

Résumé de la décision de la Commission**du 27 juin 2017****relative à une procédure d'application de l'article 102 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne et de l'article 54 de l'accord EEE****[Affaire AT.39740 — Moteur de recherche Google (Shopping)]***[notifiée sous le numéro C(2017) 4444]***(Le texte en langue anglaise est le seul faisant foi.)**

(2018/C 9/08)

Le 27 juin 2017, la Commission a adopté une décision relative à une procédure d'application de l'article 102 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (TFUE) et de l'article 54 de l'accord de l'Espace économique européen (EEE). Conformément aux dispositions de l'article 30 du règlement (CE) n° 1/2003 du Conseil ⁽¹⁾, la Commission publie ci-après le nom des parties et l'essentiel de la décision, notamment les sanctions infligées, en tenant compte de l'intérêt légitime des entreprises à ce que leurs secrets d'affaires ne soient pas divulgués.

1. INTRODUCTION

- (1) La décision établit que le placement et l'affichage plus favorables réservés par Google Inc. (ci-après «Google»), dans ses pages de résultats de recherche générale, à son propre service de comparaison de prix par rapport aux services de comparaison de prix concurrents enfreignent l'article 102 du TFUE et l'article 54 de l'accord EEE. La décision ordonne à Google et à sa société mère Alphabet Inc. (ci-après «Alphabet») de mettre immédiatement fin à l'infraction et inflige une amende à Alphabet et à Google au titre de ce comportement abusif pour la période allant du 1^{er} janvier 2008 à ce jour.
- (2) Les 20 et 26 juin 2017, le comité consultatif en matière d'ententes et de positions dominantes a rendu des avis favorables sur la décision adoptée en vertu de l'article 7 du règlement (CE) n° 1/2003 et sur l'amende infligée à Alphabet et à Google.

2. DÉFINITION DU MARCHÉ ET POSITION DOMINANTE

- (3) La décision conclut que les marchés de produits en cause sont le marché des services de recherche générale et le marché des services de comparaison de prix.
- (4) La prestation de services de recherche générale constitue un marché de produits distinct, car i) elle constitue une activité économique; ii) la substituabilité du côté de la demande et la substituabilité du côté de l'offre sont limitées entre les services de recherche générale et les autres services en ligne; et iii) cette conclusion ne varie pas selon que les services de recherche générale s'effectuent sur des appareils statiques ou sur des appareils mobiles.
- (5) La prestation de services de comparaison de prix constitue un marché de produits en cause distinct. En effet, les services de comparaison de prix ne sont pas interchangeables avec les services offerts par: i) les services de recherche spécialisés dans différents domaines (tels que, par exemple, les vols, les hôtels, les restaurants ou les actualités); ii) les plateformes publicitaires sur les moteurs de recherche en ligne; iii) les détaillants en ligne; iv) les plateformes de commerce; et (v) les outils de comparaison de prix hors ligne.
- (6) La décision conclut que les marchés géographiques en cause pour les services de recherche générale et les services de comparaison de prix ont tous une dimension nationale.

Position dominante de Google dans la recherche générale

- (7) La décision conclut que, depuis 2007, Google occupe une position dominante sur tous les marchés nationaux de la recherche générale dans l'EEE, à l'exception de la République tchèque, où Google occupe une position dominante depuis 2011.
- (8) Cette conclusion se fonde sur les parts de marché de Google, l'existence de barrières à l'expansion et à l'entrée, le fait que les utilisateurs utilisent rarement plusieurs moteurs de recherche générale à la fois («multi-homing»), l'existence d'effets de marque et l'absence de puissance d'achat compensatrice. Cette conclusion vaut nonobstant le fait que les services de recherche générale sont offerts gratuitement et que la recherche générale sur des appareils statiques constitue ou non un marché distinct de la recherche générale sur des appareils mobiles.

⁽¹⁾ Règlement (CE) n° 1/2003 du Conseil du 16 décembre 2002 relatif à la mise en œuvre des règles de concurrence prévues aux articles 81 et 82 du traité (JO L 1 du 4.1.2003, p. 1).

3. ABUS DE POSITION DOMINANTE

- (9) La décision conclut que Google commet un abus sur les marchés en cause pour les services de recherche générale dans l'EEE en réservant, sur ses pages de résultats de recherche générale, un placement et un affichage plus favorables à son propre service de comparaison de prix par rapport aux services de comparaison de prix concurrents.
- (10) Le comportement de Google est abusif en ce sens qu'il: i) détourne le trafic des services de comparaison de prix concurrents vers le service de comparaison de prix de Google, en réduisant le trafic depuis les pages de résultats de recherche générale de Google vers les services de comparaison de prix concurrents et en augmentant le trafic depuis les pages de résultats de recherche générale de Google vers son propre service de comparaison de prix; et ii) est de nature à avoir, ou est susceptible d'avoir, des effets anticoncurrentiels sur les marchés nationaux des services de comparaison de prix et des services de recherche générale.

Comportement de Google: placement et affichage plus favorables réservés, sur ses pages de résultats de recherche générale, à son propre service de comparaison de prix

- (11) La décision expose de quelle manière Google réserve, sur ses pages de résultats de recherche générale, un placement et un affichage plus favorables à son propre service de comparaison de prix par rapport aux services de comparaison de prix concurrents.
- (12) Premièrement, la décision explique comment les services de comparaison de prix concurrents sont placés et affichés sur les pages de résultats de recherche générale de Google. En ce qui concerne leur placement, la décision explique comment certains algorithmes rendent les services de comparaison de prix concurrents susceptibles d'être rétrogradés sur les pages de résultats de recherche générale de Google et comment cela affecte leur visibilité sur les pages de résultats de recherche générale de Google. Pour ce qui est de leur affichage, la décision explique le format dans lequel les services de comparaison de prix concurrents peuvent être affichés dans les résultats de recherche générale de Google.
- (13) Deuxièmement, la décision explique comment le service de comparaison de prix de Google est placé et affiché sur les pages de résultats de recherche générale de Google. En ce qui concerne son placement, la décision explique que le service de Google est positionné d'une manière prééminente et n'est pas soumis aux algorithmes qui rendent les services de comparaison de prix concurrents susceptibles d'être rétrogradés sur les pages de recherche générale de Google. Pour ce qui est de son affichage, la décision explique que le service de comparaison de prix de Google est affiché avec des caractéristiques améliorées, en haut ou dans la première partie de la première page de résultats de recherche générale, alors que cette visibilité n'est pas accordée à ses concurrents.

Le placement et l'affichage plus favorables réservés par Google à son propre service de comparaison de prix détourne le trafic provenant des services de comparaison de prix concurrents.

- (14) La décision analyse d'abord l'influence du positionnement et de l'affichage des résultats de recherche générale sur le comportement de l'utilisateur. Elle montre que les utilisateurs ont davantage tendance à cliquer sur les liens qui sont les plus visibles sur la page de résultats de recherche générale.
- (15) La décision analyse ensuite l'évolution réelle du trafic vers les services de comparaison de prix concurrents, qui confirme ses conclusions sur le comportement des utilisateurs.
- (16) Premièrement, des éléments probants attestent de l'influence immédiate du classement des résultats de recherche générale dans le moteur de recherche Google sur les taux de clics de ces résultats de recherche.
- (17) Deuxièmement, la Commission a comparé l'évolution de la visibilité d'importants services de comparaison de prix concurrents, telle que calculée par la société indépendante Sistris, et l'évolution du trafic de recherche générique de Google vers ces services.
- (18) Troisièmement, des éléments probants figurant dans le dossier de la Commission attestent que le placement et l'affichage plus favorables du service de comparaison de prix de Google sur ses pages de résultats de recherche générale ont entraîné une augmentation du trafic vers ce service.
- (19) Quatrièmement, les éléments probants figurant dans le dossier concernant l'évolution réelle du trafic vers le service de comparaison de prix de Google confirment que plus il est placé et affiché de manière visible sur les pages de résultats de recherche générale de Google, plus il gagne de parts de trafic.

Le trafic de la recherche générique depuis les pages de résultats de recherche générale de Google représente une grande partie du trafic vers les services de comparaison de prix concurrents et ne peut pas être facilement remplacé.

- (20) La décision conclut que le trafic de la recherche générique depuis les pages de résultats de recherche générale de Google, à savoir la source du trafic dévié des services de comparaison de prix concurrents, représente une part importante du trafic vers ces services.
- (21) Elle conclut également qu'aucune des autres sources de trafic vers les services de comparaison de prix concurrents actuellement disponibles, notamment le trafic depuis AdWords, les applications mobiles et le trafic direct, ne peut remplacer efficacement le trafic de la recherche générique à partir des pages de résultats de recherche générale de Google.

Le comportement de Google a des effets anticoncurrentiels potentiels

- (22) La décision établit que le comportement de Google a des effets anticoncurrentiels potentiels.
- (23) Premièrement, le comportement de Google pourrait éliminer les services de comparaison de prix concurrents, ce qui pourrait entraîner une augmentation des frais pour les commerçants, une hausse des prix pour les consommateurs et une diminution de l'innovation.
- (24) Deuxièmement, le comportement de Google est susceptible de réduire la capacité des consommateurs à accéder aux services de comparaison de prix les plus pertinents.
- (25) Troisièmement, le comportement de Google pourrait également avoir des effets anticoncurrentiels potentiels même si les services de comparaison de prix ne constituaient pas un marché de produits distinct, mais un segment d'un éventuel marché de produits plus vaste comprenant à la fois des services de comparaison de prix et des plateformes marchandes.

Justifications objectives ou gains d'efficacité

- (26) La décision conclut que Google n'a pas fourni d'éléments probants vérifiables démontrant que son comportement est indispensable à la réalisation de gains d'efficacité et qu'il n'existe pas d'alternatives moins anticoncurrentielles à ce comportement susceptibles de produire les mêmes gains d'efficacité. Google ne fournit pas non plus d'arguments ni de preuves démontrant que les gains d'efficacité probables résultant de ce comportement l'emportent sur les effets négatifs probables sur la concurrence et le bien-être des consommateurs sur les marchés concernés.

Effet sur les échanges

- (27) La décision conclut que le comportement de Google affecte de façon sensible les échanges entre États membres et entre les parties contractantes à l'accord EEE.

Durée

- (28) La décision conclut que l'infraction a eu lieu sur chacun des marchés nationaux en cause de l'EEE depuis que Google a commencé à favoriser son service de comparaison de prix sur ce marché, à savoir:
- depuis janvier 2008, en Allemagne et au Royaume-Uni,
 - depuis octobre 2010, en France,
 - depuis mai 2011, en Italie, aux Pays-Bas et en Espagne,
 - depuis février 2013, en République tchèque et
 - depuis novembre 2013, en Autriche, en Belgique, au Danemark, en Norvège, en Pologne et en Suède.

Mesures correctives

- (29) La décision conclut que Google doit mettre un terme à cet abus et s'abstenir de tout acte ou comportement ayant un objet ou un effet identique ou équivalent.
- (30) Google dispose d'un délai de 90 jours à compter de la notification de la décision pour appliquer des mesures correctives permettant de mettre effectivement un terme à cet abus.

4. AMENDE

- (31) L'amende infligée à Alphabet et à Google au titre de leur comportement abusif est calculée sur la base des principes énoncés dans les lignes directrices de 2006 pour le calcul des amendes infligées en application de l'article 23, paragraphe 2, point a), du règlement (CE) n° 1/2003. La décision conclut que le montant final de l'amende infligée à Alphabet et à Google est de 2 424 495 000 EUR.
-