu mõju infovoole. Kui ilmneb, et Google'ist pärineva otsinguinfovoole vähenemine oli väike võrreldes hinnavõrdlusvahendite kogu infovooga, ei saanud sel olla mõju konkurentstile. Selles küsimuses kinnitas komisjon vaidlustatud otsuse põhjenduses 539 ainult, et väidetavalt kõrvale suunatud infovoog moodustas „märkimisväärse osa infovoost“ hinnavõrdlusvahenditesse, tõendamata seda kuidagi.
- 366 Kolmandaks ei võtnud komisjon vaidlustatud otsuses arvesse ei sektori üldist arengut ega kasutajate eelistuste muutumist, mida näitab niisuguste müügiplatvormide nagu Amazon kasvav populaarsus, sest need viimased on alternatiivid hinnavõrdluse otsingute tegemisel. Et müügiplatvormid on populaarsust kogunud, on nende koht Google'i üldiste tulemuste hulgas hinnavõrdlusvahendite kohaga võrreldes iseenesest paranenud, olenemata küsimusest, kas nad osalevad samal turul. Google'i üldistest tulemustest pärineva ning ühelt poolt müügiplatvormidesse suunduva ja teiselt poolt hinnavõrdlusvahenditesse suunduva infovoole võrdlus kinnitab seda analüüsi. Alates 2008. aastast on infovoog hinnavõrdlusvahenditesse jäänud samaks, samas kui infovoog platvormidesse on järjest kasvanud. Kui Google'i sisedokumentide kohaselt on Amazon kanda kinnitanud kui kaupade otsingu „tulemuste, kiiruse ja kvaliteedi näide“, siis hinnavõrdlusvahendid ei ole oma teenuseid parandanud, mida kinnitavad hinnangud menetlusdokumentides.
- 367 Komisjon, BEUC, Foundem, VDZ, BDZV, Visual Meta, Twenga, EFTA järelevalveamet, Kelkoo ja Saksamaa Liitvabariik vaidlevad Google'i argumentidele vastu.

## 2) Üldkohtu hinnang

- 368 Google väidab sisuliselt, et komisjon ei ole tõendanud, et kõnealused tegevused tõid kaasa selle, et infovoog tema üldistelt tulemustelehtedelt konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse vähenes. Google'i sõnul oli see infovoole vähenemine – millele ta vastu ei vaidle – tingitud ainult kohandamisalgoritmide, eelkõige Pandast, mida komisjon kahtluse alla ei seadnud. Sellel, et

Google edendas omaenese hinnavõrdlusvahendit – mida komisjon talle ette heidab –, ei ole põhjuslikku seost mõjuga, mille komisjon kindlaks tegi, st konkureerivate hinnavõrdlusvahendite väljatõrjumisega tema üldistel tulemustelehtedel pärineva infovoos vähenemise tõttu.

- 369 Tuleb siiski kohe rõhutada – nagu toonitab komisjon ja nagu on märgitud eespool punktis 69 –, et Google'i tegevus, mis on vaidlustatud otsuses seatud kahtluse alla, seisneb kahe tegevuse kombinatsioonis, milleks on esiteks see, et ta esitas oma hinnavõrdlusvahendi üldistel tulemustelehtedel domineerivalt ja ligitõmbavalt spetsiaalsetes *box*'ides, kohaldamata selle suhtes oma kohandamisalgoritme, mida ta kasutab üldotsingu puhul, ning teiseks see, et samal ajal kuvati konkureerivad hinnavõrdlusvahendid nendel lehekülgedel ainult üldotsingu tulemuste vormis (sinised lingid), kusjuures need kippusid seal olema halval kohal nende kohandamisalgoritmide kohaldamise tõttu. Tuleb ka meenutada, et Google'i hinnavõrdlusvahend ei ilmu – nagu teised Google'i teenused – kunagi üldotsingu tulemuste vormis.
- 370 Komisjon täpsustas vaidlustatud otsuse põhjendustes 440 ja 537, et ta ei sea iseenesest kahtluse alla Google'i valitud valikukriteeriume, mida nimetati asjakohasuskriteeriumideks, vaid asjaolu, et tema hinnavõrdlusvahendi tulemusi ja konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemusi ei kohelda paigutuse ja vormingu poolest samamoodi.
- 371 Komisjon täpsustas ka vaidlustatud otsuse põhjenduses 538, et ta ei sea iseenesest kahtluse alla seda, et esile tõsteti hinnavõrdluse spetsialiseeritud tulemused, mille Google leidis olevat asjakohased, vaid selle, et sama esiletõstmise viisi ei kohaldatud ühtlasi tema enda hinnavõrdlusvahendi ja konkureerivate hinnavõrdlusvahendite suhtes.
- 372 Komisjon seadis sisuliselt kahtluse alla ühendatud tegevused, millega tõsteti ühelt poolt Google'i üldistel tulemustelehtedel esile Google'i hinnavõrdlusvahend ja jäeti teiselt poolt tagaplaanile konkureerivad hinnavõrdlusvahendid. Sellest ilmneb, et nende ühendatud tegevuste analüüsimisel ei saa isoleerida nende ühe aspekti mõju teise aspekti mõjust.
- 373 Nagu rõhutab Google, ei kutsunud tegevuste nendest aspektidest kumbki iseenesest ja eraldi võetuna esile konkurentsi puudutavaid komisjoni vastuväiteid. Kumbki nendest aspektidest viidi siiski ellu koos teisega ajavahemikel ja territooriumidel, mille puhul leidis komisjon, et oli toimunud ELTL artikli 102 rikkumine, ning konkurentsi kahjustavaks pidas ta nende elluviimist koos, mis viis tema sõnul koosmõjuni.
- 374 Järelikult tuleb mõjuanalüüsis tõesti arvesse võtta korraga üldiste tulemuste kohandamise algoritmide, eelkõige Panda kohandamise mõju ning Google'i hinnavõrdlusvahendi *Product Universal*'ite ja *Shopping Unit*'ite abil esile tõstmise mõju. Seega, vastupidi sellele, mida Google sisuliselt väidab, ei saa selle mõju analüüsimisel, mida kõnealused tegevused avaldasid konkureerivatele hinnavõrdlusvahenditele, piirduda mõjuga, mida võis neile avaldada Google'i hinnavõrdlusvahendi tulemuste kuvamine *Product Universal*'ites ja *Shopping Unit*'ites – mis vastab ainult ühele nende tegevuste kahest aspektist –, vaid selles analüüsis tuleb arvesse võtta ka üldiste tulemuste kohandamise algoritmide kohaldamise mõju. Nagu väidab komisjon, viib see, kui kontrafaktilise analüüsi raames võrreldakse – nagu seda teeb Google – stsenaariume, mille puhul varieerub ainult *Product Universal*'ite ja *Shopping Unit*'ite kuvamisega seotud tegevuste koostisosa, olukorrani, kus neutraliseeritakse kohandamisalgoritmide mõju, sest viimane jääb nende võrdluste mõlema stsenaariumi puhul samaks.

- 375 Sellest järeldub, et Google'i kriitika, et komisjon võttis selle mõõtmisel, missugust mõju kõnealused tegevused konkureerivatele hinnavõrdlusvahenditele avaldavad, arvesse mõju, mida avaldab üldiste tulemuste kohandamise algoritmide kohaldamine infovoole konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse, mis pärineb Google'i üldistelt tulemustelehtedelt, tuleb tagasi lükata ning uuringutest, millele Google viitab ja mille eesmärk on ainult mõõta *Product Universal*'ite ja *Shopping Unit*'ite kuvamise mõju ennast sellele infovoole, näiteks analüüsist „erinevused erinevustes“ või eemaldamise katsest, ei piisa, et peegeldada kõnealuste tegevuste mõju konkureerivatele hinnavõrdlusvahenditele.
- 376 Seega, kuna olukord, mis leitakse olevat käsitletaval juhul konkurentsivastane, vastab tegevuste koosmõjule, oleks ainus kontrafaktiline stsenaarium, millele Google oleks võinud tugineda, niisugune stsenaarium, kus ellu ei viidud nende tegevuste ühtegi koostisosa, kuna vastasel korral võetaks nende ühendatud tegevuste koosmõju arvesse ainult osaliselt.
- 377 Pealegi võib ülesanne teha kindlaks usaldusväärne kontrafaktiline stsenaarium, et analüüsida oletatavalt konkurentsivastaste tegevuste mõju turule, st teha kindlaks sündmused, mis oleksid toimunud käsitletavate tegevuste puudumise korral, ja olukord, milleni see oleks viinud, olla niisuguses olukorras nagu käsitletav problemaatiline ja isegi võimatu ülesanne, kui sellist kontrafaktilist stsenaariumi tegelikkuses ei eksisteeri turu puhul, millel on algul omadused, mis on lähedased turule või turgudele, kus need tegevused ellu viidi. Põhimõtteliselt, kui küsimuse all on olemasolevad konkurentsisuhted, mitte ainult võimalik või potentsiaalne konkurents, peab usaldusväärne kontrafaktiline stsenaarium vastama tegelikule olukorrale, mis on algul sarnane, kuid mille arengut ei mõjuta kõik asjaomased tegevused. Kui võrrelda niisugust kontrafaktilist stsenaariumi olukorraga turul, mida need tegevused mõjutavad, võib – teistest põhjustest tingitud muutuste eraldamise abil – üldiselt kindlaks teha nende tegevuste tegeliku mõju. Kontrafaktiline analüüs, mille puhul võrreldakse niisuguses olukorras kahte tegelikku arengut, eristub potentsiaalse mõju hindamisest, mis – ehkki see peab olema realistlik – viib selleni, et kirjeldatakse tõenäolist olukorda.
- 378 Seega ei saa komisjon ELTL artikli 102 rikkumise tõendamise puhul eespool punktides 132–134 meenutatud tõendamiskoormise jaotumise raames, eelkõige mis puudutab tegevuste mõju konkurentsile, olla iseenesest või vastamaks kontrafaktilisele analüüsile, mille on esitanud asjaomane ettevõtja, kohustatud süstemaatiliselt tuvastama kontrafaktilist stsenaariumi eespool esitatud tähenduses – vastupidi sellele, mida väidab Google. See kohustaks muide teda tõendama, et asjaomasel tegevusel oli tegelik mõju, mis – nagu on üksikasjalikult meenutatud allpool punktides 441 ja 442 Google'i neljanda väite esimese osa analüüsi raames – ei ole kohustuslik turgu valitseva seisundi kuritarvitamise korral, mille puhul piisab potentsiaalse mõju tõendamisest.
- 379 Et vaielda vastu hinnangule, mille komisjon on andnud küsimuses, millist potentsiaalset või tegelikku mõju – kui komisjon teeb selle kindlaks – tegevus turule avaldab, võib asjaomane ettevõtja mõistagi esitada kontrafaktilise analüüsi. See analüüs peab aga siiski võimaldama teha kindlaks kogu etteheidetava tegevuse mõju, mitte selle osalise mõju.
- 380 Käsitletaval juhul on nii, et kuigi komisjon koostas vaidlustatud otsuse tabeli 23 ise Google'i eemaldamiskatse andmete põhjal, vastuseks Google'ile, kes sellele katsele tugines, ei väitnud ta, et see on kontrafaktiline stsenaarium. Nagu komisjon vaidlustatud otsuse põhjenduses 523 jj väidab, on selles tabelis arvesse võetud ainult kõnealuste tegevuste kahest aspektist ühte, st mõõdetud

*Shopping Unit*'ite ilmumise mõju ennast infovoole üldistelt tulemustelehtedelt konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse. Nagu ilmneb aga eespool punktist 378, ei saa Google komisjonile tulemuslikult ette heita, et ta ei tõendanud kontrafaktilist stsenaariumi.

- 381 Mõõdamines tuleb täpsustada, et Google'i eespool punktis 365 mainitud argument, et tal ei olnud võimalust kommenteerida arvutust, mille tulemuseks on vaidlustatud otsuse tabel 22 – millega on rikutud tema kaitseõigusi –, ei saa anda tulemusi. See vahearvutus, mis võimaldas komisjonil seejärel välja töötada eespool punktis 380 nimetatud tabeli 23, tehti ainult selleks, et vastata üksikasjalikult Google'i kontrafaktilisele analüüsile, mis oli esitatud juba haldusmenetluse käigus, kuid mis oli väär, nagu ilmneb eespool punktist 375, ega aidanud kaasa selle allpool meenutatud mõju tõendamisele, mida kõik kõnealused tegevused avaldasid infovoole Google'i üldistelt tulemustelehtedelt konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse.
- 382 Selleks, et tõendada käsitletavate tegevuste tegelikku või potentsiaalset mõju, võib komisjon seega eelkõige tugineda muule teabele, mis on saadud selle turu või nende turgude tegeliku arengu jälgimisel, mida tegevused puudutavad. Kui täheldatakse seos nende tegevuste ja konkurentsiolukorra muutumise vahel nendel turgudel, võivad täiendavad asjaolud, mille hulgas võivad olla näiteks turuosaliste, nende tarnijate, nende klientide või kutse- või tarbijakaitseühingute hinnangud, näidata põhjuslikku seost nende tegevuste ja turu arengu vahel. Ettevõtja, kellele rikkumist ette heidetakse, peab vajaduse korral esitama omalt poolt asjakohase teabe, mis seaks selle põhjusliku seose kahtluse alla.
- 383 Käsitletaval juhul mainis komisjon vaidlustatud otsuse osas 7.2.3.2, mis käsitleb konkreetselt kõnealuste tegevuste mõju infovoole Google'i üldistelt tulemustelehtedelt konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse, kõigepealt põhjendustes 464–474 üheksa niisuguse, mitmes asjaomas riigis hinnavõrdlusvahendeid käitava kontserni nagu eBay, Nextag, Twenga või Axel Springer avaldusi, milles on märgitud, et nendes hinnavõrdlusvahendites oli Google'i üldistelt tulemustelehtedelt pärit infovoog märkimisväärselt vähenenud alates erinevatest kuupäevadest 2007. aasta keskel, kuigi vahetevahel oli olnud ajutisi suurenemisi. Näiteks on vaidlustatud otsuse põhjenduses 464 nenditud, et eBay hinnavõrdlusvahendeid käitavad tüdarettevõtjad kaotasid ajavahemikus 2009. aasta septembrist kuni 2010. aasta septembrini sellest infovoost ligikaudu 30% Ühendkuningriigis, 40% Prantsusmaal ja 55% Saksamaal, enne kui täheldati muid vähenemisi infovoos ühele või teisele nende hinnavõrdluse saidile. Vaidlustatud otsuses mainitu kohaselt peavad need kontsernid nende vähenemiste põhjuseks sisuliselt Google'i üldiste tulemuste kohandamise algoritmide, eelkõige Panda muudatusi, mis reaalsuses väljendusid nende hinnavõrdlusvahendite silmatorkavuse indeksi Sistrix alanemises. Silmatorkavuse indeks Sistrix on – nagu on märgitud vaidlustatud otsuse 398. joonealuses märkuses – teave, mille samanimeline äriühing avaldab korra nädalas ning milles on arvesse võetud korraga veebisaidi üldotsingu tulemustes esinemise sagedust (*trigger rate*) ja selle järjekohta nende tulemuste hulgas.
- 384 Vaidlustatud otsuse põhjenduses 476 näitab komisjon üheksa graafiku abil, kuidas muutus silmatorkavuse indeks Sistrix ning infovoog Google'i üldistelt tulemustelehtedelt (mida mõõdeti üldistel linkidel tehtud „klõpsude“ arvu abil) kolme konkureerivasse hinnavõrdlusvahendisse ajavahemikus 2010–2014 Ühendkuningriigis, ajavahemikus 2008–2014 Saksamaal ja ajavahemikus 2010–2014 Prantsusmaal. Nende kahe muutuse vahel võib täheldada üsna tihedat seost – v.a mis puudutab idealo.de-d Saksamaal 2014. aastal, mil need kaks kõverat lahknevad – ja kogu perioodi lõikes kahe kõvera langust – v.a taas idealo.de puhul, mis on vaidlustatud otsuse 575. joonealuses märkuses Google'i selgituse põhjal märgitu kohaselt seletatav asjaoluga, et algoritmi Panda ei kohaldatud kunagi idealo.de suhtes. Jättes kõrvale perioodide lõpu väärtused,

mis lähenevad liiga palju nullile, on vähenemised perioodi alguse ja lõpu vahel olenemata kõikumistest vahepeal suurusjärgus 2-lt 1-le, s.o 50% (guenstiger.de ja touslesprix.com), suurusjärgus 15-lt 1-le, s.o 93% (dealttime.co.uk).

- 385 Vaidlustatud otsuse põhjenduses 479 rõhutab komisjon, et Google'i analüüs „erinevused erinevustes“, mis kirjeldab eelkõige, kuidas muutus infovoog Google'i üldistelt tulemustelehtedelt konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse Ühendkuningriigis, Saksamaal, Prantsusmaal ja Madalmaades 2004.–2014. aastal, võimaldab samuti tuvastada, et infovoog nendesse hinnavõrdlusvahenditesse vähenes, eriti pärast algoritmi Panda kasutuselevõttu, aga ka pikema aja jooksul. Ehkki selle Google'i esitatud analüüsi erinevuseaspekt on sobimatu, sest see rajaneb ebapiisaval kontrafaktilisel stsenaariumil – nagu on näidatud eespool punktis 375 –, võimaldavad selle analüüsi brutoandmed, mis on esitatud hagiavalduse lisana A90, hinnata selle infovoogu muutust rikkumiseperioodidel, mille komisjon iga riigi puhul kindlaks tegi, st alates hetkest, mil *Product Universal*id seal kasutusele võeti. Nende ajavahemike kogukestuse jooksul võib täheldada vähenemisi – kõige märkimisväärsemaid alates 2011. aastast – suurema osa puhul 40 hinnavõrdlusvahendist, mida analüüsis „erinevused erinevustes“ käsitleti, isegi kui neile võisid eelneda või neid katkestada suurenemised ning neid ei esinenud kõikide hinnavõrdlusvahendite puhul Saksamaal ja Madalmaades.
- 386 Vaidlustatud otsuse põhjenduses 481 tutvustab komisjon Google'i esitatud andmete põhjal tehtud graafikute vormis Ühendkuningriigi, Prantsusmaa, Saksamaa, Hispaania, Madalmaade, Itaalia, Taani ja Poola puhul muutust, mis leidis aset 2004. aasta jaanuarist kuni 2016. aasta detsembrini infovoos Google'i üldistelt tulemustelehtedelt Google'i nimetatud 361 konkureerivasse hinnavõrdlusvahendisse (vaidlustatud otsuse graafikud 27–36). Ühendkuningriigis ilmneb nendest – hoolimata vahepealsetest suurenemistest – selle infovoogu märkimisväärne vähenemine alates 2010. aasta septembrist (enam kui 30 miljonist klõpsust sai vähem kui 5 miljonit). Prantsusmaal võib alates 2010. aasta septembrist täheldada sama olukorda (enam kui 60 miljonist klõpsust sai vähem kui 10 miljonit). Saksamaal võib alates 2010. aasta septembrist sama märgata (enam kui 80 miljonist klõpsust sai vähem kui 40 miljonit). Samamoodi on Hispaaniaga alates 2011. aasta jaanuarist (enam kui 20 miljonist klõpsust sai vähem kui 5 miljonit). Madalmaades seevastu võib langustrendi märgata alles alates 2015. aasta jaanuarist (18 miljonist klõpsust sai ligikaudu 10 miljonit). Ka Itaalias on kõver alates maksimumtasemest 2010. aasta septembris – ligi 35 miljonit klõpsu – ebakorrapärane ja lõpeb veidi enam kui 20 miljoni klõpsu juures – tase, mis saavutati esimest korda 2008. aastal. Nende kahe viimase riigi puhul nõustub komisjon, et kõnealune infovoog jäi tervikuna stabiilseks. Taani puhul infovoog pigem kasvab, v.a kui hinnavõrdlusvahend PriceRunner võetakse – nagu komisjon teeb – statistikast välja, millisel juhul näitab infovoog langustrendi alates 2010. aasta septembrist (enam kui 2 miljonist klõpsust sai ligikaudu 500 000). Sama olukorda võib täheldada Poolas, kusjuures hinnavõrdlusvahend Ceneo suunab kõverat ülespoole. Kui see statistikast välja võtta – nagu komisjon teeb –, näitab infovoog langustrendi alates 2013. aasta maikuust (18 miljonist klõpsust sai 8 miljonit).
- 387 Vaidlustatud otsuse põhjenduses 482 jj juhib komisjon tähelepanu, et ta koostas ka katsegrupid Google'i hinnavõrdlusvahendiga konkureerivatest hinnavõrdlusvahenditest neljas riigis, kus võis selgelt märgata selle pikaajalist mõju, kuidas Google kohtles neid hinnavõrdlusvahendeid oma üldistel tulemustelehtedel, sest seal oli *Shopping Unit*'ite ilmumise määr eriti kõrge. Need riigid on Ühendkuningriik, mille puhul komisjon koostas katsegrupi 12 konkureerivast hinnavõrdlusvahendist; Saksamaa, mille puhul ta koostas katsegrupi 9 konkureerivast hinnavõrdlusvahendist; Madalmaad, mille puhul ta koostas katsegrupi 6 konkureerivast hinnavõrdlusvahendist, ja Prantsusmaa, mille puhul ta koostas katsegrupi 8 konkureerivast hinnavõrdlusvahendist. Nagu näitavad vaidlustatud otsuse graafikud 53–56, vähenes infovoog

Google'i üldistelt tulemustelehtedelt nendesse katsegruppidesse kuuluvatesse hinnavõrdlusvahenditesse ajavahemikus 2011–2016 tõesti Ühendkuningriigis, Saksamaal ja Prantsusmaal, samas kui Madalmaades suurenes see kuni 2014. aastani ja pärast seda on vähenenud. Nende graafikute tõlgendamine näitab täpsemalt vähenemist rohkem kui poole võrra Ühendkuningriigis ja Prantsusmaal, kerget vähenemist alates 2014. aastast Saksamaal ja vähenemist ligikaudu kolmandiku võrra alates 2014. aastast Madalmaades.

- 388 Lisaks, kuigi see asub vaidlustatud otsuse osas 7.3.2, mis on konkreetset pühendatud kõnealuste tegevuste konkurentsivastase mõju olemasolu hindamisele juhul, kui hinnavõrdlusteenuste turg peaks hõlmama ka müügiplatvorme, on selle teise uuringu („the Second Analysis“) tulemused, mille komisjon sel eesmärgil esitab, mille kriteeriume ja peamisi tulemusi on kirjeldatud põhjenduses 612 jj ning mille üksikasjalikud tulemused moodustavad vaidlustatud otsuse I lisa, märkimisväärsed. Need näitavad igähe puhul 13 riigist, kus komisjon leidis olevat tegemist Google'i turgu valitseva seisundi kuritarvitamisega, konkureerivate hinnavõrdlusvahendite osa vähenemist infovoos Google'i üldistelt tulemustelehtedelt võrreldes Google'i hinnavõrdlusvahendi ja müügiplatvormidega, isegi kui mõne riigi puhul suureneb see infovoog konkureerivate hinnavõrdlusvahendite kasuks absoluutväärtuses. Näiteks näitab see uuring Tšehhi Vabariigi puhul ajavahemikus 2011–2016 konkureerivate hinnavõrdlusvahendite osa vähenemist 73 protsendilt 47 protsendile (absoluutväärtuses suurenes aastane klõpsude arv 62,1 miljonilt 179,6 miljonile). Austria puhul näitab uuring samas ajavahemikus konkureerivate hinnavõrdlusvahendite osa vähenemist 48 protsendilt 16 protsendile või 39 protsendilt 15 protsendile olenevalt tehtud kohandustest (absoluutväärtuses vähenes aastane klõpsude arv 68,6 miljonilt 60,9 miljonile).
- 389 Võttes arvesse neid erinevaid asjaolusid, mille komisjon on vaidlustatud otsuses esitanud, tuleb kõigepealt tuvastada, et ei Google ega CCIA ei esita oma menetlusdokumentides midagi, mis lükkaks ümber nendes 13 riigis, kus komisjon rikkumise tuvastas, infovoo vähenemise tervikuna Google'i üldistelt tulemustelehtedelt konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse. Kõigepealt seavad nad kahtluse alla ainult põhjusliku seose Google'ile ette heidetavate tegevuste ja nende vähenemiste vahel. Mitu lauset, mis paiknevad vastavalt hagiavalduse punktis 253 ja repliigi punktis 147, näitavad näiteks, et nad ei ole seda ümber lükanud. Näiteks väidab Google, et „[k]una hinnavõrdlusvahendite reastamine Google'i üldistes tulemustes ja sellega seotud otsingu infovoog on vähenenud, peegeldas see müügiplatvorme eelistavate kasutajate eelistusi“ ning et „[i]nfovoo vähenemine, mida põhjustas [teatavate algoritmide kohaldamine], [...] leidis aset olenemata väidetavast kuritarvitamisest“. Mis puudutab seejärel teist uuringut, mida on tutvustatud vaidlustatud otsuse põhjenduses 612 jj, siis kuna see puudutab infovoogu Google'i üldistelt tulemustelehtedelt konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse, seab Google kahtluse alla üksnes selle, kas see uuring on vajalik, et hinnata, kas tema tegevus võis avaldada konkurentsivastast mõju, ning seda sel põhjusel, et nimetatud uuringus ei ole võetud arvesse alternatiivseid allikaid, kust nendele üldistele tulemustelehtedele tullakse. Nagu ilmneb vaidlustatud otsuse põhjendusest 626 ning hagiavalduse punktidest 351 ja 352, ei sea Google kahtluse alla hinnangut sellele infovoole.
- 390 Google väidab lisaks – et vaielda vastu põhjuslikule seosele kõnealuste tegevuste ja selle vahel, et infovoog nendelt üldistelt tulemustelehtedelt tema hinnavõrdlusvahendiga konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse vähenes –, et komisjon ei võtnud arvesse muid hinnavõrdlusvahendite infovoo allikaid peale tema üldiste tulemuste. See argument ei saa siiski anda tulemusi, kui vaieldakse vastu põhjuslikule seosele Google'i konkurentsivastaseks peetava tegevuse ja selle

vahel, et vähenes ainult tema üldistelt tulemustelehtedelt pärinev infovoog konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse. Teiste infovoo allikatega seotud argumenti on käsitletud neljanda väite analüüsi raames, sest sellega põhjendatakse ka seda väidet.

- 391 Google väidab ka, et komisjon ei võtnud arvesse sektori ja kasutajate eelistuste muutuste üldist arengut, eelkõige müügiplatvormide kasvavat populaarsust, sh selleks, et teha seal hinnavõrdluse päringuid. Google märgib sisuliselt, et need platvormid on oma teenuste kvaliteeti vastupidi hinnavõrdlusvahenditele parandanud ning et kasutajad on neid seepärast eelistanud, mis tagas neile paremad kohad kui hinnavõrdlusvahenditele üldiste tulemuste hulgas. Isegi kui see seletus on võimalik, on see siiski tihedalt seotud Google'i üldiste tulemuste reastamise algoritmide tööga, mis on – nagu on meenutatud eespool punktis 373 – kõnealuste tegevuste koostisosa.
- 392 Seega, kuna Google ei ole suutnud välja tuua, mis müügiplatvormide ja hinnavõrdlusvahendite vastava reastatuse muudatustes kuulub ainult müügiplatvormide teenuste kvaliteedi parandamise valdkonda võrreldes hinnavõrdlusteenuste kvaliteediga, kui kõik muu kõrvale jätta, ja mis kuulub tema algoritmide muudatuste, eelkõige algoritmi Panda kasutuselevõtmise valdkonda, ei võimalda see selgitus seada – kas või osaliselt – kahtluse alla põhjuslikku seost, mille komisjon tuvastas kõnealuste tegevuste ja selle vahel, et vähenes infovoog Google'i üldistelt tulemustelehtedelt konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse.
- 393 Lisaks tuleb märkida, et Google ei vaidle oma argumentides vastu põhjuse-tagajärje seosele veebisaidi tema üldiste tulemuste hulgas silmatorkavuse – mida konkreetselt väljendab silmatorkavuse indeks Sistrix – ja selle vahel, kui suur on infovoog nendelt tulemustelt sellele saidile. Google ei sea seega kahtluse alla asjaolu, et tema üldiste tulemuste reastamise algoritmid võivad avaldada mõju sellele infovoole. See põhjuse-tagajärje suhe on aga otseselt seotud etteheidetavate tegevuste ühe koostisosaga, nimelt konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tavalise madala positsiooniga üldiste tulemuste hulgas ja selle koostisosa mõjuga, st infovoo vähenemisega Google'i üldistelt tulemustelehtedelt nendesse hinnavõrdlusvahenditesse.
- 394 Selles olukorras ning võttes esiteks arvesse üldist infovoo vähenemist, millele Google ei ole vastu vaieldnud, ja teavet, mis pärineb üheksa hinnavõrdlusvahendeid käitava kontserni avaldustest, ning infovoo vähenemise näiteid, mis on seotud erinevate vaidlustatud otsuses tutvustatud hinnavõrdlusvahendite silmatorkavuse indeksiga Sistrix, ning teiseks asjaolu, et Google ei ole esitanud vastupidiseid tõendeid, on komisjon tõendanud, et etteheidetavad tegevused tõid kaasa selle, et vähenes üldotsingu infovoog peaaegu kõikidesse konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse.
- 395 Eelnevast tuleneb, et kolmanda väite esimene osa tuleb tagasi lükata.

***b) Kolmanda väite teine osa, mille kohaselt komisjon ei ole tõendanud, et kõnealused tegevused tõid kaasa selle, et suurenes infovoog Google'i üldistelt tulemustelehtedelt tema oma hinnavõrdlusvahendisse***

*1) Poolte argumendid*

- 396 Kolmanda väite teises osas väidab Google, et komisjon eksis, kui leidis vaidlustatud otsuse osas 7.2.3.3, et etteheidetavad tegevused suurendasid infovoogu tema oma hinnavõrdlusteenusesse.

- 397 Esimesena kinnitab Google, et kuna need tegevused ei toonud kaasa seda, et vähenes infovoog konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse, ei saanud võimalik infovoo suurenemine tema enda hinnavõrdlusteenusesse toimuda nende arvelt ja kujutada endast väljatõrjumistegurit. Tegevused, millel on väljatõrjuv mõju, peaksid oma olemuselt võimaldama ettevõtjal, kes neid tegevusi kasutab, saada endale müügi, mis ilma nende tegevusteta oleks olnud nende konkurentide müük. Seega, *Product Universal*'id ja *Shopping Unit*'id ainult suurendasid turgu tervikuna, ilma et see oleks toonud kaasa negatiivset tagajärge konkureerivatele hinnavõrdlusvahenditele. Oma repliigis lisab Google, et nõustudes – nagu väidab komisjon –, et infovoog konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse vähenes pärast algoritmi Panda kasutuselevõttu, ei saa seoses selle sündmusega tuvastada mingit muutust infovoos tema hinnavõrdlusvahendisse – mis näitab, et Panda oli võib-olla soodne müügiplatvormidele, kuid mitte Google'i hinnavõrdlusvahendile.
- 398 Teisena leiab Google, keda toetab CCIA, et komisjon liialdas selle infovoo mahu osas, mille tema hinnavõrdlusvahend sai. Esiteks arvas ta selle infovoo hulka klõpsud *Shopping Unit*'ite reklaamid, ehkki need klõpsud ei vii spetsialiseeritud tulemustelehele Google Shopping, vaid kolmandate isikute müügisaitidele. Visual Meta argumenti, mille kohaselt õhutab see süsteem asjaomaseid müüjaid liituma Google Shoppinguga, soodustades seega seda hinnavõrdlusvahendit, ei olnud vaidlustatud otsuses. Ainus põhjus, miks komisjon võttis arvesse klõpse tootereklaamid, on väide, et *Shopping Unit*'ite tulu tõi kasu saidile Google Shopping. Nagu aga juba märgitud teise väite raames, on see vale. Visual Meta eksis, kui väitis, et *Shopping Unit*'ite tulu läheb otse Google Shoppingule. Komisjon seda muide vaidlustatud otsuses ei väitnud. Oma seisukohtades Foundemi ja Visual Meta menetlusse astuja seisukohtade kohta lisab Google, et vaidlustatud otsuses on vastuolu, kui ei nõustuta sellega, et ta on ühtne üksus, kuid samas leitakse, et klõpsud soodustavad üht tema eriteenust, nimelt tema hinnavõrdlusvahendit, kuigi need vallandavad üldiselt maksed Google'ile. Visual Meta kaugeneb selles küsimuses vaidlustatud otsusest, väites, et tulude ettevõtjasisesel jaotusel või Google'i organisatsiooni struktuuril ei ole tähtsust. CCIA väidab samamoodi, et *Product Universal*'id ja *Shopping Unit*'id ei ole osa Google'i hinnavõrdlusvahendist – millega komisjon vaidlustatud otsuse põhjendustes 408, 412 ja 423 nõustus. Google täpsustab, näiteks oma seisukohtades Foundemi menetlusse astuja seisukohtade kohta, et *Shopping Unit*'ite reklaamid ei pärine spetsialiseeritud lehelt Google Shopping. Nende tehnoloogiad, taristud ja formaadid on erinevad, mida komisjonis haldusmenetluse ajal tõendati ja millele ta vastu ei vaidlegi. Google väidab ka oma seisukohtades VDZ menetlusse astuja seisukohtade kohta, et *Shopping Unit*'eid ei saa samamoodi nagu *Product Universal*'eid pidada hinnavõrdlusvahenditeks. Need üksused ei võimalda võrrelda sama kauba või mudeli erinevaid pakumisi, mida hinnavõrdlusvahendid peaksid võimaldama, vaid pakuvad välja mitu kaupa, mis võivad vastata internetikasutaja nõudmisele. Haldusmenetluses avaldasid mitu sellest osavõtjat põhjalikult niisugust arvamust ning komisjon võttis neid arvesse, sõnastades vaidlusaluse otsuse põhjendused 408, 412 ja 423, mida on mainitud eespool. Teiseks võttis komisjon Google'i sõnul ka ekslikult arvesse klõpse sakil Shopping, mis ilmub menüüs tulemustelehe kohal. Selle saki olemasolu ei ole aga osa asjaoludest, mis kuuluvad kuritarvitamise tegevuste hulka, mille puhul tuleb hinnata ainult mõju. Lisaks ei vaidle komisjon kostja vastuses vastu, et see sakk ei kujuta endast otsingutulemust. Nende kahe vea tõttu hindab komisjon mitmekordselt üle selle infovoo mahtu, mis kulges *Product Universal*'itest ja *Shopping Unit*'itest Google'i hinnavõrdlusvahendisse. Tegelikult, nagu näitab graafik, mis töötati välja kindlaks tehtud rikkumisperiodil ühenduseandmete põhjal, saatis Google oma üldistelt tulemustelehtedelt konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse infovoogmahu, mis oli mitu korda suurem kui maht, mis saadeti tema enda hinnavõrdlusvahendisse, või veel kolm korda suurem infovoost müügiplatvormidele.



399 Kolmandana peegeldavad klõpsud *Product Universal*'itel ja *Shopping Unit*'itel nende asjakohasust ja kasutajate eelistusi. Selles küsimuses ei ole vaidlustatud otsuse põhistus veenev, sest komisjon piirdub põhjenduses 494 märkusega, et klõpse *Product Universal*'itel ja *Shopping Unit*'itel on seda enam, mida suurem on nende ilmumise määr. Ta jätab tähelepanuta asjaolu, et Google kuvab *Shopping Unit*'id (ja kuvas minevikus *Product Universal*'id) nende asjakohasuse põhjal nagu kõik otsingumootorid ning et kasutajad klõpsavad neil nende kasulikkuse tõttu, mitte sellepärast, et need ilmuvad. *Product Universal*'ite ja *Shopping Unit*'ite silmatorkavus ning klõpsud, mille need esile kutsuvad, on Google'i tootetulemuste ja tootereklaamide kvaliteedi paranemise ning kasutajate eelistuste tagajärg. Nii näitab Microsofti katse oma otsingumootoriga Bing, mida nimetatakse Bing Algo Experimentiks ning mida on kirjeldatud vaidlustatud otsuse põhjendustes 460 ja 461, et kasutajad on tulemuste asjakohasuse suhtes tundlikud. Vähem asjakohaste tulemuste äravahetamine kõige asjakohasemate tulemustega, mis on Bingi üldistel otsingulehtedel esimestel kohtadel, näitab, et kasutajad tajuvad kvaliteedi halvenemist, mis tuleneb vähem asjakohaste tulemuste esikohale tõstmisest, ning et nad kohandavad otsekohe oma käitumist. Microsoft pidi selle katse seega lõpetama nädal hiljem. Lisaks väidab Google, et pildid *Product Universal*'ites ja *Shopping Unit*'ites võimaldavad internetikasutajatel väljapakutava tulemuse asjakohasust paremini hinnata, sest nad said ülevaate kaubast, mida otsivad. See asjaolu viib selleni, et nad klõpsavad meeleldi nendel piltidega varustatud spetsialiseeritud tulemustel, mida nad peavad esmapilgul oma otsingu puhul kasulikuks, ja vastupidi. Seda näitavad internetikasutajate visuaalse käitumise jälgimise uuringud (*eye-tracking* inglise keeles või *oculométrie* prantsuse keeles), mille Google on läbi viinud. Pildid on seega Google'i tootetulemuste kvaliteedi element, mitte kunstlik element, mille eesmärk on kutsuda esile klõpse. Seega, kui kasutajad on klõpsanud aastaid *Product Universal*'itel ja *Shopping Unit*'itel, siis seda nende asjakohasuse, mitte paigutuse või vormingu tõttu. Komisjon ei tõenda kusagil vastupidist. Kui müügiplatvormide esiletõus ei mõjutanud infovoogu Google'i hinnavõrdlusvahendisse samamoodi nagu infovoogu konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse, siis seepärast, et Google tegi – erinevalt viimastest – oma tulemuste ja tootereklaamide puhul uuendusi, et mitte lasta Amazonil ja teistel müügiplatvormidel endast mööda minna, mitte *Product Universal*'ite ja *Shopping Unit*'ite paigutuse ja vormingu tõttu, nagu komisjon vaidlustatud otsuse põhjenduses 517 vihjab.

400 Komisjon, BEUC, Foundem, VDZ, BDZV, Visual Meta, Twenga, Kelkoo ja Saksamaa Liitvabariik vaidlevad Google'i argumentidele vastu.

## 2) Üldkohtu hinnang

401 Kõigepealt tuleb meenutada, et vaidlustatud otsuse osas 7.2.3.3 põhjendas komisjon kõnealuste tegevuste soodsat mõju infovoole Google'i hinnavõrdlusvahendisse.

402 Kõigepealt märkis komisjon vaidlustatud otsuse põhjendustes 490 ja 491, et enne nende tegevuste algust ei saanud Google'i hinnavõrdlusvahendit edu ning ta kaotas ligi 20% infovoost aastas. Selle otsuse põhjenduses 492 kinnitas ta, et pärast *Product Universal*'ite kasutuselevõttu Ameerika Ühendriikides 2007. aasta novembris kahekordistas ta oma infovoogu ühe kuuga. Vaidlustatud otsuse põhjenduses 493 rõhutas ta, et Google kiitis ise, kui tõhusad on *Shopping Unit*'ites olevad reklaamid müüjatele. Selle otsuse põhjenduses 494 näitas ta graafikute abil seost *Product Universal*'ite käivitumise või ilmumise määra (*trigger rate*), seejärel *Shopping Unit*'ite käivitumise või ilmumise määra ja infovoo vahel Google'i üldistelt tulemustelehtedelt tema hinnavõrdlusvahendisse ajavahemikel, mil seda liiki spetsialiseeritud tulemusi kasutati Ühendkuningriigis, Saksamaal, Madalmaades ja Prantsusmaal. Näiteks Ühendkuningriigi osas näitab graafik 37 seda seost 2008. aasta jaanuarist kuni 2013. aasta jaanuarini *Product*

*Universal*'ite puhul ning graafik 38 näitab seda 2013. aasta veebruarist kuni 2014. aasta detsembrini *Shopping Unit*'ite puhul. Nendest kahest graafikust ilmneb, et infovoog Google'i hinnavõrdlusvahendisse suurenes *Product Universal*'itega ligikaudu 5 miljonilt 30 miljonile klõpsule kuus, seejärel *Shopping Unit*'itega ligikaudu 30 miljonilt klõpsult ligikaudu 120 miljonile klõpsule kuus.

- 403 Vaidlustatud otsuse põhjendustes 495 ja 496 esitas komisjon võrdleva muutuse, milles võrdles infovoogu Google'i üldistelt tulemustelehtedelt vastavalt Google'i nimetatud 361 konkureerivasse hinnavõrdlusvahendisse ja Google'i hinnavõrdlusvahendisse ning seda alates kõnealuste tegevuste algusest igas riigis kuni 2016. aasta detsembrini Ühendkuningriigis, Saksamaal, Prantsusmaal, Hispaanias, Itaalias, Madalmaades, Taanis ja Poolas. Näiteks Ühendkuningriigi puhul näitab graafik 45 ajavahemikus 2008. aasta jaanuarist kuni 2016. aasta detsembrini vähenemist ligikaudu 25 miljonilt ligikaudu 5 miljonile klõpsule kuus konkureerivate hinnavõrdlusvahendite puhul ja suurenemist nulltasemelt ligikaudu 350 miljonile klõpsule kuus Google'i hinnavõrdlusvahendi puhul. Tuleb märkida, et infovoogu konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse on näidatud stabiilsena Itaalias, Madalmaades, Taanis ja Poolas – vastavalt sellele, mida on märgitud vaidlusaluse otsuse osas 7.2.3.2, mis käsitleb kõnealuste tegevuste mõju infovoole konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse, kuid graafikud 49–52 näitavad vastavalt, et nendes neljas riigis vähenes infovoog nendelt lehtedelt Google'i hinnavõrdlusvahendisse märgatavalt.
- 404 Vaidlustatud otsuse põhjendustes 497–501 andis komisjon sama laadi teavet ajavahemiku 2011–2016 kohta aastate lõikes, võrreldes infovoogu Google'i üldistelt tulemustelehtedelt hinnavõrdlusvahendite katsegruppidesse ja Google'i hinnavõrdlusvahendisse Ühendkuningriigis, Saksamaal, Madalmaades ja Prantsusmaal. Need katsegruppid on samad, mida on mainitud eespool punktis 387. Nendes neljas riigis oli infovoog katsegruppide puhul 2011. aastal märgatavalt suurem ning infovoog Google'i hinnavõrdlusvahendi kasuks muutus 2016. aastal 14 korda suuremaks kui infovoog Ühendkuningriigi katsegrupi kasuks, üle 2 korra suuremaks Saksamaal, üle 2,7 korra suuremaks Madalmaades ja üle 4,7 korra suuremaks Prantsusmaal.
- 405 Lisaks näitab vaidlustatud otsuse osas 7.3.2, mis on konkreetselt pühendatud kõnealuste tegevuste konkurentsivastase mõju olemasolu hindamisele juhul, kui hinnavõrdlusteenuste turg peaks hõlmama ka müügiplatvorme, üks teine uuring, mida on juba mainitud eespool punktis 388, igäühe puhul nendest 13 riigist, kus komisjon leidis olevat tegemist Google'i turgu valitseva seisundi kuritarvitamisega, Google'i hinnavõrdlusvahendi osa suurenemist infovoos tema üldistelt tulemustelehtedelt võrreldes konkureerivate hinnavõrdlusvahendite ja müügiplatvormidega. Näiteks näitab see uuring Belgia puhul ajavahemikus 2011–2016 Google'i hinnavõrdlusvahendi osa suurenemist 0 protsendilt 22 protsendile või 0 protsendilt 24 protsendile, olenevalt tehtud kohandustest. Norra puhul näitab uuring samal perioodil Google'i hinnavõrdlusvahendi osa suurenemist 0 protsendilt 32 protsendile või 0 protsendilt 33 protsendile, olenevalt tehtud kohandustest.
- 406 Google'i argumentide kohta tuleb tõdeda, et võttes arvesse selles etapis analüüsitud kolmanda tühistamisväite esimese osa tagasilükkamist, ei saa kohe alguses nõustuda eespool punktis 397 kokkuvõtlikult esitatud Google'i esimese argumentide seeria eeldusega, et etteheidetavad tegevused ei toonud kaasa seda, et infovoog konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse vähenes, ega ka argumentidega, mis sellest sõltuvad ning mille eesmärk on tõendada, et infovoog Google'i hinnavõrdlusvahendisse ei saanud suurenda konkureerivate hinnavõrdlusvahendite kahjuks. Isegi kui komisjon ei ole tõendanud, et infovoog konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse vähenes, tuleb see esimene argumentide seeria siiski tagasi lükata, sest

see ei tõenda ikkagi, et üks osa infovoost, mille võis saavutada Google'i hinnavõrdlusvahend seeläbi, et oli tema üldistel tulemustelehtedel silmatorkavam kui konkureerivad hinnavõrdlusvahendid, ei oleks saanud minna nendele viimastele, kui kõnealuseid tegevusi ei oleks olnud, ehk teiste sõnadega, see ei tõenda, et see suurenemine ei toimunud nende hinnavõrdlusvahendite kahjuks, mille infovoog oleks võinud suureneda, kui kõnealuseid tegevusi ei oleks olnud, isegi kui see ei vähenenud. Repliigis esitatud argumenti, et Google'i hinnavõrdlusvahendisse suunduva infovoog areng ei muutunud pärast algoritmi Panda kasutuselevõttu, on analüüsitud allpool punktides 414–418 koos kolmanda argumentide seeriaga, mille kohaselt on see areng tingitud *Product Universal*'ite ja *Shopping Unit*'ite asjakohasusest, mitte kõnealustest tegevustest, ehk teiste sõnadega koos argumentidega, millega püütakse vaielda vastu põhjuse-tagajärje suhtele nende tegevuste ja selle infovoog võimaliku suurenemise vahel.

- 407 Google'i teise argumentide seeria kohta, mis on kokkuvõtlikult esitatud eespool punktis 398 ja mille kohaselt liialdas komisjon selle infovoog mahu osas, mille tema hinnavõrdlusvahend saab, tuleb kõigepealt tuvastada, et vaidlustatud otsuse 603., 604. ja 606. joonealusest märkusest ning Google'i ja komisjoni vastustest Üldkohtu küsimustele ilmneb, et infovoogu Google'i üldistel tulemustelehtedel tema hinnavõrdlusvahendisse hinnati, võttes üle andmed, mille esitas ja mida selgitas Google. Poolte vahel ei ole vaidlust selles, kas need andmed ise on õiged, vaid küsimuses, missuguseid tuli kasutada, tehes kindlaks infovoogmahu, mille sai Google'i hinnavõrdlusvahend tema üldistelt tulemustelehtedel. Selles küsimuses tuleb märkida, et ajavahemiku osas, mil spetsialiseeritud otsingu- ja tulemustelehe puhul kasutati nimetust Google Product Search, võttis komisjon arvesse ainult klõpse, mis viisid internetikasutaja samanimelisele spetsialiseeritud lehele, sh teatavate hinnangute puhul klõpse, mis tehti menüü spetsialiseeritud sakil. Ajavahemiku osas, mil sama lehe kohta kasutati nimetust Google Shopping, ei võtnud komisjon arvesse mitte ainult klõpse, mis viisid internetikasutaja samanimelisele spetsialiseeritud lehele, sh klõpsud menüüs ilmuval sakil Shopping, vaid ka klõpse, mis viisid internetikasutaja *Shopping Unit*'itest otse müüja saidile. Seevastu oma hagnosis esitab Google hagiavalduse punktis 269 toodud tabeli abil arvandmed, millesse on arvatud ainult klõpsud *Product Universal*'itel ja *Shopping Unit*'itel, mis viisid spetsialiseeritud lehele Product Search ja seejärel lehele Google Shopping.
- 408 Üldkohus leiab, et Google'i kriitika selle suhtes, et Google'i üldistelt tulemustelehtedel pärineva Google'i hinnavõrdlusvahendi infovoog hindamisel võeti arvesse klõpse *Shopping Unit*'ite reklaamid ja vastaval juhul klõpse menüüsakil, mis viis spetsialiseeritud lehele Google Product Search või Google Shopping, näiteks sakil Shopping, tuleb tagasi lükata.
- 409 Esiteks – nagu on juba märgitud punktides 328–339 eespool – on vaidlustatud otsuse põhjendustes 26–35 ja 414–421 esitatud piisavalt põhjendusi, et järeldada, et Google'i hinnavõrdlusvahend esines mitmes vormis, nimelt spetsialiseeritud lehena, mida viimati nimetati Google Shopping; tootetulemuste rühmadena, mille viimane edasiarendus oli *Product Universal*'id, ja tootereklaamidena, mille viimane edasiarendus oli *Shopping Unit*'id.
- 410 Mis puudutab teiseks kriitikat klõpsude suhtes, mis tehakse sakil Shopping menüüs tulemustelehe kohal, siis need klõpsud eelnevad tõesti hinnavõrdlusvahendi kasutamisele. Need näitavad siiski juba oma definitsiooni poolest, kuidas seda kasutatakse, sest need tähendavad, et internetikasutaja soovib näha selle hinnavõrdlusvahendi spetsialiseeritud lehte. Google täpsustab muide hagiavalduse punktis 57, et ligikaudu 60% internetikasutajatest pääsevad sellele spetsialiseeritud lehele nimetatud sakilt.

- 411 Lisaks, nagu komisjon täpsustas vastuseks Üldkohtu küsimusele – ilma et Google oleks talle vastu vaielnud –, ei võtnud ta kunagi paralleelselt arvesse klõpse sellel lehel, mis oleks võinud viia sama otsingu kaks korda arvesse võtmiseni.
- 412 Pealegi ei takista – vastupidi Google'i väitele – asjaolu, et komisjon ei seadnud kahtluse alla saki Shopping olemasolu üldisel tulemustelehel kui asjaolu, mis aitab konkurentsivastastele tegevustele kaasa, selle olemasolu arvesse võtta hindamisel, kuidas muutus infovoog tema üldisel tulemustelehelt tema hinnavõrdlusvahendisse. Kogu see muutus ei ole mõistagi tingitud ainult kritiseeritud Google'i tegevusest ja nii on see ka küsimusega, milline oli kogumuutus infovoos Google'i üldistelt tulemustelehtedelt konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse. Mõlemal juhul valitseb siiski seos selle tegevuse ja nende muutuste üldise suuna vahel ning paljud asjaolud näitavad siin põhjuslikku seost, nagu on meenutatud eespool punktis 383, mis puudutab infovoogu konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse, ja eespool punktis 402, mis puudutab infovoogu Google'i hinnavõrdlusvahendi huvides.
- 413 Igal juhul, nagu komisjon oma menetlusedokumentides meenutas, ei ole Google näidanud, kuidas oleks muutunud infovoog tema üldistelt tulemustelehtedelt tema hinnavõrdlusvahendisse, kui ei oleks loendatud klõpse sakil Shopping, vaid ainult klõpse *Shopping Unit*'ites, ehkki tema esitas komisjonile andmed, milles oli neid erinevaid klõpse eristatud. Seda arvestades ei ole Google tõendanud, et komisjon peegeldas valesti selle infovoogu muutust tegevuste tõttu, mille ta leidis olevat konkurentsivastased. Seega tuleb tagasi lükata ka samalaadne kriitika, mille Google on esitanud vaidlustatud otsuse põhjenduses 612 j j tutvustatud teise uuringu kohta, ja seda osas, milles see puudutab infovoogu Google'i üldistelt tulemustelehtedelt tema oma hinnavõrdlusvahendisse.
- 414 Mis puudutab Google'i kolmandat argumentide seeriat, mis on kokkuvõtlikult esitatud eespool punktis 399 ning mille kohaselt peegeldavad klõpsud *Product Universal*'itel ja *Shopping Unit*'itel nende asjakohasust ja kasutajate eelistusi, mitte konkurentsivastase tegevuse mõju, siis vaevalt saab vaielda vastu sellele, et internetikasutajad klõpsasid nendel spetsialiseeritud tulemustel ja tootereklaamid seepärast, et nad leidsid need esmapilgul oma kaubaotsingute puhul kasulikud olevat, eelkõige seetõttu, et need sisaldasid teavet, mis oli vastava spetsialiseeritud otsingu puhul huvipakkuv, või oli neis niisugust teavet arvesse võetud.
- 415 Vaidlustatud otsuse põhjendustest 372–377, millele komisjon kostja vastuses viitab, ilmneb sama, nagu näitab sisuliselt esimene nendest, mille kohaselt „[s]uurendab piltide, hindade või müüjat puudutava teabe lisamine tootetulemustesse [kuvataval lingil tehtavate] klõpsude määra“. Selles küsimuses tuleb rõhutada, et komisjon ei lähtu vaidlustatud otsuses endas olemusliku tulemuslikkuse tasemest, mille Google'i hinnavõrdlusvahend on saavutanud, nagu ilmneb vaidlustatud otsuse põhjendustest 537 ja 538, kuigi ta leidis, et Google ei kuva alati hinnavõrdlusvahendite kõige asjakohasemaid tulemusi oma üldisel tulemustelehel õiges kohas.
- 416 Nagu eespool punktides 69, 369 ja 376 märgitud, seadis komisjon kahtluse alla selle, et Google'i üldistelt tulemustelehtedel koheldakse erinevalt tema oma hinnavõrdlusvahendit ja konkureerivaid hinnavõrdlusvahendeid, tänu millele on esimese tulemused väga silmatorkavad, samas kui konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused said ilmuda ainult üldiste tulemuste kaudu ja olid pealegi sageli halvasti paigutatud.
- 417 Ei saa aga ka vaielda vastu sellele, et kui internetikasutajad klõpsasid Google'i spetsialiseeritud tootetulemustel, siis seda ka seepärast, et need tulemused olid enne Google'i üldistelt tulemustelehtedelt esile tõstetud, mis vastab Google'ile ette heidetud ühendatud tegevuste ühele

komponendile. Kui need tulemused ei oleks olnud nii silmatorkavad, ei oleks nendel nii tihti klõpsatud, nagu näitavad selgelt esiteks vaidlustatud otsuse põhjenduses 494 toodud näited seosest *Product Universal*'ite ja seejärel *Shopping Unit*'ite käivitumise või ilmumise määra (*trigger rate*) ning infovoog vahel – mis tekkis internetikasutajate klõpsude tulemusena – Google'i üldistelt tulemustelehtedelt tema hinnavõrdlusvahendisse ning teiseks vaidlustatud otsuse põhjenduses 389 nimetatud asjaolud, mis tulenesid Google'i avaldatud seisukohtadest, et *Product Universal*'ite paigutus ülevalt alla esimesel üldisel tulemustelehel mõjutab märkimisväärselt nende spetsialiseeritud tulemustel klõpsamiste arvu.

- 418 Google'i kolmas argumentide seeria, mis rajaneb tema hinnavõrdlusvahendi kvaliteedil ning mille eesmärk on vaielda vastu põhjuslikule seosele kõnealuste tegevuste ja selle vahel, et suurenes infovoog tema üldistelt tulemustelehtedelt sellesse hinnavõrdlusvahendisse, tuleb seega samuti tagasi lükata, sest seda seost on tõendatud, kuigi see infovoog võis ka muutuda olenevalt selles hinnavõrdlusvahendis tehtud muudatustest.
- 419 Sellele põhjuslikule seosele vaieldakse vastu ka eespool punktis 397 mainitud argumentiga, mis on esitatud Google'i repliigis ja mille kohaselt ei muutunud infovoog tema hinnavõrdlusvahendisse pärast algoritmi Panda kasutuselevõttu. Nõustudes, et see on õige, on vastav argument siiski vastuolus ka asjaoluga, et kõnealused tegevused on ühendatud tegevused, mis ei puuduta ainult üldiste tulemuste kohandamise algoritme, mille osa on Panda, vaid ka viisi, kuidas spetsialiseeritud tootetulemused kuvatakse.
- 420 Eelnevat arvestades tuleb Google'i kolmanda väite teine osa tagasi lükata. Nagu on märgitud eespool punktides 356 ja 357, tuleb seega analüüsida Google'i neljandat väidet, mille kohaselt ei avaldanud talle ette heidetavad tegevused konkurentsivastast mõju erinevatele kindlaks tehtud turgudele, lähtudes sellest, et nende tegevuste materiaalsed tagajärjed infovoole Google'i üldistelt tulemustelehtedelt erinevatesse hinnavõrdlusvahenditesse, sh tema omasse, on niisugused, nagu neid tagajärgi on kirjeldatud vaidlustatud otsuses.

***c) Neljanda väite esimene osa, mille kohaselt spekuleeris komisjon kõnealuste tegevuste konkurentsivastase mõju teemal***

*1) Poolte argumentid*

- 421 Neljanda väite raames kinnitab Google, et komisjon ei ole tõendanud, et kõnealused tegevused võisid avaldada konkurentsivastast mõju, mis tõi ise kaasa korraka hinnatõusu müüjatele ja tarbijatele ning uuenduste vähenemise. Konkreetselt ei ole vaidlustatud otsuses arvesse võetud Google'i hinnavõrdluse alal kõige võimsamate konkurentide – müügiplatvormide, näiteks Amazoni – rolli ega ole esitatud mingit selgitust väidetava mõju kohta hindadele ja uuendustele.
- 422 Täpsemalt väidab Google esimeses väiteosas, et vaidlustatud otsus rajaneb puhtal spekulatsioonil potentsiaalse mõju kohta, ilma et oleks analüüsitud turgude tegelikku olukorda ja arengut. CCIA esitab sama kriitika, eelkõige mis puudutab hinnatõusu ja uuenduslikkuse vähenemist, mida komisjon on maininud. Google rõhutab, et vaidlustatud otsuse põhjenduses 589 on märgitud, et kõnealune käitumine võib avaldada või avaldas tõenäoliselt konkurentsivastast mõju, ning vaidlustatud otsuse põhjenduses 593, et see võib tõrjuda turult välja Google'i hinnavõrdlusvahendiga konkureerivad hinnavõrdlusvahendid ning viia eespool mainitud hinnatõusu ja uuenduste vähenemiseni. Ei ole kuidagi tõendatud, et need võimalikud tagajärjed saabusid tõesti.

- 423 Vaidlustatud otsus ei rajane aga selle tõendatusel, et kõnealune tegevus on juba oma olemuselt konkurentsivastane. Viidates 11. septembri 2014. aasta kohtuotsusele CB *vs.* komisjon (C-67/13 P, EU:C:2014:2204, punkt 58), väidab Google, et komisjon pidi sel esimesel põhjusel tõendama selle tegevuse konkreetset konkurentsivastast mõju. Lisaks tuleneb veel teinegi samalaadne põhjus 6. septembri 2017. aasta kohtuotsusest Intel *vs.* komisjon (C-413/14 P, EU:C:2017:632, punkt 139), milles Euroopa Kohus otsustas, et isegi kui tegemist on tegevusega, mis kujutab endast põhimõtteliselt turgu valitseva seisundi kuritarvitamist, ei oleks komisjon tohtinud piirduda asjaoludega, mis käsitlevad turu osa, mida see tegevus puudutas, ja järeldada, et see kujutas endast tõesti kuritarvitamist, vaid ta pidi võtma arvesse kõiki asjaolusid. Kohtuasjas, milles tehti see kohtuotsus, märkis kohtujurist, et läbi tuleb viia kogu mõju analüüs (kohtujurist Wahli ettepanek kohtuasjas Intel Corporation *vs.* komisjon, C-413/14 P, EU:C:2016:788, punkt 120). Nii toimis komisjon asjas, milles tehti tema 24. märtsi 2004. aasta otsus [ELTL artikli 102] ja [EMP] lepingu artikli 54 alusel Microsoft Corporationi vastu algatatud menetluse kohta (juhtum COMP/C-3/37.792 – Microsoft), mille Üldkohus jättis muutmata 17. septembri 2007. aasta kohtuotsusega Microsoft *vs.* komisjon (T-201/04, EU:T:2007:289).
- 424 Ta ei ole ka tõendanud, et Google'il oli valitsev seisund riigisisestel hinnavõrdlusteenuste turgudel, mis tähendaks, et konkurents nendel turgudel nõrgenes. See on kolmas põhjus, mille tõttu oleks tulnud teha kindlaks konkreetne väljatõrjuv mõju nendel turgudel.
- 425 Google'i sõnul seisnes etteheidetav tegevus selles, et kaupade või teenuste omadustel põhineva konkurentsi võttena parandati teenust, mida pakuti internetikasutajatele tema üldiselt tulemustelehel, ning seda nii, et näidati spetsialiseeritud kaubaotsingu tulemusi ja tootereklaame. Selle neljanda põhjuse puhul on kindlasti tarvis teha kindlaks konkreetne väljatõrjuv mõju. Komisjon ja Üldkohus on seda samalaadsetes olukordades teinud. Google viitab komisjoni 21. detsembri 1988. aasta otsuse [ELTL] artiklite [101] ja [102] kohaldamise menetluses (juhtum IV/30.979 ja 31.394, Decca Navigator Systems) (EÜT 1989, L 43, lk 27) punktidele 114 ning 6. septembri 2017. aasta kohtuotsusele Intel *vs.* komisjon (C-413/14 P, EU:C:2017:632, punkt 140) ja 17. septembri 2007. aasta kohtuotsusele Microsoft *vs.* komisjon (T-201/04, EU:T:2007:289, punktid 868, 869 ja 1010). Käsitletaval juhul olid Google'i argumendid tarbijale osutatava teenuse parandamise kohta väga hästi dokumenteeritud ja komisjon oleks seega pidanud tõendama, et konkurentsivastane mõju oli selle parandamisega seotud huvi suhtes ülekaalus.
- 426 Lõpuks tuleb märkida, et kuna etteheidetav tegevus jätkus palju aastaid, oleks selle konkreetne konkurentsivastane mõju pidanud tegelikkuses avalduma, kui see oleks tõesti olnud konkurentsile kahjulik. Selle kestuse tõttu – mis on viies põhjus – oleks komisjon seega ka pidanud konkreetset kontrollima, ega see ei ole nii. Google ja CCIA rõhutavad, et 12. detsembri 2018. aasta kohtuotsuses Servier jt *vs.* komisjon (T-691/14, mille peale on esitatud apellatsioonkaebus, EU:T:2018:922, punktid 1122–1128) otsustas Üldkohus, et kui etteheidetav tegevus on juba toime pandud, ei saa komisjon – v.a eesmärgil põhineva konkurentsipiirangu korral – piirduda sellega, et tõendab potentsiaalset konkurentsivastast mõju, vaid ta peab tõendama tegelikku konkurentsivastast mõju, vastasel korral oleks erinevus eesmärgil põhinevate konkurentsipiirangute ja tagajärjel põhinevate konkurentsipiirangute vahel illusoorne. Kuigi Üldkohtu niisugune hinnang on antud konkurentsivastase kokkuleppe raames, on siiski loogiline kohaldada seda ka väidetavate turgu valitseva seisundi kuritarvitamiste suhtes. Käsitletaval juhul ei ole Google'ile ette heidetavatel tegevustel konkurentsivastast eesmärki ning komisjon oleks seega pidanud valima niisuguse lähenemise. Tegelikku mõju olemasolu tõendamine oleks igal juhul võimaldanud tõendada potentsiaalse mõju tõenäosust, nagu komisjon isegi märgib oma suuniste komisjoni täitetegevuse prioriteetide kohta [ELTL artikli 102] kohaldamisel turgu valitsevate ettevõtjate kuritahtliku konkurentide tõrjuva tegevuse suhtes (ELT 2009, C 45, lk 7) punktis 20.

- 427 Google'i sõnul ei ole komisjon tõendanud konkreetset mõju. Vaidlustatud otsuse osas 7.2.3, millele komisjon viitab, et näidata, et ta võttis arvesse konkreetseid asjaolusid turul, on analüüsitud ainult seda, kuidas muutus infovoog Google'i üldistelt tulemustelehtedelt konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse, kuid mitte nende külastatavust tervikuna. Tegelikult näitavad toimiku materjalid, et Google ei saa sundida hindu tõusma ega aeglustada uuendusi ning et konkurents hinnavõrdlusteenuste turgudel on tugev, sest internetikasutajatel on sellel alal lai valik, nagu tõdes Competition and Markets Authority (Ühendkuningriigi konkurentsi- ja turgude amet) ühes 2017. aasta aprillis avaldatud uuringus pealkirjaga „Online search: Consumer and firm behaviour“ („Veebiotsing: tarbijate ja ettevõtjate käitumine“). Hindade osas tõendas Google just, et need langesid müüjate puhul, kes soovisid välja tulla *Shopping Unit*'ites.
- 428 Lisaks meenutab Google sisuliselt seoses BEUC argumentidega, et Google kahjustas tarbijaid, kahandades nende võimalusi pääseda ligi konkureerivatele hinnavõrdlusvahenditele ja suuremale hulgale müüjatele, et tema üldistes tulemustes, *Product Universal*'ites või *Shopping Unit*'ites internetikasutajatele näidatavate tulemuste asjakohasuse kriteeriumid on objektiivsed, eelkõige seepärast, et kasutati Universal Searchi. Komisjon ei ole seadnud vaidlustatud otsuses kahtluse alla üldiste tulemuste kohandamise algoritme ega neid asjakohasuskriteeriume ning ta pidas problemaatiliseks ainult konkureerivate hinnavõrdlusvahendite puudumist *Product Universal*'ites või *Shopping Unit*'ites. Seega esitab BEUC teooria, mida ei valinud komisjon vaidlustatud otsuses. Lisaks rõhutab Google, et ta on saatnud miljardite tasuta klõpsude jagu infovoogu konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse 10 vaidlustatud otsuse tegemisele eelneva aasta jooksul ning et mõnel neist, näiteks Which?-il Ühendkuningriigis, kes on BEUC liige, on tema üldistelt tulemustelehtedelt pärinev infovoog märgatavalt suurenenud, nagu ka müügiplatvormidel. Komisjon ei väitnud vaidlustatud otsuses, et Google piiras tarbijate võimalusi pääseda ligi konkureerivatele hinnavõrdlusvahenditele. Google viitab uuringutele, eelkõige nendele, millele tugineb BEUC, et näidata, et internetikasutajad kasutavad hinnavõrdlusvahendeid palju. Ta eitab, et on põhiline punkt, kus kaubaotsing internetis sisse tuleb, märkides, et saab selles küsimuses tugineda komisjonis toimunud menetluse toimikule. Üks eespool viidatud uuringutest näitab Ühendkuningriigi, Saksamaa ja Prantsusmaa puhul, et Google'i otsingumootoriga internetis tehtud kaubaotsingute algused ja isegi niisuguste otsingute teed, mille puhul kasutatakse teataval hetkel seda mootorit, ei ole kaugeltki ülekaalus. Lisaks, vastupidi BEUC väitele tulevad väikemüüjad reklaamides Google'i üldistel tulemustelehtedel välja.
- 429 Komisjon ning teda toetavad BEUC, Foundem, VDZ, BDZV, Visual Meta, Twenga, Kelkoo ja Saksamaa Liitvabariik vaidlevad Google'i argumentidele vastu.
- 430 Konkreetselt Twenga ja Kelkoo märgivad, et sellega, et vähenes infovoog Google'i hinnavõrdlusvahendiga konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse tema üldistelt tulemustelehtedelt, kaasnes nende oma infovoo kvaliteedi halvenemine, st nendest hinnavõrdlusvahenditest pärinevate müüjate saitide külastamiste ostudeks muutumise määr. Lisaks suurenes infovoog Google'i hinnavõrdlusvahendist müüjate suunas. Twenga ja Kelkoo pakkusid seega vähem huvi müüjatele, kes pealegi ei ole huvitatud sellest, et nende pakkumised tuleksid välja mitmel veebisaidil, või muidu paigutab algoritm Panda, mis lükkab samasuguse sisuga saite allapoole, nende oma müügisaidi üldistes tulemustes samuti allapoole. Twenga esitab selle kohta näiteid müüjatest, kes teatasid talle, et loobuvad tema teenustest kas temalt pärineva infovoo kvaliteedi halvenemise tõttu või seepärast, et olles otsustanud toita Google'i hinnavõrdlusvahendit, ei soovi nad jääda teise hinnavõrdlusvahendi tulemustesse. Kelkoo lisab, et asjaolu, et vähenes infovoog Google'i üldistelt tulemustelehtedelt tema saidile, tõi ise kaasa selle, et

väheneb otsene infovoog tema saidile, mis – nagu üldistest tulemustest pärinev infovoog – on „kvaliteetne“ infovoog, mis tekitab suure ostudeks muutumise määra. Otsene infovoog tuleneb esimesest külaskäigust pärast leidu üldistes tulemustes.

431 Laiemalt märgib BEUC, et vähendades konkureerivate hinnavõrdlusvahendite silmatorkavust oma üldistel tulemustelehtedel ning soodustades omaenese hinnavõrdlusvahendit ja oma reklaame, mida kasutavad kõige suuremad müüjad, ei alandanud Google mitte ainult konkurentsi hinnavõrdluse spetsialiseeritud otsingu turul, vaid vähendas ka tarbijate võimalusi pääseda ligi suuremale arvule müüjatele ja tekitada nende vahel konkurents. Ta rõhutab, et 27. märtsi 2012. aasta kohtuotsuses *Post Danmark (C-209/10, EU:C:2012:172, punkt 20)* meenutas Euroopa Kohus, et ELTL artiklit 102 ei kohaldata mitte üksnes tegevusele, millega tarbijale tekitatakse otsest kahju, vaid ka tegevusele, millega tarbijale tekitatakse kahju konkurentsi kahjustades.

## 2) Üldkohtu hinnang

432 ELTL artiklil 101 ja 102 on sama eesmärk, st moonutamata konkurentsi kaitsmine siseturul, nagu nüüd on märgitud Lissaboni lepingule lisatud protokollis nr 27 siseturu ja konkurentsi kohta (ELT 2010, C 83, lk 309). Selles küsimuses tuleb märkida, et nendes kahes artiklis näidetena nimetatud konkurentsivastased tegevused on lähedased, ehkki ELTL artikkel 101 puudutab ettevõtjatevahelisi kokkulepped ja ELTL artikkel 102 turgu valitsevas seisundis ettevõtjate ühepoolseid tegevusi.

433 Moonutamata konkurentsi eesmärk eeldab, et konkurents on aus, st et seda ei kahjusta ei ettevõtjatevahelised kokkulepped, mis piiravad konkurentsi või kõrvaldavad selle, ega nende turgu valitsevas seisundis ettevõtjate ühepoolne tegevus, kes kuritarvitavad oma võimu turul samuti selleks, et piirata konkurentsi või kõrvaldada see.

434 Ebaaus konkurents, sh turgu valitsevas seisundis ettevõtja või niisuguse ettevõtja poolt, kes on selleks saamas, võib mõistagi ka viia konkurentide kadumiseni turujõudude tulemusena (vt selle kohta 6. septembri 2017. aasta kohtuotsus *Intel vs. komisjon, C-413/14 P, EU:C:2017:632, punkt 133* ja seal viidatud kohtupraktika). Konkurentsivastane tegevus, eelkõige ühepoolne, mis väljendab turgu valitsevas seisundis ettevõtja kuritarvituslikku käitumist ja mis võib samuti selle kadumise kaasa tuua, on siiski keelatud.

435 ELTL artiklis 102 ei ole aga eristatud – vastupidi ELTL artiklile 101 – tegevust, mille eesmärk on takistada, piirata või moonutada konkurentsi, ning tegevust, millel ei ole küll sellist eesmärki, aga mis toob kaasa niisuguse tagajärje.

436 ELTL artikli 101 kohaldamise raames seoses ettevõtjate teatava kollektiivse tegevusega ei ole konkurentsiasutus, kes tõendab, et sellel tegevusel on konkurentsivastane eesmärk, kohustatud tõendama selle konkurentsivastast mõju, et ta võiks selle kvalifitseerida õigusvastaseks. Teatavat kokkumängu, näiteks ühiselt hindade kindlaksmääramist kartellikokkulepete raames, peetakse niivõrd kahjulikuks ja seega juba oma olemuselt konkurentsivastaseks, et selle puhul ei olegi vaja tõendada selle konkreetset mõju asjaomastele turgudele (vt selle kohta 11. septembri 2014. aasta kohtuotsus *CB vs. komisjon, C-67/13 P, EU:C:2014:2204, punktid 49–51*).

437 Seevastu ELTL artiklis 102 on ainult sätestatud, et siseturus või selle olulises osas turgu valitseva seisundi kuritarvitamine on keelatud kui siseturuga kokkusobimatu. Euroopa Kohtu praktikast ilmneb, et selle sätte kohaselt keelatud turgu valitseva seisundi kuritarvitamine on objektiivne mõiste, mis puudutab konkreetset turgu valitsevas seisundis ettevõtja tegevust, mis võib



mõjutada sellise turu struktuuri, kus just kõnealuse ettevõtja tegutsemise tulemusel on konkurents juba nõrgenenud, ning mis takistab veel turul olemas oleva konkurentsi säilimist või selle konkurentsi arengut vahenditega, mis erinevad nendest vahenditest, mida kasutatakse kaupade või teenuste tavapärasel konkurentsis, mis rajaneb ettevõtjate sooritustel (vt 14. oktoobri 2010. aasta kohtuotsus *Deutsche Telekom vs. komisjon*, C-280/08 P, EU:C:2010:603, punkt 174 ja seal viidatud kohtupraktika). Samad kaalutlused on õiged siis, kui asjaomasel tegevusel on konkurentsi piirav mõju selle turu sidusturgudel, kus sellel ettevõtjal on valitsev seisund.

- 438 Väljatõrjumispraktikate kohta on sellest järeldatud, et tegevust ei saa kvalifitseerida turgu valitseva seisundi kuritarvitamiseks ilma, et tõendataks konkurentsivastast mõju, kas või potentsiaalset, kusjuures kui puudub vähimgi mõju konkurentide konkurentsiolukorrale, ei saa praktikad kvalifitseerida neid väljatõrjuvaks (vt selle kohta 14. oktoobri 2010. aasta kohtuotsus *Deutsche Telekom vs. komisjon*, C-280/08 P, EU:C:2010:603, punktid 250–254; 17. veebruari 2011. aasta kohtuotsus *TeliaSonera Sverige*, C-52/09, EU:C:2011:83, punktid 61–66, ning 19. aprilli 2012. aasta kohtuotsus *Tomra Systems jt vs. komisjon*, C-549/10 P, EU:C:2012:221, punkt 68).
- 439 Sellega seoses tuleb märkida, et isegi kui tegemist on turgu valitsevas seisundis ettevõtjate põhimõtteliselt konkurentsivastase tegevusega, näiteks tegevusega, mille eesmärk on saavutada klientidelt ainuõiguslik ostusuhe või väga oluliste eelistingimustega ostusuhe, vajaduse korral püsikliendiallahindluste abil (vt selle kohta 13. veebruari 1979. aasta kohtuotsus *Hoffmann-La Roche vs. komisjon*, 85/76, EU:C:1979:36, punkt 89), siis kui turgu valitsevas seisundis ettevõtja vaidleb tõendavaid dokumente esitades vastu sellele, et tema tegevus võis konkurentsi piirata, peab juhtumiga tegelev konkurentsiasutus analüüsima kõiki asjakohaseid asjaolusid, et otsustada, kuidas sellega on (vt selle kohta 17. veebruari 2011. aasta kohtuotsus *TeliaSonera Sverige*, C-52/09, EU:C:2011:83, punkt 68; 6. oktoobri 2015. aasta kohtuotsus *Post Danmark*, C-23/14, EU:C:2015:651, punkt 68, ning 6. septembri 2017. aasta kohtuotsus *Intel vs. komisjon*, C-413/14 P, EU:C:2017:632, punktid 138 ja 139).
- 440 Selles küsimuses tuleb märkida, et kui uurimisalune ettevõtja väidab, et tema tegevusel ei saanud olla konkurentsivastast mõju, isegi mitte potentsiaalset, ja tõendab oma argumente asjaoludega turu tegeliku arengu kohta, peab konkurentsiasutus analüüsima, kas need asjaolud on niisugused, et mõjutavad tema hinnangut konkurentsivastase mõju olemasolu küsimuses. Mis puudutab tegelikult kasutatavaid tegevusi, mis on nagu käsitletaval juhul keerukad, siis niisugused asjaolud võivad olla asjakohased asjaolud, mis kinnitavad või mitte ELTL artikli 102 rikkumise esinemist.
- 441 Eelnevast tuleneb, et Google'i turgu valitseva seisundi kuritarvitamise tuvastamiseks pidi komisjon tõendama kas või potentsiaalset etteheidetavast tegevusest tingitud konkurentsi piiravat või kõrvaldavat mõju asjaomastele turgudele, võttes arvesse kõiki asjakohaseid asjaolusid, eelkõige argumente, mille Google on esitanud, et vaielda vastu sellele, et tema tegevus võis konkurentsi piirata.
- 442 Vastupidi Google'i ja CCIA väitele ei olnud komisjon aga kohustatud tegema kindlaks tegelikku väljatõrjuvat mõju niisugustel põhjustel, et Google ei olnud turgu valitsevas seisundis riigisisestel hinnavõrdlusteenuste turgudel, et tema tegevus aitas kaasa tema teenuste parandamisele tarbijate ja internetimüüjate huvides ning et see tegevus oli kestnud palju aastaid. Niisugune nõue komisjonile oleks vastuolus põhimõttega, mida liidu kohus on kinnitanud ja mille kohaselt ei saa kuritarvitamiseks ELTL artikli 102 tähenduses kvalifitseerimist välistada seepärast, et kõnealune tegevus ei viinud kokkuvõttes oletatava tulemuseni (vt selle kohta 17. veebruari 2011. aasta

kohtuotsus *TeliaSonera Sverige*, C-52/09, EU:C:2011:83, punktid 64 ja 65, ning konkreetsemalt tegevuse kestuse kohta 29. märtsi 2012. aasta kohtuotsus *Telefónica ja Telefónica de España vs. komisjon*, T-336/07, EU:T:2012:172, punkt 272).

- 443 Ammugi ei olnud komisjon kohustatud tõendama konkurentsi kõrvaldamise või piiramise võimalike tagajärgede tegelikku saabumist, näiteks uuenduste vähenemist või hinnatõuse, mida ei õigusta mingi muu põhjus peale konkurentsi puudumise. Selles küsimuses on nõustunud, et konkurentsi nõrgenemine võib vägagi niisugused tagajärjed kaasa tuua, nagu on märgitud suunistes komisjoni täitetegevuse prioriteetide kohta [ELTL artikli 102] kohaldamisel turgu valitsevate ettevõtjate kuritahtliku konkurentide tõrjuva tegevuse suhtes punktides 11 ja 19.
- 444 Tuleb rõhutada, et argumendid, et kõnealused tegevused parandasid teenuste kvaliteeti, eelkõige tarbija kasuks, mis tasakaalustas majandusliku huvi seisukohast tuvastatud väljatõrjuva mõju, ning et seega ei kujutanud need tegevused endast kuritarvitamist, on argumendid, mis ei kuulu nende tegevuste mõju olemasolu analüüsimise etappi. Need argumendid ei saa seega anda tulemusi, kui on tarvis põhjendada väidet, et komisjon ei ole tõendanud, et kõnealused tegevused avaldasid konkurentsivastast mõju. Käsitletaval juhul on neid juba osaliselt analüüsitud viienda väite esimese osa analüüsimise raames ja ülejäänud osas käsitletakse neid esimese ja teise väite kolmandate osade analüüsimise raames.
- 445 Käsitletaval juhul analüüsis komisjon kõigepealt vaidlustatud otsuse osas 7.2.3 kõnealuste tegevuste materiaalseid tagajärgi infovoole Google'i üldistelt tulemustelehtedelt konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse ja Google'i hinnavõrdlusvahendisse. Kolmanda tühistamisväite kahe osa analüüsist tuleneb, et komisjon järeldas selle analüüsi põhjal erinevate asjaomaste riigisiseste hinnavõrdlusteenuste turgude puhul õigesti esiteks, et need tegevused viisid selle infovoole vähenemiseni peaaegu kõikide konkureerivate hinnavõrdlusvahendite puhul, ning teiseks, et need tegevused viisid selleni, et suurenes infovoog Google'i teenuste hinnavõrdlusvahendisse. See materiaalne mõju infovoole Google'i üldistelt tulemustelehtedelt on ulatuslikult dokumenteeritud, nagu näitavad punktid 383, 388 ja 402–405 eespool, ning võib tuvastada, et komisjon on tõendanud selles osas tegelikku mõju, mis on olenevalt riigist rohkem või vähem silmatorkav, kuid igal juhul märkimisväärne.
- 446 Seejärel hindas komisjon vaidlustatud otsuse osas 7.2.4 konkureerivate hinnavõrdlusvahendite infovoole osa, mis pärines Google'i üldistelt tulemustelehtedelt, nende kogu infovoos (osa 7.2.4.1) ning märkis, et seda osa ei saanud tegelikult asendada teistest infovoole allikatest (osa 7.2.4.2).
- 447 Esimese eespool punktis 446 mainitud aspekti kohta, mida on käsitletud vaidlustatud otsuse osas 7.2.4.1, esitas komisjon vaidlustatud otsuse tabeli 24 kujul ülevaate 13 hinnavõrdlusvahendi infovoole allikate jagunemisest alates 2011. aastast kuue aasta jooksul (v.a nendest üks, kelle puhul ta esitas andmed nelja aasta kohta). Ta eristas Google'i üldistest tulemustest, Google'i tekstreklaamidest, otsesest otsingust (st et internetikasutaja läheb hinnavõrdlusvahendi saidile, kasutades vastaval juhul mobiilirakendust ja ilma et ta kasutaks vahenduslinki) ja muudest allikatest (näiteks partnersaidid, teised otsingumootorid või lingid teabelehtedes) pärinevat infovoogu. Google'i väide, et komisjon ei ole analüüsinud kõiki allikaid, kust hinnavõrdlusvahendeid külastatakse (vt punkt 365 eespool), on seega väär.
- 448 Vaidlustatud otsuse tabelist 24 ilmneb, et Google'i üldistelt tulemustelehtedelt pärinevad infovoole osad olid üsna erinevad olenevalt hinnavõrdlusvahendist, ulatudes veidi enam kui 20 protsendist (kuid siiski ühe erandiga, milleks oli 13% ühel aastal) rohkem kui 80 protsendini, ning et napi enamuse puhul nendest (seitsme puhul) vähenesid need osad aastatega. Need vähenemised

jäävad vahemikku 5 protsendist kuni ligikaudu 50 protsendini. Nelja hinnavõrdlusvahendi puhul, mille Google'i üldistest tulemustest pärineva infovoo osa suurenes vastupidi, jäid need osa suurenemised vahemikku 5–65%. Kahe ülejäänud hinnavõrdlusvahendi puhul on see osa enam-vähem stabiilne. See vaheanalüüs annab teavet Google'i üldistelt tulemustelehtedelt pärineva infovoogmahu suuruse kohta temaga konkureerivate hinnavõrdlusvahendite puhul ning näitab, et enamiku puhul nendest, kelle infovoogu uuriti, vähenes Google'i üldistest tulemustest pärinev infovoog aastatega. Ainult see analüüs ei võimalda teha järeldusi väljatõrjuva konkurentsivastase mõju kohta turul, mis on tingitud Google'i tegevusest, sest siin tuleb arvesse võtta muidki asjaolusid, kuid kuna see põhineb konkreetsetel asjaoludel, millele Google ei ole muide vastu vaielnud, võib see aidata tõendada niisuguse mõju olemasolu.

- 449 Teise eespool punktis 446 mainitud aspekti kohta, mida on käsitletud vaidlustatud otsuse osas 7.2.4.2 ja milleks on Google'iga konkureerivate hinnavõrdlusvahendite raskus asendada tema üldistelt tulemustelehtedelt pärinev infovoog teiste allikatega, esitas komisjon mitmesugused põhjused, millele Google on vaielnud vastu oma neljanda väite kolmandas osas. Ta on vaielnud vastu komisjoni konkreetsetele hinnangutele, kuid see ei ole seotud kriitikaga, mis vastab selle väite esimesele osale ja mida analüüsiti selles etapis, st kriitikaga, et komisjon ainult spekulatsioonide tegevuste konkurentsivastase mõju teemal.
- 450 Lõpuks märkis komisjon vaidlustatud otsuse osas 7.3, et kõnealustel tegevustel oli potentsiaalne konkurentsivastane mõju riigisisestel hinnavõrdluse spetsialiseeritud otsingu turgudel ja riigisisestel üldotsingu turgudel.
- 451 Riigisiseste hinnavõrdluse spetsialiseeritud otsingu turgude kohta leidis komisjon kõigepealt vaidlustatud otsuse osas 7.3.1 – tuginedes oma eespool punktides 445 ja 446 mainitud analüüsidele –, et kõnealused tegevused võisid viia konkureerivad hinnavõrdlusvahendid oma tegevuse lõpetamiseni (vaidlustatud otsuse põhjendus 594). Ta asus ka seisukohale, et need tegevused võivad vähendada motivatsiooni teha uuendusi, sest nad ei saa enam mõistlikult loota piisavat infovoogu, mis võimaldaks neil võistelda Google'i hinnavõrdlusvahendiga, ning kui nad püüaksid Google'i üldistest tulemustest pärineva infovoo kaotust korvata teiste tasuliste infovoo allikatega, vähendaksid nad tulu, mida saaksid kasutada uuendusteks (vaidlustatud otsuse põhjendus 595). Seejärel leidis komisjon, et kõnealused tegevused võivad vähendada Google'i enda motivatsiooni teha uuendusi oma hinnavõrdlusteenuse jaoks, sest konkurents, millega ta peab toime tulema, on väiksem (vaidlustatud otsuse põhjendus 596). Komisjon leidis ka, et kõnealused tegevused võivad vähendada tarbijate võimalusi kasutada kõige tulemuslikumaid hinnavõrdlusvahendeid. Ta viitas selles küsimuses üldiste tulemuste hulgas halvas positsioonis konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemuste allapoole asetamisele (vaidlustatud otsuse põhjendus 598) ning asjaolule, et tarbijad ei olnud tavaliselt teadlikud, et *Product Universal*'ite ja *Shopping Unit*'ite puhul kehtivad teised valikukriteeriumid kui üldiste tulemuste puhul (vaidlustatud otsuse põhjendus 599). Turgude konkurentsistruktuuri kahjustati seega, sest Google'i hinnavõrdlusvahendi edu tagati kunstlikult tema turgu valitseva seisundiga üldotsingu turgudel ja kõnealuste tegevustega (vaidlustatud otsuse põhjendus 600).
- 452 Lisaks, vastuseks kriitikale, mida Google tegi haldusmenetluse käigus ja mille kohaselt ei näidatud ära oma tegevuse lõpetanud hinnavõrdlusvahendit, samas kui sajad Google'i nimetatud 361 konkureerivast hinnavõrdlusvahendist tegutsevad ikka veel, meenutas komisjon kõigepealt, et ta ei ole kohustatud niisugust tegelikku mõju tõendama (vaidlustatud otsuse põhjendus 602), ning väitis siis, et kõnealuste tegevuste puudumise korral oleks dünaamilises konkurentsiosalevate hinnavõrdlusvahendite arv võinud olla suurem (vaidlustatud otsuse põhjendus 603). Seejärel tõi ta esile mitu avaldust, mille kohaselt lõpetasid paljud hinnavõrdlusvahendid nende

361 hulgast oma tegevuse või orienteerisid selle ümber teistele teenustele. Näiteks ühe avalduse kohaselt lõpetas tegevuse 38% nendest 361 hinnavõrdlusvahendist ja teise kohaselt 21% (vaidlustatud otsuse põhjendus 604).

- 453 Mõju kohta riigisisestele hinnavõrdluse spetsialiseeritud otsingu turgudele avaldas komisjon vaidlustatud otsuse osas 7.3.2, milles on analüüsitud mõju väidetaval juhul, kui need turud hõlmavad müügiplatvorme, veel sisuliselt mõtet, et tema tuvastatud mõju avaldus sel juhul hinnavõrdlusvahendite turusegmendis, st Google'i hinnavõrdlusvahendi lähimate konkurentide turusegmendis (vaidlustatud otsuse põhjendused 609 ja 610). Ta rõhutas, et vastupidi, kõnealused tegevused ei avaldanud negatiivset mõju müügiplatvormidele (vaidlustatud otsuse põhjendus 611). Komisjon esitas ka kaks uuringut, millest teist on mainitud juba eespool punktides 388 ja 405 ning mille eesmärk on hinnata 13 riigis, kus ta leidis olevat Google'i turgu valitsevat seisundit kuritarvitatud, esiteks hinnavõrdlusvahendite osa nendel turgudel ja teiseks seda, kuidas muutus infovoog Google'i üldistelt tulemustelehtedelt tema hinnavõrdlusvahendisse, konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse ja müügiplatvormidele. Turuosade puhul ilmneb nendest näiteks – olenevalt erinevatest kohandustest –, et hinnavõrdlusvahendite turuosa (mis hõlmas Google'i ja tema konkurentide hinnavõrdlusvahendeid) Ühendkuningriigis – mis vastas seega turuosale, mida kõnealused tegevused mõjutasid – jääb ajavahemikus 2011–2016 vahemikesse 9–18% kuni 12–24%. Täpsemalt ilmneb Ühendkuningriigi puhul – olenevalt tehtud kohandustest – sellest Google'i hinnavõrdlusvahendi turuosa suurenemine 4 protsendilt 17 protsendile või 6 protsendilt 22 protsendile, müügiplatvormide turuosa vähenemine 89 protsendilt 81 protsendile või 83 protsendilt 76 protsendile kõige erinevamate muutuste osas ning konkureerivate hinnavõrdlusvahendite turuosa vähenemine 11 protsendilt 2 protsendile või 7 protsendilt 1 protsendile kõige erinevamate muutuste osas (vaidlustatud otsuse põhjendused 612–639 ja lisa 1). Selle kohta, kuidas muutus infovoog Google'i üldistelt tulemustelehtedelt tema hinnavõrdlusvahendisse, konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse ja müügiplatvormidele, ilmneb sellest – nagu on mainitud juba eespool punktides 388 ja 405 – infovoo üldine suurenemine Google'i hinnavõrdlusvahendisse ja infovoo üldine vähenemine konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse. Infovoog müügiplatvormidele pigem vähenes veidi, ehkki mõnes nendest 13 riigist, mida muutus puudutas, tundub see ebastabiilsem, isegi kui see tõusis. Kui jätkata Ühendkuningriigi näitega – olenevalt tehtud kohandustest –, siis ajavahemikus 2011–2016 suurenes Google'i hinnavõrdlusvahendi turuosa tema üldistelt tulemustelehtedelt pärinevas infovoos 11 protsendilt 46 protsendile või 16 protsendilt 54 protsendile, konkureerivate hinnavõrdlusvahendite turuosa vähenes 14 protsendilt 2 protsendile või 22 protsendilt 3 protsendile ja müügiplatvormide turuosa vähenes 75 protsendilt 52 protsendile või 63 protsendilt 43 protsendile.
- 454 Hinnavõrdlusteenuste turgude osas ilmneb sellest analüüsist, mida on juba korduvalt kokkuvõtlikult kirjeldatud eespool punktides 445–453, et komisjon tugines konkreetsetele asjaoludele, mis ei puuduta mitte üksnes seda, kuidas arenes infovoog Google'i üldistelt tulemustelehtedelt konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse ja Google'i hinnavõrdlusvahendisse ning täiendavalt müügiplatvormidele, vaid ka osa, mille moodustas see infovoog Google'i üldistelt tulemustelehtedelt konkureerivate hinnavõrdlusvahendite kogu infovoos, ning järeldas argumenteeritud põhjenduse tulemusena, et on olemas potentsiaalne konkurentsivastane mõju riigisisestel hinnavõrdlusteenuste turgudel.
- 455 Olenemata küsimusest, kas lähtudes teistest argumentidest, mille Google on oma neljanda väite raames esitanud, võib selle mõjuanalüüsiga nõustuda või mitte, tuleb selle väite esimene osa, mille kohaselt arutles komisjon selles küsimuses puhtalt spekuloides, seega seoses hinnavõrdlusteenuste turgudega tagasi lükata.

- 456 Seevastu riigisiseste üldotsingu turgude osas piirdus komisjon vaidlustatud otsuse osas 7.3.3 sellega, et tegi kindlaks kõnealustest tegevustest tingitud konkurentsivastase mõju, mainides, et kuna Google kohtles oma üldistel tulemustelehtedel omaenese hinnavõrdlusvahendit soodsamalt, kaitseb ta tulusid, mida see spetsialiseeritud otsingu teenus nendelt lehtedelt talle toob ja mis rahastavad ise üldotsingu teenust (põhjendus 642). Menetlusdokumendid näitavad, et Google muretses reklaamitulude pärast, mille konkureerivad hinnavõrdlusvahendid võivad temalt ära võtta, kui nad arenevad (põhjendus 643).
- 457 Need ainsad kaalutlused on liiga ebatäpsed selleks, et võiksid tõendada potentsiaalse konkurentsivastase mõju esinemist riigisisestel üldotsingu turgudel. Ei ole esitatud ühtegi analüüsi asjaomaste tulude suuruse ja mõju kohta, mida need võivad avaldada Google'i ja tema konkurentide seisundile nendel turgudel. Järelikult väidab Google nende turgude osas õigesti, et komisjon analüüsis kõnealuste tegevuste mõju puhtalt spekulatiivselt ning et seda mõju ei ole seega tõendatud.
- 458 Google'i neljanda väite esimese osaga tuleb niisiis nõustuda osas, milles see puudutab ainult riigisiseseid üldotsingu turge. Selle väite teisi osi analüüsitakse seega ainult osas, milles need puudutavad riigisiseseid hinnavõrdlusteenuste turge.
- 459 Kuna komisjon peab selleks, et võiks tuvastada väljatõrjumispraktikaga seotud turgu valitseva seisundi kuritarvitamise, tõendama – nagu on meenutatud eespool punktis 438 –, et esines kas või potentsiaalne konkurentsivastane mõju asjaomasel turul või turgudel, tuleb seega tuvastada, et vaidlustatud otsus ei ole põhjendatud osas, milles see puudutab turgu valitseva seisundi kuritarvitamist riigisisestel üldotsingu turgudel.

***d) Neljanda väite teine osa, mille kohaselt ei võetud mõju analüüsimisel arvesse müügiplatvormide rolli***

- 460 Neljanda väite teises osas väidab Google, et komisjon ei võtnud arvesse konkurentsipurvet, mida avaldavad müügiplatvormid, ehkki nemad on konkurentsi tekitajad ja uuenduste esilekutsujad hinnavõrdlusteenuste turgudel.
- 461 Kõigepealt kinnitab Google, et see, kuidas komisjon piiritles hinnavõrdlusteenuste turu, on väär, ning seejärel, et igal juhul jäeti vaidlustatud otsuses tähelepanuta müügiplatvormide konkurentsipurvet.

***1) Neljanda väite teise osa elemendid, mille kohaselt on kaubaturu piiritlus väär***

***i) Poolte argumendid***

- 462 Google ja CCIA esitavad erinevaid asjaolusid eesmärgiga näidata, et müügiplatvormid ja hinnavõrdlusvahendid tegutsevad samal hinnavõrdlusteenuste turul. Nii ühed kui ka teised pakuvad internetikasutajatele tasuta samu kaupade otsimise võimalusi koos muu hulgas hindade äranäitamise ja pakutavad teenused asendavad seega üksteist, millest piisab, et arvata mõlemat liiki teenuseosutajad hinnavõrdlusteenuste turu hulka, kuigi müügiplatvormid tagavad täiendavate teenuste osutamise. Kolm uuringut, mille Google komisjonile haldusmenetluse jooksul esitas Saksamaa, Prantsusmaa ja Ühendkuningriigi kohta, näitavad, et väga suur enamik tarbijaid leiavad selles uuringus, et platvorm Amazon asendab hästi kõige tuntumaid hinnavõrdlusvahendeid. Komisjon eitab ekslikult, et need uuringud on tõendava väärtusega, ning

seada põhjendusel, et küsitletavad isikud ei pidanud oma vastust põhjendama ja küsimuses oli nimetatud ainult Amazoni. Uuring, mille komisjon omalt poolt vaidlustatud otsuse põhjenduse 220 punktis 6 esitab, et tõendada kaubaturu määratlust, mille tema valis, ei puuduta küll küsimust, kas müügiplatvormide teenused ja hinnavõrdlusvahendite teenused asendavad üksteist, kuid näitab siiski, et Amazon ja eBay on „suurepärase näited niisugustest paljusid jaemüüjaid koondavatest platvormidest, mille formaat pakub kasutajatele märkimisväärset hinnavõrdluse võimalust“. Lisaks näitavad mitu sõltumatut uuringut, et enamik internetikasutajaid, kes soovivad teha ostu, alustavad oma otsingut müügiplatvormilt ning viivad ostu lõpuni alles pärast hinnavõrdlust sellel. Vastuseks BEUC ja BDZV menetluse astumisele esitab Google Saksamaa Liitvabariigi konkurentsiameti otsuse ja Schleswig-Holsteinisches Oberlandesgerichti (Schleswig Holsteini liidumaa kõrgeim üldkohus, Saksamaa) otsuse, mis näitavad tema sõnul sisuliselt, et müügiplatvormid on hinnavõrdlusvahendid, mis tagavad lisaks veel müügi vahenduse funktsioonid. Google vaidleb vastu ka BEUC argumentidele, mille kohaselt on müügiplatvormid kauplused, mis müüvad paljusid kaupu, samas kui hinnavõrdlusvahendid võimaldavad võrrelda erinevate kaupluste poolt pakutava sama kauba hindu. Müügiplatvorm ei ole kauplus, vaid sellesse on koondatud paljude kaupluste pakkumised ja see võimaldab võrrelda tasuta sama kauba või mudeli hindu samamoodi nagu hinnavõrdlusvahendid. Komisjoni argumentidele, et müügiplatvormid annavad harva juurdepääsu suurimatele müüjatele, mis tähendab, et need ei asenda hinnavõrdlusteenuseid, mis edastavad nende müüjate pakkumisi, kõnelevad vastu vastused, mille platvormid on ise komisjonile andnud. Isegi kui see argument oleks õige, ei muudaks see kuidagi internetikasutajate nõudlust, sest nemad arvavad, et need kaht liiki veebisaidid asendavad teineteist hinnavõrdluse otsingutel. Komisjon ei ole tõendanud vastupidist ega analüüsinud tõeliselt nende võimalust üksteist asendada, mis puudutab internetikasutajate nõudlust. Google'i sisedokumendid, mis on koostatud *in tempore non suspecto*, näitavad, et ta isegi peab Amazoni ja eBayd hinnavõrdlusteenuste turu liidriteks ning eelkõige Amazoni kui viidatut ja tema põhilist konkurenti, mis teda ennast uuendustele õhutas. Ka paljud ütlused, mille esitasid haldusmenetluses üldotsingu või hinnavõrdlusteenuste osutajad ja müügiplatvormid, kinnitavad, et viimased pakuvad konkurentsi hinnavõrdlusvahenditele.

463 Nende asjaolude arvesse võtmise asemel võttis komisjon arvesse müügiplatvormide teenuste ja hinnavõrdlusvahendite teenuste vahelisi väliseid erinevusi, mis ei mõjuta nende võimet üksteist asendada internetikasutajate nõudluse seisukohast, ning järeldas ekslikult, et esimesed ei avalda teistele konkurentsivõimet. CCIA rõhutab, et oma teatise asjaomase turu mõiste kohta ühenduse konkurentsioiguses (EÜT 1997, C 372, lk 5; ELT eriväljaanne 08/01, lk 1) punktis 36 märgib komisjon, et nende teenuste erinevad omadused ei võimalda väita, et nõudluse seisukohast ei ole mingit asendatavust, sest see sõltub suuresti sellest, kui tähtsaks kliendid neid erinevusi peavad. Lisaks on üks kostja vastuses nimetatud erinevustest, nimelt asjaolu, et Google'iga konkureerivad hinnavõrdlusvahendid ei saa välja tulla *Shopping Unit*'ites, Google'i sõnul väär. Nad peaksid lihtsalt kuvama reklaamilingi, mis viib otse ostulehele internetis, mida mõned on ka teinud. Google toob kolm näidet. Et kaubaturuna, kus etteheidetav tegevus väidetavalt konkurentsivõimust mõju avaldas, on määratletud hinnavõrdlusteenuste turg, oleks komisjon pidanud mitte üksnes analüüsima, millised alternatiivid on internetikasutajate käsutuses, et teha internetis enne ostu sooritamist niisugune hinnavõrdlus – mis oleks võimaldanud tal tuvastada, et on müügiplatvormid ja hinnavõrdlusvahendid –, vaid oleks pidanud ka selgitama, kuidas oleks Google, kes väitis, et konkurentsioht tuleb müügiplatvormide poolt, saanud kavandada oma nende teenuste hindade püsivat tõstmist, mis võimaldavad tulla välja tema tulemustelehtedel, riskimata seejuures reklaamijate kaotamisega müügiplatvormidele. Täiendavad teenused, mida need müügiplatvormid võrreldes hinnavõrdlusvahendite teenustega pakuvad ja mida komisjon on pidanud erinevusteguriteks, ainult suurendavad vastupidi konkurentsi, mida pakuvad need platvormid võrreldes hinnavõrdlusvahenditega. Need seletavad muide, miks algoritm Panda

paigutab esimesed Google'i üldotsingu tulemustes ettepoole ning miks infovoog nende kasuks paranes, samas kui infovoog hinnavõrdlusvahendite kasuks vähenes. Seepärast püüdsid mitu nendest hinnavõrdlusvahendite käitajatest pakkuda ka täiendavaid teenuseid, näiteks teenust, mis võimaldab teha ost otse. Google isegi hakkas seda teenust sisse viima, kuigi tema panustas eriti oma internetikasutajate päringutele antavate vastuste kvaliteedi parandamisele, et konkureerida müügiplatvormidega kaubaotsingu osas. Lisaks ei muuda asjaolu, et niisugused müügiplatvormid ja hinnavõrdlusvahendid nagu Amazon ja Google loovad vertikaalset laadi suhteid, eelkõige suunavad need teised esimeste pakkumiste juurde ja nemad on põhilised kliendid, nagu rõhutas komisjon vaidlustatud otsuse põhjenduses 220, midagi selles, et komisjon oleks pidanud analüüsima seda, kas nende teenused asendavad teineteist ning asjaolusid, mis esitati, näitamaks, et need konkureerivad omavahel. Argumendi kohta, mille Twenga esitas oma menetluse astuja seisukohtades ning mille kohaselt astuvad müügiplatvormid mängu enne Google'it ja sõltuvad suuresti infovoost, mis tuleb tema üldistelt tulemustelehtedelt, märgib Google, et seda viimast põhjendust vaidlustatud otsuses ei ole, ning vaidleb vastu nii selle Prantsusmaal puudutava uuringu vastuvõetavusele kui ka tõendavale väärtusele, mille on esitanud Twenga. Asjaolude kohaselt, millega Google oma hagiavaldust põhjendab, on põhiline osa müügiplatvormide infovoost otsene infovoog, mis kõneleb vastu Twenga esitatud suhtarvule 46%, mis vastab Google'i üldistelt tulemustelehtedelt pärinevale infovoole. Repliigis täpsustab Google, et müügiplatvormide hinnavõrdlusvahenditest pärinev infovoog on nende kogu infovooga võrreldes imeväike. Google väidab lisaks, et kostja vastuses püüab komisjon tõendamiskoormist ümber pöörata, väites, et tema peaks tõendama, et internetikasutajad lähevad müügiplatvormide saitidele ka selleks, et teha võrdlevaid otsinguid kaupade ostmise eesmärgil, mitte üksnes ostude tegemiseks, kuigi komisjoni ülesanne on tõendada, et see nii ei ole, kui ta väidab, et need platvormid jäävad asjaomasesse turust välja. Haldusmenetluse toimiku materjalid ei võimalda tal seda tõendada. Konkreetset asjaolu, et ühest 2014. aasta uuringust ilmneb, et internetikasutajad leiavad, et müügiplatvormid on peamiselt mõeldud kaupade ostmiseks, ei näita, mil määral nende võrdleva uuringu võimalusi kasutatakse. Google rõhutas – eelkõige kohtuistungil – asjaolu, et vaidlustatud otsuses kindlaks määratud asjaomane turg on, nagu ilmneb selle põhjendusest 191, ainult internetikasutajatele pakutavate hinnavõrdlusteenuste turg, mille puhul on müügiplatvormid ja hinnavõrdlusvahendid üksteist asendavad, mitte internetimüüjatele pakutavate teenuste turg. Pealegi ei ole õige, et müügiplatvormid ei tööta hulgimüüjatega, samas kui hinnavõrdlusvahendid eelistavad neid partnereid. Lõpuks väidab ta, et vaidlustatud otsuse põhjendustes 224–226 esitatud kaalutlused, mis käsitlevad erinevusi pakkumise seisukohast, ei ole asjakohased, sest võimalus asendada üksteist internetikasutajate nõudluse seisukohast on olemas.

464 Selle aspekti kohta, mida on maininud oma erinevates argumentides enamik menetluse astujaid tema kasuks, rõhutab komisjon, et Google ei sea hagiavalduses selgelt kahtluse alla seda, missugusena määratleti vaidlustatud otsuses asjaomane kaubaturg, mis on piiratud hinnavõrdlusvahenditega. Seega, kuna müügiplatvormid jäävad väljapoole seda turgu, ei saa neil juba definitsiooni poolest olla sellel märkimisväärt turujõudu. Vasturepliigis rõhutab komisjon, et Google'i argumendid müügiplatvormide konkurentsiturve kohta puudutavad etteheidetava tegevuse mõju hindamist, kuid mitte asjaomase turu määratlemist, mida tuleb teha varem konkurentsianalüüsi raames.

465 Igal juhul vaidleb komisjon vastu sellele, et hinnavõrdlusvahendid ja müügiplatvormid kuuluvad samale kaubaturule. Järelikult ei olnud komisjoni sõnul vaja teha kindlaks müügiplatvormide turuosa turul, kus nad on kõrvuti hinnavõrdlusvahenditega.

*ii) Üldkohtu hinnang*

466 Tuleb meenutada, et konkurentsianalüüsi raames vastab turg pakkumise ja nõudluse kokkupuuteväljale, kus konkurents toimub ja võib toimuda. Traditsiooniliselt eristatakse turu (kaubaturu) materiaalsel aspekti, mis määrab ära kaubad ja teenused (vastavalt sellele, mida asjaomased ettevõtjad pakuvad), mis omavahel konkureerivad, ja turu ruumilist aspekti (geograafilist turgu), mis määrab ära ulatuse, milles konkurents teatavate kasutajate seisukohast toimub.

467 Selles küsimuses täpsustas komisjon teatise asjaomase turu mõiste kohta ühenduse konkurentsioiguses, et turu mõiste peamine ülesanne on nende konkurentsipiirangute süstemaatiline kindlakstegemine, millega asjaomased ettevõtjad kokku puutuvad, kuid see võimaldab ka analüüsida teatavat liiki turukäitumisi ja kaupade tarnimise struktuurimuutusi (teatise punktid 2 ja 12). Konkreetsemalt märgib komisjon, et „[a]sjaomane kaubaturg hõlmab kõiki neid kaupu ja/või teenuseid, mis tarbijate seisukohast on oma iseloomulike tunnuste, hindade ja otstarbekohase kasutuse põhjal omavahel vahetatavad ja asendatavad“ (teatise punkt 7). Lisaks märgib komisjon teatise punktis 20:

„Pakkumise asendatavust võib samuti arvesse võtta turgude määratlemisel olukorras, kus selle [asendatavuse] mõju on tõhususe ja vahetu mõju osas samaväärne nõudluse asendatavusega. See tähendab, et tarnijatel on vastukaaluks suhteliste hindade väikestele ja püsivatele muudatustele võimalik lühikese aja jooksul asuda tootma asjaomaseid kaupu ning neid turustada, ilma et see tooks kaasa olulisi täiendavaid kulutusi või riske [...]“.

468 Nagu on märgitud eespool punktides 42–52, tegi komisjon vaidlustatud otsuses kindlaks kaks eraldi kaubaturgu, mida asi puudutab, nimelt internetis tehtava üldotsingu turu ja internetis tehtava hinnavõrdluse spetsialiseeritud otsingu turu. Mis puudutab seda teist turgu, siis jättis komisjon müügiplatvormid sellest välja põhjendusel, et viimaste teenustega hinnavõrdlusteenuste asendatavus on vähene.

469 Käsitletaval juhul ei sea Google kahtluse alla selle kaubaturu määratlust, millel ta leiti olevat turgu valitsevas seisundis, st et see on internetis tehtava üldotsingu turg, millel tegutsevad üldotsingumootorid. Ta ei sea ka kahtluse alla hinnavõrdluse spetsialiseeritud otsingu turu olemasolu, aga vaidleb vastu sellele, et see turg hõlmab ainult hinnavõrdlusvahendeid, kuid mitte müügiplatvorme, mis pakuvad samuti hinnavõrdlusteenuseid.

470 Kuigi Google sõnastab sellise kriitika ainult oma neljanda väite raames, mille kohaselt ei saa talle ette heidetavatel tegevustel sisuliselt olla konkurentsivastast mõju, vaidlustab ta tõesti – nagu ilmneb hagiavalduse punktist 313 jj – selle, kuidas komisjon nimetatud turu piiritleb, vastupidi komisjoni väitele kostja vastuses. Seega tuleb komisjoni argument, et Google ei sea kahtluse alla seda, kuidas hinnavõrdluse spetsialiseeritud otsingu kaubaturg on piiritletud, tagasi lükata. Ta seab selle üsna selgelt kahtluse alla ja – nagu ilmneb punktide 462 ja 463 eespool – teeb ta seda arvukate argumentide abil. Sellel, et ta ei tee seda iseseisva väitega, vaid üldisemate argumentide raames, mis on esitatud väiteosa raames, mille kohaselt ei võetud arvesse müügiplatvormide konkurentsivastast, on vähe tähtsust. Vastavalt Euroopa Liidu Kohtu põhikirja artikli 21 esimesele lõigule, mida sama põhikirja artikli 53 esimese lõigu ja kodukorra artikli 76 punkti d kohaselt kohaldatakse Üldkohtu menetluse suhtes, tuleb hagiavalduses märkida hagi ese, esitatavad väited ja argumendid ning lühiülevaade nendest väidetest piisavalt selgelt ja täpselt, et võimaldada kostjal oma kaitseks valmistuda ja Üldkohtul hagi lahendada vajaduse korral ilma täiendava teabeta (vt 12. detsembri 2019. aasta kohtuotsus *Tàpias vs. nõukogu*, T-527/16, EU:T:2019:856, punktid 64



ja 65 ning seal viidatud kohtupraktika). Neid nõudeid on järgitud. Seega on Google'i väide, et komisjon tegi oma analüüsis vea, kui piiritles hinnavõrdlusteenuste kaubaturu, vastuvõetav ning seda tuleb käsitleda.

- 471 Selles küsimuses on otsustatud, et selleks, et asjaomast teenust või kaupa saaks ELTL artikli 102 kohaldamisel pidada piisavalt eraldiseisva turu esemeks, peab seda saama kirjeldada eriomaduste abil, mis teda eristavad teistest teenustest või kaupadest sel määral, et need viimased saavad teda vähe asendada ning need konkureerivad sellega ainult vähesel määral. Seejuures tuleb seda, mil määral võivad kaubad üksteist asendada, hinnata nii, et lähtutakse nende objektiivsetest omadustest ning nõudluse struktuurist, pakkumisest turul ja konkurentsitingimustest (21. oktoobri 1997. aasta kohtuotsus *Deutsche Bahn vs. komisjon*, T-229/94, EU:T:1997:155, punkt 54).
- 472 Käsitletaval juhul on vaja vastata esitatud argumentidest lähtudes küsimusele, kas komisjon tõendas vaidlustatud otsuses piisavalt, et hinnavõrdlusvahendite pakutavatel hinnavõrdlusteenustel olid eriomadused, mis neid eristasid müügiplatvormide pakutavatest hinnavõrdlusteenustest, või vastupidi, sellisel määral, et need on üksnes vähe üksteisega asendatavad ja nende vahel valitseb ainult nõrk konkurent.
- 473 Tuleb rõhutada, et tegemist on kahepoolse turuga, st turuga, kus pakkujad vastavad samal ajal erinevat liiki nõudlejate kahele erinevale nõudlusele: esiteks nende internetikasutajate nõudlusele, kes soovivad enne ostu sooritamist võrrelda kaupade omadusi ja hindu, ning teiseks nende isikute nõudlusele, kes soovivad oma kaupu müüa ning lisavad pakkujate andmebaasidesse teavet oma kaupade kohta niisuguseks võrdlemiseks ja eesmärgiga, et internetikasutajad ostaksid neid, kusjuures võimalik tehing ostjate ja müüjate vahel toimub – kui toimub – ühel teisel turul. Käsitletaval juhul kuuluvad pakkujad, kelle puhul on tarvis teha kindlaks, kas nad osalevad samal hinnavõrdlusteenuste turul, kahte kategooriasse, milleks on „lihtsad“ hinnavõrdlusvahendid ja müügiplatvormid, ning nõudlejad on esiteks – kahepoolse turu ühel poolel – internetikasutajad ja teiseks – kahepoolse turu teisel poolel – internetimüüjad.
- 474 Üldkohus märgib, et vastupidi Google'i väitele ei ole komisjon taandanud asjaomast hinnavõrdlusteenuste turgu ainult selle ühele poolele, mis huvitab internetikasutajaid. Vaidlustatud otsuse põhjenduses 191, millele Google selles küsimuses tugineb, ei ole esitatud nende teenuste määratlust ning seda võib mõista muide, et need pakuvad huvi nii internetikasutajatele kui ka internetimüüjatele. Komisjoni tõendus, mille eesmärk oli tõmmata selle turu piirjooned, ei sisalda vaidlustatud otsuses vastupidi mitte üksnes nõudluse omaduste analüüsi internetikasutajate seisukohast, vaid ka nõudluse omaduste analüüsi internetimüüjate seisukohast.
- 475 Näiteks vaidlustatud otsuse põhjenduses 195, kui komisjon analüüsib, kas hinnavõrdlusteenused ja muud spetsialiseeritud otsingu teenused asendavad üksteist, viitab ta ärieeskondadele, mis on vajalikud, et sõlmida lepinguid nende kaupade ja teenuste müüjatega internetis, mis lõpuks müüakse – mis näitab, et ta peab silmas ka turu poolt, kus analüüsitavad spetsialiseeritud otsingu teenused on pakkujad ja internetimüüjad on nõudlejad. Ka vaidlustatud otsuse põhjenduses 197, kui komisjon analüüsib, kas hinnavõrdlusteenused ja reklaamteenused asendavad üksteist, märgib ta, et need teenused ei asenda üksteist ei internetikasutajate ega internetimüüjate seisukohast. Küsimuses, kas hinnavõrdlusvahendid ja müügiplatvormid asendavad üksteist, analüüsib komisjon kõigepealt seda, kas need asendavad üksteist internetikasutajate nõudluse seisukohast (põhjendused 218–220), siis seda, kas need asendavad üksteist internetimüüjate nõudluse seisukohast (põhjendused 221–223). Seejärel analüüsib ta hinnavõrdlusvahendite ja

müügiplatvormide internetikasutajatele mõeldud pakkumise omadusi (põhjendus 225) ning nende internetimüüjatele mõeldud pakkumise omadusi (põhjendus 226). Lõpuks lükkab komisjon tagasi Google'i argumendid, et hinnavõrdlusvahendid ja müügiplatvormid asendavad teineteist – argumendid, mis puudutavad nii turu poolt, mis pakub huvi internetikasutajatele, kui ka turu poolt, mis pakub huvi internetimüüjatele (põhjendused 227–245).

- 476 Komisjon analüüsis seega tõesti asjaomase turu mõlemat poolt ja see viis ta konkreetselt järeldusele, et müügiplatvormid ei osale samal hinnavõrdlusteenuste turul, kus hinnavõrdlusvahendid. Järelikult ei taandanud komisjon seda turgu ühele selle pooltest.
- 477 Nagu aga rõhutas BDZV oma menetluse astuja seisukohtades, ei tähenda asjaolu, et vastamiseks kahepoolse turu ühe poole nõudlusele võivad nende kahe pakujate kategooria teenused olla suurel määral üksteist asendavad, tingimata seda, et nii oleks see selle turu teisel poolel, mis puudutab teist nõudlust. Kuna kahepoolisel turul ei tulene nõudlus turu kummalgi poolel samadelt nõudlejatelt, ei saa eeldada, et vastus küsimusele, kas teenused on üksteisega asendatavad, on mõlemal poolel sama.
- 478 Tuleb seega kontrollida, kas komisjon on hinnavõrdlusteenuste turu ühe või teise poole osas piisavalt tõendanud – võttes arvesse Google'i kriitikat –, et hinnavõrdlusvahendite pakutavatel teenustel olid eriomadused, mis eristasid neid müügiplatvormide pakutavatest hinnavõrdlusteenustest, või vastupidi, sellisel määral, et need on üksnes vähe üksteisega asendatavad ja nende vahel on ainult nõrk konkurents.
- 479 Komisjon märkis vaidlustatud otsuse põhjenduses 217, et kuigi hinnavõrdlusvahendid ja müügiplatvormid pakuvad hinnavõrdlusteenuseid, siis teevad nad seda nii internetikasutajate kui ka internetimüüjate seisukohast erinevateks otstarveteks.
- 480 Internetikasutajate nõudluse kohta märkis komisjon vaidlustatud otsuse põhjendustes 218 ja 219, et hinnavõrdlusteenuste pakujad tegutsevad vahendajatena internetikasutajate ja üksikmüüjate või müügiplatvormide vahel, tehes võimalikuks erinevate kaubapakkumiste võrdlemise; et nad ei paku võimalust osta omaenese veebisaidilt, vaid suunavad veebikasutajad hoopis müüjate saitidele; et nad ei taga ei müügijärgset teenindust ega kauba tagasivõtmist ning et nad võtavad vastu ainult uute kaupade pakkumisi; samas kui müügiplatvormid võimaldavad teha oste omaenese saidil, sh osta kaupu, mida nad ise ei müü ning mis võivad olla kasutatud ja mida mõnikord müüvad mitteprofessionaalsed müüjad; et neid tajutakse mitme kaubamärgi müüjatena, st ostukohtadena, ning et need pakuvad müügijärgse teeninduse teenust, võtavad kaupu ise tagasi ning mõned pakuvad isegi hüvitusmeetmeid probleemide korral. Komisjon tugines selles küsimuses paljudele avaldustele ettevõtjatelt, kes osalesid menetluses, ning lisas ka vaidlustatud otsuse põhjenduse 220 punktis 3, et enamik hinnavõrdlusteenuse pakujaid, keda ta küsitles, pidasid müügiplatvormi eelkõige partneriteks, mitte konkurentideks, ja vastupidi. Vaidlustatud otsuse põhjenduse 220 punktis 5 ja põhjenduse 223 punktis 1 on märgitud, et Google'i sisedokumendid näitavad, et Google ei aseta neid kahte turuosaliste kategooriat samale tasandile.
- 481 Mõistagi ei tõenda asjaolu, et müügiplatvormid tagavad palju rohkem võimalusi kui hinnavõrdlusvahendid ning et nad on hinnavõrdlusvahendite käitajate kliendid – nagu väidab Google –, iseenesest seda, et mis puudutab ainult internetikasutajatele pakutavaid hinnavõrdlusteenuseid, siis need, mida pakuvad need kaks turuosaliste kategooriat, asendavad vähe üksteist ning pakuvad üksteisele ainult nõrka konkurentsi, st teiste sõnadega need vastavad erinevatele kasutusotstarvetele.

- 482 Vaidlustatud otsus sisaldab siiski muidki asjaolusid, mis kinnitavad, et see on nii.
- 483 Eespool punktis 480 meenutatud asjaoludest ilmneb, et internetikasutajate jaoks tulevad müügiplatvormid välja ennekõike ostukohana, mis tagab traditsioonilised müügifunktsioonid, sh olles vajaduse korral müügiletiks mitteprofessionaalsetele müüjatele, samas kui hinnavõrdlusvahenditel on eeskätt informatiivne otstarve.
- 484 Selles küsimuses märgib komisjon vaidlustatud otsuse põhjenduses 228, et hinnavõrdlusvahendid pakuvad tavaliselt laiemat pakkumiste valikut kui müügiplatvormid ja see valik hõlmab just viimaste pakkumisi. Seega, isegi kui müügiplatvormide andmebaasid ja hinnavõrdlusvahendite andmebaasid kattuvad mõningal määral, tunduvad hinnavõrdlusvahendid olevat otsingu ulatuse poolest palju võimsam otsingutööriist kui müügiplatvormide hinnavõrdlusteenused, mis on piiratud nende enda ja ainult nende müüjate pakkumiste ulatusega, kes soovisid usaldada kõikide oma kaupade või nendest ühe osa turustamise müügiplatvormile.
- 485 Ainsast konkreetsest asjaolust, millega Google kritiseerib vaidlustatud otsuse põhjenduses 228 esitatud hinnangut, st asjaolust, et hagiavalduse lisas A130 esitatud Amazoni avaliku dokumendi järgi oli selles platvormis 2014. aastal üle kahe miljoni müüja kogu maailmast, kes müüsid enam kui kaks miljardit toodet, ei piisa, et seada see hinnang kahtluse alla. See puudutab ainult ühte ettevõtjat ning esitatud arvandmed on kogu maailmast, mis ei võimalda läbi viia võimalikku hinnangut võrreldes hinnavõrdlusvahenditega, kes tegutsevad ühes või teises vaidlustatud otsuses nimetatud 13 riigist.
- 486 Ühe või teise otsingutööriista kasutamine tundub internetikasutajate seisukohast seega erinev, sest hinnavõrdlusvahendi kasutamise eesmärk on saada valik kaubapakkumisi kogu turult, samas kui müügiplatvormi hinnavõrdlusteenuse kasutamise eesmärk on ainult saada valik pakkumisi üksnes sellelt platvormilt, kuid siiski võimalusega sellest valikust otsitud kaup otsekohe osta.
- 487 Lisaks esitab komisjon vaidlustatud otsuse põhjenduses 232 oma arvamuse Ühendkuningriigi konkurentsi ja turgude ameti uuringu kohta, mille esitas Google, kes rõhutas, et see asutus märkis, et nendest kaht liiki otsingutööriistast ühe kasutamine ei välista, et internetikasutajad võiksid kasutada ka teist, kusjuures mõned kasutavad sama kaubaotsingu jooksul enne üht ja siis teist. Selle uuringu väljavõte, mida on vaidlustatud otsuses tsiteeritud, näitab küll, et kaubaotsingut võib alustada ühe või teisega nendest tööriistadest ja siis täpsustada või täiendada teisega, kuid see näitab ka, et müügiplatvormiga konsulteerimise eesmärk on saada hinnanguid ühe või teise kauba kvaliteedi kohta, samas kui hinnavõrdlusvahendiga konsulteerimise eesmärk on leida parim hind kaubale turul – mida kinnitab kummagi tööriista erinev kasutamine internetikasutajate seisukohast. Google ei saa seega tugineda sellele uuringule, tõendamaks, et müügiplatvormid ja hinnavõrdlusvahendid asendavad üksteist internetikasutajatele.
- 488 Lõpuks tuleb arvesse võtta seda, mida on märgitud vaidlustatud otsuse põhjenduse 220 punktis 3 ja üksikasjalikult selgitatud selle põhjenduses 235 vastuseks Google'i argumentidele, mille kohaselt ei pea hinnavõrdlusvahendid ja müügiplatvormid, keda komisjon haldusmenetluse käigus küsitles, enamasti üksteist vastastikku otsesteks konkurentideks, ehkki Google on esitanud muidki vastuseid, mille kohaselt asendavad nende hinnavõrdlusteenused üksteist, ja isegi kui on vastuseid, mille kohaselt on see kord nii, kord naa.
- 489 Selles küsimuses tuleb märkida, et suhe müügiplatvormide ja hinnavõrdlusvahendite vahel ei ole lihtne kliendi ja tarnija suhe seoses kauba tarnimise või teenuse osutamisega, mis ei välista hilisemas etapis konkurentsi, vaid seeläbi teevad hinnavõrdlusvahendid kõikidele

internetikasutajatele – kõige sagedamini reklaami vormis – teatavaks müügiplatvormide pakkumised. Niisugune olukord oleks vähe tõenäoline, kui need kaks turuosaliste kategooriat oleksid otsesed konkurendid.

- 490 Seisukohta, et nende asjaolude põhjal vastavad hinnavõrdlusvahendid ja müügiplatvormid internetikasutajate seisukohast erinevatele kasutusotstarvetele ja on seega erinevatel turgudel, ei saa seada kahtluse alla Google'i seisukoht, millega vaieldakse möödaminnes vastu vaidlustatud otsuse põhjendustes 221 ja 222 esitatud analüüsile, mis käsitleb nõudluse omadusi internetimüüjate seisukohast, isegi kui sellega nõustuda. Komisjon esitab oma põhjendustes asjaolusid, millest võib järeldada, et müüjad, kes tulevad välja hinnavõrdlusvahendite tulemustes, on pigem suurmüüjad, samas kui müüjad, kes tulevad välja müügiplatvormide hinnavõrdluse tulemustes, on pigem väikesed ja keskmise suurusega müüjad. Kuigi müügiplatvormid ja hinnavõrdlusvahendid pakuvad üldiselt pakkumisi samadelt müüjate kategooriatelt, nagu väidab Google, ei muuda see asjaolu, et internetikasutajad kasutavad nii ühtede kui ka teiste hinnavõrdlusteenuseid erineva eesmärgiga, nagu ilmneb punktides 486 ja 487 eespool.
- 491 Järelikult ei võimalda Google'i esitatud argumendid asuda seisukohale, et komisjon tegi hindamisvea, kui leidis, et internetikasutajate jaoks asendavad hinnavõrdlusteenused, mida pakuvad hinnavõrdlusvahendid, ja hinnavõrdlusteenused, mida pakuvad müügiplatvormid, üksteist vähe ning pakuvad üksteisele ainult nõrka konkurentsi, st et need kaks internetis tegutsevate ettevõtjate kategooriat ei osale selles mõttes samal kaubaturul.
- 492 Mis puudutab internetimüüjatele huvi pakkuvat turupoolt, siis täheldas komisjon vaidlustatud otsuse põhjendustes 221 ja 222 – nagu on märgitud eespool punktis 490 –, et hinnavõrdlusvahenditel on kalduvus kuvada suurte internetimüüjate pakkumisi, sest viimased soovivad säilitada kontrolli oma kaupade turustamise üle, samas kui müügiplatvormidel on pigem kalduvus kuvada väikeste ja keskmise suurusega müüjate pakkumisi, kusjuures need võivad olla mitteprofessionaalsed müüjad, kes ei soovi või ei saa võtta internetimüügi funktsiooni enda kanda. See näitab sisuliselt, et hinnavõrdlusvahenditel ja müügiplatvormidel on väga erinev klientuur ning need on internetimüüjate puhul seega erinevad turud. Komisjon põhjendab seda väidet hinnavõrdlusvahendite ja müügiplatvormide vastustega tema küsimustele, mille sisu on kokku võetud vaidlustatud otsuse põhjenduse 223 punktides 2–6.
- 493 Tuleb aga tõdeda, et Google ei vaidle oma hakis – nagu ta muide kohtuistungil kinnitas – vastu komisjoni analüüsile, mis käsitleb internetimüüjatele huvi pakkuvat turu poolt, sest ta väidab – mõistagi ekslikult, nagu on näidatud eespool punktides 463–474 –, et komisjon ei ole seda turu poolt käsitlenud. Selles suhtes on tähendusrikas, et Google ei korda argumenti, mille ta esitas haldusmenetluses ning mille kohaselt oleks komisjon turu ulatuse kindlakstegemiseks pidanud tegema hinnatõusu oletuse testi (*small but significant and non-transitory increase in price* ehk SSNIP) internetimüüjate juures. Ainus asjaolu, mille Google esitab, et vaielda vastu sellele, et hinnavõrdlusvahendid ja müügiplatvormid pakuvad oma teenuseid erinevat tüüpi müüjatele, st hagiavalduse lisa A129, mis sisaldab müügiplatvormide avaldusi, mis näitavad, et nad kuvavad täieliku valiku internetimüüjaid, sh suuri müüjaid, puudutab – nagu eespool märgitud – arutelu selle üle, kas teenused on internetikasutajate seisukohast üksteisega asendatavad. Lisaks, isegi eeldusel, et need müügiplatvormide avaldused on tõesti põhjalikult kontrollitud, ei tähenda need tingimata, et internetimüüjad näevad asja nii, et hinnavõrdlusvahendite teenused ja müügiplatvormide teenused on üksteisega asendatavad. Konkreetselt rõhutas komisjon vaidlustatud otsuses, et olenevalt sellest, kas kasutada ühte või teist kanalit, on müügiplatvormid tuntuvalt erinevad, mis puudutab internetimüüja ärilist sõltumatust, mis tähendab – v.a kui tõendatakse vastupidist, mida käsitletaval juhul tehtud ei ole –, et müüjad kasutavad ühte või

teist kanalit olenevalt nende endi omadustest ja ärielistest valikutest, ning et kui mõned kasutavad korraga kaht kanalit, siis teevad nad seda täiendavalt, et laiendada oma müügivahendeid, kasutades just korraga kahte erinevat mudelit.

- 494 Seega tuleb asuda seisukohale, et komisjon on tõendanud, et ka nende müüjate puhul olid hinnavõrdlusteenused ja müügiplatvormide teenused üksteisega vähe asendatavad ning pakkusid üksteisele ainult nõrka konkurentsi.
- 495 Eelnevat arvestades tuleb seda, kuidas on vaidlusaluses otsuses piiritletud hinnavõrdlusteenuste turg, millel Google tegutseb, pidada õigeks ning sellest eeldusest lähtudes tulebki jätkata neljanda väite teise osa analüüsimist, võttes siiski arvesse, et komisjon analüüsis vaidlustatud otsuse osas 7.3.2 täiendavalt kõnealuste tegevuste mõju juhul, kui see turg peaks hõlmama ka müügiplatvorme.

*2) Neljanda väite teise osa elemendid, mille kohaselt jäeti igal juhul tähelepanuta müügiplatvormide konkurentsisure*

*i) Poolte argumendid*

- 496 Google täpsustab, et see, et vaidlustatud otsuses jäeti arvesse võtmata müügiplatvormide konkurentsisure, kujutab endast õigusnormi rikkumist. See surve takistab tuvastamast, et tema tegevus võib avaldada turule konkurentsivastast mõju. Komisjon ei võtnud seda survet arvesse, isegi mitte oma alternatiivses analüüsis, milles müügiplatvormid on riigisiseste hinnavõrdlusteenuste turu sidusrühmad. Selles analüüsis komisjon ainult hinnavõrdlusvahendite „turusegmenti“ sel põhjusel, et need hinnavõrdlusvahendid on Google'i lähimad konkurendid. Isegi kui see oleks nii, ei oleks tulnud jätta tähelepanuta neid platvorme, kellele kuulub mitu korda suurem turuosa kui hinnavõrdlusvahenditele, eelkõige Amazoni. Komisjon märgib muide horisontaalsete ühinemiste hindamise suunistes vastavalt nõukogu määrusele kontrolli kehtestamise kohta ettevõtjate koondumiste üle (ELT 2004, C 31, lk 5; ELT eriväljaanne 08/03, lk 10; punktid 28–30), et horisontaalse ühinemise kavade hindamisel tuleb võtta arvesse konkurentsiallikaid, isegi kui need ei ole kõige lähemad.
- 497 Google'i sõnul takistab müügiplatvormide konkurentsiseisund 2011.–2016. aastal 13 riigis, mida puudutab see rikkumine, mille komisjon arvas end võivat kindlaks teha ning mida kujutavad arvandmetega tabel ja histogramm hagiavalduse punktis 349, tal oma hindu püsivalt tõstmast ja uuendusi pidurdamast.
- 498 Lisaks, isegi juhul, kui komisjon lisas müügiplatvormid eespool punktides 388, 405 ja 453 mainitud uuringutesse, et hinnata hinnavõrdlusvahendite infovoosid, sh eraldi Google'i oma, ja müügiplatvormide infovoosid, ei ole kaks viiest kohandamismeetodist, mida ta kasutas, nimelt teises uuringus kasutatud meetodid (vaidlustatud otsuse põhjenduse 637 punktides d ja e kasutatud meetodid), õiged, sest nende puhul on võetud arvesse ainult Google'ilt pärinevat infovoosid, mille hinnavõrdlusvahendid ja müügiplatvormid said, mitte nende kogu infovoogu. Ka teistel meetoditel on puudusi. Nendes viies meetodis on konkreetselt Google'i hinnavõrdlusvahendi osa kindlaks määratud väärtused, sest nendes on selleks liidetud klõpsud Google'i üldisel tulemustelehel, mis viivad spetsialiseeritud otsingu lehele Google Shopping, aga ka klõpsud, mis viivad otse müüjate saitidele.

- 499 Isegi Google'ile kõige ebasoodsama kohandamismeetodiga, mida on nimetatud vaidlustatud otsuse põhjenduse 637 punktis a, oleks müügiplatvormide turuosa 13 kõnealuse riigi puhul keskmiselt mitu korda kõrgem Google Shoppingu omast üheksa aastat pärast selle tegevuse algust, mille kohta leidis komisjon, et see kujutab endast kuritarvitamist. Sisuliselt väidab Google, et kui tema lähimate konkurentide, müügiplatvormide turuosa on nii suur, nagu see on, ei saa temal olla turuvõimu, mis võimaldab tal tegutseda nii, et sellel on konkurentsivastane mõju. Komisjoni argumendi kohta, et tema hinnavõrdlusvahendi osa kasvas, samas kui müügiplatvormide osa jäi üldiselt stabiilseks, väidab Google, et mahu poolest saavutasid nad suurema infovoog ning et neile kuulub ikka liiga suur turuosa.
- 500 Komisjon, BEUC, Foundem, VDZ, BDZV, Visual Meta, Twenga, Kelkoo ja Saksamaa Liitvabariik tema toetuseks vaidlevad Google'i argumentidele vastu.

*ii) Üldkohtu hinnang*

- 501 Põhiliselt tuleb märkida, et komisjon piiras oma analüüsi Google'i tegevuste mõju hindamisel õigesti ainult hinnavõrdlusvahenditega oma põhianalüüsis, mis rajanes selle tuvastamisel, et kõik müügiplatvormid ei olnud tegevad hinnavõrdlusteenuste turul. Riigisisestel hinnavõrdlusteenuste turgudel, mis on piiratud üksnes hinnavõrdlusvahenditega – mis vastab olukorrale, mida pooldab Üldkohus käesoleva kohtuasja selles etapis –, võib kindlaks tehtud potentsiaalne konkurentsivastane mõju nendele hinnavõrdlusvahenditele õigustada turgu valitseva seisundi tuvastamist, sest müügiplatvormide konkurentsisureve Google'ile on siin juba oma definitsiooni poolest vähetuntav ning selle turu määratlemisel võeti arvesse just seda, et surve on nõrk. Seepärast tuleb niisugused argumendid tagasi lükata.
- 502 Lisaks leiab Üldkohus, et on vaja analüüsida, mil määral pidi komisjon oma alternatiivses analüüsis, mis käsitles Google'i tegevuste mõju juhul, kui kaubaturg peaks hõlmama mitte üksnes hinnavõrdlusvahendeid, vaid ka müügiplatvorme, arvesse võtma müügiplatvormide konkurentsisurevet. Selles analüüsis, mis vastab vaidlustatud otsuse osale 7.3.2, käsitles komisjon ainult Google'i hinnavõrdlusvahendi, konkureerivate hinnavõrdlusvahendite ja müügiplatvormide turuosade muutumist ning seda, kuidas muutus infovoog Google'i üldistelt tulemustelehtedelt nendesse, et teha sellest järeldused Google'i tegevuse mõju kohta, kuid ei analüüsinud, mil määral võis müügiplatvormide seisund turul avaldada Google'ile konkurentsisurevet ehk teiste sõnadega piirata tema tegevusvabadust, või kui, siis üksnes tuvastas kaudselt, et see võimalik surve ei ole takistuseks, miks Google'i tegevusel ei võiks olla mõju hinnavõrdlusvahendite segmendile.
- 503 Nagu on märgitud eespool punktides 437 ja 438, on ELTL artikli 102 kohaselt keelatud turgu valitseva seisundi kuritarvitamiste hulgas konkreetselt tegevus, mis takistab – kas või potentsiaalselt – turul olemas oleva konkurentsi säilimist või selle konkurentsi arengut (vt selle kohta 14. oktoobri 2010. aasta kohtuotsus Deutsche Telekom vs. komisjon, C-280/08 P, EU:C:2010:603, punktid 174 ja 250–254 ning seal viidatud kohtupraktika).
- 504 Järelikult, isegi juhul, kui tegemist on turuga, kus on mitu konkurentide kategooriat, ning kui turgu valitsevas seisundis ettevõtja konkurentsi piirav ühepoolne tegevus puudutab ainult ühte tema konkurentide kategooriat niisugusel turul, mis hõlmab teisigi konkurentide kategooriaid, võib see tegevus kujutada endast turgu valitseva seisundi kuritarvitamist, kui on tõendatud, et sellel on – kas või potentsiaalne – konkurentsivastane toime, mis on takistuseks kogu turul

valitseva konkurentsitaseme säilimisele või selle konkurentsi arengule (vt selle kohta 19. aprilli 2012. aasta kohtuotsus Tomra Systems jt vs. komisjon, C-549/10 P, EU:C:2012:221, punktid 41–45).

- 505 Nagu on meenutatud eespool punktis 495, analüüsis komisjon vaidlustatud otsuse osas 7.3.2 tõesti alternatiivse võimalusena Google'i tegevuste mõju juhul, kui kaubaturg ei hõlma mitte ainult hinnavõrdlusvahendeid, vaid ka müügiplatvorme. Arvestades eespool punktis 504 märgitud, ei ole komisjon selles osas õigusnormi rikkunud, leides vaidlustatud otsuse põhjenduses 609 sisuliselt, et niisugusel juhul võib potentsiaalse konkurentsivastase mõju tuvastada isegi siis, kui see mõju saab osaks ainult hinnavõrdlusvahendite segmendile. Neil asjaoludel võis ta Google'i tegevuse vajaduse korral kvalifitseerida kuritarvitamiseks, võtmata arvesse erinevaid konkurentsisuhteid, mis tal võisid olla müügiplatvormidega, võrreldes hinnavõrdlusvahenditega, ehk teiste sõnadega võtmata arvesse konkurentsipurvet, mida müügiplatvormid võisid Google'ile avaldada. Nagu on märgitud eespool punktides 438 ja 441, oli siiski tarvis, et komisjon tõendaks piisavat potentsiaalselt konkurentsivastast mõju turule, sest seda liiki mõju puudumise korral ei saa olla kuritarvituslikku väljatõrjumist. Seda tehes võis komisjon tõendada, et võimalik müügiplatvormide konkurentsipurve ei takistanud sellise mõju esinemist.
- 506 Selles küsimuses ilmneb esimesest eespool punktis 453 nimetatud uuringust, mille peamisi tulemusi on tutvustatud vaidlustatud otsuse põhjenduses 638, et valides kohandamise, mille tulemuseks on kõige madalam tulemus, oli hinnavõrdlusvahendite (sh Google'i oma) turuosa turul, mis hõlmab ka müügiplatvorme, ajavahemikus 2011–2016 vähemalt 9% Ühendkuningriigis, 14% Saksamaal, 24% Prantsusmaal, 45% Madalmaades, 23% Itaalias, 20% Hispaanias, 16% Austrias, 21% Belgias, 47% Tšehhi Vabariigis, 39% Taanis, 18% Norras, 17% Poolas ja 41% Rootsis. Kõnealuste tegevuste mõju, mis kahjustas konkurentsi ühte segmenti, mis oma madalaimal tasemel moodustas turuosade niisugused tasemed, niivõrd kuivõrd need on tõendatud, ei saa seega pidada nii tühiseks, et võiks tuvastada, et puudub vähimigi mõju konkurentide olukorrale niisugusena, nagu seda on kirjeldatud eespool punktis 438 (vt selle kohta 6. oktoobri 2015. aasta kohtuotsus Post Danmark, C-23/14, EU:C:2015:651, punkt 73), või et see oli nii nõrk, et saab välistada selle võime konkurentsi piirata, mida on mainitud eespool punktis 439 (vt selle kohta 19. aprilli 2012. aasta kohtuotsus Tomra Systems jt vs. komisjon, C-549/10 P, EU:C:2012:221, punktid 41–45, ning 6. septembri 2017. aasta kohtuotsus Intel vs. komisjon, C-413/14 P, EU:C:2017:632, punkt 139). Google'i enda koondandmed, mis on esitatud tabelis ja histogrammil hagiavalduse punktis 349 ning näitavad, et ajavahemikus 2011–2016 oli hinnavõrdlusvahendite (sh Google'i) turuosa 15–21% olenevalt aastast, kinnitavad seda analüüsi.
- 507 Google'i argumendi kohta, et horisontaalsete ühinemiste hindamise suunistes vastavalt nõukogu määrusele kontrolli kehtestamise kohta ettevõtjate koondumiste üle (punktid 28–30) märgib komisjon, et horisontaalsete ühinemiste kavade hindamisel tuleb arvesse võtta kõiki konkurentsiallikaid, isegi kui need ei ole kõige lähemad, tuleb märkida, et nagu näitab nõukogu 20. jaanuari 2004. aasta määruse (EÜ) nr 139/2004 kontrolli kehtestamise kohta ettevõtjate koondumiste üle (ELT 2004, L 24, lk 1; ELT eriväljaanne 08/03; lk 40) artikli 2 lõige 3, on Euroopa kontroll üleeuroopaliste mõõtmetega koondumiste üle mõeldud selleks, et vältida olukordi, mis kahjustavad konkurentsi ainuüksi sellega, et loovad turgu valitseva seisundi või tugevdavad seda, mis toob kaasa selle, et tegelik konkurents siseturul või selle olulises osas on märkimisväärselt takistatud, lähtumata oletusest, et ettevõtjad, kes peavad koonduma, hakkavad lisaks käituma kuritarvituslikult. Kriteeriumid selle hindamisel, kas komisjon peab sekkuma koondumise keelamisega, erinevad seega – lähtudes konkurentsi kahjustamisest turul – kriteeriumidest, mida kohaldatakse, kui ta saab tuvastada turgu valitseva seisundi kuritarvitamise ja kohustada asjaomast ettevõtjat tegema asjaomasele tegevusele lõppu (vt selle kohta 25. oktoobri

2002. aasta kohtuotsus Tetra Laval vs. komisjon, T-5/02, EU:T:2002:264, punkt 218). Igal juhul võttis komisjon arvesse konkurentsiallikat, milleks võisid olla müügiplatvormid, nii oma põhihüpoteesis, mil need ei ole osa samast turust, sest pakuvad üksnes nõrka konkurentsi hinnavõrdlusvahenditele, kui ka tema alternatiivses hüpoteesis, mille kohaselt on need osa samast turust.

- 508 Lisaks on Google'i kriitika meetodite suhtes, mille kohaselt võttis komisjon arvesse liiga palju klõpse, kui määras kindlaks tema hinnavõrdlusvahendi osa, eelkõige võrreldes müügiplatvormidega niisuguse turu juhtumil, mil turg hõlmab neid viimaseid, tagasi lükatud juba eespool punktides 407–410.
- 509 Seega tuleb Google'i neljanda väite teine osa, mille kohaselt jäeti müügiplatvormide roll kõnealuste tegevuste mõju analüüsis tähelepanuta, tagasi lükata.

***e) Neljanda väite kolmas osa, mille kohaselt ei ole komisjon konkurentsivastase mõju olemasolu tõendanud***

*1) Poolte argumendid*

- 510 Google väidab selle väite kolmandas osas, et isegi kui Üldkohus ei nõustu selle kahe esimese osaga, ei ole komisjon suutnud tõendada vaidlustatud otsuses talle ette heidetava tegevuse konkurentsi kahjustavat mõju. CCIA märgib selles küsimuses – viidates 6. septembri 2017. aasta kohtuotsusele Intel vs. komisjon (C-413/14 P, EU:C:2017:632, punkt 139) ja kohtujurist Wahli ettepanekule kohtuasjas Corporation vs. komisjon (C-413/14 P, EU:C:2016:788) –, et komisjon oli väljatõrjuva mõju tuvastamiseks siiski kohustatud läbi viima põhjaliku analüüsi.
- 511 Kõigepealt võttis komisjon selle analüüsimisel, kuidas muutus Google'i hinnavõrdlusvahenditega konkureerivate hinnavõrdlusvahendite kasutamine internetikasutajate poolt, arvesse ainult infovoogu, mille nad said Google'i üldistelt tulemustelehtedelt. Arvesse oleks aga tulnud võtta nende kasutamise kõiki allikaid. Komisjon kinnitas vaidlustatud otsuses ainult, et Google'i üldistest tulemustest pärinev infovoog, mida kritiseeritud tegevused mõjutasid, moodustas suure osa infovoost konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse, mõne hinnavõrdlusvahendi puhul poole. Google viitab selles osas vaidlustatud otsuse põhjendustele 539 ja 540 ning tabelile 24. CCIA täpsustab, et komisjon pidi tõendama, et infovoog, mida asjaomased tegevused mõjutasid, moodustas piisavalt suure osa konkureerivate hinnavõrdlusvahendite kogu infovoost, et tuua kaasa turu suletus, ning et ta ei oleks tohtinud piirduda märkusega, et see infovoog oli mõne puhul nendest hinnavõrdlusvahenditest suur. Komisjon rikkus seega õigenormi. Google lisab esiteks, et *Product Universal*'ite ja *Shopping Unit*'ite paigutus ja vorming ei saanud mõjutada kogu üldistest tulemustest pärinevat infovoogu, ning teiseks, et ebaloogiline on samal ajal väita, et suur osa konkureerivate hinnavõrdlusvahendite kasutamisest tuleneb nendest üldistest tulemustest ning et Google imas selle infovoogu ära nende kahjuks. Viidates oma kolmandas väites esitatud arutluskäikudele, milles on kasutatud vaidlustatud otsuse tabelis 23 näidatud andmeid, väidab Google, et tegelikult on mõju tema hinnavõrdlusvahendiga konkureerivatele hinnavõrdlusvahenditele, mille põhjuseks on *Product Universal*'ite ja *Shopping Unit*'ite paigutus ja vorming, tõesti liiga nõrk, et tekitada väljatõrjuvat mõju.
- 512 Seejärel märgib ta, et komisjon ei tõendanud vaidlustatud otsuses, et eksisteerisid sisenemistõkked, eelkõige tõkked, mille tekitas Google ja mis takistasid hinnavõrdlusvahenditel saada kasu muudest infovoogu allikatest peale üldotsingumootori, näiteks tasuline infovoog, otsene



infovoog või infovoog mobiilirakendustest, või kolmandate isikute viitamisest. Asjaolu, et müügiplatvormid kasutavad laialdaselt niisuguseid allikaid, kinnitab sisenemistõkete puudumist. Google'i konkurendi avaldust, mille kohaselt „ei ole hinnavõrdlusteenust võimalik arendada ilma infovoota üldotsingumootorist“, sest „tarbijad alustavad oma otsingut alati üldotsingumootoris“, ning mida on mainitud vaidlustatud otsuse punktis 575, ei kontrollitud ning sellele kõnelevad vastu uuringud, mis näitavad, et enamik tarbijaid alustab oma kaubaotsinguid müügiplatvormidel, mitte Google'i otsingumootoris. Kostja vastuse põhjendamiseks esitatud uuring (lisa B18) näitab ainult, et üldotsingumootorid on kõige olulisem teabeallikas info saamisel hinnavõrdlusvahendite kohta, kuid ei näita, et need oleksid viimastele hädavajalik allikas.

513 Komisjon samastab käsitletava olukorra ekslikult olukorraga, kus turgu valitsevas seisundis ettevõtja käsutuses on teiste ettevõtjate tegevuseks hädavajalik vahend. Ehkki Google'i otsingumootor on atraktiivne vahend, ei ole see aga konkureerivatele hinnavõrdlusvahenditele hädavajalik. Google viitab selles küsimuses olukorrale, mis viis 26. novembri 1998. aasta kohtuotsuseni Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569, punkt 43). Analüüs, mille kohaselt võib see, kui Google haldab oma otsingumootorit, nende hinnavõrdlusvahendite konkurentsi välja tõrjuda, on seega paratamatult põhjendamatu. Need konkurendid peavad internetikasutajaid ligi meelitama muude vahenditega, tehes sobivaid investeeringuid, mis konkurentsiga turul ei taga siiski automaatselt edu. Mitmesugused veebiteenused, eelkõige spetsialiseeritud hinnavõrdlusvahendid muudes valdkondades, näiteks kindlustuses või energeetikas, on edukalt niisuguseid investeeringuid teinud. Konkreetselt rõhutas Ühendkuningriigi turgude ja konkurentsiamet ühes 2017. aasta märtsis tehtud uuringus (lisa C18), et hinnavõrdlusvahendite käitajad investeerivad edukalt reklaami ja kaubamärkide arendamisse ning et nad teevad palju reklaami internetis, raadios ja televisioonis. Google ei teinud sugugi takistusi nende muude vahendite arendamisele. Komisjoni väited, et reklaam tekstreklaamide kujul, mis Google'i üldistel tulemustelehtedel välja tuleb, on liiga kallis ning mobiilirakendustest pärinev infovoog ja otsene infovoog konkureerivate hinnavõrdlusvahendite huvides on nõrk, ei tõenda, et Google tegi nende vahendite kasutamisele takistusi. Müügiplatvormidel ja muudel võrdlemisteenustel internetis on näiteks palju infovoogu, mis ei sõltu Google'ist. Vastupidi vaidlustatud otsuse 715. joonealuses märkuses väidetule ei ole olukord seega sarnane olukorrale, mis viis 17. septembri 2007. aasta kohtuotsuseni Microsoft vs. komisjon (T-201/04, EU:T:2007:289). Selles seotud müügi asjas tekitas Microsoft sisenemistõkkeid, millesse olid kaasatud kolmandad isikud, personaalarvutite tootjad – tänu kellele said tema konkurendid konkureerida tema tootega Windows Media Player. Oma seisukohtades BDZV menetluse astuja seisukohtade kohta nimetab Google viit täiendavat erinevust käesoleva kohtuasja ja kohtuasja vahel, milles tehti see kohtuotsus, st asjaolu, et ei olnud temapoolset sundi; asjaolu, et ei olnud tehnilisi barjääre, mis võiksid teha konkurentide teenused halvemaks; asjaolu, et olid olemas tehnilised põhjendused komisjoni analüüsitava käitumisele; asjaolu, et komisjon ei tõendanud tegelikku konkurentsivastast mõju, ning Google'i kohustus võimaldada oma konkurentidel pääseda juurde tema teenustele (*Product Universal'id* ja *Shopping Unit'id*), kui ta soovib neid alles hoida.

514 Nagu rõhutab CCIA, ei ole komisjon ka tõendanud, et Google'iga konkureerivad hinnavõrdlusvahendid, kellel olid raskused, olid sama tõhusad nagu Google või et nad avaldasid märkimisväärset konkurentsipurvet hindadele või uuendustele. Seda oleks tulnud tõendada, ehkki väidetav kuritarvitamine ei puudutanud hindasid. Seda tehti kohtuasjas, milles langetati 17. septembri 2007. aasta kohtuotsus Microsoft vs. komisjon (T-201/04, EU:T:2007:289). Vähem tõhusate või vähe konkurentsivõimeliste konkurentide kadumine vastab normaalsele turuolukorrale, nagu tõdeti eelkõige 6. septembri 2017. aasta kohtuotsuses Intel vs. komisjon (C-413/14 P, EU:C:2017:632, punkt 134). ELTL artikli 102 eesmärk ei ole kaitsta ettevõtjaid, kes ei ole tõhusad. Kohtuasjas, milles tehti eespool viidatud 17. septembri 2007. aasta kohtuotsus

Microsoft vs. komisjon (T-201/04, EU:T:2007:289), olid konkurendid, kelle konkurentsivastane tegevus välja tõrjus, aga kvaliteedi ja uuenduste poolest vastupidi turuliidrid, kes meelitasid ligi suure hulga kasutajaid enne, kui asjaomased tegevused neid kahjustasid. Küll aga olid Google'iga konkureerivad hinnavõrdlusvahendid – nagu näitavad avaldused ja uuring, mis esitati käesolevas asjas haldusmenetluse ajal, kuid mille komisjon tähelepanuta jättis –, nagu ta märkis ka oma kolmanda väite raames, vähe uuenduslikud ega võtnud sobivaid meetmeid, et genereerida infovoogu teistest allikatest peale Google'i. CCIA sõnul nõustub komisjon vaidlustatud otsuse põhjenduses 557, et nii on see neljaga viiest konkureerivast hinnavõrdlusvahendist, kelle kulutused selleks, et tulla välja Google'i tekstreklaamides, on ära näidatud graafikul 76. Google osutab niisuguste konkurentide vähesele võitlusvaimule, samas kui konkureerivad hinnavõrdlusvahendid said temalt kümnekonna aasta jooksul miljardeid päringuid, mis oleksid pidanud aitama neil muuta internetikasutajaid, kes olid oma kogemusega rahul, püsiklientideks. Näiteks on neil vaidlustatud otsuse tabelis 24 esitatud andmete järgi ainult ligikaudu 15% otset infovoogu. Võrdluseks võib märkida, et müügiplatvormid saavad haldusmenetluse materjalide andmete põhjal peamise osa oma infovoost otsesest infovoost (hagiavalduse lisa A147) ning enamik spetsialiseeritud otsingu lehe Google Shopping kasutamisest tuleb otsese navigeerimise linkidest otsingulehtede sakkides ja üldistest tulemustest, mitte otsingutulemuste linkidest. Lisaks näitasid vestlused hinnavõrdlusvahenditega vaidlustatud otsuse elluviimiseks, et nad on vähe atraktiivsed. Google esitab muidki argumente, mille eesmärk on tõendada, et tema hinnavõrdlusvahendiga konkureerivad hinnavõrdlusvahendid on ebatõhusad ja vähe hinnatud, mis avaldub eelkõige selles, et tema algoritm Panda paigutab need üldistes tulemustes kehvale kohale. Komisjon ei saa kostja vastuses põhjendatult mainida ainult kahte õnnestumist ainult ühe hinnavõrdlusvahendi käitaja otsingumootoris viiest hinnavõrdlusvahendi käitajast, kelle olukorrale ta viitab. Neist kolme selgitus, et nad ei saanud teha uuendusi Google'i tegevuse tõttu, ei ole tema sõnul siiras.

- 515 Google väidab lisaks, et vastupidi sellele, millise hinnangu annab komisjon vaidlustatud otsuse põhjenduses 603, ei mõjuta tegevus, mida komisjon talle ette heidab, kuidagi seda, kuidas internetikasutajad tema hinnavõrdlusvahendiga konkureerivaid hinnavõrdlusvahendeid kasutavad. Näiteks meenutab Google, et *Shopping Unit*'ite kaotamine ei tooks neile mingit märkimisväärset infovoos osa, mis pärineb tema otsingumootorist, nagu ta märkis juba oma kolmanda väite raames.
- 516 CCIA lisab, et komisjon ei võtnud arvesse, et asjaomased turud ja nendega seotud majandusmudel on kahepoolsed. Selles mudelis on normaalne kohelda tasulisi reklaame ja tasuta üldisi tulemusi erinevalt. Tasulised reklaamid rahastavad Google'i üldotsingu teenust, nagu komisjon isegi vaidlustatud otsuse põhjenduses 642 märgib. Komisjon eiras seega turgude tegelikke tingimusi ja struktuuri – vastupidi sellele, milleks teda kohustab kohtupraktika, mis tuleneb eelkõige 11. septembri 2014. aasta kohtuotsusest *CB vs. komisjon* (C-67/13 P, EU:C:2014:2204, punkt 78). Komisjon ei võtnud ka arvesse Google'i pingutusi uuenduste tegemisel, millele ei ole vastu vaieldud ja mis annab tunnistust kaupade või teenuste omadustel põhinevast konkurentsist – mis tekitab tõsist muret uuenduslike tööstusharude pärast. Ta ei võtnud arvesse ka konkurentsivastase strateegia puudumist Google'il – mis eristab seda juhtumit asjadest, milles tehti komisjoni 21. detsembri 1988. aasta otsus 89/113/EMÜ [ELTL] artiklite [101] ja [102] kohaldamise menetluse kohta (IV/30.979 ja 31.394, Decca Navigator System) (EÜT 1989, L 43, lk 27) ning 17. septembri 2007. aasta kohtuotsus *Microsoft vs. komisjon* (T-201/04, EU:T:2007:289).
- 517 Komisjon, BEUC, Foundem, VDZ, BDZV, Visual Meta, Twenga, Kelkoo ja Saksamaa Liitvabariik tema toetuseks vaidlevad Google'i argumentidele vastu.

## 2) Üldkohtu hinnang

- 518 Tuleb meenutada, et turgu valitseva seisundi kuritarvitamine võib eelkõige vastata tegevusele, mis toob kaasa selle, et teistsuguste vahenditega kui need, mis valitsevad kaupade või teenuste normaalses konkurentsisis ettevõtjate soorituste alusel, takistatakse olemasoleva konkurentsitaseme säilimist või selle arengut (vt 14. oktoobri 2010. aasta kohtuotsus *Deutsche Telekom vs. komisjon*, C-280/08 P, EU:C:2010:603, punkt 174 ja seal viidatud kohtupraktika). Nagu on märgitud eespool punktis 441, pidi komisjon Google'i turgu valitseva seisundi kuritarvitamise tuvastamiseks tõendama kas või potentsiaalset etteheidetavast tegevusest tingitud konkurentsi piiravat või kõrvaldavat mõju asjaomastele turgudele, võttes arvesse kõiki asjakohaseid asjaolusid, eelkõige argumente, mille Google on esitanud, et vaielda vastu sellele, et tema tegevus võis konkurentsi piirata.
- 519 Kõigepealt, nagu on kokkuvõtlikult kirjeldatud eespool punktides 445 ja 446, hindas komisjon kõnealuste tegevuste materiaalseid tagajärgi infovoole Google'i üldistelt tulemustelehtedelt konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse ja Google'i hinnavõrdlusvahendisse. Vaidlustatud otsuses arvesse võetud riigisiseste hinnavõrdluse turgude küsimuses ilmneb sellest, kuidas Üldkohus analüüsis kolmanda tühistamisväite kahte osa ning mida ta nimetatud analüüsi põhjal eespool punktides 395 ja 420 järeldas, et selle hindamise elementidega, st sellega, et väheneb infovoog Google'i üldistelt tulemustelehtedelt peaaegu kõikidesse konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse ja see infovoog suureneb Google'i hinnavõrdlusvahendi kasuks, võib nõustuda. Siis hindas komisjon Google'i üldistelt tulemustelehtedelt pärineva infovoo osa kogu infovoos, mille saavad konkureerivad hinnavõrdlusvahendid. Esitades erinevad põhjused, rõhutas komisjon seejärel, et Google'iga konkureerivad hinnavõrdlusvahendid ei saa tõesti asendada tema üldistest tulemustest pärinevat infovoogu teiste allikatega. Lõpuks, nagu on märgitud eespool punktides 451–453, tuvastas komisjon potentsiaalse konkurentsivastase toime nendel turgudel nende hinnavõrdlusvahendite kahjuks, olles esitanud tõenduse, mis on võetud kokku nendes punktides. Google'i neljanda väite kolmanda osa argumente, mille kohaselt ei ole komisjon isegi juhul, kui selle väite teised osad tagasi lükatakse, konkurentsivastast mõju tõendanud, on analüüsitud pärast selle meenutamist.
- 520 Esiteks tuleb eespool punktis 511 kokkuvõtlikult esitatud argumentide kohta kõigepealt märkida, et ei ole õige väita, et komisjon võttis arvesse ainult Google'i üldistest tulemustest pärinevat infovoogu, kui ta analüüsis konkureerivate hinnavõrdlusvahendite kasutamise muutust. Nagu on juba märgitud eespool punktis 447, näitab tabel 24 vaidlustatud otsuse osas 7.2.4.1 13 hinnavõrdlusvahendi infovooallikate jagunemist alates 2011. aastast nelja kuni kuue aasta jooksul, kusjuures eristatud on infovoogu, mis pärineb Google'i üldistest tulemustest, Google'i tekstreklaamidest, otsesest otsingust ja muudest allikatest. Komisjon järeldas sellest – nagu on märgitud vaidlustatud otsuse põhjenduses 540 –, et Google'i üldistest tulemustest pärinev osa moodustab „märkimisväärse osa konkureerivate hinnavõrdlusvahendite kogu infovoost“. Nagu on märgitud eespool punktis 448, ilmneb sellest tabelist, et infovoo osad, mis pärinesid Google'i üldistelt tulemustelehtedelt, olid üsna erinevad olenevalt hinnavõrdlusvahendist, ulatudes veidi enam kui 20 protsendist (kuid siiski ühe erandiga, milleks oli 13% ühel aastal) rohkem kui 80 protsendini, ning et napi enamiku puhul nendest (seitsme puhul) vähenesid need osad aastatega. Need vähenemised jäävad vahemikku 5 protsendist kuni ligikaudu 50 protsendini.
- 521 Nagu on samuti märgitud eespool punktis 448, ei vaidle Google vastu konkreetsele teabele vaidlustatud otsuse tabelis 24. Ka CCIA ei sea seda kahtluse alla. CCIA ei saanud küll – konfidentsiaalsuse kaitsega seotud põhjustel – tutvuda selle tabeli täieliku versiooniga. CCIA

leiab siiski sisuliselt, et niisugune 13 hinnavõrdlusvahendist koosnev katsegrupp, nagu selle tabeli koostamiseks valiti, on ebapiisav, et tuletada sellest üldist teavet. Ei Google ega CCIA ei esita komisjoni järelduse kohta, et Google'i üldistest tulemustest pärinev osa moodustab „märkimisväärse osa konkureerivate hinnavõrdlusvahendite kogu infovoost“, siiski muud meetodeid puudutavat kriitikat või muid andmeid, mis võiksid näidata, et Google'i üldistest tulemustest pärinev infovoog ei ole Google'i hinnavõrdlusvahendiga konkureerivatele hinnavõrdlusvahenditele oluline infovoo allikas. Tuleb ka märkida, et tabel 24 on – nagu ilmneb vaidlustatud otsuse 657. joonealusest märkusest – tulemus, mis saadi, kui tehti teabepäringud 18 hinnavõrdlusvahendile, kelle infovoog on EMPs kõige suurem, ja Ühendkuningriigis neile, kelle Google'ist pärinev infovoog on kõige suurem; et need 13 hinnavõrdlusvahendi käitajat, kes vastasid, esitasid oma erinevate riigiseste veebisaitide andmed ning et tulemused koondati Google'i enda nõueannete järgi.

- 522 Selles olukorras ning võttes arvesse eespool punktides 132–134 meenutatud tõendamiskoormise komisjoni ja ettevõtjate vahel jaotumise põhimõtteid, tuleb vaidlustatud otsuse tabeli 24 tõendavat, st tegelikkust peegeldavat, väärtust ja selle järelduse tõendavat väärtust, mille komisjon tegi ja mille kohaselt pärines suur osa infovoost Google'i üldistest tulemustest võrreldes konkureerivate hinnavõrdlusvahendite muude infovoo allikatega, pidada tuvastatuks.
- 523 Tuleb ka märkida, et komisjon pühendas vaidlustatud otsuse osas 7.2.4.2 põhjalikke arutluskäike sellele, et need muud allikad ei saa tegelikult asendada infovoogu, mis pärineb Google'i üldistest tulemustest. Komisjon viis seega läbi analüüsi, mille kohaselt ei saa konkureerivad hinnavõrdlusvahendid korvata Google'i tegevuse materiaalsel mõju infovoole tema üldistelt tulemustelehtedelt konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse, mis seisneb selle infovoo vähenemises. Niisugune analüüs jätkuks analüüsile, mis viis järeldusele, et see infovoog moodustab suure osa nende hinnavõrdlusvahendite kogu infovoost, näitab potentsiaalset konkurentsi piiravat mõju, millest võib piisata turgu valitseva seisundi kuritarvitamise tõendamiseks, nagu on meenutatud eespool punktis 438. Vastupidi CCIA väitele ei olnud komisjon kohustatud tõendama turu suletuse olemasolu, st et Google'i tegevus toob kaasa igasuguse konkurentsi kadumise, või vähemalt, et selle eesmärk oli takistada internetikasutajaid või internetimüüjaid kasutamast konkureerivate hinnavõrdlusvahendite teenuseid (vt selle kohta 9. septembri 2010. aasta kohtuotsus Tomra Systems jt vs. komisjon, T-155/06, EU:T:2010:370, punktid 210 ja 211).
- 524 Vastupidi Google'i väitele (vt eespool punkt 511) võttis komisjon seega tegelikult arvesse hinnavõrdlusvahendite infovoo allikaid, mis on alternatiivsed Google'i üldistele tulemustele, leides, et need teised allikad ei saa korvata selle tegevuse mõju, mida ta Google'ile ette heidab.
- 525 Mis puudutab seejärel teisi argumente, mis on samuti kokkuvõtlikult esitatud eespool punktis 511, siis nagu on juba märgitud eespool punktides 368–376, ei saa Google piirata talle ette heidetavate tegevuste mõju konkureerivatele hinnavõrdlusvahenditele ainult *Product Universal*'ite ja *Shopping Unit*'ite ilmumise mõjuga infovoole tema üldistelt tulemustelehtedelt konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse. Üldiste tulemuste kohandamise algoritmide kohaldamine, millel on kalduvus paigutada need hinnavõrdlusvahendid halvale kohale ja mis avaldavad ise mõju, aitab samuti Google'ile ette heidetavatele ühendatud tegevustele kaasa. Sellega, et Google'i nende tegevuste mõju hinnatakse eemaldamiskatse tulemusena 5 protsendile nende hinnavõrdlusvahendite kogu infovoost, ei saa seega nõustuda, nagu on märgitud juba eespool punktis 375. Lisaks, nagu on nenditud ja meenutatud eespool punktides 448 ja 520, on Google'iga konkureerivate hinnavõrdlusvahendite kogu infovoo osa, mida Google'i tegevus puudutab, märkimisväärne, ulatudes veidi enam kui 20 protsendist kuni rohkem kui 80 protsendini

katsegrupi puhul, mis võimaldas koostada vaidlustatud otsuse tabeli 24. Ka eespool punktis 515 ära toodud samalaadne argument, mille kohaselt ei mõjutanud tegevus, mida komisjon Google'ile ette heitis, kuidagi seda, kuidas internetikasutajad konkureerivaid hinnavõrdlusvahendeid kasutavad, tuleb seetõttu tagasi lükata, sest selle puhul on eiratud üldiste tulemuste kohandamise algoritmide mõju ja seda suurt hulka internetikasutajaid, kes kasutavad hinnavõrdlusvahendeid Google'i otsingu- ja tulemustelehtede kaudu.

- 526 Mis puudutab lõpuks eespool punktis 511 esitatud ühte teist Google'i argumenti, siis põhimõtteliselt ei ole ebaloogiline tuvastada, et infovoog Google'i üldistest tulemustest konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse vähenes märgatavalt, märkides samas, et see infovoog moodustab suure osa nende kogu infovoost. Olukord, mis tuleks teise aspekti puhul aluseks võtta, vastab loogiliselt esialgsele olukorrale nende ajavahemike algul, mille jooksul rikkumine tuvastati, ning muutus, mida tuleb võtta arvesse esimese aspekti puhul, peab loogiliselt puudutama neid perioode täies ulatuses. Seega näitab vaidlustatud otsuse tabel 24 – mis on koostatud hinnavõrdlusvahendite katsegrupi vastuste põhjal, et hinnata viimaste erinevate infovoo allikate osa –, et enamiku puhul nendest 13 hinnavõrdlusvahendist, kelle andmete põhjal on see tabel koostatud, oli Google'i üldistest tulemustest pärinev infovoog märkimisväärne igauht puudutava perioodi algul ja vähenes selle perioodi jooksul järk-järgult tunduvalt.
- 527 Sellest järeldub, et võttes arvesse vaidlustatud otsuse kohta esitatud väiteid ja argumente, leidis komisjon õigesti, et Google'i asjaomased tegevused avaldasid märkimisväärset materiaalselt mõju tema üldistelt tulemustelehtedelt pärinevale infovoole, mis tõi kaasa selle, et nimetatud infovoog konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse vähenes ja Google'i enda hinnavõrdlusvahendisse suurenes (vt punkt 420 eespool); et hinnavõrdlusvahendid, mida need tegevused mõjutasid, moodustasid vähemalt alternatiivse võimalusena käsitletud juhul, mil turg hõlmab müügiplatvorme, mitte just tühise osa sellest turust 13 kõnealuses riigis (vt eespool punkt 506) ning et Google'i üldistelt tulemustelehtedelt pärinev infovoog moodustas suure osa Google'i hinnavõrdlusvahendiga konkureerivate hinnavõrdlusvahendite kogu infovoost (vt eespool punktid 520–526). Seda arvestades – v.a kui nõustutakse Google'i ja CCIA argumentidega, mida on analüüsitud allpool punktides 528–543 – tundub, et komisjon on tõendanud, et kõnealused tegevused kahjustasid Google'i konkurente või vähemalt Google'i konkurentide märkimisväärse kategooria olukorda piisavalt, et ta võiks asuda seisukohale, et eksisteeris konkurentsivastane mõju, mis aitas kaasa turgu valitseva seisundi kuritarvitamisele.
- 528 Teiseks tuleb eespool punktides 512 ja 513 kokkuvõtlikult esitatud argumentide kohta, mille kohaselt ei ole komisjon tõendanud, et eksisteerisid sisenemistõkked, mis takistasid hinnavõrdlusvahenditel kasu saada infovoo allikatest, mis olid alternatiivsed Google'i üldistelt tulemustelehtedelt pärinevale infovoole, kõigepealt märkida, et komisjon ei piirdunud ühe Google'i konkurendi hindamisega, mida on kirjeldatud vaidlustatud otsuse põhjenduses 575, kui ta nende tõkete olemasolu tuvastas. Nagu juba rõhutatud, esitas komisjon vaidlustatud otsuse osas 7.2.4.2 põhjalikud arutluskäigud selle kohta, et need muud allikad ei saanud tegelikult asendada Google'i üldistest tulemustest pärinevat infovoogu. Vaidlustatud otsuse põhjenduses 575 toodud hinnang on ainult üks selles küsimuses esitatud asjaolu.
- 529 Nii analüüsis komisjon kõigepealt, kas tekstreklaamide vormis reklaamid Google'i üldistel tulemustelehtedel (*AdWords*) võivad asendada Google'i üldistest tulemustest pärinevat infovoogu (vaidlustatud otsuse põhjendused 543–567). Nõustudes tabelis 24 näidatud andmete põhjal, et mõned hinnavõrdlusvahendid said enam kui 30% oma infovoost nendest reklaamidest, esitas komisjon siiski erinevad asjaolud, et tõendada, et internetikasutajad hindavad enam üldiseid tulemusi. Ta esitas konkreetselt teatava hulga graafikuid igauhe kohta nendest 13 riigist, kus ta

Google'i seisundi kuritarvitamise tuvastas, võrreldes eemaldamiskatse andmete (*click-through rates*) põhjal üldiste linkide ja tekstreklaamide linkide aktiveerimise määra olenevalt nende paigutusest (graafikud 59–71). Sellest tuleneb, et tavaliselt eelistatakse üldiseid tulemusi. Komisjon märkis eelkõige, et mõned hinnavõrdlusvahendid leiavad, et need kaks infovoogu allikat pigem täiendavad teineteist, sest üldsus, kes kasutab üht või teist, on erinev, ning et üks ei saa seega teist asendada. Vastuseks Google'i argumentidele, et rohkem kui sadakond hinnavõrdlusvahendit suurendas oma infovoogu pigem tekstreklaamide kui üldiste tulemuste abil, kritiseeris komisjon Google'i valitud katsegruppi ning väitis eemaldamiskatse andmete põhjal ka, et keskmiselt oli nende 13 riigi puhul hinnavõrdlusvahendite infovoog tekstreklaamidest ligikaudu veerand kogu infovoost ning et see infovoog kannatas ise *Shopping Unit*'ite ilmumise tõttu (vähenes 16–30% olenevalt riigist). Ta illustreeris seda väidet graafikutega 72–75 ja tabeliga 26. Seejärel märkis komisjon, et ehkki Google'i hinnavõrdlusvahendiga konkureerivad hinnavõrdlusvahendid võisid Google'i üldistest tulemustest pärineva infovoogu kaotuse esialgu korvata infovooga tekstreklaamidest tema üldistel tulemustelehtedel, ei ole see pikaajalises perspektiivis neile majanduslikult jätkusuutlik lahendus. Komisjon märkis selles küsimuses eelkõige, et kulud tekstreklaamide kasutamiseks on vähemalt kaks korda suuremad optimeerimiskuludest, mis on vajalikud, et tulla välja üldistes tulemustes tõhusalt, mis puudutab määra, kui paljudest külastustest hinnavõrdlusvahendite saitidele saavad külastused müüjate saitidele – mis seda kulude erinevust ei õigusta. Komisjon rõhutas möödaminnes, et Google ei pidanud oma hinnavõrdlusvahendi puhul niisuguseid kulutusi tegema. Komisjon mainis veel ka Kelkoo avaldust, mille kohaselt olid tulud, mida ta sai väljatulemisest üldistes tulemustes, ligi 20% suuremad tuludest, mida andis tema väljatulemine tekstreklaamides. Üldiselt ei kata tulud tekstreklaamidest nende kulusid.

530 Seejärel analüüsis komisjon, kas mobiilirakendused saavad asendada Google'i üldistest tulemustest pärinevat infovoogu (vaidlustatud otsuse põhjendused 568–579). Ta esitas mitmesuguseid asjaolusid. Komisjoni sõnul eeldab mobiilirakenduste kasutuselevõtt kaubamärgi eelnevat tugevat mainet ning kohe tuleb märkida – eelkõige tabelis 24 esitatud andmeid uurides –, et need rakendused moodustavad tavaliselt koos otsese infovooga vähem kui 20% hinnavõrdlusvahendite kogu infovoost, isegi kui mõne hinnavõrdlusvahendi puhul võib see osa olla suurem. Kümnekonnast hinnavõrdlusvahendist koosneva katsegrupi puhul, kes haldusmenetluse jooksul andmeid esitas, oli mobiilirakendustest pärineva infovoogu osa ainult 5–6%. Mitu hinnavõrdlusvahendi käitajat teatas, et selle kanali kasutuselevõtt ei suurendanud nende veebisaidi külastatavust märkimisväärselt.

531 Seejärel analüüsis komisjon, kas otsene infovoog võib asendada Google'i üldistest tulemustest pärinevat infovoogu (vaidlustatud otsuse põhjendused 580–583). Komisjon rõhutas selle infovoogu väikest osakaalu, meenutades, et Google hindas selle spetsialiseeritud tulemustelehe Google Shopping puhul 5 protsendile. Tuleb täpsustada, et otsese navigeerimise lingid, mis toovad Google Shoppingule suurema osa tema infovoost ja mida Google oma eespool punktis 514 kokkuvõtlikult esitatud argumentides mainib, ei osale otseses infovoos Google Shoppingusse, sest need esinevad sakkides, mis ilmuvad Google'i üldistel otsingu- ja tulemustelehtedel. Komisjon märkis ka, et kaks hinnavõrdlusvahendit teatasid sisuliselt, et reklaamikampaania väljaspool internetti, mille nad otsese infovoogu suurendamiseks ette võtsid, ei suutnud korvata Google'i üldistest tulemustest pärineva infovoogu kaotust. Nagu ka mobiilirakenduste puhul on otsese infovoogu suurendamiseks tarvis luua kaubamärgi eelnev tugev maine, mis on hinnavõrdlusvahenditele liiga kulukas.

- 532 Lõpuks analüüsis komisjon, kas muud infovoo allikad võivad asendada Google'i otsestest tulemustest pärinevat infovoogu (vaidlustatud otsuse põhjendused 584–588). Ta käsitles partnerluslahendusi kolmandate veebisaitidega, teabekirju, sotsiaalvõrgustikke ja Google'iga konkureerivaid üldotsingumootoreid. Komisjoni sõnul on need lahendused kas kulukad või ebatõhusad.
- 533 Komisjon mainis vaidlustatud otsuses seega paljusid põhjuseid, mis kinnitavad, et eksisteerivad sisenemistõkked, mis takistavad hinnavõrdlusvahenditel saada kasu infovoo allikatest, mis on alternatiivsed Google'i üldistest tulemustest pärinevale infovoole, ning eelkõige on vale väide, et ta ei tuvastanud ühtegi nende allikatega seotud tõket, mis takistaks hinnavõrdlusvahenditel nende abil infovoogu ligi tõmmata.
- 534 Google vaidleb hagiavalduses siiski vastu komisjoni selles küsimuses esitatud põhistuse põhjendatusele ning esitab kõigepealt argumendi, et nende tõkete olemasolu välistab see, et müügiplatvormid kasutavad küll niisuguseid alternatiivseid infovoo allikaid (punkt 365, milles on viidatud punktidele 320–324). Selle argumendi kinnituseks on siiski esitatud ainult üldised asjaolud, mille eesmärk on näidata, et internetikasutajad kasutavad oma kaubaotsingute alustamiseks sageli müügiplatvorme, mis viitab sellele, et internetikasutajad leiavad need, tegemata eelnevat otsingut. Mis võib olla õige seda liiki – tavaliselt väga tuntud – turuosaliste puhul, ei pruugi seda aga tingimata olla hinnavõrdlusvahendite puhul.
- 535 Seejärel esitab Google repliigis lisana C18 Ühendkuningriigi turgude ja konkurentsiameti uuringu, mille kohaselt investeerivad hinnavõrdlusteenuse pakkujad internetis edukalt reklaami ja kaubamärkide arendamisse ning teevad palju reklaami erinevatel meediakandjatel. Komisjon väidab siiski õigesti, et see uuring on vastuvõetamatu, tuginedes kodukorra artiklile 85, milles on nähtud ette, et tõendid esitatakse ja tõendite kogumist taotletakse menetluskirjelduste esimese vahetamise käigus, v.a kui nende hiline esitamine on õigustatud. Google ei ole esitanud ühtegi selgitust, mis õigustaks selle uuringu esitamist liiga hilja, samas kui ta tugines sellele ise vastuseks komisjoni „faktiliste asjaolude kirjale“ haldusmenetluses, nagu ilmneb hagiavalduse lisa A7 punktist 282.
- 536 Mis puudutab üldist järeldust, mille Google sellest uuringust ja teistest uuringutest teeb ning mille kohaselt kasutatakse teiste võrguteenuste ja eelkõige spetsialiseeritud hinnavõrdlusvahendite puhul mitmesugustes valdkondades edukalt neid alternatiivseid infovoo allikaid, siis see on liiga üldine ja rajaneb teiste turgude vaatlemisel ega võimalda seada kahtluse alla üksikasjalikku analüüsi, mille komisjon vaidlustatud otsuses hinnavõrdlusvahendite kohta läbi viis.
- 537 Google märgib sisuliselt ka, et eeldusel, et konkureerivatel hinnavõrdlusvahenditel on raske hakata kasutama alternatiivseid infovoo allikaid, ei ole see kuidagi tema süü. Küsimus ei ole siiski selles, kas Google on vastutav sisenemistõkete eest infovoo allikate puhul, mis on alternatiivid tema üldistest tulemustest pärinevale infovoole, vaid selles, kas need tõkked on olemas. Komisjoni analüüs vaidlustatud otsuses on niisugune, et Google tekitas sisenemistõkked infovoo allikale, milleks on tema üldised tulemused ja mille üle ta saab teostada kontrolli, ning et seda allikat ei saa tegelikult asendada teiste allikatega, mida ennast mõjutavad sisenemistõkked osas, mis puudutab konkureerivaid hinnavõrdlusvahendeid. Seda arvestades ei saa argumendiga, et erinevalt olukorrast, mis oli kõne all kohtuasjas, milles tehti 17. septembri 2007. aasta kohtuotsus *Microsoft vs. komisjon* (T-201/04, EU:T:2007:289), ei tekitanud Google sisenemistõkkeid infovoo allikatele, mis on alternatiivid tema üldistest tulemustest pärinevale infovoole, tulemuslikult kahtluse alla seada komisjoni analüüsi, mille kohaselt on niisugused tõkked olemas ja aitavad kaasa Google'i tegevuse konkurentsivastasele mõjule.

- 538 Mis puudutab kolmandaks eespool punktis 514 esitatud argumenti, et komisjon ei ole tõendanud, et Google'iga konkureerivad hinnavõrdlusvahendid, millel esines raskusi, olid sama tõhusad nagu Google, samas kui just seda nad ei ole, siis väidab komisjon õigesti, et ta ei pidanudki seda tõendama. Sama tõhusa konkurendi kriteeriumi kasutamine on õigustatud hinnapraktika korral (näiteks turuhinnast madalamad hinnad või hinnakruvi), et otsustada sisuliselt, kas sama edukas konkurent nagu turgu valitsevas seisundis ettevõtja, kellele seda hinnaalast tegevust ette heidetakse ja kes kohaldab selleks, et teda otsekohe turult välja ei tõrjutaks, oma klientide suhtes samu hindu, nagu kohaldab nimetatud ettevõtja, peaks seda tegema kahjumiga ja seda kahjumit võimendades – mis viiks ta selleni, et ta peaks turult lahkuma kaugemas tulevikus (vt selle kohta 6. oktoobri 2015. aasta kohtuotsus *Post Danmark*, C-23/14, EU:C:2015:651, punktid 53–55 ning seal viidatud kohtupraktika). Käsitletaval juhul ei ole Google'ile ette heidetavate tegevuste näol tegemist hinnapraktikaga.
- 539 Lisaks on „sama tõhus konkurent“ põhimõtteliselt hüpoteetiline konkurent, kellest eeldatakse, et ta kohaldab seega oma klientide suhtes samu hindu nagu turgu valitsevas seisundis ettevõtja, kuid kandes samal ajal samu kulusid, nagu see ettevõtja kannab või laseb kanda oma konkurentidel, kui ta müüb neile lõpptoote jaoks vajamineva sisendi (vt selle kohta 17. veebruari 2011. aasta kohtuotsus *TeliaSonera Sverige*, C-52/09, EU:C:2011:83, punktid 40–44). Sama tõhusa konkurendi kriteeriumi kasutamise eesmärk on tõendada, et isegi sama tõhus konkurent nagu hinnapraktika kasutusele võtnud ettevõtja ei suuda vastu pidada pikka aega, kasutades samu hindu, sest tema ei saa tugineda võimsusele, mille annab turgu valitsev seisund. See konkurent ei ole seega põhimõtteliselt tegelik konkurent, kelle tegelikku tõhusust hinnatakse, nagu väidab tegev Google teiste hinnavõrdlusvahenditega. Selle kriteeriumi kasutamisel, mis seisneb hindade ja kulude võrdlemises, ei olnud seega käsitletaval juhul mõtet, sest tuvastatud konkurentsiprobleem ei olnud hinnaprobleem.
- 540 Lisaks, eeldusel et niisugusel konkurentsiasutusel nagu komisjon on võimalik võrrelda mitme ettevõtja tegelikku tõhusust, uurides põhjalikult nende tegevuse erinevaid parameetreid, saab see objektiivseid tulemusi anda just nimelt ainult juhul, kui konkurentsivastase tegevusega konkurentsitingimusi ei moonutatud. Järelikult ei saa see iseenesest aidata kindlaks teha, kas selline tegevus esines.
- 541 Sellest järeldub, et käsitletaval juhul pidi komisjon – nagu on märgitud eespool punktis 441 – ainult tõendama potentsiaalset konkurentsi kõrvaldavat või seda piiravat mõju kõnealuste tegevuste tulemusena, olenemata sellest, kas Google oli hinnavõrdluse alal „tõhusam“ kui teised hinnavõrdlusvahendid, mida just ongi võimatu teada, kui tegevused võivad konkurentsi moonutada.
- 542 Mis puudutab viimaks eespool punktis 516 kokkuvõtlikult esitatud CCIA argumente, siis tuleb tõdeda, et kuna nende kohaselt eiras komisjon kahepoolsete internetiturgude omadusi ja nende majandusmudelit, Google'i tegevuse põhjuseks olid uuenduste tegemise pingutused ja viimasel ei olnud mingit konkurentsivastast strateegiat, siis need ei kujuta endast kõnealuste tegevuste mõju analüüsi kriitikat, vaid nende tegevuste võimaliku konkurentsivastase laadi analüüsi kriitikat. Need tuleb seega tagasi lükata, sest ei saa anda tulemusi, kuna nendega püütakse tõendada CCIA väidet, mille eesmärk on saavutada selle tuvastamine, et „otsuses ei ole tõendatud, et käitumine võis avaldada konkurentsivastast mõju“.



543 Seega, võttes arvesse eespool punktis 527 esitatud vahejäreltust ning Google'i ja CCIA muude argumentide tagasilükkamist, tuleb Google'i neljanda väite kolmas osa, mille kohaselt ei ole komisjon tõendanud kõnealuste tegevuste konkurentsivastast mõju riigisisestel hinnavõrdlusteenuste turgudel, tagasi lükata.

## **6. Esimese väite kolmas osa ja teise väite kolmas osa, mille kohaselt on olemas objektiivsed põhjendused**

### **a) Google'i põhjendused Product Universal'ite kuvamise kohta (esimese väite kolmas osa)**

#### **1) Poolte argumendid**

544 Google väidab, et haldusmenetluse ajal tõendas ta, et parandas oma kasutajatele pakutava teenuse kvaliteeti, kuvades *Product Universal*'id, nagu ta tegi. See annab tema tegevusele konkurentsi toetava õigustuse.

545 Komisjon ei sea aga vaidlustatud otsuses kahtluse alla mitte spetsialiseeritud tootetulemuste rühmitatult kuvamist üldistel tulemustelehtedel. Komisjon leiab ainult, et Google oleks pidanud kuvama konkureerivate hinnavõrdlusvahendite spetsialiseeritud tootetulemused „samade aluseks olevate võtete ja meetodite“ abil nagu enda omad, kuid ei võta seisukohta konkurentsi toetavate õigustuste kohta, mille Google haldusmenetluses esitas, ega kaalu, kummad on tähtsamad, kas need õigustused või negatiivne mõju, mille ta tuvastas. Seega ei ole vaidlustatud otsusega õigustusi, mille Google oma tegevuste kohta esitab, tagasi lükatud ning selles ei püüta vastata tema selgitustele või viia läbi kohtupraktikas nõutud kaalumist.

546 Ka ei näita komisjon vaidlustatud otsuses ära viisi, kuidas võiks Google konkureerivate hinnavõrdlusvahendite spetsialiseeritud tootetulemused kuvada „samade aluseks olevate võtete ja meetodite“ abil nagu tema enda omad, samas kui Google selgitas talle, et see on võimatu. Google meenutab, et ta ei tunne oma konkurentide tulemuste väljavalimise viisi, mistõttu ei saanud ta hinnata erinevate hinnavõrdlusvahendite pakutud tulemusi üksteise suhtes. Ta väidab ka, et ta ei saanud ennetada või saada piisavalt lühikeste tähtaegade jooksul vastuseid internetikasutaja konkreetsele otsingule, ning lõpuks, et ta ei oleks saanud kohaldada konkureerivate hinnavõrdlusvahendite suhtes oma kvaliteedikontrolli süsteeme. Komisjon ei lükanud tema selgitusi vaidlustatud otsuses tagasi, kuid nõudis ikka kuvamist „samade aluseks olevate võtete ja meetodite“ abil. Seda arvestades oleks komisjon pidanud näitama, kuidas Google oleks saanud toimida, ning seda realistlike ja teostatavate lahenduste abil – mida ta aga ei teinud. Komisjon eksis, kui uskus nägevat ettepanekutes, mille Google tegi aruteludes, mille eesmärk oli lõpetada menetlus kohustuste heakskiitmise otsusega, ja Google'i ettevõtjasisestes mõttemõlgutustes tõendit sellest, et niisugune kuvamine on võimalik. Kavandatud projektid ei seisnenud Google'i hinnavõrdlusvahendiga konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemuste reastamises samade aluseks olevate võtete ja meetodite abil nagu need, mida ta kasutas oma spetsialiseeritud kaubaotsingu tulemuste puhul.

547 Google kordab oma repliigis, et tehnilistel põhjustel ei saanud ta kuvada konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemusi *Product Universal*'ites, kahjustamata seejuures oma otsingutulemuste kvaliteeti, nagu ta selgitas kogu haldusmenetluse vältel, ilma et seda oleks vaidlustatud otsuses arvesse võetud. Põhjendused, mille Google haldusmenetluse käigus esitas, käsitlesid – vastupidi komisjoni väitele – täielikult väidetavat kuritarvitamist.

- 548 CCIA rõhutab, et vaidlustatud otsuses on Google'i objektiivseid põhjendusi käsitletud ainult kolmel leheküljel ja ühes põhjenduses, milles analüüsiti, kas Google'ilt nõutav parandusmeede on tehniliselt võimalik.
- 549 Komisjon vaidleb nendele argumentidele vastu.
- 550 BDZV märgib komisjoni toetuseks, et komisjon ei pea ette kirjutama täpseid tehnilisi lahendusi, et tuvastatud kuritarvitamisele tehtaks lõpp.

## 2) Üldkohtu hinnang

- 551 Väljakujunenud kohtupraktikast ilmneb, et turgu valitsevas seisundis ettevõtja võib põhjendada oma käitumist, mis jääb tõenäoliselt ELTL artiklis 102 sätestatud keelu kohaldamisalasse, tõendades kas seda, et tema tegevus on tehnilisest või kaubanduslikust aspektist objektiivselt vajalik, või seda, et selle tegevusega kaasnevat väljatõrjuvat mõju võivad tasakaalustada või selle isegi ületada eelised tõhususe alal, millest võidab ka tarbija (vt selle kohta 27. märtsi 2012. aasta kohtuotsus *Post Danmark*, C-209/10, EU:C:2012:172, punktid 40 ja 41 ning seal viidatud kohtupraktika).
- 552 Objektiivne vajadus võib olla seotud õiguspäraste äriliste kaalutlustega, näiteks enese kaitsmine ebaausa konkurentsi eest või klientidega peetud läbirääkimiste arvessevõtmine (vt selle kohta 14. veebruari 1978. aasta kohtuotsus *United Brands ja United Brands Continentaal vs. komisjon*, 27/76, EU:C:1978:22, punktid 184–187, ning 9. novembri 1983. aasta kohtuotsus *Nederlandsche Banden-Industrie-Michelin vs. komisjon*, 322/81, EU:C:1983:313, punkt 90), aga ka tehniliste põhjendustega, mis on seotud näiteks asjaomase kauba või teenuse toimivuse või selle toimivuse parandamisega (vt selle kohta 17. septembri 2007. aasta kohtuotsus *Microsoft vs. komisjon*, T-201/04, EU:T:2007:289, punktid 1146 ja 1159).
- 553 Suurema tõhususe küsimuses tuleb turgu valitsevas seisundis ettevõtjal tõendada, et asjasse puutuvast tegevusest tuleneda võib tõhususe kasv neutraliseerib konkurentile ja tarbija huvidele tekkiva tõenäolise kahjuliku mõju puudutatud turul, et tõhususe kasvu sai või võib saada realiseerida tänu sellele tegevusele, et see tegevus on nimetatud kasvu saavutamiseks mõödapääsmatu ning et see ei kõrvalda tõhusat konkurentsi olemasoleva või potentsiaalse konkurentsi kõigi või peaaegu kõigi olemasolevate allikate väljatõrjumisega (27. märtsi 2012. aasta kohtuotsus *Post Danmark*, C-209/10, EU:C:2012:172, punkt 42), mis välistab seega, et kõnealune ettevõtja võiks piirduda selle kohta häguste, üldiste ja teoreetiliste argumentide esitamisega või ainult oma ärihuvidele tuginemisega (vt 30. jaanuari 2020. aasta kohtuotsus *Generics (UK) jt*, C-307/18, EU:C:2020:52, punkt 166 ja seal viidatud kohtupraktika).
- 554 Ehkki ELTL artikli 102 rikkumise moodustavate asjaolude tõendamise kohustus lasub komisjonil, on asjaomase turgu valitsevas seisundis oleva ettevõtja, mitte komisjoni pädevuses esitada enne haldusmenetluse lõppu väiteid objektiivse põhjendatuse kohta ning toetada neid väiteid argumentide ja tõenditega. Seejärel on komisjonil ülesanne tõendada juhul, kui ta otsustab tuvastada turgu valitseva seisundi kuritarvitamise, et need argumendid ja tõendid, millele asjaomane ettevõtja tugineb, ei ole ülekaalukad ja seetõttu ei ole esitatud põhjendus vastuvõetav (17. septembri 2007. aasta kohtuotsus *Microsoft vs. komisjon*, T-201/04, EU:T:2007:289, punkt 1144).

- 555 Sisuliselt kinnitab Google esiteks, et komisjon ei lükka vaidlustatud otsuses tagasi põhjendusi, mille ta oma tegevuste kohta haldusmenetluses esitas, ega püüagi vastata tema selgitustele või viia läbi kohtupraktikas nõutud kaalumist, ning teiseks, et komisjon ei näita ära, kuidas võiks Google konkureerivate hinnavõrdlusvahendite spetsialiseeritud kaubaotsingu tulemused kuvada „samade aluseks olevate võtete ja meetodite“ abil, nagu kasutatakse tema enda omade puhul, ehkki see oleks tehniliselt võimatu.
- 556 Käsitletaval juhul peab Üldkohus seega analüüsima, kas Google'i esitatud asjaolud on – vastupidi sellele, mida leidis komisjon – niisugused, et kujutavad endast selle käitumise põhjendusi eespool punktides 551–553 viidatud kohtupraktika tähenduses.
- 557 Vaidlustatud otsuse osas 7.5 analüüsis komisjon asjaolusid, mille Google esitas haldusmenetluse käigus objektiivsete põhjendustena ja suurema tõhususe kohta. Nagu on näidatud vaidlustatud otsuse põhjendustes 655–659 – ilma et Google vaidleks sellele hagiavalduses vastu –, on viimane esitanud sisuliselt mitmesuguseid argumente. Esiteks väitis ta, et üldiste tulemuste kohandamise süsteemid annavad konkurentsi toetava eelise, kaitstes nende tulemuste kvaliteeti. Teiseks väitis ta, et *Product Universal*ite paigutus ja vorming ning nende loomise süsteemid annavad konkurentsi toetava eelise, tagades tema otsinguteenusel kõige kõrgema kvaliteedi, millest võivad internetikasutajad ja internetimüüjad. Kolmandaks väitis ta, et kui ta peaks paigutama ja esitama oma üldistel tulemustelehtedel konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemusi samamoodi nagu omaenese hinnavõrdlusvahendi omi, vähendaks see konkurentsi, sest esimesena ongi konkurentsi ja internetikasutajate ootuste keskmes just see, et igal otsinguteenusel on oma tulemused, ning teiseks vähendaks see ruumi otstarbeka kasutamise võimalusi tema üldistel tulemustelehtedel. Neljandaks mainis ta, et ta ei saa konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemusi tehniliselt reastada samamoodi nagu enda omi ning lisaks, kui seda teha, muudaks see need tema enda hinnavõrdlusvahendi tootetulemusteks. Viiendaks esitas Google haldusmenetluse käigus argumendi, et on rikutud tema põhiõigusi, kuid ta ei vaidle hagiavalduses vastu vastusele, mille komisjon sellele vaidlustatud otsuses andis.
- 558 Eespool punktis 557 kokkuvõtlikult esitatud Google'i kolme esimese argumendiga niisugusena, nagu need on toodud hagiavalduses, viidatakse tema tegevuse konkurentsi toetavatele joontele selles mõttes, et see tegevus parandab tema otsinguteenusel kvaliteeti. Niisuguste argumentidega püütakse põhimõtteliselt tõendada – nagu on mainitud eespool punktis 551 –, et väljatõrjuma mõju, mille etteheidetav tegevus kaasa toõi, korvavad või isegi ületavad eelised tõhususe alal, mis toovad kasu ka tarbijale. Neljanda eespool punktis 557 kokkuvõtlikult esitatud argumendi eesmärk on tugineda tehnilistele piirangutele, mis takistasid Google'il tagada võrdset kohtlemist – mida komisjon soovib saavutada – tema hinnavõrdlusvahendi tulemuste ja konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemuste vahel. Kokkuvõttes väidab Google, et ta püüdis pidevalt parandada kasutajatele pakutavat hinnavõrdlusteenust, nagu kaupade või teenuste omadustel põhinevas konkurentsis teha soovitakse, kuid seda selle piires, mis on tehniliselt võimalik. Komisjon heidab talle ette, et ta ei taganud võrdset kohtlemist nende tulemuste vahel, mida ta ei olnud enda sõnul suuteline tagama tehnilistel põhjustel.
- 559 Komisjon märkis eespool punktis 557 kokkuvõtlikult esitatud Google'i kahe esimese argumendi kohta vaidlustatud otsuse põhjendustes 661 ja 662, et ta ei takista Google'il kohaldada kohandamissüsteeme, nagu ta ei takista teda ka kuvada oma spetsialiseeritud otsingu tulemused oma üldistel tulemustelehtedel, kui ta leiab, et need on asjakohased või kasulikud, aga et tuvastatud kuritarvitamine seisneb selles, et Google'i hinnavõrdlusvahendi tulemuste ja Google'i hinnavõrdlusvahendiga konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemuste suhtes ei kohaldata samu paigutus- ja vormingukriteeriume.

- 560 Sellest vastusest ilmneb, et komisjon ei eitanud, et üldiste tulemuste kohandamise algoritmid või Google'i spetsialiseeritud tootetulemuste paigutamise ja kuvamise kriteeriumid võiksid kujutada endast tema pakutava teenuse parandamisi, mille sisu on konkurentsi toetav, nagu Google eespool punktis 557 kokkuvõtlikult esitatud kahes esimeses argumendis väitis, vaid ta rõhutas õigesti, et Google ei esita ühtegi argumenti niisuguse ebavõrdse kohtlemise kohta tema hinnavõrdlusvahendi tulemuste ja konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemuste vahel. Teiste sõnadega leidis komisjon sisuliselt, et Google ei esita mingeid tõendeid selle kohta, et need kaks konkurentsi toetavat eelist, mida ta nimetab, korvasid või isegi ületasid negatiivse mõju konkurentidele, mis tulenes sellest ebavõrdsest kohtlemisest, mille ta oli vaidlustanud otsuse eelmistes osades tuvastanud.
- 561 Seejärel – võttes arvesse eespool punktis 557 kokkuvõtlikult esitatud Google'i kolmandat argumenti, mille eesmärk oli üldjoontes tõendada, et võrdne kohtlemine, mida komisjon soovis näha, vähendaks tegelikult konkurentsi – vastas komisjon selle argumendi kahele osale vaidlustatud otsuse põhjendustes 663 ja 664, mainides esiteks, et Google ei ole tõendanud, et internetikasutajad ootavad otsingumootorilt tulemusi, mis pärinevad ainult ühest allikast, ning et käsitletaval juhul ei olnud neid informeeritud, et *Product Universal*'id kuvatakse teistsuguste süsteemide põhjal kui need, mida kohaldatakse üldiste tulemuste suhtes, ning teiseks, et võrdse kohtlemise tagamine Google'i hinnavõrdlusvahendi ja tema konkurentide vahel tema üldistel tulemustelehtedel ei ole takistuseks nende lehtede teatavate ruumiliste osade otstarbekamale kasutamisele, mille üle oli Google'il kontroll.
- 562 Komisjoni niisugune vastus tähendab esiteks selle tõendamist, et vastupidi Google'i väitele ei ole tema otsus paigutada ja kuvada oma tootetulemusi soodsamalt kui konkurentide omi konkurentidele parem kui olukord, kus on tagatud võrdne kohtlemine selles osas. Komisjon märgib põhjendatult, et tal on kahtlusi, kas internetikasutajate ootuseks on leida üldistel tulemustelehtedel ainult ühe spetsialiseeritud otsingu mootori tulemused. Käsitletaval juhul toimub erinev kohtlemine paigutuse ja vormingu osas – nagu komisjon meenutas – üldistel tulemustelehtedel, millelt internetikasutajad ootavad üldjuhul tulemusi, mis pärinevad kogu internetist ning mis pakutakse välja mittediskrimineerivalt ja läbipaistvalt – nagu ilmneb pealegi ka eespool punktis 178 esitatud kaalutlustest.
- 563 Eespool punktis 561 kokkuvõtlikult esitatud komisjoni vastus seisneb teiseks selles, et ta eitab, et Google võiks saada rahalist kahju, kui ta tagaks oma üldistel tulemustelehtedel paigutuse ja vormingu osas tema tootetulemuste ja tema konkurentide tootetulemuste võrdse kohtlemise. Google ei esita hagiavalduses argumenti, millega ta seaks selle hinnangu tulemuslikult kahtluse alla, ning kui oletada, et Google saaks rahalist kahju seetõttu, et tema teenus muudetakse ligipääsetavaks hinnavõrdlusvahenditele samadel tingimustel nagu tema teenus, ei kujutaks see asjaolu endast tema konkurentidevastase tegevuse vastuvõetavat põhjendust.
- 564 Seega, vastupidi hagiavalduses väidetule võttis komisjon seisukoha – ilma et Google suutnuks selle seisukoha põhjendatuse kahtluse alla panna – tema kolmanda argumendi raames esitatud põhjenduse kohta.
- 565 Järelikult on komisjon Google'i kolmanda argumendi, mille eesmärk oli viidata tema tegevuse konkurentsi toetavatele omadustele, tagasi lükanud nõuetekohaselt, eitades seda laadi omadusi, mida on selles argumendis nimetatud.

- 566 Komisjoni lähenemine nende kolme esimese argumendi osas, mille kohaselt toovad kõnealused tegevused konkurentsi toetavaid eeliseid, on seda põhjendatum, et esiteks – nagu ilmneb vaidlustatud otsuse põhjendustest 593–596 ning kolmanda ja neljanda väite analüüsist – on need tegevused niisugused, et tõrjuvad konkureerivad hinnavõrdlusvahendid turult välja, mis võib kaasa tuua kõrgemad tariifid müüjatele ja kõrgemad hinnad tarbijatele ja uuenduste vähenemise ning seda nii konkureerivate hinnavõrdlusvahendite kui ka Google'i hinnavõrdlusvahendi puhul. Teiseks, nagu ilmneb vaidlustatud otsuse põhjendustest 597–600, võivad kõnealused tegevused kitsendada tarbijate valikut hinnavõrdlusvahendite alal ja seda mitte ainult hinnavõrdlusvahendite arvu vähenemise tõttu turul, võttes arvesse tegevuste väljatõrjuvat mõju, mis on tuvastatud vaidlustatud otsuse osades 7.3.1 ja 7.3.2, vaid ka – nagu ilmneb vaidlustatud otsuse põhjendusest 598 – tarbijate tähelepanu suunamise tõttu Google'i hinnavõrdlusvahendi tulemustele, sest need on muutunud silmatorkavamaks, kusjuures need tulemused ei ole tingimata asjakohasemad kui konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused (vt eespool punktid 296–299).
- 567 Lisaks ei tõenda Google, kuidas sai etteheidetatavate tegevuste teine aspekt, st suure hulga konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tema üldistel tulemustelehtedel allapoole paigutamine kohandamisalgoritmidega, tekitada suuremat tõhusust.
- 568 Seda arvestades tundub – isegi eeldusel, et kõnealused tegevused võisid parandada teatavate internetikasutajate kogemust seeläbi, et kaubaotsingu tulemused tõsteti esile ja paigutati hierarhiasse –, et see ei saa ühelgi juhul neutraliseerida nende tegevuste konkurentsi ja tarbijate huve tervikuna kahjustavat mõju vastavalt eespool punktis 553 viidatud kohtupraktikale. Igal juhul ei ole Google tõendanud vastupidist, kuigi ta pidi seda tegema, nagu on meenutatud eespool punktis 554.
- 569 Eespool punktis 557 kokkuvõtlikult esitatud Google'i neljas argument seisnes selles, et ta esitas objektiivse, tehnilisel piirangul põhineva õigustuse oma käitumisele. Selle eesmärk oli tõendada, et vastupidi komisjoni oletusele ei saanud Google tehnilisest vaatevinklist reastada konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemusi samamoodi nagu enda omi ning lisaks muudaks see need tulemused Google'i tootetulemusteks.
- 570 Komisjon vastas vaidlustatud otsuse põhjenduses 671, et Google ei tõendanud, et ta ei saa kasutada samu võtteid ja meetodeid, kui ta otsustab oma hinnavõrdlusvahendi tulemuste ja konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemuste paigutuse ja vormingu üle. Ta lisas, et ettepanekud, mille Google tegi aruteludes, mille eesmärk oli lõpetada menetlus kohustuste heakskiitmisega, ning Google'i ettevõtjasisesed mõttemõlgutused tõendasid, et niisugune võrdne kohtlemine selles osas on võimalik.
- 571 Selles küsimuses selgitas Google haldusmenetluse jooksul – nagu ilmneb vaidlustatud otsuse põhjendusest 659 –, et nagu ta hagiavalduse punktides 130–138 kinnitab, ei saa ta kohaldada konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemuste ja oma tootetulemuste suhtes samu valikukriteeriume, ehk teiste sõnadega, et ta ei saa valida välja parimaid vastuseid kõikide nende hulgast, mida need hinnavõrdlusvahendid, sh tema oma, võisid pakkuda internetikasutaja kaubaotsingu peale. Sisuliselt tugines ta seejuures asjaolule, et ta ei tundnud konkureerivate hinnavõrdlusvahendite andmebaaside korraldust ja sisu ega nende kataloogimis- ja indekseerimisvõtteid, nagu ta ei tundnud ka nende spetsialiseeritud algoritme, mille tulemusena pakutakse välja teatavad tulemused internetikasutaja otsingu peale, ning et seega ei saa ta ei hinnata konkureerivate hinnavõrdlusvahendite pakutavate tulemuste kvaliteeti võrreldes tema enda tulemuste kvaliteediga ega isegi ette aimata tulemust, mille need internetikasutaja

konkreetses päringu peale annavad, ammuigi veel kui neid hinnavõrdlusvahendeid on sadu. Google'i jaoks ei oleks olnud realistlik püüda seda võimatust aimata ette vastuseid, mille konkureerivad hinnavõrdlusvahendid võisid anda internetikasutaja konkreetsele päringule, leevendada nii, et ta saadab selle päringu ise sadadele nendest hinnavõrdlusvahenditest enne kõikide antud vastuste võrdlemist. Igal juhul oleks see tähendanud tõsiseid viivitusi vastamisel Google'ile päringu teinud internetikasutajale, mis oleks toonud kaasa tema teenuse kvaliteedi halvenemise. Ainus, mida Google teha sai ja mida ta juba ka tegi, oli võrrelda vahendi Universal Search abil oma spetsialiseeritud tootetulemusi omaenese üldiste tulemustega, sest ta teadis, kuidas neid genereeritakse. Et tema üldistesse tulemustesse on konkureerivate hinnavõrdlusvahendite spetsialiseeritud tulemused aga üle võetud ainult *crawling*'uks kutsutava meetodi, indekseerimise ja üldotsingu algoritmide tulemusena, ei võimaldanud see võrdlus Universal Searchiga võrrelda Google'i tootetulemusi tulemustega, mille oleksid tõesti esitanud konkureerivad hinnavõrdlusvahendid, kui nad oleksid saanud kaubaotsingu päringud otse Google'ilt.

- 572 Et esiteks võib Google'i neljandat argumenti aga mõista nii, et konkurentsi kahjustavat mõju, mis kaasnes tema otsinguteenuse parandamisest tuleneva suurema tõhususega, ei oleks saanud tehniliselt vältida ning et sisuliselt ei oleks Google saanud teha midagi muud, kui ta oli teinud, et oma otsinguteenust parandada, siis tuleb tuvastada, et Google'ile etteheidetav tegevus ei saanud – paljude hinnavõrdlusvahendite allapoole paigutamise ja kasutajate tähelepanu nende hinnavõrdlusvahendite tulemustelt kõrvale juhtimisega – tekitada suuremat tõhusust, parandades kasutaja kogemust (vt punktid 566 ja 567 eespool), ning et see suurem tõhusus – isegi kui eeldada, et see on olemas – ei tundu niisugune, mis võib kuidagi neutraliseerida märkimisväärse tegeliku või potentsiaalse konkurentsivastase mõju konkurentidele ja tarbijatele huvidele tervikuna, mille need tegevused tekitavad (vt punkt 568 eespool). Kui niisugune suurem tõhusus puudub, ei ole mingit tähtsust, et seda, mida selle saavutamiseks tehti, ei saanud tehniliselt ellu viia teisiti kui tegevuste abil, mille eest komisjon karistuse määras.
- 573 Teiseks, olgu kuidas on, komisjon ei heitnud Google'ile rikkumise tuvastamise raames ette, et ta ei võrrelnud oma tootetulemusi tootetulemustega, mida pakkusid konkureerivad hinnavõrdlusvahendid vastuseks internetikasutajate kaubaotsingu päringutele, kohaldades võrdlemisel samu võtteid ja meetodeid ning konkreetset samu algoritme nagu need, mida ta kasutas oma spetsialiseeritud otsingute puhul.
- 574 Komisjon heitis ette asjaolu, et Google ei kohaldanud samu võtteid ja meetodeid, et otsustada nende oma hinnavõrdlusvahendi tulemuste ja konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemuste paigutuse ja vormingu üle, mis võisid tema üldistel tulemustelehtedel välja tulla, sest erinevate võtete ja meetodite kohaldamine oma tulemuste ja konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemuste paigutuse ja vormingu puhul viis oma hinnavõrdlusvahendi tulemuste soodustamise ja konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemuste üldistel tulemustelehtedel allapoole paigutamiseni.
- 575 Nii ei heitnud komisjon Google'ile vaidlustatud otsuses ette ei seda, et Google ei viinud oma üldistel tulemustelehtedel sisse uut liiki tulemusi, st konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemusi, mis oleksid tegelikult esitatud, kui internetikasutaja konkreetne päring oleks tehtud otse nende konkureerivate hinnavõrdlusvahendite spetsialiseeritud otsingumootoris, ega püüdnud saavutada muud kui võrdset kohtlemist paigutuse ja vormingu osas Google'i neid kaht liiki tulemuste vahel ega kritiseerinud ka seda, et Google ei viinud läbi võrdlusi, mida ta ütles end mitte saavat teha, st võrrelda tootetulemusi, mille oleks esitanud tema ise, ja tootetulemusi, mille oleksid esitanud konkureerivad hinnavõrdlusvahendid samale konkreetsele päringule. See on

muide põhjus, miks Google ei saa komisjonile ette heita ei seda, et viimane ei lükanud tema tehnilisi selgitusi ümber, ega – nagu ta väitis haldusmenetluses – ka seda, et komisjon kohustas teda muutma konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused Google'i tootetulemusteks nii, et ta kohaldab nende suhtes samu valikuvõtteid ja -meetodeid nagu omaenese tulemuste suhtes.

- 576 Muide, isegi kui Google ei olnud suuteline kohaldama samu aluseks olevaid võtteid ja meetodeid, et võrrelda oma hinnavõrdlusvahendi tulemusi ja konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemusi ühetaoliselt – eelkõige seepärast, et tal ei ole juurdepääsu konkureerivate hinnavõrdlusvahendite kaupade andmebaasile ja nende oma kaupade väljavalmimise algoritmidele –, ei ole ta tõendanud, et ta ei saanud kohaldada nende tulemuste suhtes võtteid ja meetodeid, mis loovad võrdse kohtlemise tema hinnavõrdlusvahendi ja konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemuste paigutuse ja vormingu osas.
- 577 Tuleb ka meenutada – nagu on tehtud juba eespool punktis 554 –, et ettevõtja, kes tugineb niisugustele oma tegevuse õigustustele, peab ise need veenvalt esitama ning seda käitumist arutav konkurentsiasutus ei peagi kohe alguses tõendama, et niisugused õigustused puuduvad. Nii on see muide konkreetsemalt siis, kui asjaomane ettevõtja on ainus, kellele on teatav objektiivne õigustus teada, või on tal loomulikult lihtsam kui komisjonil selle olemasolu avastada ja õigsust tõendada (1. juuli 2010. aasta kohtuotsus *AstraZeneca vs. komisjon*, T-321/05, EU:T:2010:266, punkt 686).
- 578 Pealegi võib muide märkida, et komisjon esitas vaidlustatud otsuse põhjenduses 671 siiski argumendid, et tõendada, et selle üle otsustamisel, kuidas Google'i tootetulemused ja konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused, mis võivad tulla välja üldistes tulemustes, on Google'i üldistel tulemustelehtedel paigutatud ja esitatud, oleks olnud võimalik kohaldada ühiseid võtteid ja meetodeid. Komisjon tugines ettepanekutele, mille tegi Google arutelude käigus, mille eesmärk oli lõpetada menetlus kohustuste heakskiitmisega, ja Google'i ettevõtjasisestele mõttekäikudele. Google esitab nendele argumentidele vastuvaidlemiseks hagiavalduse punktides 140–142 ainult vastuargumendid, mille eesmärk on näidata, et need arutelud ja mõttekäigud ei puuduta konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemuste ja Google'i tootetulemuste reastamist samade võtete ja meetodite abil. Need vastuargumendid ei puuduta siiski tema võimatust paigutada ja esitada Google'i tootetulemusi ja tema üldisi tulemusi, millesse võivad olla üle võetud konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused, samade kriteeriumide põhjal.
- 579 Eelnevast tuleneb, et esimese väite kolmas osa, mille eesmärk on õigustada *Product Universal*'ite kuvamist, tuleb tagasi lükata.

**b) Google'i põhjendused Shopping Unit'ite kuvamise kohta (teise väite kolmas osa)**

*1) Poolte argumendid*

- 580 Osas, mis puudutab seda, kuidas hindas komisjon vaidlustatud otsuses õigustusi, mis esitati *Shopping Unit*'ite kuvamise kohta, kritiseerib Google vaidlustatud otsust sisuliselt samade argumentidega nagu osas, mis puudutab *Product Universal*'ite kuvamist (vt punktid 544 ja 546 eespool).

- 581 Kõigepealt märgib Google, et komisjon tegi sama liiki vea, sest ei selgitanud vaidlustatud otsuses, kuidas ei saa *Shopping Unit*'eid õigustada konkurentsi toetamise kasu, mis nende kasutuselevõtuga kaasnes. Google märgib oma tegevuse konkurentsi toetavate aspektide põhjendamiseks, et *Shopping Unit*'id annavad paremaid tulemusi kaubaotsingutele kui tekstreklaamid.
- 582 Seejärel viitab Google objektiivsetele vajadustele väitega, et nagu ka *Product Universal*'ite puhul ja samadel põhjustel ei saanud ta võrrelda oma *Shopping Unit*'ites olevaid tootereklaame tootereklaamidega, mida genereerisid konkureerivad hinnavõrdlusvahendid omaenese teistsuguste meetodite kohaselt. Komisjon ei käsitlenud seda aspekti, ehkki oli kohustatud seda tegema. Ta ei näita ära ka muid lahendusi, mis kujutaksid endast alternatiivi.
- 583 Lõpuks märgib Google, et ta kaasas juba konkureerivatest hinnavõrdlusvahenditest pärinevaid reklaame *Shopping Unit*'itesse, samuti teiste reklaamijate reklaame. Ta teeb seda mitte ainult selleks, et vaielda vastu soosivale kohtlemisele tema oma hinnavõrdlusvahendi kasuks – nagu on märgitud eespool punktis 304 –, vaid ka selleks, et rõhutada, et komisjon ei ole ära näidanud muid realistlikke ja teostatavaid lahendusi peale selle, mida tema juba tegi, et kuvada konkureerivatelt hinnavõrdlusvahenditelt pärinevaid reklaame. Google väidab, et otsingumootor Bing toimib samamoodi nagu tema ning et Kelkoo pakkus samuti haldusmenetluse ajal välja lähedase lahenduse, ilma et komisjon kritiseeriks neid toimimisviise.
- 584 Komisjon vaidleb nendele argumentidele vastu.

## 2) Üldkohtu hinnang

- 585 Tuleb viidata punktidele 551–554 eespool, mis käsitlevad õigustusi, mille turgu valitsevas seisundis ettevõtja võib esitada oma ELTL artikli 102 kohaldamisalasse kuuluda võiva tegevuse kohta, et näidata, et see tegevus jääb väljapoole selle artikli kohaldamisala.
- 586 Vaidlustatud otsuse põhjendustest 655–659 – mis paiknevad selle osas 7.5, milles on käsitletud asjaolusid, mille Google esitas haldusmenetluse käigus objektiivsete õigustustena ja suurema tõhususe kinnituseks – ilmneb, et Google on *Shopping Unit*'ite ja *Product Universal*'ite kuvamise õigustamiseks esitanud samad argumendid. Nagu on tähendatud eespool punktis 557, ei vaidle Google hagiavalduses nende argumentide esitamisele vastu. Teise väite kolmanda osa raames vaidleb Google oma menetlusdokumentides vastu konkreetselt sellele, et komisjon andis vaidlustatud otsuses *Product Universal*'ite ja *Shopping Unit*'ite osas ühise vastuse tema teisele ja viiendale argumendile, mille ta esitas haldusmenetluse raames ja mida on mainitud eespool punktis 557 (vaidlustatud otsuse põhjendused 656 ja 659).
- 587 Teise argumendi kohta, millega Google väitis, et tema käitumisel olid konkurentsi toetavad omadused, st et *Shopping Unit*'ite paigutus ja vorming ning nende genereerimise süsteem annavad konkurentsi toetava eelise, tagades tema veebiotsingu teenusele kõige kõrgema kvaliteedi internetikasutajate ja -müüjate huvides, esitas komisjon ühised vastused, mis puudutab *Shopping Unit*'ite ja *Product Universal*'ite kuvamise õigustust.
- 588 Selles küsimuses tuleb märkida, et ei ole põhjust valida teistsugust analüüsi, kui on esitatud eespool punktides 559–568. Konkreetselt asjaolu, et *Shopping Unit*'id sisaldavad Google'i sõnul paremaid vastuseid kaubaotsingutele kui tekstreklaamid, ei tõenda kuidagi, et niisugune konkurentsi toetav eelis korvab või isegi ületab Google'i tegevuse negatiivse mõju konkurentstile, mille komisjon tuvastas. Lisaks, isegi kui Google märgib hagiavalduse lisas, et vastused on



asjakohasemad ja seega parema kvaliteediga juhul, kui need tulenevad tasuliste enampakkumiste süsteemist (*Shopping Unit*'id), kui siis, kui need tulevad välja ilma eelneva ärilise vastutasuta, nagu see oli *Product Universal*'ite perioodil, ei veena see väide selles, et niisugune süsteem on parim, sest selline süsteem kaldub vähendama nende tulemuste arvu, mis võivad välja tulla, ja seega tarbija valikut.

- 589 Haldusmenetluses esitatud Google'i viienda argumendi kohta, mida on korratud hagiavalduses ning mille kohaselt oli tehniliselt võimatu reastada tema oma hinnavõrdlusvahendi ja konkureerivate hinnavõrdlusvahendite erinevaid tulemusi ühetaoliselt, ning isegi kui see oleks võimalik, muudaks see kõik need tulemused Google'i tulemusteks, on komisjon esitanud ühised vastused, mis puudutab *Shopping Unit*'ite ja *Product Universal*'ite kuvamise õigustust.
- 590 Ei ole põhjust valida teistsugust analüüsi, kui on esitatud eespool punktides 569–578. Esiteks – nagu on märgitud eespool punktis 572 –, kuna Google ei tõenda, et *Shopping Unit*'ite kasutuselevõtt vastab konkurentsi toetamise püüdlustele, mis võivad viia suurema tõhususeni, mis ületab konkurentsi kahjustamise nende tegevuste poolt, ei ole tähtsust sellel, et seda väidetavat suuremat tõhusust ei saa saavutada, ilma et sellega kaasneksid tehnilised piirangud, kuid lisaks ei nõua komisjon Google'ilt – nagu on märgitud eespool punktides 575 ja 576 –, et ta kohaldaks konkureerivate hinnavõrdlusvahendite spetsialiseeritud otsingu algoritme või hindaks nende tulemusi võrreldes enda tulemustega oma algoritmide alusel, vaid komisjon nõuab, et Google paigutaks ja esitaks nende tulemused mittediskrimineerivalt võrreldes tema oma hinnavõrdlusvahendi tulemustega, kasutades samu aluseks olevaid võtteid ja meetodeid.
- 591 Konkreetselt asjaolu, et Google lisas konkureerivate hinnavõrdlusvahendite reklaamid *Shopping Unit*'itesse, järgides oma tootereklaamide puhul tavapärast genereerimise viisi, nagu ta märgib hagiavalduse punktis 199, kuid samas tingimusel – nagu rõhutab komisjon –, et need hinnavõrdlusvahendid saavad ise kaupade müüjateks, ei tõenda kuidagi, et see oli ainus, mida hinnavõrdlusvahendite osas ette võtta sai. See ei tõenda nimelt kuidagi, et tehniliselt oli võimatu tagada, et konkureerivate hinnavõrdlusvahendite reklaamid kuvatakse mittediskrimineerivalt *Shopping Unit*'ites või paigutuse ja vormingu poolest samaväärsetes *box*'ides, ilma et need hinnavõrdlusvahendid peaksid ise asjaomaseid kaupu müüma ja ilma et need reklaamid oleksid genereeritud Google'i tootereklaamide genereerimise viisil. See, mida komisjon vaidlustatud otsuse punktis 671 tuvastas, oli õige. Tuleb veel kord meenutada – nagu on juba tehtud eespool punktis 554 –, et oma tegevuse objektiivsetele põhjendustele tugineva ettevõtja enda ülesanne on need põhjendused veenvalt esitada ja konkurentiasutus, kes seda tegevust analüüsib, ei peagi kohe alguses tõendama, et niisuguseid põhjendusi ei eksisteeri.
- 592 Seega ei saa Google tulemuslikult väita, et arvestades konkureerivate hinnavõrdlusvahendite reklaamide *Shopping Unit*'itesse lisamise meetodit, mille ta kasutusele võttis, ei ole komisjon ära näidanud muid realistlikke ja teostatavaid lahendusi nende reklaamide seal kuvamiseks. Google'i esitatud objektiivsed õigustused võis tagasi lükata, lähtudes nende tõendamiseks esitatud argumentidest, ilma et komisjon tõendaks – nii et esitab ise muu konkureerivate hinnavõrdlusvahendite reklaamide *Shopping Unit*'itesse lisamise meetodi –, et kõnealune tegevus ei saanud olla õigustatud tehniliste piirangutega. Lisaks ei ole Google tõendanud, et ainus viis tagada võrdset kohtlemist *Shopping Unit*'ites on muuta konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused Google'i tulemusteks. Pealegi oma vastustes Üldkohtu kirjalikele küsimustele, mis puudutasid vaidlustatud otsuse elluviimist võrreldes sellega, mida ta oli kohustustena välja pakkunud, märkis Google, et ta võib lisada *Shopping Unit*'itesse konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemused, näidates, et need on nende hinnavõrdlusvahendite tulemused.

- 593 Lõpuks tuleb lisada, et miski vaidlustatud otsuses ei anna alust arvata, et komisjon kiitis konkureerivate hinnavõrdlusvahendite reklaamide *Shopping Unit*'itesse lisamise meetodi, mille Google oli kasutusele võtnud, selles otsuses kokkuvõttes kaudselt heaks seepärast, et otsingumootor Bing toimib samamoodi või Kelkoo pakkus välja lähedase lahenduse.
- 594 Muide, nagu on märgitud eespool punktis 353, ei ole Google oma menetlusdokumentides tõendanud, et kohaldab Kelkoo soovitatud meetodit.
- 595 Kõigest eelnevast ilmneb, et teise väite kolmas osa, millega püütakse õigustada *Shopping Unit*'ite kuvamist, tuleb tagasi lükata.

## **7. Järeldus esimese võimalusena esitatud nõuete kohta**

- 596 Vaidlustatud otsuse artiklis 1 tuvastatud ELTL artikli 102 rikkumise kohta esitatud väidete analüüsist tuleneb, et selle tuvastamist tuleb kinnitada osas, milles see puudutab turgu valitseva seisundi kuritarvitamisi riigisisestel spetsialiseeritud kaubaotsingu turgudel selles artiklis nimetatud 13 riigis. See artikkel tuleb tühistada üksnes osas, milles see puudutab turgu valitseva seisundi kuritarvitamisi riigisisestel üldotsingu turgudel nendes riikides, ning seda konkurentsivastase mõju olemasolu põhjal nendel turgudel.
- 597 Kuna komisjon leidis õigesti, et Google kuritarvitas turgu valitsevat seisundit riigisisestel spetsialiseeritud kaubaotsingu turgudel, tuleb hagi jätta rahuldamata osas, milles selles nõutakse ka seda, et tühistataks vaidlustatud otsuse artiklid 3–5, milles on kohustatud Google'it tegema artiklis 1 tuvastatud rikkumisele lõpp, informeerima komisjoni selleks võetud meetmetest ja nähtud ette sunnirahad juhuks, kui neid kohustusi ei täideta.

## **C. Teise võimalusena esitatud nõuded, mis puudutavad küsimust, kas rahalise sanktsiooni määramine on põhjendatud, ja selle summat**

### **1. Kuuenda väite esimene osa, mis puudutab rahalise sanktsiooni määramise võimalust**

#### **a) Poolte argumendid**

- 598 Google'i sõnul oleks komisjon isegi juhul, kui rikkumise tuvastamist tuleb kinnitada, pidanud hoiduma igasuguse karistuse määramisest kolmel põhjusel: ta kvalifitseeris esimest korda kuritarvitamiseks tegevuse, mille eesmärk oli parandada kvaliteeti; ta oli otsustanud lahendada juhtumi kohustuste heakskiitmise menetlusega ning lükkas haldusmenetluse käigus tagasi parandusmeetmed, mida ta nüüd vaidlustatud otsuses nõuab. CCIA leiab, et nii „stratosfeeriline“ rahaline sanktsioon, nagu määrati Google'ile, kes ei ole esmapilgul – pretsedente ja kohtupraktikat arvestades – konkurentsieeskirju rikkunud, tekitab probleemi kogu tööstusharule ja negatiivseid tagajärgi, mis puudutab äriühingute õhutamist uuendustele.
- 599 Rõhutades, et talle määratud trahv on suurim, mille komisjon on konkurentsivastaste tegevuste eest määranud, meenutab Google koos CCIAGA, et komisjon saab ettevõtjale trahvi määrata üksnes siis, kui viimane on tahtlikult või ettevaatamatuse tõttu rikkunud ELTL artikleid 101 või 102. Oleks niisiis olnud vaja, et Google'i tegevuse konkurentsivastane eesmärk ei saanud talle teadmata olla. Ta viitab selles küsimuses eelkõige 11. juuli 1989. aasta kohtuotsusele *Belasco jt vs. komisjon* (246/86, EU:C:1989:301, punkt 41). Vaidlustatud otsuses ei ole midagi, mis oleks

võimaldanud Google'il aru saada, et parandused, mis ta oma teenustes teeb, on õigusvastased ja et need tuleb seega kaotada või avada konkurentidele, seda enam, et komisjon märkis ühes vaidlustatud otsust kommenteerivas pressiteates, et see otsus on „pretsedent, milles on kindlaks määratud raamistik, mis võimaldab hinnata seda liiki käitumise seaduslikkust“. Talle ei saa seega isegi ette heita, et ta oli ettevaatamatu. CCIA tugineb eelkõige komisjoni 22. jaanuari 2019. aasta otsusele Euroopa Liidu toimimise lepingu artiklis 101 ja Euroopa Majanduspiirkonna lepingu artiklis 53 sätestatud menetluse kohta (juhtum AT.40049 – Mastercard II), milles nõustuti, et võis olla, et viimane ei olnud mõistlikult teadlik, et tema tegevus on konkurentsivastane, enne kui komisjon kiitis heaks teise pankadevaheliste kaardimaksete süsteemi, nimelt Visa kohustused samalaadse tegevuse osas. Google märgib, et komisjon on eelnevatel juhtumitel leidnud, et karistused ei ole sobivad, kui on loodud uus „kuritarvitamise teooria“ või kui liikmesriikide kohtute praktika on asjaomase tegevuse küsimuses lahknev. Mitmes haldusasutuste või liikmesriikide kohtute otsuses, mida Google mainib, on aga leitud, et tema tegevus on seaduslik. Asjaolu, et komisjon käsitab Google'ile ette heidetavat tegevust kui turgu valitseva seisundi kuritarvitamist, mis puudutab üht teist turgu, mõiste „võimendusefekti kuritarvitamine“ alla kuuluvana, ei muuda seda otsust otsuseks, mis ei ole uuenduslik, sest nimetatud mõiste võib hõlmata väga erinevaid olukordi.

- 600 Asjaolu, et esialgu otsustati juhtumit käsitleda kohustuste heakskiitmise menetluse raames, tähendab, et sel juhtumil ei saa määrata mingit karistust, nagu ilmneb määruse nr 1/2003 põhjendusest 13, komisjoni pressiteatest, milles on tutvustatud seda liiki menetlust, ja komisjoni konkurentsi peadirektoraadi menetlusjuhendist, mis on internetis kättesaadav. Komisjoni võimalust tulla tagasi klassikalise menetluse juurde, kui kohustuste heakskiitmise menetlus ei saa anda tulemusi, ei tohiks ajada segi küsimusega, kas asjaomase tegevuse eest tuleb määrata karistus. Repliigis lisab Google, et selle kohta oleks tulnud vähemalt esitada selgitused. CCIA leiab, et vaidlustatud otsus on selles osas ebapiisavalt põhjendatud.
- 601 Lõpuks märgitakse, et esialgu teatas komisjon haldusmenetluses osalejatele, et Google'it ei saa liidu konkurentsieeskirjade alusel kohustada selleks, milleks ta Google'it lõpuks vaidlustatud otsusega kohustas, st kasutama samu võtteid ja meetodeid omaenese hinnavõrdluse tulemuste ja konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemuste kuvamisel oma üldistel tulemustelehtedel. Sisuliselt näitab see ka, et Google ei võinud aimata, et ta rikub liidu konkurentsieeskirju, sest komisjon rääkis teatava aja jooksul, et see ei ole nii.
- 602 Kõigepealt väidab komisjon koos Saksamaa Liitvabariigiga, et õiguslikus analüüsis, millel vaidlustatud otsus rajaneb, ei ole midagi uudset. Seda, et tuvastatakse turgu valitseva seisundi kuritarvitamine eesmärgiga laiendada seda seisundit sidusturgudele, on ammu tehtud ja Google ajab segi uute põhimõtete kindlaksmääramise ja väljakujunenud põhimõtete kohaldamise uute tegevuste suhtes. Enamik juhtumeid, mil tegemist oli seda liiki kuritarvitamisega, kuulusid keerukasse keskkonda nagu käsitletaval juhul, mis ei ole takistanud liidu kohtutel nendes asjades määratud suuri rahalisi sanktsioone kinnitada. Vastupidi sellele, kuidas oli teatavates asjades, millele CCIA tugineb, ei olnud käsitletaval juhul mingit kahtlust õigusliku kriteeriumi osas, mida Google'i tegevuse hindamise suhtes enne vaidlustatud otsuse langetamist tuli kohaldada. Igal juhul ei kujuta see, kas teatava tegevuse valinud isik oli subjektiivselt teadlik, et tema tegevus on käsitatav kuritarvitamisena, endast tingimust, millest karistuse määramine sõltub.
- 603 Seejärel märgib komisjon, kellel on kaalutlusruum selle üle otsustamisel, kas menetleda juhtumit kohustuste heakskiitmise menetluses ilma karistust määramata või klassikalises menetluses, ning kellel oli mitu põhjust tulla pärast esimese algatamist tagasi teise juurde – nagu on selgitatud vaidlustatud otsuse põhjenduses 123 jj –, et ta sai rahalise sanktsiooni määramise õiguse tagasi.

Lisaks ei hõlbustanud – vastupidi Google'i väitele – asjaolud, mille Google esitas mõttevahetuses kohustuste heakskiitmise eesmärgil, kuidagi komisjoni ülesannet rikkumise kvalifitseerimisel, mis vastupidisel juhul võinuks avaldada mõju karistusele. Google eitas nimelt sõnaselgelt igasugust rikkumist.

604 Lõpuks väidab komisjon sisuliselt, et see, mida ta märkis esialgse järeldusena haldusmenetluse etapis kui midagi, milleks Google'it ei saa kohustada – st et viimast ei saa kohustada reastama kõiki hinnavõrdlusteenuste, sh enda teenuse tulemusi üldistes tulemustes samamoodi –, ei vasta sellele, mille ta hiljem keelas, sest leidis selle olevat kuritarvitamise: oma hinnavõrdlusteenuse soodustamise võrreldes teistega oma üldistel tulemustelehtedel. Isegi kui komisjoni endise konkurentsivoliniiku seisukohti, millele Google on viidanud, oleks võimalik tõlgendada teisiti, olid need seisukohad siiski isiklikud ega kohustanud komisjoni millekski.

### ***b) Üldkohtu hinnang***

605 Kõigepealt tuleb meenutada, et Üldkohtul on rahaliste sanktsioonide osas, mille komisjon on ELTL artiklite 101 ja 102 rikkumiste eest määranud, täielik pädevus, mis põhineb ELTL artikli 261 alusel määruse nr 1/2003 artiklil 31. Lisaks lihtsale õiguspärasuse kontrollile, mis võimaldab ainult jätta tühistamishagi rahuldamata või tühistada vaidlustatud akti, annab see täielik pädevus Üldkohtule õiguse muuta vaidlustatud akti – isegi kui ta seda ei tühista –, võttes arvesse kõiki faktilisi asjaolusid, selleks et näiteks muuta trahvi summat – nii vähendada kui ka suurendada seda (3. septembri 2009. aasta kohtuotsus *Prym ja Prym Consumer vs. komisjon*, C-534/07 P, EU:C:2009:505, punkt 86; vt selle kohta ka 3. detsembri 1957. aasta kohtuotsus *ALMA vs. Ülemamet*, 8/56, EU:C:1957:12, lk 191, ning 8. veebruari 2007. aasta kohtuotsus *Groupe Danone vs. komisjon*, C-3/06 P, EU:C:2007:88, punktid 60–63). Neil asjaoludel võib Üldkohus vajaduse korral anda teistsuguseid hinnanguid, kui andis komisjon vaidlustatud otsuses seoses Google'ile määratud rahalise sanktsiooniga.

606 Esimese argumendina, millega ta vaidlustab talle määratud rahalise sanktsiooni, esitab Google sisuliselt argumendi, et arvestades seda, et talle ette heidetava tegevuse analüüs vaidlustatud otsuses oli uudne, ei saanud ta ELTL artiklit 102 rikkuda ei tahtlikult ega ettevaatamatuse tõttu, mistõttu on tema karistamine välistatud.

607 Määruse nr 1/2003 artikli 23 lõike 2 punktis a on sätestatud, et komisjon võib määrata ettevõtjatele trahve, kui nad „tahtlikult või ettevaatamatuse tõttu“ rikuvad ELTL artiklit 102.

608 Küsimuses, kas rikkumine pandi toime tahtlikult või ettevaatamatuse tõttu, ilmneb kohtupraktikast, et esimese juhtumiga on tegemist siis, kui asjaomasele ettevõtjale ei saanud olla teadmata, et tema tegevus on konkurentsivastane (vt selle kohta 1. veebruari 1978. aasta kohtuotsus *Miller International Schallplatten vs. komisjon*, 19/77, EU:C:1978:19, punkt 18; 8. novembri 1983. aasta kohtuotsus *IAZ International Belgium jt vs. komisjon*, 96/82–102/82, 104/82, 105/82, 108/82 ja 110/82, EU:C:1983:310, punkt 45, ning 10. juuli 2014. aasta kohtuotsus *Telefónica ja Telefónica de España vs. komisjon*, C-295/12 P, EU:C:2014:2062, punkt 156). Ettevõtjat võib siiski karistada ka juhul, kui ta pani ELTL artikli 102 rikkumise toime ettevaatamatuse tõttu, kusjuures see teine juhtum, mil on võimalus määrata sanktsioon, ja esimene juhtum on alternatiivsed võimalused (vt selle kohta 25. märtsi 1996. aasta kohtumäärus *SPO jt vs. komisjon*, C-137/95 P, EU:C:1996:130, punktid 53–57).

- 609 Tõendamaks, et Google rikkus ELTL artiklit 102 tahtlikult või ettevaatamatuse tõttu, märkis komisjon vaidlustatud otsuse põhjendustes 723–729, et Google'ile ei saanud olla teadmata esiteks see, et ta on asjaomastel riigisisestel üldotsingu turgudel valitsevas seisundis, ning teiseks see, et tema tegevus kujutab endast turgu valitseva seisundi kuritarvitamist. Ta lisas, et asjaolu, et täpselt seda liiki tegevust ei oldud varasemates otsustes käsitletud, ei takistanud määrata trahvi. Mis puudutab väidet, et Google'ile ei saanud olla teadmata, et tema tegevus kujutab endast kuritarvitamist, siis komisjon põhjendas oma väidet märkusega, et teatavat turgu valitseva seisundi ärakasutamine eesmärgiga laiendada seda seisundit ühele või mitmele sidusturule, on hästi väljakujunenud kuritarvitamise vorm, millega kaldutakse kõrvale kaupade või teenuste omadustel põhinevast konkurentsist. Ta viitas vaidlustatud otsuse põhjenduses 334 eelkõige 3. oktoobri 1985. aasta kohtuotsusele CBEM (311/84, EU:C:1985:394, punkt 27), 14. novembri 1996. aasta kohtuotsusele Tetra Pak vs. komisjon (C-333/94 P, EU:C:1996:436, punkt 25), 17. veebruari 2011. aasta kohtuotsusele TeliaSonera Sverige (C-52/09, EU:C:2011:83, punkt 85), 7. oktoobri 1999. aasta kohtuotsusele Irish Sugar vs. komisjon (T-228/97, EU:T:1999:246, punkt 166) ning 17. septembri 2007. aasta kohtuotsusele Microsoft vs. komisjon (T-201/04, EU:T:2007:289, punkt 1344). Komisjon rõhutas ka, et ta saatis Google'ile 13. märtsil 2013 esialgse hinnangu, milles ta näitas, mille poolest kujutas Google'i tegevus endast ELTL artikli 102 rikkumist.
- 610 Eespool punktis 609 viidatud kohtuotsused, tõlgendatuna nende kontekstis, ei võimalda siiski – nagu ilmneb punktides 162 ja 163 eespool – asuda seisukohale, et igasugune teatavat turgu valitseva seisundi ärakasutamine eesmärgiga laiendada seda valitsevat seisundit ühele või mitmele sidusturule kujutab endast hästi välja kujunenud kuritarvitamise vormi. Igaühes nendest kohtuasjadest leiti, et kaupade või teenuste omadustel põhinevast konkurentsist on kõrvale kaldunud konkreetse tegevuse liigiga, mis erineb Google'i tegevusest, näiteks seadusliku monopoli abitegevuse endale reserveerimise, seotud müügi või turuhinnast madalamate hindade kasutamise, „hinnakruvi“ kasutamise, diskrimineerivate hinnategevuste või klientide püsiklientideks muutmise tegevuste või ka keeldumisega infosüsteemide koostoimimisest. Lisaks on nende kohtuotsuste punktides, millele komisjon viitab, ainult täpsustatud, et turgu valitseva seisundi kuritarvitamine võib olla tuntav isegi siis, kui see avaldab mõju muule turule kui see, kus asjaomasel ettevõtjal on valitsev seisund, või kui see avaldab mõju turule, kus asjaomasel ettevõtjal on valitsev seisund, samas kui asjaomane tegevus leiab aset muul turul, või siis, kui asjaomane tegevus ja selle mõju asetuvad muu turu raamistikku kui see, kus asjaomasel ettevõtjal on valitsev seisund. Võimalus tuvastada vastavalt juhul ELTL artikli 102 alusel kuritarvitamine, mis on pandud toime muul turul kui see, kus asjaomasel ettevõtjal on valitsev seisund, ei tähenda aga, et igasugune tegevus, mille abil ettevõtja kasutab oma teatavat turgu valitsevat seisundit ära selleks, et laiendada teisele turule, on tingimata konkurentsivastane. Nagu on meenutatud eespool punktis 162, ei saa lihtsalt ettevõtja turgu valitseva seisundi laiendamine sidusturule olla iseenesest tõend tegevusest, millega kaldutakse kõrvale „tavapärasest konkurentsist“ 27. märtsi 2012. aasta kohtuotsuse Post Danmark (C-209/10, EU:C:2012:172, punkt 24 ja seal viidatud kohtupraktika) tähenduses, isegi kui niisugune laiendamine viib konkurentide kadumise või marginaliseerumiseni.
- 611 Lisaks, kuna Google'i rikkumine tuvastati asjaomastest riikidest seitsmes riigis alates kuupäevadest, mis on varasemad 2013. aasta märtsikuust, on komisjoni argument, et ta teatas seda, et Google'i tegevus on konkurentsivastane, Google'ile saadetud esialgses hinnangus, ajalisest vaatevinklist ebapiisav, mis puudutab 2013. aasta märtsikuust varasemat perioodi.
- 612 Väljakujunenud kohtupraktikast ilmneb siiski, et missugused ka ei oleks tema turgu valitseva seisundi põhjused ning isegi kui see tuleneb tema kaupade ja teenuste kvaliteedist, lasub ettevõtjal, kes on selles seisundis, siiski eriline vastutus, mille tõttu peab ta mitte kahjustama oma

- tegevusega tõhusat ja moonutamata konkurentsi ühisturul (vt selle kohta 9. novembri 1983. aasta kohtuotsus *Nederlandsche Banden-Industrie-Michelin vs. komisjon*, 322/81, EU:C:1983:313, punkt 57, ja 17. veebruari 2011. aasta kohtuotsus *TeliaSonera Sverige, C-52/09*, EU:C:2011:83, punkt 24).
- 613 Seega kehtivad turgu valitsevas seisundis ettevõtja suhtes ERTL artikli 102 kohaldamisalas teatavad piirangud, mida ei kohaldata teiste ettevõtjate suhtes, ning tavapärase konkurentsi tingimustes lubatud tegevus võib kujutada endast kuritarvitamist, kui seda kasutab turgu valitsevas seisundis ettevõtja (kohtujurist Kokott'i ettepanek kohtuasjas *Post Danmark, C-23/14*, EU:C:2015:343, punkt 25; vt selle kohta ka 16. märtsi 2000. aasta kohtuotsus *Compagnie maritime belge transports jt vs. komisjon, C-395/96 P ja C-396/96 P*, EU:C:2000:132, punkt 131).
- 614 Väljakujunenud kohtupraktikast ilmneb ka, et turgu valitsev seisund võib – nagu rõhutavad komisjon ja Saksamaa Liitvabariik – anda alust tuvastada selle kuritarvitamine tagajärgede tõttu, mille asjaomase turgu valitsevas seisundis ettevõtja tegevus konkurentsi moonutamise teisel turul kaasa toob (vt selle kohta 6. märtsi 1974. aasta kohtuotsus *Istituto Chemioterapico Italiano ja Commercial Solvents vs. komisjon, 6/73 ja 7/73*, EU:C:1974:18, punkt 25, ning 3. oktoobri 1985. aasta kohtuotsus *CBEM, 311/84*, EU:C:1985:394, punktid 25 ja 26).
- 615 Komisjon käsitleb seda liiki olukordi oma suunistes komisjoni täitetegevuse prioriteetide kohta [ERTL artikli 102] kohaldamisel turgu valitsevate ettevõtjate kuritahtliku konkurentide tõrjuva tegevuse suhtes, viidates väga suurele hulgale Euroopa Kohtu ja Üldkohtu otsustele (vt eelkõige punktid 52 jj). Selles teatises analüüsib komisjon näiteks seotud ja rühmitatud müügi juhtumit, märkides, et tegemist on levinud tegevustega, mille eesmärk on tavaliselt pakkuda klientidele paremaid kaupu või teha säästlikumaid pakkumisi. Ta juhib siiski tähelepanu, et niisugune tegevus turgu valitsevas seisundis ettevõtja poolt võib kahjustada tarbijat, kui seda liiki müük „lukustab“ turu ja viib konkurentide konkurentsivastase väljatõrjumiseni.
- 616 Eelnevat arvestades tundub, et kuna Google'ile oli tema valitsev seisund üldotsingu turgudel EMPs teada ning ta soodustas oma üldistel tulemustelehtedel omaenese hinnavõrdlusvahendit võrreldes oma konkurentidega, kuigi see käitumine kujutas endast teatavat normist kõrvalekaldumist – nagu on tuvastatud eespool punktis 179 –, ning ta teadis ka, kui tähtsad on need lehed hinnavõrdlusvahenditele infovoo allikatena, pidi Google teadma, et tema tegevus kahjustab eri ettevõtjate võrdseid võimalusi, mille olemasolu tagab moonutamata konkurentsüsteemi (vt eespool punkti 180 lõpus viidatud kohtupraktika), ning et see tegevus võib tema konkurendid turult välja tõrjuda või piirata konkurentsi nende poolt teatavatel spetsialiseeritud kaubaotsingu turgudel EMPs. Ta valis seega tahtlikult konkurentsivastase tegevuse, mida on peetud silmas eespool punktis 608 viidatud kohtupraktikas ja mis võis kujutada endast turgu valitseva seisundi kuritarvitamist. Tuleb tõdeda, et nimetatud rikkumine pandi seega toime tahtlikult, sh enne, kui Google sai 2013. aasta märtsis esialgse hinnangu, milles komisjon näitas, mille poolest võib tema tegevus kujutada endast ERTL artikli 102 rikkumist.
- 617 Seda enam jätkati rikkumist pärast selle hinnangu saamist tahtlikult. Google ei ole nimelt vaielnud vastu sellele, et nimetatud hinnangus juhtis komisjon tema tähelepanu – nagu on märgitud vaidlustatud otsuse põhjenduses 63 – sellele, et asjaolu, et ta kohtleb oma üldistel tulemustelehtedel soodsamalt linke, mis suunavad tema enda spetsialiseeritud otsingu teenuste juurde, võrreldes linkidega, mis suunavad konkureerivate spetsialiseeritud otsingu teenuste juurde, võib kujutada endast ERTL artikli 102 ja EMP lepingu artikli 54 rikkumist (vt selle kohta 14. aprilli 2011. aasta kohtuotsus *Visa Europe ja Visa International Service vs. komisjon, T-461/07*, EU:T:2011:181, punktid 250–252). Vaadanud mööda komisjoni murest seoses tema

hinnavõrdlusvahendiga, võis Google veelgi vähem väita, et ta oli veendunud, et tema tegevus vastas ELTL artiklis 102 sätestatud eeskirjadele (vt selle kohta 17. detsembri 2003. aasta kohtuotsus *British Airways vs. komisjon*, T-219/99, EU:T:2003:343, punkt 314). Komisjon oli seega olukorras, kus ta võis – v.a kui selle vastu räägib mõni eriline asjaolu – määrata sanktsiooni.

- 618 Selles küsimuses tuleb nentida, et asjaolu, et Google'ile etteheidetavat konkreetset liiki tegevust ei ole enne vaidlustatud otsust liidu konkurentsieeskirjade kohaldamise otsuses käsitletud – mida komisjon tunnistas, märkides vaidlustatud otsusest teatamise pressiteates avalikult, et see otsus on „pretsedent, milles on kindlaks määratud raamistik, mis võimaldab hinnata seda liiki tegevuse seaduslikkust“ –, ei tähenda, et Google ei saanud oma rikkumise tuvastamist ja ka sanktsiooni ette näha, võttes arvesse eespool punktides 612–616 mainitud asjaolusid (vt selle kohta 8. septembri 2016. aasta kohtuotsus *Lundbeck vs. komisjon*, T-472/13, EU:T:2016:449, punktid 761–767).
- 619 Samamoodi on võimaliku asjaoluga – millele komisjon vastu vaidleb –, et menetluse teatavas etapis võis ta märkida, et ei saa kohustada Google'it tegema oma tegevuses niisuguseid muudatusi, milleks ta viimast lõpuks kohustas. Menetluse selles etapis, mis vastab hetkele, mil komisjon kavatses Google'i võetud kohustused heaks kiita ja jätta tema kohta esitatud kaebused rahuldamata, sai niisugune seisukohavõtt olla ainult esialgne ega saa ka õigustada seda, et Google ei saanud oma rikkumist ja ka sanktsiooni ette näha, võttes arvesse eespool punktides 612–616 mainitud asjaolusid.
- 620 Kuigi juhul, kui kohaldatakse määrust nr 1/2003, milles on nähtud ette karistused ELTL artiklites 101 ja 102 sätestatud konkurentsieeskirjade rikkumise eest, tuleb järgida Euroopa Liidu põhiõiguste harta artiklis 49 sätestatud süütegude ja karistuste õiguspärasuse põhimõtet (vt selle kohta 10. juuli 2014. aasta kohtuotsus *Telefónica ja Telefónica de España vs. komisjon*, C-295/12 P, EU:C:2014:2062, punktid 146–149), ei saa seda põhimõtet tõlgendada nii, et see keelab kriminaalvastutust käsitlevate sätete järkjärgulise selgemaks muutmise kohtu poolt konkreetsetes asjades antavate tõlgenduste abil, tingimusel et selle tulemus on rikkumise toimepanemise hetkel mõistlikult ettenähtav, pidades eelkõige silmas sellel ajal kohtupraktikas levinud tõlgendust asjaomasele sättele (vt 22. oktoobri 2015. aasta kohtuotsus *AC-Treuhand vs. komisjon*, C-194/14 P, EU:C:2015:717, punkt 41 ja seal viidatud kohtupraktika).
- 621 Google, keda selles küsimuses toetab CCIA, väidab talle määratud rahalise sanktsiooni vaidlustamiseks sisuliselt teise argumendina, et teda koheldakse ebavõrdselt võrreldes teiste asjadega, milles ettevõtjaid, kes olid rikkunud konkurentsieeskirju, ei karistatud sel põhjusel, et nad ei olnud teadlikud, et nad on neid eeskirju rikkunud, või siis varasema teadmatuses tõttu, kas rikkumine on olemas, sest erinevate riigisiseste asutuste hinnangutes esinesid lahknevused.
- 622 Võrdse kohtlemise põhimõte on liidu õiguse üldpõhimõte, mida käsitlevad Euroopa Liidu põhiõiguste harta artiklid 20 ja 21. Väljakujunenud kohtupraktikast nähtub, et kõnealune põhimõte nõuab, et sarnaseid olukordi ei koheldaks erinevalt ja erinevaid olukordi ei koheldaks ühtemoodi, välja arvatud juhul, kui see on objektiivselt põhjendatud (12. novembri 2014. aasta kohtuotsus *Guardian Industries ja Guardian Europe vs. komisjon*, C-580/12 P, EU:C:2014:2363, punkt 51, ning 26. jaanuari 2017. aasta kohtuotsus *Roca vs. komisjon*, C-638/13 P, EU:C:2017:53, punkt 65).
- 623 Kohtupraktikast ilmneb ka, et võrdlused teiste komisjoni trahvide alal tehtud otsustega võivad võrdse kohtlemise põhimõttest lähtudes asjakohased olla ainult siis, kui on tõendatud, et nende teiste asjadega seotud juhtumite üksikasjalikud asjaolud, näiteks turud, kaubad, riigid, ettevõtjad ja asjaomased ajavahemikud, on käsitletava juhtumi asjaoludega sarnased. Samuti ilmneb

kohtupraktikast, et võrdlemisel tuleb lähtuda kaasaegsetest kohtuotsustest (24. märtsi 2011. aasta kohtuotsus IMI jt vs. komisjon, T-378/06, ei avaldata, EU:T:2011:109, punkt 42, ning 27. juuni 2012. aasta kohtuotsus YKK jt vs. komisjon, T-448/07, ei avaldata, EU:T:2012:322, punkt 151).

- 624 Isegi seda teist, ajalist tegurit arvesse võtmata tuleb tõdeda, et komisjoni Motorola Mobility LLC-le adresseeritud 29. aprilli 2014. aasta otsus C(2014) 2892 (final) [ELTL] artiklis 102 ja EMP lepingu artiklis 54 sätestatud menetluse kohta (AT.39985 – Motorola – GPRS-standardi põhiste patentide jõustamine), komisjoni 2. juuni 2004. aasta otsus EÜ asutamislepingu artiklile 82 vastava menetluse kohta (COMP/38.096 – Clearstream (kliiring ja arveldamine)), komisjoni 27. augusti 2003. aasta otsus EÜ asutamislepingu artiklile 82 vastava menetluse kohta (COMP/37.685 GVG/FS), komisjoni 22. jaanuari 2019. aasta otsus C(2019) 241 (final) ELTL artikli 101 ja EMP lepingu artikli 53 kohase menetluse kohta (AT.40049, MasterCard II) ning komisjoni 25. juuli 2001. aasta otsus EÜ asutamislepingu artiklile 82 vastava menetluse kohta (COMP/C-1/36.915 – Deutsche Post AG – piiriülese saadetise äravõtmine), millele CCIA tugineb, puudutasid sektoreid ja probleeme, mis olid väga erinevad käesoleva kohtuasja omadest: vastavalt elektroonilise side tehnoloogiate sektorit probleemidega, mis seonduvad patendi olemasolu ja kohtule esitatud hagiga, milles paluti lõpetada ühe niisuguse tehnoloogia kasutamine; väärtpaberitehingute tasaarveldamise ja arveldamise sektorit probleemidega, mis seonduvad teenuste osutamisest keeldumise ja diskrimineerivate hindade kohaldamisega; reisijate rahvusvahelise raudteeveo sektorit probleemidega, mis seonduvad keeldumisega anda teavet, mis võimaldaks pääseda võrgule ligi rahvusvahelise koondumisega raudteeveo alal; erinevate EMP riikide vaheliste kaardimaksete sektorit hinnaprobleemidega, mis seonduvad vahendustasudega, ning postiteenuste sektorit probleemidega, mis seonduvad tegevustega, mida nimetatakse „rahvusvaheline ümbersuunamine“ või „riigisisene ümbersuunatud post“. Paljude teiste otsuste puhul, millele Google tugineb, ei ole samuti asjaolud sarnased käesoleva kohtuasja asjaoludega – millele Google ei saa põhjendatult vastu vaielda, sest ta väidab sisuliselt, et vaidlustatud otsus on „esmakordne“.
- 625 Otsuste puhul, mis puudutavad asjaolusid, mis ei ole sarnased, ei kujuta komisjoni otsuste tegemise praktika endast aga õiguslikku raamistikku konkurentsi valdkonnas trahvide summa kindlaksmääramisel, sest komisjonil on sellel alal kaalutusõigus, mille kasutamisel ei ole ta seotud hinnangutega, mille ta on andnud varem (vt selle kohta 24. septembri 2009. aasta kohtuotsus Erste Group Bank jt vs. komisjon, C-125/07 P, C-133/07 P, C-135/07 P ja C-137/07 P, EU:C:2009:576, punkt 123).
- 626 Järelikult ei ole asjaolu, et mõnes varasemas otsuses võis komisjon leida, et trahvi ei ole vaja määrata, olles tuvastanud liidu konkurentsieeskirjade rikkumise, näiteks seepärast, et asjaomase tegevuse liik tuli ette esimest korda, või seetõttu, et liikmesriigi ametiasutused või kohtud olid seda hinnanud erinevalt, komisjonile siduv ja ammugi ei ole see siduv Üldkohtule.
- 627 Seda arvestades tuleb rõhutada – nagu on meenutatud eespool punktis 608 –, et on võimalik asuda seisukohale, et liidu konkurentsieeskirjade rikkumine pandi toime tahtlikult, kui asjaomasele ettevõtjale ei saanud olla teadmata, et tema käitumine on konkurentsi kahjustav, mis võimaldab sel juhul määrata talle toime pandud rikkumise eest sanktsiooni.
- 628 Lisaks ei näita miski määruses nr 1/2003 ega suunistes, et komisjon peaks – nagu Google samuti väidab – hoiduma karistamast „esmakordse“ tegevuse eest, mis on liidu konkurentsieeskirjadega vastuolus, kui see ei ole oma laadi või eesmärgi poolest konkurentsivastane. Asjakohane õiguslik kriteerium on – nagu on meenutatud eespool punktis 607 – see, kas tuvastatud rikkumine pandi toime tahtlikult või ettevaatamatuse tõttu.



- 629 Seega tuleb asjaolu, et tuvastatud kuritarvitamine kujutab endast olukorda, mille suhtes ei ole liidu konkurentsieeskirju kunagi kohaldatud, sanktsiooni hindamisel arvesse võtta, kuid see ei takista selle määramist (vt selle kohta 3. juuli 1991. aasta kohtuotsus AKZO vs. komisjon, C-62/86, EU:C:1991:286, punkt 163).
- 630 Seda arvestades ei saa komisjoni eelnevate otsuste tõttu, millele Google ja CCIA tuginevad, ega isegi riigisiseste kohtu- või haldusotsuste tõttu, millele nad Google'i „kasuks“ viitasid ja mis puudutasid tegevust, mida vaidlustatud otsuses käsitletakse, asuda seisukohale, et Google'ile ei saanud rahalist sanktsiooni määrata.
- 631 Google, keda ikka toetab CCIA, väidab talle määratud rahalise sanktsiooni vaidlustamise eesmärgil kolmanda argumendina sisuliselt, et kuna komisjon otsustas käsitleda juhtumit kohustuste heakskiitmise menetluses – mis eeldab, et juhtumis ei määrata mingit karistust –, ei saanud komisjon kokkuvõttes talle niisugust karistust määrata, isegi kui ta oli otsustanud naasta klassikalise rikkumise tuvastamise menetluse juurde.
- 632 Komisjon vastas sellele argumendile haldusmenetluse jooksul vaidlustatud otsuse põhjendustes 730–734. Ta märkis, et tal on kaalutusõigus, et teha kas määruse nr 1/2003 artikli 9 alusel kohustuste heakskiitmise otsus või sama määruse artikli 7 alusel rikkumise tuvastamise otsus. Ta viitas 29. juuni 2010. aasta kohtuotsusele komisjon vs. Alrosa (C-441/07 P, EU:C:2010:377, punkt 40) ja 30. juuni 2016. aasta kohtuotsusele CB vs. komisjon (T-491/07 RENV, ei avaldata, EU:T:2016:379, punkt 470). Seejärel meenutas ta viidetega vaidlustatud otsuse põhjendustele 123–137 põhjuseid, miks ta naasis klassikalise rikkumise tuvastamise menetluse juurde, st peamiselt seepärast, et täheldatud konkurentsiprobleemide parandamiseks välja pakutud kohustused ei olnud piisavad, ning märkis, et kuna ta oli naasnud klassikalise menetluse juurde, on tal kõik sellega seotud eesõigused, sh eesõigus määrata rahaline sanktsioon. Ta lisas, et asjaomane ettevõtja otsustatakse trahvist vabastada ainult erakorralistel asjaoludel, näiteks ettevõtja otsustava panuse korral rikkumise tuvastamise, millele Google'i kohustuste ettepanekud sugugi kaasa ei aidanud.
- 633 Nagu märkis Üldkohus 30. juuni 2016. aasta kohtuotsuses CB vs. komisjon (T-491/07 RENV, ei avaldata, EU:T:2016:379, punkt 470), millele komisjon vaidlustatud otsuses tugineb, tuleneb määruse nr 1/2003 sõnastusest, et komisjonil on kaalutusruum, mis võimaldab tal valida, kas teha selle määruse artiklil 7 põhinev otsus või selle artiklil 9 rajanev otsus. Tegusõna „võima“ kasutamisest selles viimases artiklis, milles on sätestatud, et „[k]ui [...] asjaomased ettevõtjad teevad ettepaneku kohustuste võtmiseks seoses komisjoni [...] tõstatatud küsimuste lahendamisega, võib komisjon muuta need kohustused asjaomastele ettevõtjatele siduvaks“, ilmneb ka, et komisjon ei ole kohustatud jätkama kohustuste heakskiitmise menetlust, mille ta on algatanud, ning et ta võib naasta klassikalise rikkumise tuvastamise menetluse juurde. Komisjonil on õigus seda teha näiteks seepärast, et ta leiab, et väljapakutud kohustused on ebapiisavad, et lahendada täheldatud konkurentsiprobleemid, sest ilmneb, et faktilised asjaolud või need probleemid on ulatuslikumad, kui esialgu piiritletud, või isegi seetõttu, et kokkuvõttes leiab komisjon, et üldise konkurentsipoliitikaga seotud põhjustel on sobivam tuvastada rikkumine – mida kontrollib vajaduse korral kohus.
- 634 Nagu väidab komisjon, ei takista naasmine klassikalise rikkumise tuvastamise menetluse juurde pärast seda, kui ta algatas kohustuste heakskiitmise menetluse, iseenesest määrata rahalist sanktsiooni, sest klassikaline menetlus hõlmab niisugust õigust, nagu ilmneb määruse nr 1/2003

artikli 7 lõikest 1, tõlgendatuna koostoimes artikli 23 lõike 2 punktiga a. Seda märkiski komisjon sisuliselt vaidlustatud otsuse põhjendustes 730–733, kusjuures see otsus ei ole niisiis – vastupidi CCIA väitele – selles osas ebapiisavalt põhjendatud.

- 635 Google ja CCIA näivad arvavat, et käsitletaval juhul on komisjon eiranud õiguspärase ootuse kaitse põhimõtet, määrates karistuse pärast seda, kui ta algatas esialgu kohustuste heakskiitmise menetluse. Nad viitavad vastupidises tähenduses määruse nr 1/2003 põhjendusele 13, komisjoni pressiteatele, milles tutvustatakse kohustuste heakskiitmise menetlust, ning komisjoni konkurentsi peadirektoraadi menetlusjuhendile, milles on märgitud, et see menetlus ei ole sobiv, kui juhtumi laadi tõttu saab määrata karistuse.
- 636 Selles küsimuses tuleb meenutada, et õiguspärase ootuse kaitse põhimõtte kui liidu õiguse üldpõhimõtte eiramine eeldab, et isikus, kes sellele tugineb, on liidu institutsioon konkreetsete tagatistega tekitanud põhjendatud lootusi (vt selle kohta 24. novembri 2005. aasta kohtuotsus Saksamaa vs. komisjon, C-506/03, ei avaldata, EU:C:2005:715, punkt 58; 22. juuni 2006. aasta kohtuotsus Belgia ja Forum 187 vs. komisjon, C-182/03 ja C-217/03, EU:C:2006:416, punkt 147, ning 21. juuli 2011. aasta kohtuotsus Alcoa Trasformazioni vs. komisjon, C-194/09 P, EU:C:2011:497, punkt 71).
- 637 Ehkki peale selle pressiteate ja menetlusjuhendi, millele Google ja CCIA tuginevad, on määruse nr 1/2003 põhjenduses 13 tõesti märgitud, et kohustuste heakskiitmise otsused ei ole sobivad, kui komisjon kavatses määrata trahvi, väljendab asjaolu, et komisjon otsustab ELTL artiklite 101 ja 102 võimaliku rikkumise juhtumi uurimise teatavas etapis algatada kohustuste heakskiitmise menetluse, ainult eelnevat, mitte lõplikku menetluslikku valikut. Niisugune menetluslik valik ei saa kujutada endast konkreetset tagatist, et komisjon ei naase klassikalise rikkumise tuvastamise menetluse juurde ega määra karistust. Selles küsimuses tuleb viidata põhjendustele, mis on esitatud eespool punktides 633 ja 634 (vt selle kohta ja analoogia alusel 23. oktoobri 2003. aasta kohtuotsus Van den Bergh Foods vs. komisjon, T-65/98, EU:T:2003:281, punktid 192–194, ning 14. aprilli 2011. aasta kohtuotsus Visa Europe ja Visa International Service vs. komisjon, T-461/07, EU:T:2011:181, punktid 223 ja 224).
- 638 Järelikult ei takistanud asjaolu, et komisjon leidis menetluse teatavas etapis, et juhtumit võib vajaduse korral käsitleda kohustuste heakskiitmise menetluses, määrata lõpuks Google'ile rahalist sanktsiooni pärast seda, kui ta naasis klassikalise rikkumise tuvastamise menetluse juurde.
- 639 Eelnevast tuleneb seega, et komisjonil oli õigus määrata Google'ile rahaline sanktsioon.

## **2. Kuuenda väite teine osa, mis käsitleb rahalise sanktsiooni suurust**

- 640 Kõigepealt tuleb meenutada, et suunistes märgib komisjon, et selle trahvi summa arvutamisel, millega karistatakse liidu konkurentsieeskirjade rikkumise eest, võtab ta aluseks ühte osa rikkumisega seotud kaupade või teenuste müügiväärtusest ja selle rikkumise kestust. Rikkumisega otseselt või kaudselt seotud müügiväärtust aluseks võetaval aastal mõjutab seega raskusastme koefitsient, mis võib ulatuda 30 protsendini (kordaja 0,3). Nii saadud summa korrutatakse seejärel aastates väljendatud rikkumise kestusega, siis suurendatakse seda selleks, et trahv oleks hoiatav, vajaduse korral lisasumma võrra, mis vastab 15–25 protsendile sellest aastastest müügiväärtusest, et saada „trahvi põhisumma“. Komisjon täpsustab, et ta võtab müügiväärtuse kindlaksmääramisel põhimõtteliselt aluseks rikkumises osalemise viimase täisaasta (suuniste punktid 5–25). Ta märgib ka, et raskendavate või kergendavate asjaolude tõttu võib ta trahvi põhisummat muuta ning lõpuks võib ta seda veelgi suurendada, eelkõige selleks, et trahv

oleks hoiatav, ettevõtjate puhul, kelle käive on – jättes kõrvale kaubad ja teenused, mida rikkumine puudutab – eriti suur, tingimusel et järgitakse karistuse õigusnormidega kehtestatud ülempiiri, milleks on 10% ülemaailmsest käibest otsuse tegemisele eelneval majandusaastal (suuniste punktid 27–33).

641 Nagu on üksikasjalikumalt näidatud eespool punktides 75–77, valis komisjon käsitletaval juhul raskusastme koefitsiendi 10%, mida kohaldati tulude suhtes, mida saadi 2016. aastal tootereklaamidest *Shopping Unit*'ites ja spetsialiseeritud lehel Google Shopping ning tekstreklaamidest samuti sellel lehel 13 riigis, mille puhul ta etteheidetava tegevuse tuvastas. Ta korrutas seda summat rikkumise aastate arvuga, mida arvestati alates *Product Universal*'ite kasutuselevõtust, või nende puudumise korral alates *Shopping Unit*'ite kasutuselevõtust, ning lisas karistuse hoiatava mõju tagamiseks lisasumma, mis vastas 10 protsendile eespool nimetatud summadest, ning leidmata raskendavaid või kergendavaid asjaolusid, suurendas ta saadud summat, kohaldades selle suhtes kordajat 1,3.

#### **a) Poolte argumendid**

642 Google väidab, et eeldusel, et komisjonil oli õigus talle trahv määrata, arvutati see trahv igatahes ekslikult. Google leiab suunistele viidates, et komisjon valis vale müügiväärtuse summa; liiga pika rikkumisperioodi; liiga suure raskusastme koefitsiendi; põhjendamatu suurendamise, mida tavaliselt kasutatakse selleks, et hoiatada konkurentsi kahjustavate kokkulepete eest; hoiatava täiendava koefitsiendi, mis oli samuti põhjendamatu, ja vale vahetuskursi ning et küll aga ei võtnud ta arvesse kergendavaid asjaolusid.

643 Google vaidleb kõigepealt vastu sellele, et müügiväärtuse hindamisel võeti aluseks 2016. aasta. Tema sõnul oleks tulnud valida tulude keskmine väärtus etteheidetava tegevuse kestuse jooksul, mis oleks majanduslikku tegelikkust ja olukorda paremini väljendanud. Komisjon teatas seda muide vastuväiteteatises ja toimis nii mitmes asjas.

644 Seejärel märgib ta, et komisjon võttis iga asjaomase riigi puhul arvesse liiga pikka rikkumisperioodi. 2011. aastale eelnevate aastate osas ei viidud läbi mingit konkurentsianalüüsi, ainult otsinguvoogude analüüs Prantsusmaal, Saksamaal ja Ühendkuningriigis, ning mitmes riigis võeti Google Shopping, mida on vaidlustatud otsuses peetud Google'i kaupade ostmise võrdlusteenuseks, kasutusele alles 2016. aasta septembris, ehkki *Shopping Unit*'id olid juba olemas. Ka ajavahemikku, mil komisjoniga peeti läbirääkimisi Google'i võimalike kohustuste üle 2012. aasta maikuust kuni 2015. aasta märtsikuuni, ei oleks tohtinud arvesse võtta – vastupidi sellele, mida ilma mingi selgituseta tehti.

645 Raskusastme koefitsient 10% on liiga kõrge. Tegemist on kõige kõrgema raskusastme koefitsiendiga (koos sellega, mida kohaldati juhtumil, mil konkurentsivastane tegevus oli muide palju tõsisem), mida on ELTL artikli 102 rikkumise puhul kohaldatud. Isegi kõige raskematel juhtudel, mis puudutavad ELTL artikliga 101 keelatud kokkuleppeid, ületab see koefitsient harva 20%. Esitatud põhjendus, st seos Google'i suurte turuosadega ja asjaomaste turgude majanduslik kaal, ei õigusta seda. Need asjaolud on seotud turu olukorra, mitte selle tegevuse raskusastmega, mille eest karistatakse. Juhtumil, mille kohta tehti komisjoni 13. mai 2009. aasta otsus D(2009) 3726 (final) EÜ asutamislepingu artiklile 82 ja EMP lepingu artiklile 54 vastava menetluse kohta (COMP/C-3/37.990 – Intel) ning mida iseloomustab samalaadne turuolukord, valiti koefitsient 5%, ehkki etteheidetav tegevus oli – niisugusena, nagu seda kirjeldas

üksikasjalikult komisjon ise sellel juhtumil tehtud otsuses – juba oma olemuselt kuritarvituslik ja keerukas ja seda hoiti salajas ning tuvastatud väljatõrjumisstrateegia oli ülemaailmsete mõõtmatega.

- 646 See, et kohaldati lisasummat, mis vastab 10 protsendile aastatuludest, s.o enam kui 200 miljonile eurole, on ELTL artikli 102 rikkumise puhul pretsedenditu, samas kui suunistes on märgitud, et seda liiki suurendamise eesmärk on hoida ära kokkulepped, mis kuuluvad ELTL artikli 101 kohaldamisalasse. Selle suurendamise põhjust ei ole kuidagi selgitatud. Kostja vastuses mainitud eesmärk, st et trahv peab olema hoiatav teistele ettevõtjatele, ei õigusta ebaoproportsionaalse karistuse määramist tegevuse eest, mille valisid ka Google'i konkurendid, kellel pealegi sai vaevalt olla turgu valitsev seisund, võttes arvesse vaidlustatud otsuses esitatud turuanalüüsi.
- 647 Põhjendamatu on ka lõpuks valitud kordaja 1,3, mis annab tulemuseks suurendamise enam kui 500 miljoni euro võrra. Ei piisa üldisest õigustusest vaidlustatud otsuses, et trahv peab olema hoiatav, ega õigustusest, mis on seotud Alphabetti ülemaailmse käibega. Niisugust suurendamist on ELTL artikli 102 rikkumise eest kohaldatud ainult üks kord, kasutamata samal ajal eespool nimetatud lisasummat. See rikkumine puudutas keeldumist pakkuda hädavajalikku vahendit ja hinnakruvi efekti. Lisaks tegi Google käsitletaval juhul komisjoniga konstruktiivset koostööd, varjamata oma etteheidetavat tegevust, mis kaotab vajaduse konkreetse hoiatava koostisosa järele trahvis, mis pealegi oli sellest seisukohast juba täiesti piisav.
- 648 Komisjon kasutas selleks, et määrata Google'i esitatud andmete põhjal, mis olid väljendatud Ameerika Ühendriikide dollarites (USD), rikkumisega seotud kaupade või teenuste müügiväärtus kindlaks eurodes, 2016. aasta vahetuskurssi – mis pealegi oli väär –, ehkki ta oleks pidanud kasutama iga asjaomase aasta keskmisi vahetuskurse.
- 649 Lõpuks oleks komisjon pidanud kergendavate asjaoludena arvesse võtma jõupingutusi, mida Google heauskselt tegi, et pidada kohustuste üle läbirääkimisi; selle teooria uudsust, mille kohaselt on tegemist rikkumisega ja mis tähendab, et võimalikku rikkumist ei pandud toime tahtlikult; eeliseid, mida tarbijad ja müüjad või teenuseosutajad kõnealustest tegevustest said, ning asjaolu, et neid tegevusi ei varjatud.
- 650 Eelnevast tuleneb – eelkõige koos raskusastme koefitsiendi 2,5% (mis vastab poolele koefitsiendist, mis valiti juhtumil, mil tehti komisjoni 13. mai 2009. aasta otsus D(2009) 3726 (final) EÜ asutamislepingu artiklile 82 ja EMP lepingu artiklile 54 vastava menetluse kohta (COMP/C-3/37.990 – Intel)) kasutamisega selle asemel, et kasutada koefitsienti 10%, mida kasutati vaidlustatud otsuses –, et isegi kergendavaid asjaolusid arvesse võtmata ei oleks määratud trahv tohtinud ületada 91 miljonit eurot. Google palub Üldkohtul seega juhul, kui ta jätab rahalise sanktsiooni jõusse, oma täieliku pädevuse kasutamisel kõike eelnevat arvesse võtta.
- 651 Selle kohta, et rikkumisega seotud kaupade või teenuste müügiväärtuse kindlaksmääramisel võeti aluseks 2016. aasta, tähendab komisjon, et see on kooskõlas suuniste punktis 13 märgituga ning et viimane täisaasta enne rikkumise tuvastamist peegeldab majanduslikku tegelikkust, eelkõige rikkumise ulatust ja sisuliselt tulemust, milleni see asjaomastel turgudel viib, st Google'i hinnavõrdlusteenuse arenguni konkureerivate teenuste kahjuks. Ükski Google'i esitatud asjaolu ei kõnele vastupidisest. Täpsemalt õigustasid konkreetset asjaolud – mida käsitletaval juhul ei esinenud – teatavatel juhtudel, millele Google tugineb, võrdse kohtlemise põhimõttest lähtudes seda, et komisjon võttis aluseks mitme aasta keskmisi.

- 652 Valitud rikkumise kestuse kohta meenutab komisjon, et ta tuvastas konkreetsete tõendavate asjaolude abil etteheidetava tegevuse Prantsusmaal, Saksamaal ja Ühendkuningriigis juba enne 2011. aastat – ajavahemik, mille puhul tuvastas ta rikkumise üksnes nendes kolmes riigis. See, et analüüsiti voogu Google'i üldiselt tulemustelehelte hinnavõrdlusvahenditesse, oli asjakohane. Teiste riikide kohta, mille puhul algas tuvastatud rikkumine hiljem, rõhutab komisjon, et mitte ainult spetsialiseeritud leht, vaid ka tootereklaamid ja spetsialiseeritud otsingu tulemused, mis tulid välja üldotsingu tulemustelehtedel enne, kui see spetsialiseeritud leht muutus teatavates riikides kättesaadavaks, moodustavadki Google'i hinnavõrdlusvahendi. Vaidlustatud otsuse põhjendus 412, millele Google viitab, ei ütle midagi enam. Seega võis *Shopping Unit*'ite kasutuselevõttu koos nende tootereklaamidega erinevates riikides lugeda selle tegevuse alguseks, mille eesmärk oli soodustada Google'i hinnavõrdlusvahendit. Lõpuks märgib komisjon, et ei ole mingit põhjust mitte võtta arvesse ajavahemikku, mil arutati võimalikke kohustusi, sest kõnealused tegevused ei katkenud selleks ajaks.
- 653 Valitud 10protsendilise raskusastme koefitsiendi kohta rõhutab komisjon, et see jääb tunduvalt alla suunistes mainitud maksimaalse 30protsendilise koefitsiendi; et see peegeldab seda, kui ulatuslikud olid turud, mida etteheidetav tegevus puudutas, ning selle laadi ja geograafilist ulatust, ning et Üldkohus ei seadnud niisugust koefitsiendi kahtluse alla ühel juhtumil, mis puudutas ELTL artikli 102 kohaldamist. Lisaks ei ole Google tõendanud, et asjaolud nendel teistel juhtumitel, millele ta tugineb, eelkõige juhtumil, mille kohta tehti komisjoni 13. mai 2009. aasta otsus D(2009) 3726 (final) EÜ asutamislepingu artiklile 82 ja EMP lepingu artiklile 54 vastava menetluse kohta (COMP/C-3/37.990 – Intel), olid sarnased käesoleva juhtumi asjaoludega. Komisjon rõhutab selle erinevusi, mis puudutab kaupu, turge, asjaomaseid ettevõtjaid ja ajavahemikke, mille jooksul tegevust täheldati.
- 654 Ka lisasumma, mis vastab 10 protsendile aastatuludest, on õigustatud. Suuniste punkt 25 ei näita, et niisugust lisasummat saab kohaldada ainult ELTL artikliga 101 keelatud kartellide juhtumitel, vaid et see on ette nähtud teiste ettevõtjate hoiatamiseks, et nad ei paneks toime rikkumist, mis on sarnane sellega, mille eest karistus määratakse, sh teistel kaubaturgudel. Google ei ole ka tõendanud, et juhtumid, mil komisjon ei lisanud karistusesse niisugust summat, olid käsitletava juhtumiga sarnased. Seega ei olnud sellise summa kohaldamist vaja eriliselt põhjendada.
- 655 Lõpuks valitud kordaja 1,3 oli omakorda mõeldud selleks – nagu ilmneb suuniste punktist 30 –, et võtta arvesse Google'i tegevuse ulatust väljaspool turge, mida etteheidetav käitumine puudutab. Komisjon näitab Google'i kogukäibena ära summa, mis oli 40 korda suurem. See kordaja võimaldas saavutada piisavalt kõrge karistuse taseme niisuguse ettevõtja kohta, et karistus jääks hoiatavaks. Google'i suhtumine menetluse ajal, mille eesmärk oli lahendada asi kohustuste võtmise, ei ole seejuures asjakohane.
- 656 Ameerika Ühendriikide dollari 2016. aasta keskmine vahetuskurss euro suhtes, mis on Euroopa Keskpanga (EKP) trükiste kohaselt 1 dollar = 0,9039 eurot ja mida on vaidlustatud otsuses kasutatud, ei olnud samuti väär.
- 657 Lõpuks väidab komisjon, et kui ta ei leidnud kergendavaid asjaolusid, siis põhjendatult. Niisugused asjaolud ei leevenenud muide menetluse jooksul, mille tulemusena tehti vaidlustatud otsus – mis õigustab, miks ta kergendavaid asjaolusid ei leidnud. Sisulistest küsimustes esitab komisjon mitu argumenti. Asjaolu, et Google pakkus välja kohustusi, ei kujuta endast tema tegevust kergendavat asjaolu, sest väljapakutud kohustused ei aidanud rikkumist tuvastada. Isegi juhul, kui karistus niisuguse tegevuse eest nagu Google'i käitumine on uudne, ei kujutanud ka see endast kergendavat asjaolu, nagu ka teatavat liiki tegevust puudutava rikkumise tuvastamise uudsus ei takista

määramast selle eest karistust. Vaidlustatud otsuses on tehtud kindlaks, et Google ei tegutsenud lihtsalt ettevaatamatuse tõttu, vaid tahtlikult. Isegi kui tarbijad või müüjad ja teenuseosutajad hindasid kõrgelt Google'i hinnavõrdlusvahendi tulemuste vormingut, ei saanud ka see olla kergendav asjaolu, sest nad võisid ka kannatada seetõttu, et ei esitatud konkureerivate hinnavõrdlusvahendite tulemusi. Lõpuks märgib komisjon, et kuigi asjaolu, et rikkumine oli varjatud, kujutab endast raskendavat asjaolu, ei ole asjaolu, et see on teada, sellepärast veel kergendav asjaolu.

### **b) Üldkohtu hinnang**

- 658 Enne seisukoha võtmist poolte argumentide kohta meenutab Üldkohus, et tal on eespool punktis 605 nimetatud tingimustel täielik pädevus.
- 659 Google vaidleb kõigepealt vastu sellele, et vaidlustatud otsuses võeti trahvi põhisumma kindlaksmääramisel aluseks 2016. aasta müügiväärtus. Tema arvates oleks majanduslikku tegelikkust ja tema oma olukorda väljendanud paremini tulude keskmine väärtus etteheidetava tegevuse kestuse jooksul.
- 660 Tuleb tõdeda, et nagu on märgitud vaidlustatud otsuse põhjenduses 738, võttis komisjon müügiväärtusena arvesse ainult spetsialiseeritud kaubaotsingu turgudega seotud reklaamituluseid (tulud, mis olid seotud tootereklaamidega *Shopping Unit*'ites, tootereklaamidega spetsialiseeritud lehel Google Shopping ja tekstreklaamidega sellel samal spetsialiseeritud lehel), kuid mitte mingit üldotsingu turgudega seotud reklaamitulu. Seega ei mõjuta vaidlustatud otsuse osaline tühistamine sel põhjusel, et komisjon eksis, kui tuvastas turgu valitseva seisundi kuritarvitamise riigisisestel üldotsingu turgudel, aluseks võetud müügiväärtust.
- 661 Mis puudutab aluseks võetud aastat, siis komisjon valis õigesti 2016. aasta – viimase täisaasta, mille jooksul rikkumine tuvastati, vastavalt suuniste punktis 13 märgitule. V.a eriliste asjaolude korral võimaldab niisugune aluseks võetav aasta tuvastatud rikkumise mõju just kõige paremini arvesse võtta (vt selle kohta 5. detsembri 2013. aasta kohtuotsus *Caffaro vs. komisjon*, C-447/11 P, ei avaldata, EU:C:2013:797, punkt 51). Tuleb rõhutada, et vastuväiteteatises tähendas komisjon – nagu Google isegi hagiavalduse 404. joonealuses märkuses märgib –, et ta võtab mitme aasta keskmisi müügiväärtusi arvesse ainult siis, kui viimane majandusaasta et tundu olevat piisavalt esinduslik.
- 662 Seejärel tuleb analüüsida Google'i kriitikat, mis puudutab Ameerika Ühendriikide dollari vahetuskurssi euro suhtes, mida vaidlustatud otsusega seoses kasutati. Nagu ilmneb vaidlustatud otsuse põhjendusest 739 ja 839. joonealusest märkusest, kasutas komisjon seda 2016. aasta keskmist vahetuskurssi, et teha kindlaks 2016. aasta müügiväärtus eurodes, sest Google andis talle kasulikku teavet, mis oli väljendatud Ameerika Ühendriikide dollarites.
- 663 Kõigepealt, arvestades asjaolu, et komisjon võis trahvi põhisumma arvutamisel põhjendatult aluseks võtta 2016. aasta müügiväärtuse, tuleb Google'i kriitika, et komisjon oleks pidanud kasutama iga rikkumise aasta keskmisi vahetuskursse, tagasi lükata.
- 664 Juhuks, kui valitakse siiski 2016. aasta müügiväärtus, esitab Google EKP statistilise bülletàni (hagiavalduse lisa A173), mis näitab, et euro 2016. aasta keskmine vahetuskurss Ameerika Ühendriikide dollari suhtes oli 1,1069, mis annab vastupidise arvutuse korral tulemuseks hoopis dollari kursi euro suhtes 0,9034. Komisjon kasutas aga Ameerika Ühendriikide dollari vahetuskurssi euro suhtes 0,9039, mille ta võttis EKP veebisaidi interaktiivselt statistiliselt

vahetuskursside lehel. Ilmneb, et komisjon tutvus interaktiivse lehega, mida ta kasutas, 27. aprillil 2017, st loogiliselt enne vaidlustatud otsuse tegemist, samas kui statistiline bulletin, millele viitab Google, ajakohastati 31. juuli 2017. aasta seisuga, st see on hilisem vaidlustatud otsuse tegemisest, mis toimus 27. juunil 2017. Komisjonile ei saa seega ette heita, et ta kasutas EKP teavet, mis on usaldusväärne ja oli kättesaadav veidi aega enne seda, kui tema vaidlustatud otsuse tegi (vt selle kohta 7. septembri 2016. aasta kohtuotsus Pilkington Group jt vs. komisjon, C-101/15 P, EU:C:2016:631, punkt 43).

- 665 Seejärel vaidleb Google vastu rikkumise kestusele, mida erinevate asjaomaste riikide puhul arvesse võeti. Ta leiab, et rikkumist ei ole tõendatud enne 2011. aastat, sest puudub konkurentsianalüüs. Ta rõhutab, et spetsialiseeritud leht Google Shopping võeti mõnes asjaomases riigis kasutusele alles 2016. aastal. Ta väidab ka, et kohustuste ettepanekute üle toimunud arutelu ajavahemikku ei tohiks rikkumisperiodina arvesse võtta.
- 666 Vaidlustatud otsuses tuvastati rikkumine Saksamaal ja Ühendkuningriigis alates 2008. aasta jaanuarist, Prantsusmaal alates 2010. aasta oktoobrist, Itaalias, Madalmaades ja Hispaanias alates 2011. aasta maikuust, Tšehhi Vabariigis alates 2013. aasta veebruarist ning Austrias, Belgias, Taanis, Norras, Poolas ja Rootsis alates 2013. aasta novembrist. Google'i kriitika, et ajavahemiku kohta enne 2011. aastat puudub konkurentsianalüüs, puudutab seega ainult Saksamaad, Ühendkuningriiki ja Prantsusmaad.
- 667 Selles küsimuses ilmneb eespool punktides 383–388 nimetatud asjaolude analüüsist, et infovoog Google'i üldistelt tulemustelehtedelt konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse vähenes tervikuna märkimisväärselt Ühendkuningriigis, Saksamaal ja Prantsusmaal alates 2011. aastast, ehkki mõned nendest hinnavõrdlusvahendi käitajatest olid teatanud infovoo vähenemisest juba varem. Eespool punktides 402 ja 403 mainitud asjaolude analüüsist ilmneb, et infovoog Google'i üldistelt tulemustelehtedelt tema oma hinnavõrdlusvahendisse suurenes märkimisväärselt juba alates 2008. aasta jaanuarikuust Saksamaal ja Ühendkuningriigis ning alates 2010. aasta oktoobrist Prantsusmaal, kusjuures need kuupäevad vastavad *Product Universal*'ite kasutuselevõtule nendes riikides. Lõpuks ilmneb Google'i neljanda tühistamisväite kolme osa analüüsist, et v.a osas, mis puudutab riigisiseseid üldotsingu turgusid, on komisjon nõuetekohaselt tõendanud Google'i tegevuse potentsiaalset konkurentsivastast mõju nendes 13 riigis, mille puhul ta turgu valitseva seisundi kuritarvitamise tuvastas. Lisaks ei ole Google vastu vaielnud sellele, et ta valis tegevuse, mida talle Ühendkuningriigi, Saksamaa ja Prantsusmaa puhul ette heidetakse ning mis reaalsuses väljendus *Product Universal*'ite kasutuselevõtus, samas kui konkureerivad hinnavõrdlusvahendid jäid rangelt üldistesse tulemustesse, ajavahemikus 2008. aasta jaanuarist kuni 2010. aasta jaanuarini. Seega, isegi kui üht osa selle tegevuse reaalsest mõjust Google'i üldistelt tulemustelehtedelt pärinevale infovoole, mis mõjutas infovoogu konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse, täheldati üldiselt alles alates 2011. aastast, leidis komisjon õigesti, et rikkumine algas kõnealuse tegevuse alustamisega ning et rikkumise kestus vastab ajavahemikule, mil seda tegevusviisi kasutati. Selles küsimuses võib märkida, et suuniste punktis 22 mainitud tegur, milleks on „asjaolu, kas rikkumine ka toime pandi“, puudutab rikkumises osalejate tegevust, mitte selle mõju turule (12. detsembri 2018. aasta kohtuotsus Servier jt vs. komisjon, T-691/14, mille peale on esitatud apellatsioonkaebus, EU:T:2018:922, punkt 1805).
- 668 Argument, et mõnes asjaomases riigis võeti spetsialiseeritud leht Google Shopping kasutusele alles 2016. aastal, tuleb seega samal põhjusel tagasi lükata. Tegevus, mida komisjon Google'ile ette heitis, ei seisne selles, et viimane lõi hinnavõrdluse jaoks spetsialiseeritud otsingu- ja

tulemustelehe, vaid selles, et ta kohtles oma üldisel tulemustelehel oma hinnavõrdlusvahendit ja konkureerivaid hinnavõrdlusvahendeid erinevalt omaenese tulemuste soodsama paigutuse ja vorminguga *Product Universal*'ites ja seejärel *Shopping Unit*'ites.

- 669 Sama põhjus eeldab ka, et lükatakse tagasi Google'i argument, et kohustuste ettepanekute üle toimunud arutelu ajavahemikku ei tohiks rikkumisperioodina arvesse võtta. Sel ajavahemikus ei teinud Google nimelt kõnealusele tegevusele lõppu. Seda arvestades ei pea komisjon – vastupidi Google'i väitele – ka esitama erilist põhjust, miks see periood arvati rikkumisperioodi hulka.
- 670 Eelnevast tuleneb, et rikkumise kestust, mis iga asjaomase riigi puhul trahvi summa arvutamisel valiti, ei ole vaja kahtluse alla seada.
- 671 Seejärel leiab Google, et komisjoni valitud 10protsendiline raskusastme koefitsient on põhjendamatult kõrge. Ta viitab eelkõige komisjoni 13. mai 2009. aasta otsusele D(2009) 3726 (final) EÜ asutamislepingu artiklile 82 ja EMP lepingu artiklile 54 vastava menetluse kohta (COMP/C-3/37.990 – Intel), milles komisjon valis ainult 5protsendilise koefitsiendi, ehkki asjaomane tegevus oli palju tõsisem kui temale ette heidetav tegevus.
- 672 Kõigepealt tuleb meenutada – nagu on mainitud eespool punktis 623 –, et võrdlused teiste komisjoni trahvide alal tehtud otsustega võivad võrdse kohtlemise põhimõttest lähtudes asjakohased olla ainult siis, kui on tõendatud, et nende teiste otsustega seotud juhtumite üksikasjalikud asjaolud, näiteks turud, kaubad, riigid, ettevõtjad ja asjaomased ajavahemikud, on käsitletava juhtumi asjaoludega sarnased, ning et võrdlemisel tuleb tugineda kaasaegsetele otsustele. Selles küsimuses on otsustatud, et asjaolu, et komisjon määras minevikus teataval tasemel trahvid, ei saa võtta temalt võimalust seda taset tõsta asjasse puutuvast määruses ja tema enda suunistes näidatud piirides, kui see osutub vajalikuks, et tagada liidu konkurentsipoliitika elluviimine. Eelkõige võib ta trahvide taset tõsta selleks, et tugevdada nende hoiatavat toimet. Komisjoni varasem otsuste tegemise praktika ei ole seega iseenesest õiguslikuks raamistikuks konkurentsi valdkonnas määratavate trahvide summa kindlaksmääramisel, sest see raamistik on nüüd sätestatud ainult määruses nr 1/2003 ja suunistes (30. septembri 2003. aasta kohtuotsus *Michelin vs. komisjon*, T-203/01, EU:T:2003:250, punkt 254; vt selle kohta ka 7. juuni 1983. aasta kohtuotsus *Musique Diffusion française jt vs. komisjon*, 100/80–103/80, EU:C:1983:158, punkt 109, ning 11. septembri 2008. aasta kohtumäärus *Coats Holdings ja Coats vs. komisjon*, C-468/07 P, ei avaldata, EU:C:2008:503, punkt 30).
- 673 Suuniste punktides 19–22 on märgitud sisuliselt – võtmata arvesse rikkumise kestust ja võimalikku lisasummat, mille ülesanne on tagada, et trahv oleks hoiatav –, et trahvi põhisumma koosneb ühest osast (mida nimetatakse „raskusastme koefitsiendiks“) asjaomase ettevõtja rikkumisega seotud kaupade ja teenuste müügi aastaväärtusest, kusjuures see osa on tavaliselt kuni 30% ja määratakse kindlaks rikkumise raskusastme põhjal, mida hinnatakse igal üksikul juhul eraldi, võttes arvesse juhtumi kõiki asjaolusid, mis tulenevad teatavast hulgast niisugustest teguritest nagu rikkumise laad, asjaomaste ettevõtjate turuosa, rikkumise geograafiline ulatus ja rikkumise elluviimine või mitte. Suuniste punktis 23 on täpsustatud, et hindade määramise, turu jagamise ja tootmise piiramise horisontaalkokkulepped on juba oma olemuselt kõige tõsisemad konkurentsipiirangud, mille eest tuleb karmilt karistada, mistõttu on nimetatud rikkumiste puhul kasutatav osakaal üldjuhul astmestiku kõrgemal tasemel.
- 674 Lisaks ilmneb väljakujunenud kohtupraktikast, et konkurentsieeskirjade rikkumise raskusastet tuleb hinnata, võttes arvesse suurt hulka asjaolusid, nagu juhtumi eripärased asjaolud, selle kontekst ja trahvide hoiatav mõju, isegi kui puudub siduv või ammendav loetelu teguritest,



millega tuleb kindlasti arvestada (14. oktoobri 2010. aasta kohtuotsus *Deutsche Telekom vs. komisjon*, C-280/08 P, EU:C:2010:603, punkt 273, ning 19. aprilli 2012. aasta kohtuotsus *Tomra Systems jt vs. komisjon*, C-549/10 P, EU:C:2012:221, punkt 107; vt selle kohta ka 26. septembri 2018. aasta kohtuotsus *Infineon Technologies vs. komisjon*, C-99/17 P, EU:C:2018:773, punkt 198).

- 675 Käsitletaval juhul põhjendas komisjon vaidlustatud otsuse põhjenduses 743, miks ta valis müügiväärtuse osaks 10%, märkides, et asjaomastel riigisisestel hinnavõrdluse spetsialiseeritud otsingu ja üldotsingu turgudel oli märkimisväärne majanduslik tähtsus, mis tähendas, et igasugusel konkurentsivastasel tegevusel nendel turgudel võib olla märkimisväärne mõju ning et rikkumisperioodil ei kuulunud Google'ile mitte üksnes turgu valitsev seisund 13 asjaomasel riigisisel üldotsingu turul, vaid talle kuulusid seal ka märksa suuremad turuosad kui tema konkurentidele.
- 676 Tuleb tõdeda, et vaidlustatud otsuse põhjendus 743 üksi ei võimalda suunistest lähtudes õigustada 10protsendilise raskusastme koefitsiendi valimist, nagu Google sisuliselt väidab. Komisjon ei viita seal nimelt piisavalt paljudele asjakohastele asjaoludele. Ta mainib ainult ühte suuniste punktis 22 nimetatud neljast tegurist, st asjaomase ettevõtja turuosa, ega käsitle ühtegi teist nendest teguritest, näiteks rikkumise laadi või geograafilist ulatust. Komisjon ei esita sõnaselget ja üksikasjalikku hinnangut Google'ile ette heidetava tegevuse olemusliku raskusastme küsimuses ehk teiste sõnadega rikkumise laadi raskusastme küsimuses, kuigi tegemist on suuniste punktis 22 sõnaselgelt mainitud teguriga, mille analüüsimine tundub hädavajalik rikkumise kogu raskusastme hindamisel, mille puhul võetakse arvesse veel teisigi tegureid.
- 677 Üldkohus peab oma täieliku pädevuse raames Google'i tegevuse raskusastet uuesti hindama, võttes arvesse eespool punktides 673 ja 674 nimetatud täiendavaid asjaolusid, lähtudes eespool punktis 675 nimetatud asjaoludest.
- 678 Nagu on meenutatud eespool punktides 614 ja 615, on komisjon ja liidu kohus paljudel juhtudel leidnud, et turgu valitsevas seisundis ettevõtjate väljatõrjumispraktikad on konkurentsivastased, ja karistanud nende eest. Üldjuhul leitakse need konkurentsivastased tegevused olevat rasked (vt selle kohta 3. juuli 1991. aasta kohtuotsus *AKZO vs. komisjon*, C-62/86, EU:C:1991:286, punkt 162). Need viivad nimelt selleni, et välistatakse konkurentide sisenemine turule või vähendatakse konkurentide arvu või vähemalt nende konkurentsipurvet, mitte ainult ei piirata nende tegutsemisvabadust. Selles mõttes võivad need teatavatel asjaoludel olla sama rasked nagu suuniste punktis 23 nimetatud hindade määramise, turu jagamise ja tootmise piiramise horisontaalkokkulepped, mis õigustavad tavaliselt raskusastme koefitsiendi „astmestiku kõrgemal tasemel“, sest need kahjustavad konkurentsi samamoodi selles mõttes, et nõudlejad asjaomastel turgudel võivad nende kaht liiki rikkumiste tulemusena leida end monopoolsest või oligopoolsest olukorrast või konkurentsi seisukohast samaväärsest olukorrast või vähemalt olukorrast, kus konkurents on tõsiselt vähenenud.
- 679 Turgu valitsevas seisundis ettevõtja väljatõrjumispraktika tõsidus võib siiski olla rohkem või vähem silmatorkav. Seda, kas tegevuse selge eesmärk on või mitte konkurendid välja tõrjuda, nagu see on turuhindadest madalamate hindade praktika või keeldumise puhul tagada põhivahend või siis hinnakruvi praktika puhul, võib arvesse võtta. Arvesse võib võtta ka seda, mil määral etteheidetav praktika turgu hõlmab. See teave võib olla vajalik mitte üksnes praktika rikkumiseks kvalifitseerimisel (vt selle kohta 6. septembri 2017. aasta kohtuotsus *Intel vs. komisjon*, C-413/14 P, EU:C:2017:632, punkt 139), vaid see võib olla asjakohane ka rikkumise raskusastme hindamisel.

- 680 Käsitletaval juhul valis Google etteheidetava tegevuse tahtlikult – nagu ilmneb punktist 616 eespool –, teades, et see võib viia konkurentide väljatõrjumise või konkurentsi piiramiseni. Asjaolu, et komisjon otsustas esialgu juhtumit käsitleda kohustuste heakskiitmise menetluses ning et põhimõtteliselt ei ole need menetlused sobivad, kui rikkumise laad tundub kohe alguses õigustavat sanktsiooni määramist; et mitu haldusasutust või kohut ei leidnud, et Google'i käitumine oleks ebaseaduslik, või et komisjon ei tõendanud vaidlustatud otsuses tõelist kavatsust konkurendid välja tõrjuda ja vastavat väljatöötatud strateegiat, ei sea seda hinnangut kahtluse alla. Täheldatud tegevused jäävad konkurentsivastasteks väljatõrjumispraktikateks, mis võivad olla konkurentsile sama kahjulikud nagu hinna- või turu jagamise kokkulepped. Ilmneb, et mõned Google'i hinnavõrdlusvahendiga konkureerivad hinnavõrdlusvahendid kaotasid väga suure osa Google'i üldistelt tulemustelehtedelt pärinevat infovoogu, nagu on märgitud eespool punktides 383–387. Google arendas kõnealused tegevused välja järk-järgult 13 EMP riigis ligi 10aastase perioodi jooksul ning nendest kuues riigis isegi pärast seda, kui ta sai 2013. aasta märtsis komisjoni esialgse hinnangu.
- 681 Arvesse tuleb ka võtta ühelt poolt seda, et komisjon ei ole nõuetekohaselt tõendanud kuritarvitamist internetis tehtava üldotsingu turul (vt punkt 596 eespool) ning et kõnealused tegevused ei olnud varjatud – mis võimaldab jätta kõrvale selle teguri, mis suurendab oma olemuselt rikkuse raskusastet (vt selle kohta 14. detsembri 2006. aasta kohtuotsus Raiffeisen Zentralbank Österreich jt vs. komisjon, T-259/02–T-264/02 ja T-271/02, EU:T:2006:396, punkt 252). Teiselt poolt tuleb arvesse võtta asjaolu, et Üldkohus leiab – nagu on meenutatud eespool punktis 680 –, et kõnealused tegevused valiti tahtlikult, mitte ettevaatamatuse tõttu. Kui esimene kaalutlus kõneleb selle kasuks, et kohaldatavat raskusastme koefitsienti tuleb alandada, siis teine räägib seevastu selle koefitsiendi tõstmise kasuks.
- 682 Üldkohus leiab seega – järgides eespool punktis 673 meenutatud suuniste põhimõtteid, ehkki need ei ole talle siduvad (vt selle kohta 21. jaanuari 2016. aasta kohtuotsus Galp Energía España jt vs. komisjon, C-603/13 P, EU:C:2016:38, punkt 90; 5. oktoobri 2011. aasta kohtuotsus Romana Tabacchi vs. komisjon, T-11/06, EU:T:2011:560, punkt 266, ning 12. detsembri 2014. aasta kohtuotsus H & R ChemPharm vs. komisjon, T-551/08, EU:T:2014:1081, punkt 221) –, et tuleb kohaldada 10protsendilist raskusastme koefitsienti ehk osa müügiväärtusest.
- 683 Seejärel väidab Google, et lisasumma, mis vastab 10 protsendile müügiväärtusest ja mille komisjon arvas trahvi põhisummasse esimest korda turgu valitseva seisundi kuritarvitamise eest, mis ei ole seotud kokkuleppepraktikaga, ei olnud samuti põhjendatud.
- 684 Komisjon põhjendas vaidlustatud otsuse põhjenduses 750 selle lisasumma kohaldamist nii, et nimetas asjaolusid, mida ta selle otsuse põhjenduses 743 arvesse võttis, et tegevuse raskusastet hinnata (vt punkt 675 eespool). Ta lisas, et see summa vastab vajadusele tagada, et trahv oleks piisavalt hoiatav sama suurtele ettevõtjatele nagu Google, kelle käsutuses on samasugused vahendid.
- 685 Niisugune lisasumma on ette nähtud suuniste punktis 25, milles on muide märgitud, et see summa vastab 15–25 protsendile müügiväärtusest. Samas punktis on täpsustatud, et niisugune summa vastab konkreetselt vajadusele hoida ära samasuguste ettevõtjate soov osaleda hindade määramise, turu jagamise ja tootmise piiramise horisontaalkokkulepetes ning et komisjon võib seda kohaldada teistegi rikkumiste korral. Taotletav eesmärk on nimetatud suuniste punktis 7, milles on märgitud, et „peetakse asjakohaseks lisada trahvile rikkumise kestusest sõltumatu summa, mille eesmärk on hoida ära ettevõtjate soov ebaseaduslikku tegevust alustada“.

Suunistest ilmneb seega, et selle summa eesmärk on teatavate rikkumiste puhul olla trahvi „kindel summa“, mida võidakse kohaldada ainuüksi seetõttu, et rikkumine pandi toime, ilma et tähtsust oleks selle kestusel.

- 686 Niisugune summa on mõistagi hoiatav kõikidele ettevõtjatele, kuid selle eesmärk ei ole – vastupidi sellele, mida näib olevat väitnud komisjon vaidlustatud otsuse põhjenduse 750 teises lauseosas – konkreetselt tagada see, et trahvid on piisavalt hoiatavad suurtele ettevõtjatele, mille kohta on suuniste üks teine säte, mida komisjon kasutas käsitletaval juhul kumulatiivselt – nagu ilmneb vaidlustatud otsuse põhjendusest 753 –, nimelt suuniste punkt 30, mis käsitleb trahvi võimalikku lõplikku suurendamist pärast põhisumma kindlaksmääramist ja raskendavate või kergendavate asjaolude arvessevõtmist.
- 687 Üldkohus tuvastab seega, et põhjendused, millega komisjon põhjendab vaidlustatud otsuses 10protsendilise lisasumma kohaldamist, on osalised, kuivõrd need puudutavad rikkumise raskusastet, võttes arvesse eespool punktis 676 märgitud, ning võivad tekitada küsimuse osas, milles need puudutavad taotletavat eesmärki niisugusena, nagu seda on kirjeldatud suunistes.
- 688 Täieliku pädevuse kasutamise raames tuleb igal juhul uuesti hinnata, kas Google'ile määratava trahvi põhisumma peab sisaldama lisasummat, sest käsitletaval juhul asetab Üldkohus end ikka suunistes ette nähtud skeemi raamistikku, nagu ta tegi juba eespool punktis 682.
- 689 Suuniste punktis 25 esimese võimalusena nimetatud rikkumisest, nimelt osalemisest hindade kindlaksmääramise, turu jagamise ja tootmise piiramise horisontaalkokkulepetes, järeldub, et lisasumma on põhjendatud eriti raskete rikkumiste puhul (vt selle kohta 12. detsembri 2018. aasta kohtuotsus *Servier jt vs. komisjon*, T-691/14, mille peale on esitatud apellatsioonkaebus, EU:T:2018:922, punkt 1883). Selle lisasumma eesmärk on veenda sama suuri ettevõtjaid mitte niisuguseid rikkumisi toime panema, olenemata nende rikkumistes osalemise kestusest.
- 690 Eespool punktides 678–680 ilmneb, et Google'i tegevus kujutas endast eriti rasket rikkumist. Seda arvestades ei sea Üldkohus kahtluse alla komisjoni valitud lisasummat, mis moodustab 10% 2016. aasta müügiväärtusest ja tuleb lisada trahvi põhisummasse.
- 691 Trahvi põhisumma niisugusena, nagu seda hindas Üldkohus oma täielikku pädevust kasutades, on seega sama, mille määras kindlaks komisjon vaidlustatud otsuses, st see on võrdne vaidlustatud otsuse põhjenduses 748 esitatud tabelis 29 näidatud 2016. aasta müügiväärtusega, mille suhtes on kohaldatud koefitsienti 10% ja mida on iga asjaomase riigi puhul korrutatud rikkumise kestusega aastates väljendatuna, mille komisjon tuvastas vaidlustatud otsuses päevade arvuna samas tabelis, kusjuures seda väärtust on suurendatud lisasumma võrra, mis vastab 10 protsendile 2016. aasta müügiväärtusest. See põhisumma on 1 866 424 914 eurot.
- 692 Google on esitanud ka teatava hulga argumente, et vaidlustada see asjaolu ise, et talle võis määrata trahvi – argumentid, mille Üldkohus tagasi lükkas, kui analüüsis neid sellest vaatevinklist. Olles otsustanud vaidlustatud otsuse ära muuta ning pidades ise arvesse võtma käsitletava juhtumi asjaolusid, leiab Üldkohus siiski, et ta peab mõnda nendest argumentidest, milles palutakse tunnustada kergendavaid asjaolusid, uuesti analüüsima.
- 693 Selles küsimuses väitis Google, et komisjon oli otsustanud käsitleda juhtumit kohustuste heakskiitmise menetluse raames ning et ta ise oli heauskselt välja pakkunud kolm rühma kohustusi. Nagu on märgitud eespool punktis 638, leidis komisjon esialgu, et kolmas nendest

rühmadest võib vastata konkurentsiprobleemidele, mida ta oma esialgses hinnangus väljendas, sest ta teatas sellest kaebajatele, märkides neile, et tal on kavatsus nende kaebused rahuldamata jätta. Nagu on märgitud eespool punktides 632–638, ei takistanud see esialgne hinnang menetluse teatavas etapis komisjonil naasta rikkumise tuvastamise menetluse juurde ning Google'ile sanktsiooni määrata. Kui aga ilmneb, et Google oli pärast seda, kui komisjon otsustas lahendada juhtumi kohustuste heakskiitmisega, tõesti välja pakkunud tõsised kohustused, mis võivad teha lõpu komisjoni täheldatud konkurentsiprobleemidele, võib see kujutada endast kergendavat asjaolu.

- 694 Vastuseks ühele Üldkohtu küsimusele märkis Google siiski sisuliselt, et kohustused, mille ta lõpuks komisjonile välja pakkus, erinevad tunduvalt sellest, mida oli vaidlustatud otsuse kohaldamiseks vaja teha. Google'i selgituste kohaselt ei oleks need kohustused viinud selleni, et konkureerivate hinnavõrdlusvahendite suhtes kohaldatakse samu võtteid ja meetodeid väljatulemiseks *Shopping Unit*'ites nagu Google'i oma tootereklaamide suhtes – nagu on nõutud vaidlustatud otsuses –, vaid selleni, et kohaldatakse muid süsteeme. Lisaks – nagu on märgitud eespool punktis 26 – sai nendele kohustuste ettepanekutele osaks negatiivne vastuvõtt märkimisväärse hulga kaebajate poolt, nagu ilmneb vaidlustatud otsuse põhjendusest 73. Seda arvestades leiab Üldkohus, et Google'i välja pakutud kohustused ei ole tekitanud mingit kergendavat asjaolu tema kasuks.
- 695 Lõpuks leiab Google, et kordaja 1,3, mille komisjon viimaks valis, on ka põhjendamatu. Google viitab eelkõige oma konstruktiivsele hoiakule haldusmenetluse ajal ja ainsale pretsedendile, mil niisugust kordajat kasutati turgu valitseva seisundi kuritarvitamise juhtumil, mis puudutab palju raskemat tegevust.
- 696 Esiteks on Google'i hoiakut haldusmenetluse ajal siiski juba analüüsitud võimaliku kergendava asjaoluna ning see tuleb seetõttu tagasi lükata.
- 697 Teiseks, nagu on meenutatud eespool punktis 672, on pretsedendid selles valdkonnas komisjonile siduvad ainult sarnaste asjaolude korral ega ole seda ammugi vastupidises tähenduses. Käsitletaval juhul ei puudutanud juhtum, millele Google viitab ning milles tehti 15. oktoobri 2014. aasta otsus Euroopa Liidu toimimise lepingu artiklis 102 ja EMP lepingu artiklis 54 sätestatud menetluse kohta (juhtum AT.39523 – Slovak Telekom), ei samu kaubaturge ega sama geograafilist ulatust nagu käesolev asi ning täheldatud tegevused olid teist laadi, ehkki tegemist oli samuti väljatõrjumispraktikatega.
- 698 Kolmandaks, nagu ilmneb suuniste punktist 30, on kõnealuse suurendamise eesmärk tagada see, et trahvid on hoiatavad võimsatele ettevõtjatele, kelle käive on väljaspool neid kaupu ja teenuseid, mida rikkumine puudutab, eriti suur. Kui komisjon piirduks niisuguste ettevõtjate puhul trahvide arvutamiseга nõnda, nagu on kindlaks määratud suuniste eelmistes punktides, võib trahvi tase, mis arvutati ainult asjaomase kauba või teenuse otsese ja kaudse käibe põhjal, olla ebapiisav selleks, et olla hoiatav, võttes arvesse nende ettevõtjate kogu tegevust ja võimsust (vt selle kohta 4. septembri 2014. aasta kohtuotsus YKK jt vs. komisjon, C-408/12 P, EU:C:2014:2153, punktid 84–86 ja 93).
- 699 Käsitletaval juhul märkis komisjon vaidlustatud otsuse põhjenduses 753, et Alphabeti 2016. aasta üle 80 miljardi euro suurune käive ületas väga selgelt tulud tema hinnavõrdlusteenusest ning et kordaja 1,3 oli seega õigustatud selleks, et trahv oleks piisavalt hoiatav mitte üksnes Google'ile, vaid ka sama suurtele ettevõtjatele.

- 700 Üldkohus leiab, et selline lähenemine on põhjendatud, ja võtab selle oma täieliku pädevuse kasutamise raames üle. 2016. aastal kõnealuste teenuste puhul tuvastatud müügi väärtus on 2 045 300 588 eurot, s.o ligikaudu 40 korda vähem kui Alphabeti eespool punktis 699 mainitud käive.
- 701 Google'ile määratud rahalise sanktsiooni suuruse niisuguse hindamise tulemusena näib, et seda summat ei ole tarvis muuta. Järelikult, kuigi kohtuistungil arutati küsimust, kas Üldkohus võib suurendada selles otsuses valitud sanktsiooni, kui seda ei ole nõutud, ei ole selles küsimuses vaja seisukohta võtta.
- 702 Kuuenda väite analüüsist tuleneb seega, et trahvi summa 2 424 495 000 eurot tuleb jätta muutmata. Kuna Alphabetil on – nagu on meenutatud vaidlustatud otsuse põhjendustes 735 ja 736 – alates selle loomisest 2. oktoobril 2015 ühine ja solidaarne vastutus Google LLCga, millele viimased ei ole vastu vaieldud, tuleb ka jätta muutmata Google LLC-le määratud 2 424 495 000 euro suurune trahv, millest 523 518 000 eurot ühiselt ja solidaarselt Alphabetiga.

#### **D. Üldine järeldus**

- 703 Esimese võimalusena esitatud nõuete põhjendamiseks esitatud esimese kuni viienda väite analüüsist ilmneb (vt punkt 596 eespool), et komisjon leidis vaidlustatud otsuse artiklis 1 õigesti, et kuritarvitades oma valitsevat seisundit riigisisestel üldotsingu turgudel, on Google rikkunud ETLT artiklit 102 ja EMP artiklit 54 osas, mis puudutab eespool punktis 55 nimetatud 13 riigi spetsialiseeritud otsingu turge, alates erinevatest kuupäevadest, mis vastavad spetsialiseeritud tootetulemuste või tootereklaamide kasutuselevõtule Google'i üldisel tulemustelehel. Seevastu tuleb see artikkel tühistada osas, milles komisjon järeldas, et see rikkumine eksisteerib kuritarvitamise mõju tõttu riigisisestele üldotsingu turgudele nendes 13 riigis.
- 704 Kuuenda väite analüüsist ilmneb (vt punkt 702 eespool), et vaidlustatud otsusega määratud trahvi summa tuleb jätta muutmata. Seepärast tuleb teise võimalusena esitatud nõue trahv tühistada või selle summat vähendada jätta rahuldamata.

#### **V. Kohtukulud**

- 705 Üldkohtu kodukorra artikli 134 lõike 1 alusel on kohtuvaidluse kaotanud pool kohustatud hüvitama kohtukulud, kui vastaspool on seda nõudnud. Kodukorra artikli 138 lõigete 1 ja 2 kohaselt kannavad liikmesriigid ja EFTA järelevalveamet menetlusse astumisel ise oma kohtukulud. Üldkohus võib kodukorra artikli 138 lõike 3 alusel otsustada, et menetlusse astuja, keda ei ole selle artikli lõigetes 1 ja 2 nimetatud, kannab ise oma kohtukulud.
- 706 Võttes käsitletaval juhul arvesse nõudeid kohtukulude kohta, mille on esitanud Google ja komisjon ning CCIA, BEUC, Foundem, VDZ, BDZV, Visual Meta, Twenga ja Kelkoo ning mida on mainitud eespool punktides 113–118, siis kuna Google on enamiku nõuete osas kohtuvaidluse kaotanud, kannab ta ise oma kohtukulud ja temalt mõistetakse välja komisjoni kohtukulud, v.a komisjoni kohtukulud seoses CCIA menetlusse astumisega, mis jäävad CCIA kanda. Lisaks kannavad BEUC, Foundem, VDZ, BDZV, Visual Meta, Twenga, EFTA järelevalveamet, Kelkoo ja Saksamaa Liitvabariik ise oma kohtukulud.

Esitatud põhjendustest lähtudes

ÜLDKOHUS (üheksas koda laiendatud koosseisus)

otsustab:

- 1. Tühistada komisjoni 27. juuni 2017. aasta otsuse C(2017) 4444 (final), milles käsitletakse ELTL artikli 102 ja EMP lepingu artikli 54 kohast menetlust (juhtum AT.39740 – Google'i otsinguteenus (Google Shopping)), artikkel 1 osas, milles Euroopa Komisjon tuvastas, et Google LLC ja Alphabet, Inc. on rikkunud neid sätteid 13 riigi üldotsingu turul Euroopa Majanduspiirkonnas (EMP), neil turgudel avaldunud konkurentsivastaste tagajärgede põhjal.**
- 2. Jätta hagi ülejäänud osas rahuldamata.**
- 3. Jätta Google'i ja Alphabeti kohtukulud nende endi kanda ning mõista neilt välja komisjoni kohtukulud, v.a komisjoni kohtukulud seoses Computer & Communications Industry Associationi menetlusse astumisega.**
- 4. Jätta Computer & Communications Industry Associationi kohtukulud tema enda kanda ja mõista temalt välja komisjoni kohtukulud seoses tema menetlusse astumisega.**
- 5. Jätta Saksamaa Liitvabariigi, EFTA järelevalveameti, Euroopa Tarbijaliitude Ameti (BEUC), Infederation Ltd, Kelkoo, Verband Deutscher Zeitschriftenverleger eV, Visual Meta GmbH, BDZV – Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger eV ja Twenga kohtukulud nende endi kanda.**

Gervasoni

Madise

da Silva Passos

Kowalik-Bańczyk

Mac Eochaidh

Kuulutatud avalikul kohtuistungil 10. novembril 2021 Luxembourgis.

Allkirjad

## Sisukord

I.	Vaidluse taust .....	3
	A. Kontekst .....	3
	B. Haldusmenetlus .....	7
	C. Vaidlustatud otsus .....	9
II.	Menetlus .....	16
III.	Poolte nõuded .....	20
IV.	Õiguslik käsitlus .....	21
	A. Sissejuhatavad märkused .....	21
	1. Väidete ja argumentide analüüsimise järjekord käesolevas kohtuasjas .....	21
	2. Üldkohtu kontrolli ulatus käesolevas kohtuasjas .....	22
	B. Esimese võimalusena esitatud nõue tühistada vaidlustatud otsus .....	24
	1. Viies väide ja esimese väite esimene osa, mille kohaselt on kõnealused tegevused kaupade või teenuste omadustel põhineva konkurentsiga kooskõlas .....	24
	a) Viienda väite esimene osa, mille kohaselt kujutasid kõnealused tegevused endast kvalitatiivseid parandusi, mis kuuluvad kaupade või teenuste omadustel põhineva konkurentsi valdkonda ja mida ei saa kvalifitseerida kuritarvitamiseks .....	24
	1) Poolte argumendid .....	24
	2) Üldkohtu hinnang .....	26
	b) Viienda väite teine osa, mille kohaselt nõuab komisjon Google'ilt, et ta annaks konkureerivatele hinnavõrdlusvahenditele juurdepääsu oma parandatud teenustele, kohtupraktikas kindlaks määratud tingimusi täitmata .....	34
	1) Poolte argumendid .....	34
	2) Üldkohtu hinnang .....	37
	c) Esimese väite esimene osa, mille kohaselt kirjeldati faktilisi asjaolusid ekslikult, sest Google tõi tootetulemuste rühmad sisse selleks, et parandada oma teenuse kvaliteeti, mitte selleks, et suunata infovoogu omaenese hinnavõrdlusteenusesse ...	44
	1) Poolte argumendid .....	44
	2. Üldkohtu hinnang .....	45

3. Esimese ja teise väite elemendid, mille kohaselt ei ole kõnealused tegevused diskrimineerivad .....	47
a) Esimese väite elemendid, mille kohaselt järeltas komisjon ekslikult, et Google soodustas <i>Product Universal</i> ’ite kuvamisega oma hinnavõrdlusteenust .....	47
1) Poolte argumendid .....	48
2) Üldkohtu hinnang .....	49
b) Teise väite elemendid, mille kohaselt järeltas komisjon ekslikult, et Google soodustas <i>Shopping Unit</i> ’ite kuvamisega omaenese hinnavõrdlusteenust .....	53
1) Teise väite esimene osa, mille kohaselt järeltas komisjon ekslikult, et tootereklaamide ja üldiste tulemuste erinev kohtlemine kujutas endast soosimist, ehkki sellega ei kaasnunud mingit diskrimineerimist .....	53
i) Poolte argumendid .....	53
ii) Üldkohtu hinnang .....	54
4. Teise väite teine osa, mille kohaselt järeltas komisjon ekslikult, et <i>Shopping Unit</i> ’ites olevate tootereklaamid toovad kasu Google’i hinnavõrdlusteenusele ..	56
i) Poolte argumendid .....	56
ii) Üldkohtu hinnang .....	57
b) Teise väite kolmanda osa elemendid, mille kohaselt arvab Google juba konkureerivaid hinnavõrdlusvahendeid <i>Shopping Unit</i> ’itesse ning seega ei saa olla soosivat kohtlemist .....	60
1) Poolte argumendid .....	60
2) Üldkohtu hinnang .....	60
5. Kolmas ja neljas väide, et kõnealustel tegevustel ei olnud tegelikult konkurentsivastast mõju .....	62
a) Kolmanda väite esimene osa, mille kohaselt ei tõendanud komisjon, et kõnealused tegevused tõid kaasa infovoog vähenemise Google’i üldistelt tulemustelehtedelt konkureerivatesse hinnavõrdlusvahenditesse .....	63
1) Poolte argumendid .....	63
2) Üldkohtu hinnang .....	65
b) Kolmanda väite teine osa, mille kohaselt komisjon ei ole tõendanud, et kõnealused tegevused tõid kaasa selle, et suurenes infovoog Google’i üldistelt tulemustelehtedelt tema oma hinnavõrdlusvahendisse .....	71
1) Poolte argumendid .....	71
2) Üldkohtu hinnang .....	73



c) Neljanda väite esimene osa, mille kohaselt spekulatsioon komisjon kõnealuste tegevuste konkurentsivastase mõju teemal . . . . .	77
1) Poolte argumendid . . . . .	77
2) Üldkohtu hinnang . . . . .	80
d) Neljanda väite teine osa, mille kohaselt ei võetud mõju analüüsimisel arvesse müügiplatvormide rolli . . . . .	85
1) Neljanda väite teise osa elemendid, mille kohaselt on kaubaturu piiritlus väär . . . . .	85
i) Poolte argumendid . . . . .	85
ii) Üldkohtu hinnang . . . . .	88
2) Neljanda väite teise osa elemendid, mille kohaselt jäeti igal juhul tähelepanuta müügiplatvormide konkurentsivastase mõju . . . . .	93
i) Poolte argumendid . . . . .	93
ii) Üldkohtu hinnang . . . . .	94
e) Neljanda väite kolmas osa, mille kohaselt ei ole komisjon konkurentsivastase mõju olemasolu tõendanud . . . . .	96
1) Poolte argumendid . . . . .	96
2) Üldkohtu hinnang . . . . .	99
6. Esimese väite kolmas osa ja teise väite kolmas osa, mille kohaselt on olemas objektiivsed põhjendused . . . . .	105
a) Google'i põhjendused <i>Product Universal</i> 'ite kuvamise kohta (esimese väite kolmas osa) . . . . .	105
1) Poolte argumendid . . . . .	105
2) Üldkohtu hinnang . . . . .	106
b) Google'i põhjendused <i>Shopping Unit</i> 'ite kuvamise kohta (teise väite kolmas osa) . . . . .	111
1) Poolte argumendid . . . . .	111
2) Üldkohtu hinnang . . . . .	112
7. Järeldus esimese võimalusena esitatud nõuete kohta . . . . .	114
C. Teise võimalusena esitatud nõuded, mis puudutavad küsimust, kas rahalise sanktsiooni määramine on põhjendatud, ja selle summat . . . . .	114
1. Kuuenda väite esimene osa, mis puudutab rahalise sanktsiooni määramise võimalust . . . . .	114

a) Poolte argumendid .....	114
b) Üldkohtu hinnang .....	116
2. Kuuenda väite teine osa, mis käsitleb rahalise sanktsiooni suurust .....	122
a) Poolte argumendid .....	123
b) Üldkohtu hinnang .....	126
D. Üldine järeldus .....	133
V. Kohtukulud .....	133