



Határozatok Tára

A TÖRVÉNYSZÉK ÍTÉLETE (kibővített kilencedik tanács)

2021. november 10.*

„Verseny – Erőfölénnyel való visszaélés – Általános termékkeresés és specializált termékkeresés az interneten – Az EUMSZ 102. cikkbe és az EGT-Megállapodás 54. cikkébe ütköző jogsértést megállapító határozat – Erőátviteli hatás útján történő visszaélés – Érdemeken alapuló verseny vagy versenyellenes magatartás – A versenytársak által valamely erőfölényben lévő vállalkozás olyan szolgáltatásához való hozzáférés feltételei, amelynek igénybevétele ténylegesen nem helyettesíthető – Az eredmények olyan megjelenítése az erőfölényben lévő vállalkozás által, amely előnyben részesíti a saját specializált keresőszolgáltatásának eredményeit – Hatások – Kontrafaktuális forgatókönyv felvázolásának szükségessége – Hiány – Objektív igazolások – Hiány – Bizonyos körülményekre tekintettel történő bírságkiszabás lehetősége – Bírságkiszabási iránymutatás – Korlátlan felülvizsgálati jogkör”

A T-612/17. sz. ügyben,

a **Google LLC**, korábban Google Inc. (székhelye: Mountain View, Kalifornia [Egyesült Államok]),

az **Alphabet, Inc.** (székhelye: Mountain View)

(képviselik őket: T. Graf, R. Snelders, C. Thomas, K. Fountoukakos-Kyriakakos ügyvédek, R. O'Donoghue, M. Pickford QC és D. Piccinin barrister)

felpereseknek,

támogatja őket:

a **Computer & Communications Industry Association** (székhelye: Washington, DC [Egyesült Államok], képviselik: J. Killick és A. Komninos ügyvédek)

beavatkozó fél,

az **Európai Bizottság** (képviselik: T. Christoforou, N. Khan, A. Dawes, H. Leupold és C. Urraca Caviedes, meghatalmazotti minőségben)

alperes ellen,

támogatják:

a **Németországi Szövetségi Köztársaság** (képviselik: J. Möller, S. Heimerl és S. Costanzo, meghatalmazotti minőségben),

* Az eljárás nyelve: angol.

az **EFTA Felügyeleti Hatóság** (képviselik: C. Zatschler és C. Simpson, meghatalmazotti minőségben),

a **Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC)** (székhelye: Brüsszel [Belgium], képviseli: A. Fratini ügyvéd),

az **Infederation Ltd** (székhelye: Crowthorne [Egyesült Királyság], képviselik: A. Morfey, S. Gartagani, L. Hannah, A. D'heygere, K. Gwilliam solicitors és T. Vinje ügyvéd),

a **Kelkoo** (székhelye: Párizs [Franciaország], képviseli: J. Koponen és B. Meyring ügyvédek),

a **Verband Deutscher Zeitschriftenverleger eV** (székhelye: Berlin [Németország], képviselik: T. Höppner egyetemi oktató, P. Westerhoff és J. Weber ügyvédek),

a **Visual Meta GmbH** (székhelye: Berlin, képviseli: T. Höppner egyetemi oktató és P. Westerhoff ügyvéd),

a **BDZV – Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger eV**, korábban Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger eV (székhelye: Berlin, képviseli: T. Höppner egyetemi oktató és P. Westerhoff ügyvéd),

valamint

a **Twenga** (székhelye: Párizs, képviseli: L. Godfroid, S. Hautbourg és S. Pelsy ügyvédek)

beavatkozó felek,

az elsődlegesen az EUMSZ 102. cikk és az EGT-Megállapodás 54. cikke alkalmazására vonatkozó eljárásban (AT.39740 – „Google Search [Shopping]” ügy) 2017. június 27-én hozott C(2017) 4444 final bizottsági határozat megsemmisítése, másodlagosan pedig a felperesekkel szemben kiszabott bírság törlése vagy az összegének csökkentése iránt az EUMSZ 263. cikk alapján benyújtott kérelme tárgyában,

A TÖRVÉNYSZÉK (kibővített kilencedik tanács),

tagjai: S. Gervasoni elnök, L. Madise (előadó), R. da Silva Passos, K. Kowalik-Bańczyk és C. Mac Eochaidh bírák,

hivatalvezető: E. Artemiou tanácsos,

tekintettel az eljárás írásbeli szakaszára és a 2020. február 12-i, 13-i és 14-i tárgyalásra,

meghozta a következő

Ítéletet

I. A jogvita előzményei

A. Előzmények

- 1 A Google LLC, korábban Google Inc. amerikai társaság, amely az internet használatához kapcsolódó termékekre és szolgáltatásokra szakosodott. Elsősorban keresőmotorja miatt ismert, amely lehetővé teszi (a továbbiakban a kontextus szerint „felhasználókként” vagy „fogyasztókként” is jelölt) internetfelhasználók számára, hogy az általuk használt böngészővel és hiperlinkek segítségével megtalálják és elérjék az igényeiknek megfelelő weboldalakat. 2015. október 2. óta a Google LLC az Alphabet, Inc. – a csoport csúcstársasága – 100%-os leányvállalata (a továbbiakban együtt: Google).
- 2 A Google keresőmotorja, amely a www.google.com címen vagy ehhez hasonló nemzeti kiterjesztésű címen érhető el, lehetővé teszi az internetfelhasználók képernyőjén megjelenő weboldalakon megjelenített keresési eredmények elérését. Ezeket a találatokat az említett keresőmotor általános kritériumok alapján, és anélkül választja ki, hogy azok a weboldalak, amelyekre a találatok mutatnak, a Google részére díjazást fizetnének (a továbbiakban: általános keresési eredmények vagy generikus eredmények), vagy az elvégzett konkrét keresési típusra vonatkozó speciális logika alapján (a továbbiakban: specializált keresési eredmények). A specializált keresési eredmények adott esetben anélkül jelenhetnek meg, hogy az internetfelhasználó konkrét lépéseket tett volna az ugyanarra az oldalra vonatkozó általános keresési eredmények kapcsán (a továbbiakban: általános eredményoldal vagy eredményoldalak), illetve megjelenhetnek a Google keresőmotorjának specializált oldalán az internetfelhasználó által eszközölt lekérést vagy az általános eredményoldalak egyes területein található linkek aktiválását követően. A Google különféle specializált keresési szolgáltatásokat fejlesztett ki, például a helyi jellegű hírekre és kereskedelmi ajánlatokra, repülőutakra vagy termékek vásárlására vonatkozóan. A jelen ügy ez utóbbi kategóriát érinti.
- 3 Az áruvásárlásra specializálódott keresési szolgáltatások (a továbbiakban: termék-összehasonlítási szolgáltatások vagy árösszehasonlító szolgáltatások) maguk nem értékesítenek árukat, hanem a keresett árut kínáló internetes eladók ajánlatait hasonlítják össze és választják ki. Ezek az eladók lehetnek közvetlen eladók vagy olyan értékesítési platformok, amelyek számos eladó ajánlatait gyűjtik össze, és amelyeken a keresett terméket azonnal meg lehet rendelni (az eBay, az Amazon, a PriceMinister és a Fnac tartoznak a legismertebbek közé).
- 4 Az általános keresési eredményekhez hasonlóan a specializált keresési eredmények is lehetnek olyan – néha „természetesnek” nevezett – eredmények, amelyek függetlenek az általuk hivatkozott weboldalaktól származó kifizetésektől, még akkor is, ha azok kereskedelmi honlapok. E természetes eredményeknek az eredményoldalakon megjelenített sorrendje szintén független a kifizetésektől.
- 5 A Google eredményoldalain és más keresőmotorjaiban olyan eredmények is szerepelnek, amelyek éppen ellenkezőleg, az általuk hivatkozott weboldalak kifizetéseivel kapcsolódnak. Ezek a gyakran „hirdetéseknak” (angolul „ads”) nevezett eredmények is kapcsolódnak az internetfelhasználó által végzett kereséshez, és megkülönböztetik őket az általános keresés vagy a specializált keresés természetes eredményeitől, például a „hirdetés” vagy a „szponzorált” szavakkal. Ezek az eredményoldalak külön részein vagy a többi találat között jelennek meg. Specializált keresési

eredményeknek minősülhetnek, ténylegesen pedig a Google egyes specializált keresési szolgáltatásai díjfizetéses részvételi rendszeren alapulnak. Megjelenítésük a hirdető árverés keretében vállalt fizetési kötelezettségeihez kapcsolódik. Adott esetben további kiválasztási kritériumokat is alkalmaznak. A hirdető akkor fizetnek a Google-nak, amikor az internetfelhasználó kattintással aktiválja a hirdetésükben szereplő hiperlinket, amely a saját weboldalukra mutat.

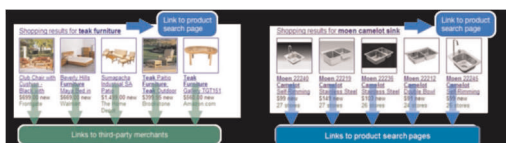
- 6 A Google általános eredményoldalai tartalmazhatják vagy tartalmazták a fenti 2–5. pontban említett valamennyi típusú találatot. Amint azt a Törvényszék a fenti 2. pontban szintén kifejtette, a specializált keresési eredmények, függetlenül attól, hogy természetes eredményekről vagy hirdetéséről van szó, a Google keresőmotorjának specializált oldalán az internetfelhasználó által eszközölt lekérést vagy az általános eredményoldalak egyes területein található linkek aktiválását követően is megjelenhetnek.
- 7 A Google-től eltérő más keresőmotorok (mint például az Alta Vista, a Yahoo, a Bing vagy a Qwant) általános keresési szolgáltatásokat és specializált keresési szolgáltatásokat kínálnak vagy kínáltak. Léteznek továbbá speciális keresőmotorok termékek összehasonlítására, mint a Bestlist, a Nextag, az IdealPrice, a Twenga, a Kelkoo vagy a Prix.net.
- 8 A Google által előadott, nem vitatott magyarázatok szerint a Google 2002-ben termékösszehasonlítási szolgáltatást kezdett nyújtani az internetfelhasználók számára más keresőmotorokat, például az Alta Vistát, a Yahoo-t, az AskJevest vagy az America On Line-t (AOL) követően vagy azokkal párhuzamosan. Ezek a kezdeményezések arra a megállapításra reagáltak, amely szerint az addig a keresőmotorok által alkalmazott eljárások nem feltétlenül találják meg szükségyszerűen az olyan különleges keresések, mint a hírekre vonatkozó vagy a termékek megvásárlására irányuló keresések megválaszolása céljából leginkább releváns eredményeket. Ily módon a Google 2002 végétől az Egyesült Államokban, majd mintegy két évvel később egyes európai országokban fokozatosan termék-összehasonlítási eredményeket kezdett szolgáltatni (a továbbiakban: termékeredmények). Ezek a találatok nem a weboldalakon található információkra alkalmazott általános keresési algoritmus eredményei voltak – amelyeket először az internetes tartalmak felkutatására irányuló, a Google által indexálás céljából végzett *crawling* eljárás révén nyernek ki, majd válogatnak ki a Google „webes indexébe” való felvétel céljából, végül pedig relevancia szerint rendeznek, annak érdekében, hogy megjelenjenek a felhasználó keresésére válaszul –, hanem az eladók által feltöltött, „termékindexnek” nevezett adatbázisban lévő információkra alkalmazott sajátos algoritmusok eredményei. Ezeket az eredményeket először a keresőmotor általános keresőoldalától eltérő Froogle nevű specializált keresőoldal révén nyújtották, majd – 2003-tól az Egyesült Államokban és 2005-től Európában – a keresőmotor általános keresőoldaláról is. Ez utóbbi esetben a termékekre vonatkozó találatok az általános eredményoldalakon a Product OneBox mezőbe (a továbbiakban: Product OneBox) csoportosítva jelentek meg, az oldal tetején vagy oldalán szereplő reklámok alatt vagy azokkal párhuzamosan, és az általános keresési eredmények felett, amint azt a Google által szolgáltatott, jelmagyarázattal ellátott illusztráció is mutatja:



- 9 Ha ugyanis az internetfelhasználó az általános keresőoldalt valamely termékre vonatkozó keresésének megindítására használta, a keresőmotor által szolgáltatott válaszok magukban foglalták a specializált keresésből és az általános keresésből eredő válaszokat is. Amikor az internetfelhasználó a Product OneBox eredményeinek linkjére kattintott, közvetlenül a keresett termék eladója weboldalának megfelelő oldalára irányították, ahol a termék megvásárolható volt. Egyébiránt a Product OneBoxon belül található külön link lehetővé tette a Froogle azon eredményoldalára való átirányítást, amely a termékekre vonatkozó specializált eredmények kibővített körét jeleníti meg. A Google előadja, hogy ezzel szemben a Froogle eredményei soha nem szerepeltek az általános keresési eredmények között, míg más termék-összehasonlításra specializálódott keresőmotorok eredményei is szerepelhettek azok között.
- 10 A Google előadja, hogy 2007-től módosította a termékekre vonatkozó eredmények elérésének módját.
- 11 E változtatások során a Google a Froogle név helyett áttért a Product Search megnevezésre a termék-összehasonlítást szolgáló keresőoldalai és a specializált eredmények vonatkozásában.
- 12 Ami az általános keresőoldal alapján az általános eredményoldalon megjelenített terméktalálatokat illeti, egyrészt a Google a Product OneBox tartalmát oly módon gazdagította, hogy ahhoz fényképeket csatolt. A Google e tekintetben a fényképek hozzáadásának első típusára vonatkozóan az alábbi illusztrációt szolgáltatja:



- 13 A Google emellett az ott megjelenő találati linkre való kattintás lehetséges kimeneteleit is változatosabbá tette: az esettől függően az internetfelhasználót – ahogy korábban is – közvetlenül a keresett termék eladójának weboldalára irányítják, ahol a termék megvásárolható, vagy pedig a Product Search specializált eredményoldalra irányítják, annak érdekében, hogy bemutassák az ugyanazon termékre vonatkozó további kínálatot. A Product Oneboxot a különböző országokban fokozatosan átnevezték Product Universalra (a továbbiakban: Product Universal) (például 2008-ban az Egyesült Királyságban és Németországban), ugyanakkor vonzóbbá is tették. A Google a Product Universal két változata kapcsán az alábbi jelmagyarázatokkal ellátott illusztrációt szolgáltatja:



- 14 Másrészt, a Google kialakította a Universal Search elnevezésű mechanizmust, amely a termék megvásárlása céljából történő keresés azonosítása esetén lehetővé teszi a Product Onebox, majd a Product Universal körébe tartozó termékek hierarchikus megjelenítését az általános eredményoldalon az általános keresés eredményeihez képest.
- 15 Az eredményoldalain megjelenő kifizetésekhez kapcsolódó termékeredményeket illetően a Google 2010 szeptemberétől gazdagabb formátumot vezetett be Európában az olyan, kizárólag szövegből álló hirdetésekhez képest (angolul „text ads”, a továbbiakban: szöveges hirdetések), amelyek addig jelentek meg. A hirdető választása szerint az internetfelhasználó a szövegre kattintva az eredeti szöveges hirdetéshez képest nagyított formában megtekinthette a keresett termékek fényképeit, valamint azok hirdető által kínált árát. A Google az ily módon kialakított szöveges hirdetés kapcsán az alábbi, jelmagyarázattal ellátott illusztrációt szolgáltatja:

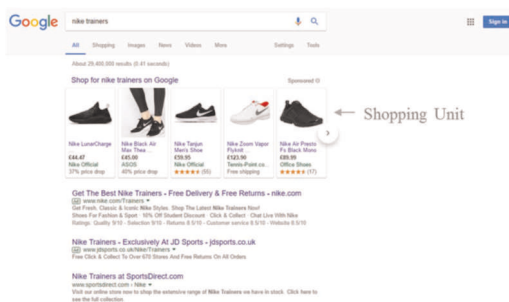


- 16 2011 novemberétől Európában a Google kiegészítette e szöveges hirdetések kinagyítására szolgáló eszközt azzal, hogy az általános eredményoldalain közvetlenül megjelenítette több hirdető fényképeket és árat tartalmazó hirdetéscsoportjait, amelyeket „termékhirdetési listáknak” vagy „termékhirdetéseknek” (a továbbiakban: termékhirdetések) nevezett, és amelyek az eredményoldal jobb oldalán vagy tetején jelentek meg. Az internetfelhasználó a csoportban szereplő hirdetésre kattintva a hirdető weboldalára jutott. A Google a termékhirdetést illetően a következő illusztrációt szolgáltatja:

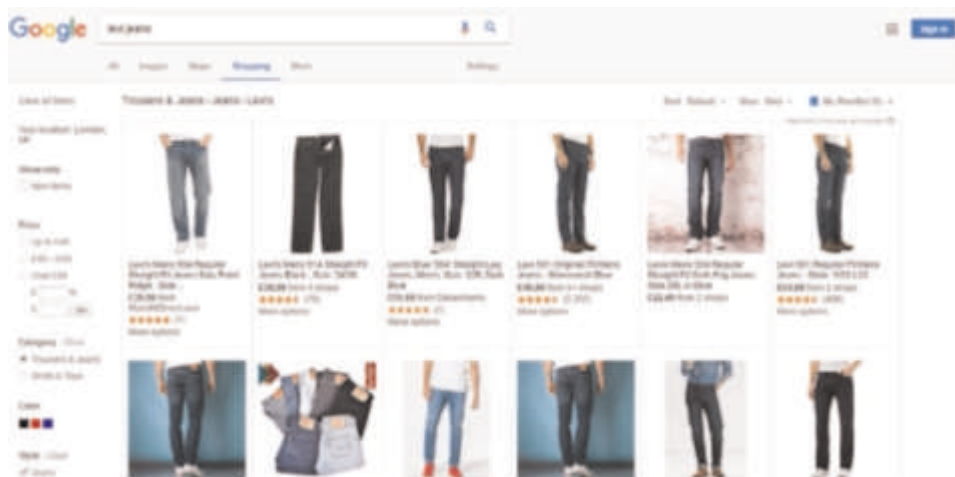


- 17 Ezt követően, ezzel egyidejűleg a Google megszüntette a termékek esetében a csoportos specializált keresések (Product Universal) természetes eredményei, illetve az esetlegesen létrehozott csoportos termékhirdetések (product ads) és a szöveges hirdetések (text ads), valamint az általános keresési találatok megjelenítését az általános eredményoldalain, mivel nem

tartotta kívánatosnak e helyzet fenntartását. Ily módon 2013-ban a Google Európában felhagyott a Product Universalal és az általános eredményoldalain kialakított szöveges hirdetésekkel. Itt a továbbiakban csak a „Shopping Commercial Units” vagy „Shopping Units” névre átkeresztelt csoportos termék hirdetések (a továbbiakban: Shopping Units), a szöveges hirdetések és az általános keresési eredmények jelentek meg. A Google a szöveges hirdetéseket és az általános keresési eredményeket megelőző Shopping Unit kapcsán a következő, jelmagyarázattal ellátott illusztrációt szolgáltatja:



- 18 Ennélfogva azt az internetfelhasználót, aki egy Shopping Unitban szereplő hirdetésre kattintott, mindig a hirdető értékesítési weboldalára irányították át. Az általános eredményoldalról a Google több hirdetést tartalmazó keresési és termékösszehasonlító specializált eredményoldalához csak akkor fért hozzá, ha a Shopping Unit elején szereplő konkrét linkre vagy egy az általános navigációs menüből elérhető linkre (Shopping menü link) kattintott.
- 19 A Google pontosítja, hogy a Shopping Unit hirdetéseinek kiválasztása nem csupán a fenti 5. pontban hivatkozott árverési mechanizmust vonta maga után, hanem a fenti 8. pontban hivatkozott, a termékekre vonatkozó természetes eredményeinek szolgáltatása céljából alkalmazott szempontokhoz hasonló kritériumokat is. Kifejti – anélkül, hogy ezt bárki vitatná –, hogy a kiválasztás adott esetben azt eredményezhette, hogy az általános eredményoldalon a szöveges hirdetéseket a megjelenítési sorrendben előnyben részesítették a Shopping Unittal szemben, vagy fordítva, sőt, ha a jó minőségű hirdetések száma nem volt elegendő, ez utóbbi megjelenítése akár el is maradhatott.
- 20 Amikor a Google törölte a Product Universalat az általános eredményoldaláról, ezzel egyidejűleg lemondott arról is, hogy termékekre vonatkozó természetes találatokat jelenítsen meg a Product Search specializált eredményoldalán, amely a Google Shopping megnevezést viselő, kizárólag hirdetéseket tartalmazó oldallá alakult át. A Google a Google Shopping oldal kapcsán a következő illusztrációt szolgáltatja:



B. Közigazgatási eljárás

- 21 A jelen ügy több, vállalkozások, vállalkozások társulásai és fogyasztói szervezetek által az Európai Bizottsághoz 2009. novemberben benyújtott panaszból, valamint a nemzeti versenyhatóságok (különösen a Bundeskartellamt [szövetségi kartellhatóság, Németország]) által a Bizottság elé utalt ügyekből ered.
- 22 A Bizottság 2010. november 30-án, a Bizottság által az [EUMSZ 101.] és [EUMSZ 102. cikk] alapján folytatott eljárásokról szóló, 2004. április 7-i 773/2004/EK bizottsági rendelet (HL 2004. L 123., 18. o.; magyar nyelvű különkiadás 8. fejezet, 3. kötet, 81. o.) 2. cikkének (1) bekezdése alapján eljárást indított a Google ellen.
- 23 2013. március 13-án a Bizottság [az EUMSZ 101.] és [EUMSZ 102. cikkben] meghatározott versenyszabályok végrehajtásáról szóló, 2002. december 16-i 1/2003/EK tanácsi rendelet (HL 2003. L 1., 1. o.; magyar nyelvű különkiadás 8. fejezet, 2. kötet, 205. o.) 9. cikke alapján előzetes értékelést fogadott el a Google bizottsági elvárásoknak eleget tevő kötelezettségvállalásainak esetleges elfogadása érdekében. Előzetes értékelésében a Bizottság többek között megállapította, hogy a Google általános eredményoldalain belül a saját specializált keresőszolgáltatásaira mutató linkek kedvező kezelése – a versengő specializált keresőszolgáltatásokra mutató linkekhez képest – sértheti az EUMSZ 102. cikket és az Európai Gazdasági Térségről (EGT) szóló megállapodás 54. cikkét.
- 24 Kiemelve, hogy nem ért egyet az előzetes értékelésben foglalt jogi elemzéssel, és vitatva azt az állítást, amely szerint a Bizottság által ismertetett magatartások sértik az EUMSZ 102. cikket, a Google három kötelezettségvállalás-csoportot nyújtott be, az elsőt 2013. április 3-án, a másodikat 2013. október 21-én, a harmadikat pedig 2014. január 31-én.
- 25 2014. május 27. és 2014. augusztus 11. között a Bizottság a 773/2004 rendelet 7. cikkének (1) bekezdése alapján leveleket küldött azon panaszosoknak, akik 2014. május 27. előtt nyújtottak be panaszt, és közölte velük, hogy el kívánja utasítani panaszaikat. A levelek a Bizottság azon előzetes értékelését tükrözték, amely szerint a Google által előterjesztett harmadik kötelezettségvállalás-csoport eleget tehet az előzetes értékelésben kifejezett, versennyel kapcsolatos elvárásoknak.

- 26 E levelekre válaszul 19 panaszos nyújtott be észrevételeket. Ezen észrevételek elemzését követően a Bizottság 2014. szeptember 4-én arról tájékoztatta a Google-t, hogy végül nem tud az 1/2003 rendelet 9. cikkének megfelelően kötelezettségvállalásokat elfogadó határozatot hozni.
- 27 2015. április 15-én a Bizottság újra megindította az 1/2003 rendelet 7. cikkének (1) bekezdésében szabályozott, jogsértés megállapítására irányuló eljárást, és kifogásközlést fogadott el a Google-lal szemben, amelyben arra az ideiglenes megállapításra jutott, hogy a szóban forgó magatartások erőfölénnyel való visszaélésnek minősülnek, és ennélfogva sértik az EUMSZ 102. cikket.
- 28 2015. április 27-én a Bizottság iratbetekintést biztosított a Google számára.
- 29 2015 júniusa és szeptembere között a Bizottság 24 panaszosnak és 10 érdekelt félnek küldte el a kifogásközlés nem bizalmas változatát. Összesen 20 panaszos és 7 érdekelt fél nyújtott be észrevételeket.
- 30 2015. augusztus 27-én a Google benyújtotta válaszáat a kifogásközlésre.
- 31 2015 októbere és novembere között a Bizottság 23 panaszosnak és 9 érdekelt félnek küldte el a kifogásközlésre adott válasz nem bizalmas változatát. 14 panaszos és 7 érdekelt fél nyújtott be észrevételeket.
- 32 2016. július 14-én a Bizottság kiegészítő kifogásközlést fogadott el.
- 33 2016. július 27-én a Bizottság újabb iratbetekintést biztosított a Google számára.
- 34 2016 szeptembere és októbere között a Bizottság 20 panaszosnak és 6 érdekelt félnek küldte el a kiegészítő kifogásközlés nem bizalmas változatát. 9 panaszos és 3 érdekelt fél nyújtott be észrevételeket a kiegészítő kifogásközlésre.
- 35 2016. november 3-án a Google benyújtotta a kiegészítő kifogásközlésre adott válaszáat.
- 36 2017. február 28-án a Bizottság „tényállást közlő levelet” küldött a Google-nak, amelyben felhívta figyelmét azokra a bizonyítékokra, amelyekre a kifogásközlésben és a kiegészítő kifogásközlésben nem hivatkozott kifejezetten, de amelyek az iratok elemzését követően potenciálisan relevánsak lehetnek az e jogi aktusokból levont előzetes következtetés alátámasztása szempontjából.
- 37 2017. március 1-jén a Bizottság újabb iratbetekintést biztosított a Google számára.
- 38 2017. április 18-án a Google válaszolt a „tényállást közlő levélre”.
- 39 2017. június 27-én a Bizottság az [EUMSZ] 102. cikk és az EGT-Megállapodás 54. cikke alkalmazására vonatkozó eljárásban (AT.39740 – „Google Search [Shopping]” ügy) meghozta a C(2017) 4444 final határozatot (a továbbiakban: megtámadott határozat).

C. A megtámadott határozat

- 40 A megtámadott határozatban a Bizottság, miután ismertette az elfogadásához vezető eljárás szakaszait, és elutasította a Google ezen eljárás lefolytatásával kapcsolatos kifogásait, először meghatározta a versenyszabályok értelmében vett érintett piacokat.

- 41 A Bizottság emlékeztetett arra, hogy valamely vállalkozás adott piacon fennálló esetleges erőfölényének meghatározásával összefüggésben az érintett piac vagy piacok meghatározása során nemcsak az érintett termékek vagy szolgáltatások jellemzőit, hanem a kínálat és kereslet szerkezetét is figyelembe kell vennie. Hangsúlyozta, hogy azt a kérdést, hogy ebben az összefüggésben az áruk vagy szolgáltatások elkülönültek-e, a fogyasztó igényeinek szempontjából kell értékelni.
- 42 A Bizottság úgy ítélte meg, hogy az érintett termékpiacon egyrészt az általános internetes keresőszolgáltatások piaca, másrészt pedig az internetes termék-összehasonlítási szolgáltatások piaca.
- 43 Először is, az általános internetes keresőszolgáltatások piacát illetően a Bizottság jelezte, hogy az ilyen szolgáltatás kínálására irányuló tevékenység gazdasági tevékenység, mivel az internetfelhasználók, noha e szolgáltatást ingyenesen veszik igénybe, elfogadják, hogy a keresőmotor működtetője összegyűjti a rájuk vonatkozó adatokat, amelyeket ezt követően hasznosíthat, többek között azon hirdetőik révén, amelyek az eredmények oldalain reklámokat kívánnak közzétenni. Általánosságban a „kétoldalú” platformokon a felhasználók egyik típusa (a jelen esetben az internetfelhasználók) részére biztosított ingyenes oldal – ha jól működik – megerősítheti a másik oldal keresletét, amelynek felhasználói típusa fizetést teljesít (a jelen esetben ez a hirdető, amely a lehető legtöbb internetfelhasználót kívánja elérni). E tekintetben a különböző általános internetes keresőszolgáltatások versenyben állnak azzal a céllal, hogy keresőmotorjuk minősége révén vonzerőt gyakoroljanak mind az internetfelhasználókra, mind a hirdetőkre.
- 44 A Bizottság ezt követően úgy ítélte meg, hogy az internetfelhasználók igényei szempontjából csekély helyettesíthetőség áll fenn az általános keresőszolgáltatások és az interneten kínált egyéb szolgáltatások között.
- 45 Közelebbről, a specializált keresőszolgáltatások kevésbé helyettesíthetők az általános keresőszolgáltatásokkal, mivel csak az egyes keresések specializált területeit fedik le. Ráadásul leggyakrabban kizárólag a kereskedelmi ajánlatokra mutatnak, míg az általános keresőszolgáltatások az internetes szolgáltatások minden típusára utalnak. E különböző keresőszolgáltatások válaszadási módja is eltér, még ha csak az adatbázisuk kialakítását illetően is. Pénzügyi modelljeik szintén különböznek, mivel az általános keresőszolgáltatásokat kizárólag a reklámok eredményoldalon történő megjelenítése után teljesített kifizetésekből finanszírozzák, a specializált keresőszolgáltatásokat pedig ezenkívül azon vállalkozások kifizetéseiből, amelyeknek a weboldalait megemlíti a keresési eredményekben, amennyiben az internetfelhasználók követik ezt a megjelölést (a kattintás vagy az azt követő ügylet teljesítése utáni kifizetések). A konkrét példák, különösen a Google példája, megerősítik e különbségeket. Így számos specializált keresőszolgáltatást kínáló vállalkozás, mint például a Shopzilla (árösszehasonlító szolgáltatás) vagy a Kayak (utazási díjak összehasonlítása) nem kínál általános keresőszolgáltatásokat. A Google maga is különbséget tesz a keresőszolgáltatások két típusa között, és következetesen külön speciális keresőoldalakot és eredményoldalakot működtet specializált keresőszolgáltatásai tekintetében. Az ágazat elemzői is megkülönböztetik a két szolgáltatástípust. A Bizottság még más, a két szolgáltatástípus funkcionalitására és használatára vonatkozó különbségekre is rámutat, noha olykor minden ilyen szolgáltatás válaszolhat ugyanarra a keresésre.
- 46 A kínálati oldali helyettesíthetőséget illetően a Bizottság azt is jelezte, hogy csekély helyettesíthetőség áll fenn az általános keresőszolgáltatások és az interneten kínált egyéb szolgáltatások között. E tekintetben az általános keresőszolgáltatások kapcsán a más, interneten

keresztül működő szolgáltatások működtetői előtt fennálló belépési korlátok létezésére hivatkozott annak bizonyítása érdekében, hogy rövid távon jelentős költségek vagy kockázatok nélkül nehezen tudnának versenyezni a jelenlegi általános keresőszolgáltatások nyújtóival.

- 47 A Bizottság szerint lényegében annak az internetes szolgáltatónak, aki új általános keresőszolgáltatást kívánna nyújtani, igen jelentős befektetéseket kellene eszközölnie. Több nagy internetes vállalkozás hangsúlyozta, hogy e tekintetben komoly belépési akadályok állnak fenn. Ahhoz, hogy egy általános keresőszolgáltatás életképesen működjön, jelentős mennyiségű keresésnek kell oda beérkeznie. Mivel az internetfelhasználók igényeire adott válaszok minősége jelentősen fejlődött, ma már nem valószínű, hogy a piaci pozíciókat meg fogják rendíteni, ahogyan az korábban megfigyelhető volt, amikor a Google megelőzte az Alta Vista és a Lycos korábbi vezető keresőmotorjait. A reklám fejlődése az általános eredményoldalakon szintén előnyt jelent a vezető szolgáltató számára, amely nagyobb vonzerőt gyakorol a hirdetőkre, figyelemmel az általános keresőszolgáltatását igénybe vevő felhasználók számára. Ez még inkább megnehezíti az új gazdasági szereplők előretörését, és ezzel ellentétesen 2007 óta egyes gazdasági szereplők piacról való kivonulását, illetve adott nemzeti piacra vagy nyelvi övezetre való szorulását lehetett érzékelni. Csak a Microsoft tudta jelentős mértékben folytatni e tevékenységet a Bing keresőmotorja révén, amelynek piaci részesedése azonban az EGT egyetlen országában sem haladja meg a 10%-ot.
- 48 A Bizottság ezt követően úgy ítélte meg, hogy az internetes általános keresőszolgáltatásokat nem kell megkülönböztetni attól függően, hogy azokat az internetfelhasználók számítógépről vagy más terminálokról, mint például táblagépekről vagy okostelefonokról veszik igénybe. Így jutott arra a következtetésre, hogy létezik egy termékpiac az internetes általános keresőszolgáltatások tekintetében.
- 49 Másodszor, ami az internetes termékösszehasonlítás piacát illeti, a Bizottság a következő módon indokolta annak fennállását. A termék-összehasonlítási szolgáltatások különböznek az egyéb internetes specializált keresőszolgáltatásoktól. A kereslet szempontjából minden egyes specializált keresőszolgáltatás egy adott tárgykörre koncentrált keresésnek felel meg, és csak erre vonatkozóan ad választ, így a különböző specializált keresőszolgáltatások egymással nem helyettesíthetők. A kínálat szempontjából a válaszok kiválasztási szempontjai, az adatbázisok tartalma, az olyan weboldalak működtetőinek jellege és tevékenységi köre, amelyekre valamely specializált keresőszolgáltatás hivatkozhat, és az ezekkel fennálló szerződéses kapcsolatok annyira eltérnek a specializált keresés típusától függően, hogy a specializált keresőszolgáltatás nyújtója számára nehéz lenne rövid távon és jelentős további költségek nélkül egy másik típusú specializált keresőszolgáltatást kínálni, és ezáltal e tekintetben versenyt folytatni. A kínálati oldali helyettesíthetőség tehát nem áll fenn a specializált keresőszolgáltatások különböző típusai között sem.
- 50 Az általános reklámok általános eredményoldalakon való megjelenítésére irányuló szolgáltatások (online search advertising platforms a megtámadott határozatban) különböző okokból szintén kevésbé helyettesíthetők a termék-összehasonlítási szolgáltatásokkal. A Bizottság e tekintetben lényegében a két szolgáltatástípus kialakításának és működésének módjaira vonatkozó érveket adott elő, többek között azzal kapcsolatban, hogy az internetfelhasználó nem keres kifejezetten a reklámokat, míg az árösszehasonlító szolgáltatást szándékosan veszi igénybe az eredmények megszerzése érdekében.

- 51 Az internetes közvetlen értékesítők által nyújtott szolgáltatások és a termék-összehasonlítási szolgáltatások között ugyancsak csekély a helyettesíthetőség. A Bizottság e tekintetben lényegében azt emelte ki, hogy a közvetlen értékesítők azokra a termékekre vagy szolgáltatásokra összpontosítottak, amelyeket maguk értékesítenek, és hogy az a tény, hogy az internetfelhasználó ilyen eladóktól vásárolhat anélkül, hogy valamely termék-összehasonlítási szolgáltatás keresési szakaszában részt venne, nem jelenti azt, hogy a két igen eltérő szolgáltatástípus között helyettesíthetőség áll fenn.
- 52 Az internetes értékesítési platformok, az úgynevezett „kereskedelmi platformok” szolgáltatásai önmagukban kevésbé helyettesíthetők a termék-összehasonlítási szolgáltatásokkal. A Bizottság e tekintetben – többek között a Google különböző, ezzel ellentétes érveire válaszolva – részletes elemzést nyújtott be, amely álláspontja szerint bemutatja a különbségeket a két szolgáltatástípus között, amelyek különösen ahhoz a tényhez kapcsolódnak, hogy e két szolgáltatástípus szerint az internetfelhasználók és az internetes eladók eltérő igényeit elégíti ki, ideértve azt is, hogy e platformokkal ellentétben a termék-összehasonlítási szolgáltatások nem értékesítettek árukat, és így nem tartalmaztak az adásvételhez kapcsolódó különböző szolgáltatásokat vagy kötelezettségeket.
- 53 Az érintett piacok földrajzi kiterjedését illetően a Bizottság arra a következtetésre jutott, hogy mind az általános keresések piacai, mind a termék-összehasonlításra specializált keresések piacai nemzeti szintűek. Az internetes honlapok bármely helyen történő megtekintésének lehetősége ellenére a nemzeti szintre tagolódással kapcsolatos, többek között nyelvi jellegű tényezők és a „nemzeti” keresőmotorok létezése vezetett ehhez a – egyébként a Google által sem vitatott – következtetéshez.
- 54 A Bizottság ezt követően kifejtette, hogy a Google 2008 óta erőfölénnyel rendelkezik az általános keresések piacán az EGT minden egyes országában, kivéve a Cseh Köztársaságban, ahol ez az erőfölény csak 2011 óta áll fenn. A Bizottság e tekintetben különböző tényezőkre támaszkodott. A Bizottság kiemelte a Google nagyon magas és stabil, különböző kutatásokban megfigyelt piaci részesedéseit, amelyek 2008 óta majdnem mindig magasabbak 80%-nál, kivéve a Cseh Köztársaságban, ahol azonban 2011 januárja óta a Google nem vitatottan 70%-ot meghaladó piaci részesedéssel rendelkező piacvezetővé vált. A Bizottság hangsúlyozta a Google versenytársai – mint például a Bing vagy a Yahoo – alacsony piaci részesedését. Megismételte a piacra lépés akadályaira vonatkozó, a piac meghatározására vonatkozó elemzésében már kifejtett megfontolásokat, és azt is hangsúlyozta, hogy kevés internetfelhasználó használ több általános keresőmotort, hogy a Google jelentős hírnevet élvez, és hogy az egymástól független internetfelhasználók nem képviselnek vevői ellensúlyt. Elutasította a Google azon érveit, amelyek szerint az internetfelhasználók számára nyújtott szolgáltatás ingyenessége megváltoztatja a helyzetet, és jelezte, hogy a Google erőfölénye mind az asztali számítógépeken, mind pedig a mobil eszközökön végzett keresések tekintetében fennállt.
- 55 A Bizottság ezt követően úgy ítélte meg, hogy a Google több, legkorábban 2008 januárjáig visszanyúló időponttól kezdve visszaért tizenhárom nemzeti piacon fennálló erőfölényével az EGT-n belüli általános keresési piacon, azáltal, hogy csökkentette az oldalain áthaladó forgalmat a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé, és ezt a forgalmat növelte a saját árösszehasonlító szolgáltatása felé, ami valószínűleg versenyellenes hatásokkal járhatott vagy valószínűleg ilyen hatásokkal járt a termék-összehasonlításra irányuló specializált keresések tizenhárom megfelelő nemzeti piacán, valamint az említett általános keresési piacokon is. Az érintett országok Belgium, a Cseh Köztársaság, Dánia, Németország, Spanyolország, Franciaország, Olaszország, Hollandia, Ausztria, Lengyelország, Svédország, az Egyesült Királyság és Norvégia.

- 56 A Bizottság ily módon ismertette a Google-nak felrótt visszaélést. Az elveket illetően a Bizottság kifejtette, hogy az EUMSZ 102. cikkben és az EGT-Megállapodás 54. cikkében foglalt tilalmak valamely vállalkozásnak nemcsak olyan magatartására vonatkozhatnak, amellyel meg kívánta erősíteni helyzetét azon a piacon, amelyen már erőfölényben volt, hanem egy adott piacon erőfölényben lévő vállalkozás olyan magatartására is, amely a verseny torzítása révén erőfölényének kiterjesztésére irányult egy szomszédos piacra. A Bizottság emlékeztetett arra, hogy az erőfölénnyel való visszaélés tiltott, függetlenül az e célból alkalmazott eszközöktől és eljárásoktól, illetve bármiféle vétkességtől, és hogy mindenesetre az érintett vállalkozás igazolással szolgálhat annak bizonyítása révén, hogy magatartása objektíve szükséges volt, vagy hogy az okozott kizáró hatást ellentételezhetik a hatékonyságban jelentkező előnyök, amelyekből a fogyasztók is részesülnek.
- 57 A Bizottság a megtámadott határozat 7.2. részében rámutatott arra, hogy a jelen ügyben azonosított visszaélés abban állt, hogy a Google általános eredményoldalain a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokhoz képest saját árösszehasonlító szolgáltatásait kedvezőbben helyezik el és kedvezőbben mutatják be.
- 58 Annak bizonyítása érdekében, hogy e magatartások mennyiben voltak visszaélésszerűek, illetve tértek el az érdemeken alapuló versenytől, a Bizottság először is a megtámadott határozat 7.2.1. részében ismertette, hogy a Google hogyan helyezi el és mutatja be kedvezőbben saját árösszehasonlító szolgáltatásait, mint a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokat. A Bizottság először is azt vizsgálta, hogy hogyan helyezték el és jelenítették meg a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokat a Google generikus eredményei között, majd ezt követően megvizsgálta, hogy a Google árösszehasonlító szolgáltatása hogyan helyezkedett el és jelent meg általános eredményoldalain.
- 59 Ami egyrészt a versengő árösszehasonlító szolgáltatások elhelyezkedését illeti, a Bizottság megjegyezte, hogy ez utóbbiak a generikus eredmények között jelennek meg a keresésnek esetlegesen megfelelő eredményoldalaikra mutató linkek formájában, ugyanakkor ezeket az eredmények úgynevezett „kiigazítási” algoritmusai – többek között a Panda elnevezésű algoritmus – a generikus eredmények rangsorában hátrébb sorolhatják, többek között az árösszehasonlító szolgáltatások sajátosságai és különösen az eredeti tartalom hiánya miatt. A Bizottság többek között kiemelte, hogy bevezetésük óta a szóban forgó algoritmusokat a Google által a kifogásközlésre adott válaszában megjelölt 361 árösszehasonlító szolgáltatás (a továbbiakban: a Google által megjelölt 361 versengő árösszehasonlító szolgáltatás) túlnyomó többségére alkalmazták, és hogy 2010. augusztus 2. és 2016. december 2. között az Egyesült Királyságban, Németországban, Franciaországban, Olaszországban és Spanyolországban a Google általános eredményoldalain a versengő árösszehasonlító szolgáltatások láthatósága – amely 2010 végén és 2011 elején volt a legmagasabb – a Panda algoritmus bevezetését követően hirtelen visszaesett, és ezt követően már nem is állt helyre.
- 60 Másrészt, ami a versengő árösszehasonlító szolgáltatások bemutatását illeti, a Bizottság rámutatott, hogy az említett szolgáltatások kizárólag generikus eredményekként jelenhetnek meg a Google általános eredményoldalain, azaz egyszerű kék linkek formájában, és ezért nem jeleníthetők meg képekkel, valamint a termékekre, az árakra és az eladóra vonatkozó kiegészítő információkkal ellátott bővített formátumban, noha az ilyen információk növelik az átkattintási arányt (a link aktiválásának arányát). A Bizottság ezen állítás alátámasztására számos bizonyítékra hivatkozott, többek között kutatásokra és kísérletekre.

- 61 Ezt követően a Bizottság megvizsgálta, hogy hogyan helyezték el és mutatták be a Google árösszehasonlító szolgáltatását az általános eredményoldalakon. Elhelyezését illetően a Bizottság két különbséget azonosított a versengő árösszehasonlító szolgáltatások elhelyezéséhez képest, nevezetesen egyrészt azt, hogy a Google árösszehasonlító szolgáltatására nem alkalmazták ugyanazon besorolási mechanizmusokat és különösen a Pandához hasonló kiigazítási algoritmusokat, másrészt pedig azt, hogy amikor a Google árösszehasonlító szolgáltatását egy „boxban” jelenítik meg, az erősen látható helyen jelenik meg. A kiigazítási mechanizmusok alkalmazását illetően a Bizottság megjegyezte, hogy az említett algoritmusokat annak ellenére nem alkalmazzák a Google árösszehasonlító szolgáltatására, hogy annak számos közös jellemzője van a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokkal, amelyek alapján azt ugyanúgy vissza lehetett volna minősíteni a generikus eredmények között. Ami a Google árösszehasonlító szolgáltatásának láthatóságát illeti az általános eredményoldalakon, a Bizottság közelebbről rámutatott, hogy a Product Universal elindítása óta a Google az esetek többségében a saját árösszehasonlító szolgáltatásának eredményeit vagy az összes generikus találat felett helyezte el, vagy az első generikus eredmények szintjén, mivel a Google egy belső elektronikus levele szerint a cél „a forgalom erőteljes növelése” volt. A Bizottság, miután ismertette a Product Universal 2007 és 2012 közötti fejlődését, megvizsgálta a Shopping Unit elhelyezését, és kiemelte, hogy ez utóbbi mindig a Google első generikus eredményei felett helyezkedik el. A Bizottság e tekintetben a Google azon érvére válaszolva, amely szerint a Shopping Unit átkattintási aránya (megjelenítési aránya) alacsony volt, hangsúlyozta, hogy a Shopping Unit átkattintási aránya az esetek többségében meghaladja a Google által megjelölt 361 versengő árösszehasonlító szolgáltatás átkattintási arányát, mind az első négy generikus eredmény között, mind első generikus eredményként. A Bizottság ezen állítás alátámasztására számszerű adatokkal szolgált az érintett tizenhárom földrajzi piac vonatkozásában.
- 62 Ami a Google árösszehasonlító szolgáltatásának bemutatását illeti, a Bizottság megállapította, hogy a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokkal szemben a bemutatás terén a fő különbség abban rejlik, hogy a Google árösszehasonlító szolgáltatását bővebb grafikai jellemzőkkel mutatják be, ideértve a képeket és a dinamikus információkat is. Márpedig e bővített grafikai jellemzők a Bizottság szerint a Google számára jelentősebb átkattintási arányhoz, tehát bevételeinek növekedéséhez vezetnek. A Bizottság e tekintetben felsorolt több olyan körülményt, amely maga a Google által szolgáltatott magyarázatokon és egy másik vállalkozás közigazgatási eljárásban való közreműködésén alapult.
- 63 A Bizottság ezt követően válaszolt a Google által a vele szemben kifogásolt részrehajló magatartás vitatása érdekében előadott érvekre. Többek között kifejtette azokat a különböző okokat, amelyek miatt a Product Universals és a Shopping Units megjelenítése és használata előnyt biztosít a Google árösszehasonlító szolgáltatása számára. Úgy vélte továbbá, hogy nem releváns az az érv, amely szerint a Google ugyanazokat a relevanciakritériumokat alkalmazta egyrészt a Product Universalra és a generikus eredményekre, másrészt pedig a Shopping Unitra és a termékekre vonatkozó egyéb hirdetésekre.
- 64 Másodszor, a szóban forgó magatartások visszaélésszerű jellegének bizonyítása érdekében a Bizottság a megtámadott határozat 7.2.2. részében megvizsgálta a forgalom volumenét a termék-összehasonlító szolgáltatások tekintetében. A Bizottság e tekintetben megjegyezte, hogy a forgalom volumene számos tekintetben jelentős az árösszehasonlító szolgáltatás versenyképessége szempontjából. Miután e tekintetben idézett egy több árösszehasonlító szolgáltatással rendelkező tulajdonost, aki szerint a forgalom egy specializált keresőmotor létfontosságú eszközértéke, mivel több okból is minél nagyobb e forgalom, annál inkább növeli a keresőszolgáltatások relevanciáját, a Bizottság számos nyilatkozatra támaszkodva megerősítette

többek között, hogy a specializált keresőszolgáltatás relevanciája a szolgáltatott információk terjedelmével és friss jellegével függ össze. Márpedig a jelentős forgalom lehetővé tenné az árösszehasonlító szolgáltatások számára, hogy meggyőzzék az eladókat arról, hogy termékeikről további adatokat szolgáltatassanak, és ezáltal növeljék a termékek összehasonlítására vonatkozó kínálatukat az interneten, és ebből következően bevételüket is. A Bizottság e tekintetben számos nyilatkozatra hivatkozva azt is megjegyezte, hogy a forgalom olyan tanulási hatásokat eredményezett, amelyek lehetővé teszik a keresési eredmények relevanciájának növelését, és ennél fogva az internetfelhasználók számára nyújtott termék-összehasonlítási szolgáltatás hasznosságának fokozását. A Bizottság végül kifejtette, hogy a forgalom lehetővé tette az árösszehasonlító szolgáltatások számára, hogy a keresőszolgáltatásaik javítására irányuló kísérleteket végezzenek, és további kereséseket javasoljanak az internetfelhasználók számára.

- 65 Harmadszor, a szóban forgó magatartások visszaélészerű jellegének bizonyítása érdekében a Bizottság a megtámadott határozat 7.2.3. részében kifejtette, hogy e magatartások csökkentik a Google általános eredményoldalairól a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalmat, és növelik az ezen oldalakról a Google árösszehasonlító szolgáltatásai felé irányuló forgalmat. A Bizottság ezt a következtetést három bizonyítékkal támasztotta alá. Mindenekelőtt az internetfelhasználók magatartásának elemzése alapján a Bizottság arra a következtetésre jutott, hogy a generikus eredmények akkor eredményeznek jelentős forgalmat valamely weboldal felé, amennyiben azokat az első általános eredményoldal első három-öt találatá közé sorolták, mivel az internetfelhasználók nem fordítanak figyelmet, vagy csak kevés figyelmet fordítanak a következő eredményekre, amelyek gyakran nem jelennek meg közvetlenül a képernyőn. A Bizottság hozzátette, hogy az első tíz találat körülbelül az internetfelhasználók kattintásainak mintegy 95%-át szerezte meg. A Microsoft által folytatott kutatások alapján a Bizottság kifejtette, hogy az adott link pozíciója a generikus eredmények között jelentős hatással van e link átkattintási arányára – függetlenül attól, hogy a hivatkozott weboldal releváns-e -, és hogy a keresési eredmény ranghelyének a Google általános eredményoldalain történő megváltoztatása jelentős hatással van az általános keresésből származó forgalomra. Ezt követően a Bizottság kiemelte, hogy a szóban forgó magatartások a Google általános eredményoldalai felől szinte valamennyi versengő árösszehasonlító szolgáltatás felé irányuló forgalom csökkenését eredményezték jelentős időtartamra az EGT azon tizenhárom országában, ahol azokat végrehajtották. Végül a Bizottság megállapította, hogy a szóban forgó magatartások a Google saját árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalmának növekedését eredményezték. A Bizottság e megállapítások alátámasztása érdekében különböző elemekre hivatkozott. Cáfolta a Google által a forgalom megállapított alakulásának, illetve a magatartása és e fejlemények közötti okozati összefüggés vitatásának érdekében előadott érveket.
- 66 Negyedszer, a szóban forgó magatartások visszaélészerű jellegének bizonyítása érdekében a Bizottság a megtámadott határozat 7.2.4. részében arra hivatkozott, hogy az e magatartások által eltérített forgalom nagyrészt a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalomból állt, és hogy azt nem helyettesíthetik ténylegesen a versengő árösszehasonlító szolgáltatások számára jelenleg rendelkezésre álló egyéb forgalmi források, azaz az AdWords szöveges hirdetések, a mobiltelefonos alkalmazások, a közvetlen forgalom, az egyéb internetes partneroldalak linkjei, a szociális média és az egyéb általános keresőmotorok.
- 67 Ötödször, a szóban forgó magatartások visszaélészerű jellegének bizonyítása érdekében a Bizottság a megtámadott határozat 7.3. részében kifejtette, hogy e magatartások potenciális versenyellenes hatásokkal jártak a termék-összehasonlításra irányuló specializált keresések tizenhárom nemzeti piacán és a fenti 55. pontban hivatkozott tizenhárom nemzeti általános keresési piacon. Az előbbiekkal kapcsolatban a Bizottság azt kívánta bizonyítani, hogy a szóban

forgó magatartások arra indíthatták a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokat, hogy felhagyjanak tevékenységükkel, hogy azok negatív hatással lehetnek az innovációra, és hogy ennél fogva csökkenthetik a fogyasztók azon lehetőségeit, hogy hozzáférjenek a leghatékonyabb szolgáltatásokhoz. Érintenék tehát e piacok versenyszerkezetét. Abban az esetben, ha a kereskedelmi platformokat bele kellene érteni e piacokba, a Bizottság úgy vélte, hogy ugyanezek a hatások érvényesülnének a Google legközelebbi versenytársaira, azaz a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokra nézve is. Ami az általános keresés nemzeti piacait illeti, a Bizottság szerint a szóban forgó magatartások versenyellenes hatásai abból erednek, hogy a Google általános eredményoldalain az annak árösszehasonlító szolgáltatásából származó kiegészítő források lehetővé teszik számára általános keresőszolgáltatásának megerősítését.

- 68 Összefoglalva, a megtámadott határozatban a Bizottság azt kívánta bizonyítani, hogy a Google árösszehasonlító szolgáltatását általános eredményoldalain előnyösebben helyezte el és emelte ki, mint a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokat (a megtámadott határozat 7.2.1. része), hogy a jelentős forgalom (másként fogalmazva, a jelentős látogatottság) alapvető fontosságú volt az árösszehasonlító szolgáltatások számára (a megtámadott határozat 7.2.2. része), hogy a Google magatartása a saját árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalom növelését és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom csökkenését eredményezte (a megtámadott határozat 7.2.3. része), hogy a Google általános eredményoldalairól származó forgalom e versengő árösszehasonlító szolgáltatások forgalmának nagy részét tette ki, és azt nem lehetett ténylegesen helyettesíteni más forgalmi forrásokkal (a megtámadott határozat 7.2.4. része), hogy a szóban forgó magatartás a Google erőfölényének kiterjesztését eredményezhette az attól a piactól eltérő más piacokra, amelyen már erőfölénnyel rendelkezett, vagyis termék-összehasonlításra irányuló specializált keresések piacaira (a megtámadott határozat 7.3.1. része), hogy még ha a termék-összehasonlítási szolgáltatásokat az internetes értékesítési platformok szolgáltatásait is tartalmazó nagyobb piacok részének kellene is tekinteni, ugyanezek a versenyellenes hatások megjelenének e piacok termék-összehasonlítási szolgáltatásokkal kapcsolatos szegmenseiben (a megtámadott határozat 7.3.2. része), valamint hogy e magatartás emellett megvédte a Google erőfölényét az általános keresési piacon (a megtámadott határozat 7.3.3. része). Hangsúlyozta többek között a fogyasztókat ért azon károkat, amelyek e helyzetből eredhetnek. A Bizottság cáfolta a Google által ezen elemzéssel szemben felhozott érveket, amelyek szerint az alkalmazott jogi kritériumok nem helytállóak (a megtámadott határozat 7.4. része). A Bizottság továbbá cáfolta a Google által annak bizonyítása érdekében előadott igazolásokat is, hogy magatartása nem volt visszaélészerű (a megtámadott határozat 7.5. része), amely igazolások azon alapultak, hogy e magatartás objektíve szükséges volt, vagy hogy az azzal járó esetleges versenykorlátozásokat ellensúlyozza a fogyasztó számára előnyös hatékonyságjavulás.
- 69 Amint az többek között a megtámadott határozat (344) és (512) preambulumbekzdéséből kitűnik, a Bizottság által a Google visszaélésének forrásaként konkrétan megjelölt magatartás lényegében az, hogy a Google az általános eredményoldalain szembetűnően és vonzó módon jelenítette meg árösszehasonlító szolgáltatásait az erre szolgáló „boxokban”, anélkül hogy alkalmazták volna azokra az általános keresésre használt kiigazítási algoritmusokat, míg ezzel egyidejűleg a versengő árösszehasonlító szolgáltatások csak általános keresési eredményként (kék link) jelenhettek meg ezeken az oldalakon, ami jellemzően rossz helyezéssel jár a rangsorban, az említett kiigazítási algoritmusok alkalmazása miatt. A Bizottság a megtámadott határozat (440) és (537) preambulumbekzdésében hangsúlyozta, hogy nem magukat a Google által választott, releváns kritériumnak minősülő különböző kiválasztási kritériumokat kérdőjelezi meg, hanem azt kifogásolja, hogy ugyanazon elhelyezésre és megjelenítésre vonatkozó kritériumokat nem alkalmazzák egyidejűleg a saját árösszehasonlító szolgáltatására és a versengő

- árösszehasonlító szolgáltatásokra. Ehhez hasonlóan a megtámadott határozat (538) preambulumbekzdésében pontosította, hogy nem önmagában azt vitatja, hogy a Google kiemelte az általa relevánsnak ítélt specializált termékösszehasonlító eredményeket, hanem azt, hogy e kiemelést nem alkalmazták egyidejűleg annak saját árösszehasonlító szolgáltatásaira és a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokra.
- 70 E bizonyítást követően a Bizottság a megtámadott határozat 1. cikkében megállapította, hogy a Google Inc. (és a Google Inc. feletti ellenörzés megszerzése óta az Alphabet) megsértette az EUMSZ 102. cikket és az EGT-Megállapodás 54. cikkét a fenti 55. pontban említett tizenhárom országban, amelyek vagy az Európai Unió tagállamai, vagy az EGT-Megállapodás más részes államai, a specializált termékeredmények vagy termékhirdetések Google általános eredményoldalain való bevezetésének megfelelő különböző időpontoktól kezdődően.
- 71 A Bizottság úgy ítélte meg, hogy a helyzet indokoltá teszi, hogy arra kötelezze a Google-t, hogy 90 napon belül szüntesse meg a kifogásolt magatartást, és ne tanúsítson egyenértékű, azonos tárgyú vagy hatású magatartást. Hangsúlyozta, hogy bár a Google különböző módokon is megfelelnet e kötelezésnek, tiszteletben kell tartani az elveket, függetlenül attól, hogy a Google úgy dönt-e, hogy fenntartja a Shopping Unitokat vagy más termék-összehasonlítási eredménycsoportokat az általános eredményoldalain, vagy sem. Ezen elvek között szerepelt lényegében a Google árösszehasonlító szolgáltatásai és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások közötti megkülönböztetésmentes bánásmód elve. A kifogásolt magatartás megszüntetésére irányuló kötelezés a megtámadott határozat rendelkező részének 3. cikkében szerepel.
- 72 Végül a Bizottság úgy ítélte meg, hogy indokolt, hogy a Google-lal szemben pénzügyi szankciót szabjon ki. Emlékeztetett arra, hogy az 1/2003 rendelet 23. cikke (2) bekezdésének a) pontja értelmében, valamint az Európai Gazdasági Térségről szóló megállapodás végrehajtására vonatkozó rendelkezésekről szóló, 1994. november 28-i 2894/94/EK tanácsi rendelet (HL 1994. L 305., 6. o.) 5. cikke értelmében ilyen szankciót szabhat ki azokra a vállalkozásokra, amelyek szándékosan vagy gondatlanul megsértették az EUMSZ 102. cikket és az EGT-Megállapodás 54. cikkét. Emlékeztetett továbbá az 1/2003 rendelet 23. cikkének (3) bekezdésében szereplő pénzbírságok meghatározásának általános paramétereire, vagyis a jogsértés súlyára és időtartamára, valamint arra, hogy az 1/2003 rendelet 23. cikke (2) bekezdésének a) pontja alapján kiszabott bírságok megállapításáról szóló iránymutatásában (HL 2006. C 210., 2. o.; a továbbiakban: iránymutatás) megjelölte, hogy e paramétereket hogyan fogja alkalmazni.
- 73 A Bizottság e tekintetben úgy ítélte meg, hogy a Google-nak tudnia kellett a nemzeti általános keresési piacokon fennálló erőfölényéről, illetve magatartása visszaélészerű jellegéről, noha a korábbi ügyekben a helyzet bizonyos vonatkozásait nem vizsgálták meg. A Google tehát szándékosan vagy gondatlanságból járt el. A Bizottság úgy ítélte meg, hogy az a tény, hogy az eljárás egyik szakaszában viták folytak a Google kötelezettségvállalásai révén azonosított versenyprobléma kezelése érdekében, nem akadály a bírság kiszabásának.
- 74 A Bizottság ezt követően jelezte, hogy tekintettel arra, hogy az Alphabet a Google Inc.-et 2015. október 2. óta ellenörizte, az Alphabet az ezen időpontban kezdődő időszak vonatkozásában egyetemlegesen köteles megfizetni a kiszabott bírságot.

- 75 A Bizottság ezt követően a pénzbírság számításának kezdő alapjaként – amelyet az iránymutatás 12–19. pontja az „eladások értékeként” határoz meg – a 2016-ban azon tizenhárom országban a Shopping Unitsben vagy a Google Shopping specializált oldalon szereplő, termékekre vonatkozó hirdetések és az említett oldalon szintén szereplő szöveghirdetések révén keletkező bevételeket jelölte meg, amelyek tekintetében a kifogásolt magatartást azonosította.
- 76 A Bizottság úgy ítélte meg, hogy tekintettel a termék-összehasonlítási szolgáltatások tizenhárom nemzeti piacának gazdasági jelentőségére, valamint arra a tényre, hogy a Google nemcsak erőfölényben van az érintett országokban az általános keresőszolgáltatások piacán, hanem messze a versenytársai előtt is jár a piaci részesedések tekintetében, az iránymutatás 20–23. pontjában előírt, a pénzbírság meghatározásához figyelembe veendő súlyossági együtthatónak a fenti 75. pontban megjelölt alap 10%-ának kell lennie. A Bizottság ezt követően, amint azt az iránymutatás 24. pontja előírja, a jogsértés megállapítása által érintett tizenhárom ország mindegyike esetében megszorozta ezt az összeget a Product Universal, illetve ennek hiányában a Shopping Unit elindítása óta eltelt évek számával. E tekintetben a Bizottság az országoktól függően 1305 és 3435 nap közötti időtartamot állapított meg.
- 77 Lényegében a szankció elrettentő hatásának biztosítása érdekében, többek között a Google-lal azonos méretű és ugyanolyan pénzügyi kapacitású vállalkozásokat célozva – hangsúlyozva, hogy a Google teljes forgalma 2016-ban 81 597 000 000 euró volt –, a Bizottság az iránymutatás 25. pontjában előírt, a fenti 75. pontban hivatkozott alap 10%-ának megfelelő kiegészítő összeget adott hozzá, és 1,3-es szorzótényezőt alkalmazott az így elért összegre. Nem állapított meg olyan súlyosító vagy enyhítő körülményeket, amelyek igazolták volna a bírság növelését vagy csökkentését.
- 78 Ily módon a megtámadott határozat 2. cikkében a Bizottság 2 424 495 000 euró összegű pénzbírságot szabott ki a Google Inc.-nel szemben, ebből 523 518 000 eurót az Alphabettel egyetemlegesen.

II. Az eljárás

- 79 A Törvényszék Hivatalához 2017. szeptember 11-én benyújtott keresetlevelével a Google előterjesztette a jelen keresetet.
- 80 A Törvényszék Hivatalához 2017. november 28-án benyújtott beadványában a Bureau européen des unions de consommateurs (Európai Fogyasztók Szervezete, BEUC) kérte, hogy a Bizottság kérelmeinek támogatása végett beavatkozhasson.
- 81 A Törvényszék Hivatalához 2017. december 4-én benyújtott beadványában a Connexity Inc., a Connexity UK Ltd, a Connexity Europe GmbH és a Pricegrabber.com kérte, hogy a Bizottság kérelmeinek támogatása végett beavatkozhasson.
- 82 A Törvényszék Hivatalához 2017. december 7-én benyújtott beadványával az Infederation Ltd (a továbbiakban: Foundem) kérte, hogy a Bizottság kérelmeinek támogatása végett beavatkozhasson.
- 83 A Törvényszék Hivatalához 2017. december 11-én benyújtott beadványában az EFTA Felügyeleti Hatóság és az Initiative for a Competitive Online Marketplace kérte, hogy a Bizottság kérelmeinek támogatása végett beavatkozhasson.

- 84 A Törvényszék Hivatalához 2017. december 19-én benyújtott beadványával a Prestige Gifting Ltd kérte, hogy a Google kérelmeinek támogatása végett beavatkozhasson.
- 85 A Törvényszék Hivatalához 2017. december 19-én benyújtott beadványával a Kelkoo kérte, hogy a Bizottság kérelmeinek támogatása végett beavatkozhasson.
- 86 A Törvényszék Hivatalához 2017. december 20-án benyújtott beadványával a Computer & Communication Industry Association (a továbbiakban: CCIA) kérte, hogy a Google kérelmeinek támogatása végett beavatkozhasson.
- 87 A Törvényszék Hivatalához 2017. december 20-án benyújtott beadványaival a Consumer Watchdog, Yelp Inc., a Verband Deutscher Zeitschriftenverleger eV (a továbbiakban: VDZ), a Visual Meta GmbH, a BDZV – Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger eV, korábban Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger eV (a továbbiakban: BDZV), a Németországi Szövetségi Köztársaság, az Open Internet Project (OIP) és a Twenga kérte, hogy a Bizottság kérelmeinek támogatása végett beavatkozhasson.
- 88 A Törvényszék Hivatalához 2017. december 21-én benyújtott beadványával a FairSearch kérte, hogy a Bizottság kérelmeinek támogatása végett beavatkozhasson.
- 89 A Bizottság 2018. január 31-én nyújtotta be ellenkérelmét.
- 90 A Törvényszék Hivatalához 2018. március 20-án benyújtott beadványában a StyleLounge GmbH kérte, hogy a Bizottság kérelmeinek támogatása végett beavatkozhasson.
- 91 A Google és a Bizottság a Törvényszék eljárási szabályzata 144. cikkének megfelelően 2018. március 23-i levelében azt kérte, hogy bizalmas jellegük miatt az ügyiratok egyes elemeit ne közöljék a beavatkozó felekkel. A Google és a Bizottság e tekintetben tartalmukban azonos kérelmeket terjesztett elő valamennyi beavatkozást kérelmezővel szemben, ideértve az EFTA Felügyeleti Hatóságot is.
- 92 A Google 2018. május 7-én nyújtotta be válaszát.
- 93 2018. május 16-i Google és Alphabet kontra Bizottság végzésével (T-612/17, nem tették közzé, EU:T:2018:292) a Törvényszék kilencedik tanácsának elnöke elkészttség miatt elutasította a StyleLounge beavatkozási kérelmét a Bizottság kérelmeinek támogatása végett.
- 94 A Bizottság 2018. július 20-án nyújtotta be viszonzását.
- 95 A Törvényszék által hozott, az iratok bizalmas kezelése iránti kérelmek terjedelmének csökkentésére irányuló pervezető intézkedést követően a Google és a Bizottság valamennyi beavatkozást kérelmezővel szemben 2018. szeptember 28-án a keresetlevélre és az ellenkérelemre vonatkozó módosított bizalmas kezelés iránti kérelmeket, majd 2018. október 12-én a válasz és a viszonzás bizalmas kezelése iránti kérelmeket terjesztett elő. E kérelmek tartalmukat tekintve az összes beavatkozást kérelmezőre vonatkozóan is azonosak voltak.
- 96 A 2018. december 7-i Google és Alphabet kontra Bizottság végzésben (T-612/17, nem tették közzé, EU:T:2018:978), a 2018. december 7-i Google és Alphabet kontra Bizottság végzésben (T-612/17, nem tették közzé, EU:T:2018:982), a 2018. december 7-i Google és Alphabet kontra Bizottság végzésben (T-612/17, nem tették közzé, EU:T:2018:996), a 2018. december 7-i Google

és Alphabet kontra Bizottság végzésben (T-612/17, nem tették közzé, EU:T:2018:1001), valamint a 2018. december 7-i Google és Alphabet kontra Bizottság végzésben (T-612/17, nem tették közzé, EU:T:2018:1002) a Törvényszék kilencedik tanácsának elnöke elutasította a Prestige Gifting, a FairSearch, a Consumer Watchdog, a Yelp, a Connexity, a Connexity UK, a Connexity Europe és a Pricegrabber.com, továbbá az Initiative for a Competitive Online Marketplace beavatkozási kérelmeit, mivel nem bizonyították, hogy érdekük fűződik a jogvita kimeneteléhez.

- 97 A 2018. december 17-i Google és Alphabet kontra Bizottság végzésben (T-612/17, nem tették közzé, EU:T:2018:1007), a 2018. december 17-i Google és Alphabet kontra Bizottság végzésben (T-612/17, nem tették közzé, EU:T:2018:1008), a 2018. december 17-i Google és Alphabet kontra Bizottság végzésben (T-612/17, nem tették közzé, EU:T:2018:1009), a 2018. december 17-i Google és Alphabet kontra Bizottság végzésben (T-612/17, nem tették közzé, EU:T:2018:1010), a 2018. december 17-i Google és Alphabet kontra Bizottság végzésben (T-612/17, nem tették közzé, EU:T:2018:1011), a 2018. december 17-i Google és Alphabet kontra Bizottság végzésben (T-612/17, nem tették közzé, EU:T:2018:1028), valamint a 2018. december 17-i Google és Alphabet kontra Bizottság végzésben (T-612/17, nem tették közzé, EU:T:2018:1029) a Törvényszék kilencedik tanácsának elnöke engedélyezte a BEUC, a Foundem, a CCIA, a VDZ, a BDZV, a Visual Meta, a Twenga, az AELE Felügyeleti Hatóság, a Kelkoo és a Németországi Szövetségi Köztársaság beavatkozását. E végzésekben a beavatkozással kapcsolatos költségekről nem határozott.
- 98 2018. december 17-i Google és Alphabet kontra Bizottság végzésével (T-612/17, nem tették közzé, EU:T:2018:1005) a Törvényszék kilencedik tanácsának elnöke a jogvita kimeneteléhez fűződő érdek bizonyításának hiánya miatt elutasította az OIP beavatkozási kérelmét.
- 99 A beavatkozási kérelmeknek helyt adó végzésekben a bizalmas kezelés iránti kérelmek megalapozottságáról egyelőre nem határoztak, és az iratok nem bizalmas változatát közölték a BEUC-cal, a Foundemmel, a CCIA-val, a VDZ-vel, a BDZV-vel, a Visual Metával, a Twengával, az EFTA Felügyeleti Hatósággal, a Kelkoo-val és a Németországi Szövetségi Köztársasággal, annak érdekében, hogy esetlegesen tegyenek észrevételeket a bizalmas kezelés iránti kérelmekre.
- 100 2019. január 15-én a Foundem részben vitatta a Google bizalmas kezelés iránti kérelmeit.
- 101 2019. január 15-én, majd ezt követően január 25-én az EFTA Felügyeleti Hatóság jelezte, hogy őt illetően a Bizottság és a Google bizalmas kezelés iránti kérelmei részben vagy egészben tárgytalanok vagy megalapozatlanok. Mindazonáltal pontosította, hogy nem kéri, hogy közöljék vele az ügy iratainak bizalmas változatait.
- 102 A 2019. április 11-i Google és Alphabet kontra Bizottság végzésben (T-612/17, nem tették közzé, EU:T:2019:250) a Törvényszék kilencedik tanácsának elnöke helyt adott egyrészt a keresetlevélben és az ellenkérelemben szereplő információk bizalmas kezelése iránti egyes kérelmeknek, másrészt pedig a válaszban és a viszonzásban szereplő információk bizalmas kezelése iránti egyes kérelmeknek. A bizalmas kezelés iránti kérelmeket ezt meghaladó részükben elutasította. Ennélfogva határidőt állapítottak meg a Google és a Bizottság számára az ügy egyes iratai új, nem bizalmas változatainak közlésére, és határidőt tűztek ki a Foundem számára annak érdekében, hogy beavatkozási beadványát kiegészíthesse azon bizonyítékokra tekintettel, amelyek bizalmas jellegét megszüntették. Az EFTA Felügyeleti Hatóság – amely az EGT-Megállapodásban meghatározott versenyszabályok megsértését megállapító bizottsági határozatokhoz (mint amilyen a megtámadott határozat is) vezető közigazgatási eljárásokban betöltött különleges helyzetére hivatkozott – észrevételeire válaszul a Törvényszék kilencedik tanácsának elnöke

kiemelte, hogy a Törvényszék előtt alkalmazandó bírósági eljárás keretében e hatóságra ugyanazok a követelmények vonatkoznak, mint a többi beavatkozó félre, és hogy a jelen ügy körülményei között nem lehet helyt adni észrevételeinek.

- 103 A BEUC, a Foundem, a CCIA, a VDZ, a BDZV, a Visual Meta, a Twenga, az EFTA Felügyeleti Hatóság, a Kelkoo és a Németországi Szövetségi Köztársaság 2019. március 15-én benyújtották beavatkozási beadványukat, a Foundem pedig 2019. június 11-én kiegészítő beavatkozási beadványt nyújtott be. A Bizottság 2019. május 20-án észrevételeket nyújtott be a CCIA beavatkozási beadványára vonatkozóan, a Google pedig 2019. július 21-én észrevételeket nyújtott be a BEUC, a CCIA, a VDZ, a BDZV, a Visual Meta, a Twenga, az EFTA Felügyeleti Hatóság, a Kelkoo és a Németországi Szövetségi Köztársaság beavatkozási beadványaira vonatkozóan, a Foundem kivételével, amelynek beavatkozási beadványára vonatkozóan külön, 2019. július 1-jén nyújtott be észrevételt.
- 104 A kilencedik tanács javaslatára a Törvényszék 2019. július 10-én úgy határozott, hogy az eljárási szabályzat 28. cikke alapján az ügyet kibővített ítélkező testület elé utalja.
- 105 2019. augusztus 9-i és 23-i levelében a Bizottság és a Google kérte, hogy bizalmas jellegük miatt ne közöljék a Google több beavatkozási beadványra tett észrevételeinek bizonyos elemeit a BEUC-cal, a Foundemmel, a CCIA-val, a VDZ-vel, a BDZV-vel, a Visual Metával, a Twengával, az EFTA Felügyeleti Hatósággal, a Kelkoo-val és a Németországi Szövetségi Köztársasággal.
- 106 2019. szeptember 5-én és 10-én a BEUC és a Kelkoo vitatta a Google egyes, a beavatkozási beadványaikra vonatkozó észrevételeit érintő bizalmas kezelés iránti kérelmeit.
- 107 A 2019. október 8-i Google és Alphabet kontra Bizottság végzésben (T-612/17, nem tették közzé, EU:T:2019:770) a Törvényszék kibővített kilencedik tanácsának elnöke úgy ítélte meg, hogy nem szükséges határozni a fenti 105. pontban említett, nem vitatott bizalmas kezelés iránti kérelmekről, a vitatott kérelmeket illetően pedig helyt adott egyes kérelmeknek a BEUC, a CCIA, a VDZ, a BDZV, a Visual Meta, a Twenga, az EFTA Felügyeleti Hatóság, a Kelkoo, valamint a Németországi Szövetségi Köztársaság tekintetében, illetve helyt adott más kérelmeknek, kivéve a Kelkoo vonatkozásában, másokat pedig elutasított.
- 108 Az előadó bíró jelentése alapján a Törvényszék (kibővített kilencedik tanács) úgy határozott, hogy megnyitja az eljárás szóbeli szakaszát, és az eljárási szabályzat 89. cikkének (2) és (3) bekezdése alapján felhívta a feleket, hogy írásban vagy a tárgyaláson válaszoljanak több kérdésre.
- 109 2020. január 21-én a Bizottság, 22-én pedig a Google válaszolt a Törvényszék azon kérdéseire, amelyekre írásbeli választ kellett adni. A Google azt kérte, hogy a válasz bizonyos elemeit bizalmas jellegük miatt ne közöljék a BEUC-cal, a Foundemmel, a CCIA-val, a VDZ-vel, a BDZV-vel, a Visual Metával, a Twengával, az EFTA Felügyeleti Hatósággal, a Kelkoo-val és a Németországi Szövetségi Köztársasággal.
- 110 2020. február 5-én a BDZV vitatta a Google egyes, a Törvényszék kérdéseire adott írásbeli válaszait, valamint az ellenkérelem és a válasz mellékleteit érintő bizalmas kezelés iránti kérelmeit.
- 111 2020. február 10-i Google és Alphabet kontra Bizottság végzésével (T-612/17, nem tették közzé, EU:T:2020:69) a Törvényszék kibővített kilencedik tanácsának elnöke mint elfogadhatatlanokat elutasította a BDZV által előterjesztett, az ellenkérelem és a válasz mellékleteivel kapcsolatos

bizalmas kezelés megszüntetése iránti kérelmeket, továbbá úgy ítélte meg, hogy nem szükséges határozni a fenti 109. pontban említett, nem vitatott bizalmas kezelés iránti kérelmekről, a vitatott kérelmek tekintetében pedig helyt adott a kérelmeknek.

112 A tárgyalást 2020. február 12. és 14. között tartották, azt követően, hogy a tanács elnökének és az előadó bírónak az eljárási szabályzat 89. cikke alapján 2020. január 15-én tartott előkészítő ülését követően a felek elfogadták, hogy az iratok egyes elemei tekintetében feloldják a bizalmas kezelést a BEUC, a Foundem, a CCIA, a VDZ, a BDZV, a Visual Meta, a Twenga, az EFTA Felügyeleti Hatóság, a Kelkoo és a Németországi Szövetségi Köztársaság, valamint a nyilvánosság vonatkozásában.

III. A felek kérelmei

113 A Google azt kéri, hogy a Törvényszék:

- elsődlegesen semmisítse meg a megtámadott határozatot;
- másodlagosan, korlátlan felülvizsgálati jogkörében eljárva törölje vagy csökkentse a bírság összegét;
- mindenestre kötelezze a Bizottságot a költségek viselésére;
- kötelezze a BEUC-t, a Foundemet, a VDZ-t, a BDZV-t, a Visual Metát, a Twengát, az EFTA Felügyeleti Hatóságot, a Kelkoo-t és a Németországi Szövetségi Köztársaságot a beavatkozásukkal kapcsolatos költségek viselésére.

114 A Bizottság azt kéri, hogy a Törvényszék:

- utasítsa el a keresetet;
- a Google-t kötelezze a költségek viselésére;
- kötelezze a CCIA-t a beavatkozásával kapcsolatban felmerült költségek viselésére.

115 A CCIA azt kéri, hogy a Törvényszék semmisítse meg a megtámadott határozatot, és a Bizottságot kötelezze a beavatkozásával kapcsolatos költségek viselésére.

116 A Németországi Szövetségi Köztársaság azt kéri, hogy a Törvényszék utasítsa el a keresetet.

117 A BEUC azt kéri, hogy a Törvényszék utasítsa el a keresetet, és kötelezze a Google-t a beavatkozásával kapcsolatos költségek viselésére.

118 A Foundem, a Kelkoo, a VDZ, a Visual Meta, a BDZV és a Twenga azt kérik, hogy a Törvényszék utasítsa el a keresetet, és kötelezze a Google-t a költségek viselésére.

IV. A jogkérdésről

A. Előzetes megfontolások

- 119 Először is hangsúlyozni kell, hogy a Google nem vitatja, hogy erőfölényben van az általános keresés azon országoknak megfelelő tizenhárom nemzeti piacán, amelyekben a Bizottság úgy vélte, hogy visszaélt ezzel az erőfölénnyel. Ez az adat képezi az előfeltevését az alább következő összes elemzésnek.

1. A jelen ügyben felhozott jogalapok és érvek vizsgálatának sorrendjéről

- 120 A Google a megtámadott határozattal szemben hat megsemmisítési jogalapra hivatkozik, amelyeket a következők szerint ismertet:

„Az első és a második jogalap azt mutatja be, hogy a határozat tévesen állapítja meg, hogy a Google előnyben részesíti a termék-összehasonlítási szolgáltatását a Product Universals és a Shopping Units megjelenítésével. A harmadik jogalap kifejti, hogy a határozat hibás, amennyiben úgy ítéli meg, hogy a Product Universals és a Shopping Units elhelyezése és megjelenítése eltérítette a Google keresőmotorjának forgalmát. A negyedik jogalap azt támasztja alá, hogy a határozat versenyellenes hatásokra vonatkozó feltételezései megalapozatlanok. Az ötödik jogalap azt bizonyítja, hogy a határozat tévesen minősíti visszaélésszerű magatartásnak az érdemeken alapuló versenyt jelentő minőségi javulást. A hatodik jogalap azt mutatja be, hogy megalapozatlanok azok az indokok, amelyek alapján a határozat bírságot szabott ki.”

- 121 A Törvényszék megjegyzi, hogy a Google érvelése a különböző jogalapok alátámasztása céljából számos ismétlődő ténybeli és technikai elemet, valamint jogi kifogást tartalmaz. A Törvényszék a Google jogalapjait és érveit a következő sorrendben vizsgálja.
- 122 A Törvényszék mindenekelőtt a jelen résznek az elsődlegesen előterjesztett kérelemre vonatkozó B. címében vizsgálja meg a Google azon érveit, amelyek szerint a Bizottság által kifogásolt gyakorlatok valójában az internetes keresőszolgáltatása minőségi javításának minősülnek (ötödik jogalap), amelyekből egyrészt az következik, hogy a Google nem követhetett el visszaélést, mivel a Bizottság nem jelölt meg e javításokon belül olyan elemeket, amelyek eltértek az érdemeken alapuló versenytől, másrészt pedig, hogy az ilyen elemek elkülönítésének hiányában a Bizottság valójában szolgáltatási kötelezettséget írt elő a Google számára, az 1998. november 26-i Bronner ítéletben (C-7/97, EU:C:1998:569) előírt szigorú feltételek teljesülése nélkül. E tekintetben konkrétan, a Google szerint a Bizottság arra kötelezte őt, hogy a versenytársai számára akként biztosítson hozzáférést a szolgáltatásaihoz, mintha azok olyan „nélkülözhetetlen eszközt” képeznének, amely elengedhetetlen e versenytársak számára, anélkül hogy bizonyította volna, hogy teljesülnek a Bíróság ítélkezési gyakorlatában e célból megkövetelt feltételek. Továbbra is a Google érdemeken alapuló versenyre vonatkozó érvelése keretében vizsgálja meg a Törvényszék azt az érvet, amely szerint a Google lényegében nem követett versenyellenes célt azáltal, hogy létrehozta a jelen ügyben szóban forgó specializált eredményeket, mivel azok a keresőszolgáltatása minőségi javulásának minősülnek. Ezt az első jogalap első részében felhozott érvet a B. cím 1. pontja is vizsgálja.

- 123 Így a Törvényszék a B. cím 1. pontjában vizsgálja meg, hogy jogszerű-e a Bizottság által az EUMSZ 102. cikk alapján elfogadott azon jogi minősítés, amely szerint a magatartás részrehajló volt, valamint azt a kérdést, hogy elfogadhatta-e megalapozottan a Bizottság a visszaélés ilyen fogalmát, amellyel lényegében azt rója fel egy erőfölényben lévő vállalkozásnak, hogy a versenytársainak hátrányára saját szolgáltatását részesíti előnyben.
- 124 Ezt követően a Törvényszék a jelen rész B. címének 2. pontjában megvizsgálja az eltérő bánásmód fennállását e minősítés alapján, vagyis azt, hogy a Google a Product Universal létrehozásának megfelelő időszakban (első jogalap) és a Shopping Unit létrehozásának megfelelő időszakban (második jogalap) hátrányos megkülönböztetést alkalmazott-e saját specializált keresőszolgáltatása javára, vagy sem.
- 125 Ezt követően a Törvényszék a jelen rész B. címének 3. pontjában megvizsgálja a Google által előterjesztett harmadik és negyedik jogalapot, amelyek szerint a kifogásolt magatartás nem járt versenyellenes hatásokkal.
- 126 Végül a Törvényszék a jelen rész B. címének 4. pontjában megvizsgálja a Google által előterjesztett első és második jogalap harmadik részeit, amelyek szerint a kifogásolt magatartás objektív módon igazolható, következésképpen pedig nem ellentétes az EUMSZ 102. cikkel.
- 127 A jelen rész B. címének 5. pontjában foglalt érdemi következtetés levonását követően a Törvényszék a jelen ítélet C. címe alatt megvizsgálja a Google által előterjesztett hatodik jogalapot, amely szerint a pénzbírság mindenképpen indokolatlan, de legalábbis túl magas.

2. A Törvényszék által a jelen ügyben gyakorolt felülvizsgálat terjedelméről

- 128 A Törvényszék előzetesen emlékeztet az EUMSZ 102. cikk alkalmazására vonatkozóan a Bizottság által elfogadott határozatok felett az uniós bíróság által gyakorolt felülvizsgálat terjedelmére.
- 129 A Törvényszék által végzett bírósági felülvizsgálat magában foglalja az intézmények jogi aktusai jogszerűségének az EUMSZ 263. cikkben előírt jogszerűségi vizsgálatát, amely adott esetben az EUMSZ 261. cikk alapján a kiszabott szankciók tekintetében korlátlan felülvizsgálati jogkörrel egészíthető ki (lásd ebben az értelemben: 2016. január 21-i Galp Energía España és társai kontra Bizottság ítélet, C-603/13 P, EU:C:2016:38, 71. pont).
- 130 Amint azt a Bíróság kiemelte, az EUMSZ 263. cikkben foglalt jogszerűségi vizsgálat a Bizottság által az EUMSZ 101. és EUMSZ 102. cikk alkalmazására vonatkozó eljárásban hozott valamennyi határozatra kiterjed, amelyeket a Törvényszék mind jogi, mind pedig ténybeli szempontból alapos felülvizsgálatnak vet alá a felperesek által felhozott jogalapok fényében, és az általuk bemutatott bizonyítékok összességére tekintettel, függetlenül attól, hogy azok a határozat meghozatala előtt vagy után keletkeztek, hogy azokra már korábban, a közigazgatási eljárásban hivatkoztak vagy először a Törvényszékhez benyújtott keresetben mutatták be őket, amennyiben e bizonyítékok relevánsak a Bizottság határozatának jogszerűségi vizsgálatához (2016. január 21-i Galp Energía España és társai kontra Bizottság ítélet, C-603/13 P, EU:C:2016:38, 72. pont; lásd még ebben az értelemben: 2018. szeptember 26-i Infineon Technologies kontra Bizottság ítélet, C-99/17 P, EU:C:2018:773, 48. pont).
- 131 A Bíróság úgy ítélte meg, hogy jöllehet a Bizottság gazdasági kérdésekben mérlegelési mozgástérrel rendelkezik, ez nem jelenti azt, hogy az uniós bíróság nem vizsgálhatja felül a gazdasági jellegű adatok Bizottság általi értelmezését. Az uniós bíróságnak ugyanis nem csupán a

hivatkozott bizonyítékok tárgyi valóságát, megbízhatóságát és koherenciáját kell vizsgálnia, hanem azt is ellenőriznie kell, hogy e bizonyítékok tartalmazzák-e az adott összetett helyzet értékeléséhez figyelembe veendő összes releváns adatot, valamint alátámasztják-e a belőlük levont következtetéseket (2005. február 15-i Bizottság kontra Tetra Laval ítélet, C-12/03 P, EU:C:2005:87, 39. pont; 2011. december 8-i Chalkor kontra Bizottság ítélet, C-386/10 P, EU:C:2011:815, 54. pont; 2014. július 10-i Telefónica és Telefónica de España kontra Bizottság ítélet, C-295/12 P, EU:C:2014:2062, 54. pont). Amennyiben ahhoz, hogy valamely magatartást az EUMSZ 102. cikk rendelkezéseire tekintettel minősítsen, a Bizottság valós jelentőséget tulajdonít egy gazdasági elemzésnek, az uniós bíróság köteles megvizsgálni a szankcionált vállalkozás által ezen elemzésre vonatkozóan megfogalmazott valamennyi érvet (lásd ebben az értelemben: 2017. szeptember 6-i Intel kontra Bizottság ítélet, C-413/14 P, EU:C:2017:632, 141–144. pont).

- 132 Ezenkívül a Bíróság ítélkezési gyakorlatából kitűnik, hogy a versenyjog területén a jogsértés fennállásával kapcsolatos jogviták esetén a Bizottságra hárul az általa megállapított jogsértések bizonyítása, és azon bizonyítékok előterjesztése, amelyek alkalmasak a jogsértést alkotó tényállás jogilag megkövetelt módon történő bizonyítására. Ha a bíróságnak kétségei vannak, azt a jogsértést megállapító határozat címzettjei között szereplő vállalkozások javára kell értelmezni (2012. november 22-i E.ON Energie kontra Bizottság ítélet, C-89/11 P, EU:C:2012:738, 71. és 72. pont; 2017. február 16-i Hansen & Rosenthal és H&R Wax Company Vertrieb kontra Bizottság ítélet, C-90/15 P, nem tették közzé, EU:C:2017:123, 17. és 18. pont).
- 133 Bár a versenyszabályok megsértését állító hatóság feladata ennek bizonyítása, az e szabályok megsértésének megállapítása ellen védekezésül felhozott jogalapra hivatkozó vállalkozásnak kell bizonyítania, hogy e védekezési jogalapnak helyt kell adni, így az említett hatóságnak a megtámadott határozatban szereplő más bizonyítékokra kell támaszkodnia. Ezen túlmenően, még ha a bizonyítási teher ezen elvek szerint vagy a Bizottságra, vagy pedig az érintett vállalkozásra hárul is, az egyik fél által hivatkozott tényállási elemek olyan jellegűek lehetnek, hogy a másik felet magyarázatra vagy igazolásra kötelezhetik, amelynek hiányában azonban megállapítható, hogy a bizonyítási teherre vonatkozó szabályoknak eleget tettek (lásd ebben az értelemben: 2010. június 17-i Lafarge kontra Bizottság ítélet, C-413/08 P, EU:C:2010:346, 29. és 30. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).
- 134 Ily módon, amennyiben a Bizottság olyan bizonyítékokra hivatkozik, amelyek főszabály szerint elegendőek a jogsértés megtörténtének bizonyításához, akkor az, ha az érintett vállalkozás annak lehetőségére hivatkozik, hogy olyan körülmény állhatott fenn, amely alkalmas lehetett e bizonyítékok bizonyító erejének befolyásolására, nem elegendő ahhoz, hogy a Bizottságnak kelljen bizonyítania, hogy e körülmény a bizonyítékok bizonyító erejét nem befolyásolhatta. Éppen ellenkezőleg, azon eset kivételével, amikor az érintett vállalkozás magának a Bizottságnak a magatartása miatt nem képes ilyen bizonyítékot szolgáltatni, az érintett vállalkozásnak kell a jogilag megkövetelt módon bizonyítania egyrészt az általa hivatkozott körülmény fennállását, másrészt pedig azt, hogy e körülmény kétségessé teszi a Bizottság által hivatkozott bizonyítékok bizonyító erejét (2012. november 22-i E.ON Energie kontra Bizottság ítélet, C-89/11 P, EU:C:2012:738, 76. pont).
- 135 Végül emlékeztetni kell arra, hogy a Bíróság és a Törvényszék az EUMSZ 263. cikkben hivatkozott jogszerűségi vizsgálat keretében semmiképpen sem helyettesíthetik a megtámadott jogi aktus kibocsátójának indokolását a tények értékelésére vonatkozó saját indokolásukkal (2000. január 27-i DIR International Film és társai kontra Bizottság ítélet, C-164/98 P, EU:C:2000:48, 38. pont; 2013. január 24-i Frucona Košice kontra Bizottság ítélet, C-73/11 P, EU:C:2013:32, 89. pont; 2016. január 21-i Galp Energía España és társai kontra Bizottság ítélet, C-603/13 P, EU:C:2016:38,

73. pont). Mivel a megtámadott határozat jogszerűségének vizsgálata az e határozatban szereplő indokokra vonatkozik, a bíróság sem saját kezdeményezésére, sem a közigazgatási szerv kérelmére nem egészítheti ki az említett határozatban alkalmazott indokokat.

B. Az elsődlegesen benyújtott, a megtámadott határozat megsemmisítése iránti kérelmekről

1. Az ötödik jogalapról és az első jogalap első részéről, amelyek azon alapulnak, hogy a szóban forgó magatartások megfelelnek az érdemeken alapuló versenynek

- 136 Amint azt a Törvényszék a fenti 122. és 123. pontban megállapította, a Google az ötödik jogalap első részében mindenekelőtt azt állítja, hogy a megtámadott határozat az internetes keresőszolgáltatásának minőségi javulását megvalósító magatartásában nem jelöli meg azokat az elemeket, amelyek eltérnek az érdemeken alapuló versenytől.
- 137 Ezt követően az ötödik jogalap második részében a Google azt állítja, hogy a megtámadott határozatban kifogásolt magatartás valójában a szolgáltatásnyújtás megtagadásának minősül, mivel a Bizottság azt rója fel neki, hogy a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményei számára nem biztosított hozzáférést „technológiáihoz és designjaihoz”, és különösen az általános eredményoldalai felső részében található „boxokhoz”. Márpedig annak megállapításához, hogy az ilyen magatartás ellentétes az EUMSZ 102. cikkel, a Bizottságnak bizonyítania kellett volna, hogy teljesültek az 1998. november 26-i Bronner ítélet (C-7/97, EU:C:1998:569) szerinti feltételek, amit elmulasztott megtenni. A Bizottság tehát azzal, hogy részrehajló magatartás minősítést alkalmazott, valójában megpróbálta megkerülni a szolgáltatásnyújtás megtagadására alkalmazandó feltételeket, és így határozatában tévesen alkalmazta a jogot.
- 138 Végül a Google az első jogalap első részében arra hivatkozik, hogy a megtámadott határozat elferdíti a termékekre vonatkozó specializált eredmények létrehozásának indokait. A Google ugyanis nem azért vezette be a termékeredmény-csoportokat, hogy a forgalmat saját árösszehasonlító szolgáltatásához irányítsa, amint azt a Bizottság állítja, hanem azért, hogy javítsa eredményei minőségét és bemutatásukat a felhasználók számára.

a) Az ötödik jogalap első részéről, amely szerint a szóban forgó magatartások az érdemeken alapuló versenyhez tartozó minőségi javulásnak minősülnek, és nem minősíthetők visszaélészerűnek

1) A felek érvei

- 139 A Google ötödik jogalapjának első részében azt állítja, hogy a kifogásolt magatartások az érdemeken alapuló versenyhez tartozó minőségi javulásnak minősülnek, és nem minősíthetők visszaélészerűnek.
- 140 Az első szempontot illetően a Google többek között az 1979. február 13-i Hoffmann-La Roche kontra Bizottság ítéletre (85/76, EU:C:1979:36, 91. pont), az 1991. július 3-i AKZO kontra Bizottság ítéletre (C-62/86, EU:C:1991:286, 70. pont) és a 2010. október 14-i Deutsche Telekom kontra Bizottság ítéletre (C-280/08 P, EU:C:2010:603, 177. pont) hivatkozik annak kifejtése érdekében, hogy a Bíróság az erőfölényben lévő vállalkozások esetében megkülönbözteti a versenyellenes visszaélészerű magatartásokat és a „rendes” vagy „érdemeken alapuló” verseny körébe tartozó, versenyt támogató magatartásokat.

- 141 Ily módon a fenti 140. pontban hivatkozott ítéletek alapjául szolgáló ügyek központi eleme az, hogy a vállalkozások jogosultak valamennyi „rendes” eszközt igénybe venni a versenyben való részvétel és a piaci részesedésszerzés céljából. Ez a Google számára az ahhoz való a jogot jelenti, hogy „jobban” versenyezzen azáltal, hogy javítja az általános keresőoldaláról elérhető, a termékekre vonatkozó természetes eredményekre és a termékhirdetésekre specializált technológiai és keresőszolgáltatásai minőségét. A CCIA e tekintetben hangsúlyozza, hogy egy weboldal „designjának” fejlesztése és javítása a versenyfolyamat részét képezi. E fejlemények ugyanis a fogyasztók és a hirdetőik elvárásainak felelnek meg. Valamely weboldal minősége a verseny kulcsfontosságú paramétere a digitális piacokon. A CCIA hozzáteszi, hogy a jelenlegi gazdaságban a vertikális integráció igen jelentős, és általában gazdasági szempontból pozitív.
- 142 Márpedig a Google szerint a megtámadott határozatban kifejtett elmélet nem jelöl meg semmit, amely lehetővé tenné a magatartása és az érdemeken alapuló verseny megkülönböztetését. Az állítás, amely szerint a Google részrehajló magatartást tanúsított, valamint a lehetséges hatások feltételezése nem változtat azon, hogy a csoportokba sorolt termékekre vonatkozó eredmények és hirdetések javították általános keresőszolgáltatásának minőségét. A Google azzal, hogy ilyen „designokat” jelenített meg általános eredményoldalain, és kifejlesztette a mögöttes innovatív technológiákat, az általános keresési piacon érdemeken alapuló versenyt folytatott.
- 143 A Bizottság megpróbálja kikerülni e tényeket azzal, hogy a megtámadott határozat (334) preambulumbekzdésében azt állítja, hogy „egy erőfölényben lévő társaság adott piacon tanúsított gyakorlata” visszaélészerű lehet, ha „ezen erőfölény kiterjesztésére irányul egy elkülönült, de szomszédos piacra”. A megtámadott határozat (652) preambulumbekzdésében a Bizottság azt állítja, hogy e szabálynak az áruk és szolgáltatások javítása érdekében történő alkalmazása megfelel a fennálló ítélkezési gyakorlatnak. Ily módon a Google szerint a Bizottság megelégedett annak megállapításával, hogy magatartása az „erőátviteli hatás” révén arra irányult, hogy kiterjessze erőfölényét az azon piacokkal szomszédos piacokon, amelyekben ilyen helyzetben volt, anélkül hogy figyelembe vette volna, hogy e magatartás a szolgáltatásai javítását jelentette, és hogy nem tért el a „rendes” vagy az „érdemeken alapuló” versenytől.
- 144 Márpedig az ítélkezési gyakorlatból kitűnik, hogy nem minden kizorító hatás korlátozza szükségképpen a versenyt, mivel az érdemeken alapuló verseny azt eredményezheti, hogy a kevésbé hatékony versenytársak eltűnnek a piacról, illetve kiszorulnak onnan. A Google e tekintetben a 2012. március 27-i Post Danmark ítéletre (C-209/10, EU:C:2012:172, 22. pont) és a 2017. szeptember 6-i Intel kontra Bizottság ítéletre (C-413/14 P, EU:C:2017:632, 134. pont) hivatkozik. Ez az állítás nemcsak akkor érvényes, ha az ilyen hatás azon a piacon jelentkezik, amelyen az erőfölény fennáll, hanem akkor is, ha ez egy másik piacon nyilvánul meg. Kétségtelen, hogy valamely szolgáltatás javítása nem „mentesít” az erőfölénnyel való visszaélésnek minősítéssel szemben, de a jelen ügyben a Bizottság a Google magatartását nem minősíthette volna visszaélészerűnek anélkül, hogy az „erőátviteli hatás” mellett további versenyellenes elemet azonosított volna e magatartásban.
- 145 A CCIA által támogatott Google e tekintetben azt állítja, hogy az „erőátviteli hatás útján történő visszaélés” kifejezés olyan általános „ernyő” kifejezés, amely a visszaélések különböző típusait foglalja magában. Az ítélkezési gyakorlat minden egyes „erőátviteli hatás útján történő visszaélés” esetében azonosít olyan sajátos tényezőket, amelyek megkülönböztetik a szóban forgó magatartást az érdemeken alapuló versenytől, és e magatartást visszaélészerűvé teszik, mint például a minőségromlás, az árprés vagy a nélkülözhetetlen input biztosításának megtagadása. Ily módon önmagában az erőfölényben lévő vállalkozás alacsony árképzési gyakorlata nem tekinthető visszaélészerűnek. Az csak akkor minősíthető felfaló árazásnak, ha az érdemeken alapuló

versenytől eltérő további tényező kerül azonosításra. Ily módon a CCIA szerint a Bizottság által azonosított részrehajlás révén történő visszaélés elméleti alapjának hiánya nem teszi lehetővé azon további tényezők vagy jogelvek megértését, amelyek e – végső soron teljesen természetes – részrehajló magatartást az EUMSZ 102. cikk megsértésévé teszik, ami a jogbiztonsággal kapcsolatos problémát vet fel az egész internetágazat tekintetében.

- 146 A Bizottság – amelyet e tekintetben a Németországi Szövetségi Köztársaság támogat – kifejti, hogy valamely szolgáltatás javítása nem zárja ki, hogy az erőfölénnyel való visszaélésnek minősüljön, különösen akkor, ha az erőfölényben lévő vállalkozást arra készíti, hogy az érdemeken alapuló versenyen kívüli más eszközök igénybevételével saját szolgáltatását részesítse előnyben, és ha ez versenyellenes hatásokkal járhat.
- 147 A Bizottság pontosítja, hogy végeredményben vitatja a Google általános keresőszolgáltatásának javítását. Bár valóban lehetséges, hogy a Google az általános keresőszolgáltatását javíthatja „egyes” csoportos eredmények megjelenítésével általános eredményoldalán, nem javíthatta volna általános keresőszolgáltatását azzal, hogy „kizárólag” a saját árösszehasonlító szolgáltatásából származó csoportos eredményeket jelenít meg általános eredményoldalán. Egyébiránt a Bizottság emlékeztet arra, hogy álláspontja szerint a Google magatartását nem igazolhatja semmilyen, a Google általános keresőszolgáltatása minőségének javításához kapcsolódó objektív ok.
- 148 A Németországi Szövetségi Köztársaság azt állítja, hogy a Google kifogásolt magatartása nem tartozik az érdemeken alapuló verseny körébe, mivel megakadályozza a termékek specializált keresését lehetővé tevő algoritmus minőségére vonatkozó verseny fennállását. Márpedig a specializált keresési algoritmus minősége az a paraméter, amelynek kapcsán az érintett vállalkozások versenyeznek egymással. A szóban forgó magatartással a Google arra ösztönzi a felhasználókat, hogy ne a leginkább releváns eredményekre, hanem a leginkább látható eredményekre, vagyis az ő eredményeire kattintsanak, függetlenül attól, hogy azok valóban relevánsak-e a felhasználó számára.
- 149 A VDZ azt állítja, hogy irreleváns az a kérdés, hogy a Google javította-e szolgáltatását. Az egyetlen kérdés az, hogy a Google a szolgáltatásainak új jellemzőit használta-e fel (Product Universals, Shopping Units, kiigazítási algoritmusok) olyan eszközként, amely a versengő árösszehasonlító szolgáltatások hátrányára népszerűsíti saját árösszehasonlító szolgáltatását. A Google árösszehasonlító szolgáltatásainak javítását legfeljebb a hatékonyságnövekedés szempontjából lehet értékelni. Ugyanakkor a Google nem bizonyítja az ilyen hatékonyságnövekedést oly módon, amint azt az ítélkezési gyakorlat megköveteli. A VDZ hozzáteszi, hogy a szóban forgó ügy az erőátviteli hatás útján történő visszaélés tipikus esete. A magatartások lényegében eltérnek az érdemeken alapuló versenytől, mivel a Google elsődleges piacon tanúsított magatartásának nem lehet más gazdasági értelme, mint a verseny korlátozása a másodlagos piacon. A Google azon magatartása ugyanis, amely saját árösszehasonlító szolgáltatását kívánja előnyben részesíteni a versengő árösszehasonlító szolgáltatások kárára, ahhoz vezet, hogy kizárják a versenytársak relevánsabb specializált keresési eredményeit, aminek nem lenne gazdasági értelme.

2) A Törvényszék álláspontja

- 150 Az állandó ítélkezési gyakorlat szerint az erőfölényben lévő vállalkozás különös felelősséggel tartozik azért, hogy magatartása ne csorbítsa a belső piacon a hatékony és torzulásmentes versenyt (lásd: 2017. szeptember 6-i Intel kontra Bizottság ítélet, C-413/14 P, EU:C:2017:632, 135. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).

- 151 E tekintetben az EUMSZ 102. cikk különösen az erőfölényben lévő vállalkozás olyan magatartására vonatkozik, amelynek hatására a gazdasági szereplők által nyújtott teljesítésen alapuló rendes versenyt jellemző eszközöktől eltérő eszközökkel a fogyasztók kárára akadályozzák a piacon még létező versenyszint fenntartását vagy e verseny fejlődését (lásd: 2012. március 27-i Post Danmark ítélet, C-209/10, EU:C:2012:172, 24. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).
- 152 Ily módon az EUMSZ 102. cikk többek között tiltja, hogy az erőfölényben lévő vállalkozás olyan gyakorlatot folytasson, amely kizorító hatást gyakorol az érdemeken alapuló verseny eszközein kívüli más eszközök felhasználásával (lásd ebben az értelemben: 2012. március 27-i Post Danmark ítélet, C-209/10, EU:C:2012:172, 25. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat; 2017. szeptember 6-i Intel kontra Bizottság ítélet, C-413/14 P, EU:C:2017:632, 136. pont).
- 153 Az EUMSZ 102. cikk nemcsak a fogyasztókat közvetlenül károsító magatartásokra terjed ki, hanem azokra is, amelyek a versenyt torzítva károsítják őket (2012. március 27-i Post Danmark ítélet, C-209/10, EU:C:2012:172, 20. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat; lásd még ebben az értelemben: 2012. március 29-i Telefónica és Telefónica de España kontra Bizottság ítélet, T-336/07, EU:T:2012:172, 171. pont).
- 154 Az EUMSZ 102. cikkben meghatározott visszaélésszerű magatartások felsorolása nem kimerítő, ezért az e rendelkezés értelmében visszaélést megvalósító magatartások felsorolása nem meríti ki az erőfölénnyel való visszaélésnek az uniós jog által tiltott összes módját (1973. február 21-i Europemballage és Continental Can kontra Bizottság ítélet, 6/72, EU:C:1973:22, 26. pont; 2011. február 17-i TeliaSonera Sverige ítélet, C-52/09, EU:C:2011:83, 26. pont; 2012. március 29-i Telefónica és Telefónica de España kontra Bizottság ítélet, T-336/07, EU:T:2012:172, 174. pont).
- 155 A visszaélés nem igazolt eltérő bánásmód formáját is öltheti (lásd ebben az értelemben: 1997. július 17-i GT-Link ítélet, C-242/95, EU:C:1997:376, 41. pont; 2002. október 24-i Aéroports de Paris kontra Bizottság ítélet, C-82/01 P, EU:C:2002:617, 114. pont; 1999. október 7-i Irish Sugar kontra Bizottság ítélet, T-228/97, EU:T:1999:246, 140. pont). E tekintetben az egyenlő bánásmód általános elve mint az uniós jog általános elve megköveteli, hogy hasonló helyzeteket ne kezeljenek eltérő módon, és hogy az eltérő helyzeteket ne kezeljék egyenlő módon, kivéve ha az ilyen bánásmód objektíven igazolható (lásd: 2008. december 16-i Arcelor Atlantique és Lorraine és társai ítélet, C-127/07, EU:C:2008:728, 23. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).
- 156 Az EUMSZ 102. cikknek egyáltalán nem célja annak megakadályozása, hogy valamely vállalkozás saját érdemeinek köszönhetően erőfölénybe kerüljön valamely piacon (lásd: 2017. szeptember 6-i Intel kontra Bizottság ítélet, C-413/14 P, EU:C:2017:632, 133. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).
- 157 Így nem minden kizorító hatás korlátozza szükségképpen a versenyt. Fogalmilag az érdemeken alapuló verseny azt eredményezheti, hogy a különösen az árak, a választék, a minőség vagy az innováció szempontjából a fogyasztók számára kevésbé érdekes versenytársak eltűnnek a piacról, illetve kiszorulnak onnan (lásd: 2017. szeptember 6-i Intel kontra Bizottság ítélet, C-413/14 P, EU:C:2017:632, 133. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).
- 158 A Google lényegében azt állítja, hogy a megtámadott határozatban szóban forgó magatartása keresőszolgáltatásainak minőségi javulását jelenti, és ennél fogva az érdemeken alapuló verseny keretébe illeszkedik. A Google e tekintetben megjegyzi, hogy a Bizottság a vele szemben

kifogásolt magatartás egyetlen olyan elemét sem azonosítja, amely eltérne az érdemeken alapuló versenytől. Márpedig az uniós bíróság soha nem tekintette valamely termék vagy szolgáltatás minőségi javulását a verseny akadályozásának.

- 159 Ami azt illeti, hogy a Bizottság állítólag nem határozott meg olyan tényezőket, amelyek megkülönböztetik a szóban forgó magatartást a szokásos versenytől, meg kell állapítani, hogy valamely vállalkozás pusztán erőfölénye miatt, még ha az akkora is, mint a Google általános keresőszolgáltatás tekintetében fennálló erőfölénye, nem marasztalható el az EUMSZ 102. cikk alapján.
- 160 Az állandó ítélkezési gyakorlatból ugyanis kitűnik, hogy az ilyen erőfölény fennállásának megállapítása önmagában nem foglal magában semmiféle kifogást az érintett vállalkozás tekintetében (2012. március 27-i Post Danmark ítélet, C-209/10, EU:C:2012:172, 22. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat). Az EUMSZ 102. cikk az erőfölénnyel való „visszaélést” tiltja.
- 161 E tekintetben a Bizottságnak az ilyen „visszaélésként” minősítés érdekében meg kell határoznia, hogy a szóban forgó vállalkozás az erőfölényét kihasználva hogyan alkalmazott más eszközöket, mint amelyek rendes versenyhez vezetnek (lásd a fenti 151. pontot).
- 162 E tekintetben a vállalkozás erőfölényének valamely szomszédos piacra való pusztán kiterjesztése önmagában nem bizonyíthatja a rendes versenytől eltérő magatartást, még akkor sem, ha az ilyen kiterjesztés a versenytársak eltűnéséhez vagy kiszorításához vezet (lásd ebben az értelemben: 2012. március 27-i Post Danmark ítélet, C-209/10, EU:C:2012:172, 22. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat; 2017. szeptember 6-i Intel kontra Bizottság ítélet, C-413/14 P, EU:C:2017:632, 134. pont).
- 163 Ezenkívül, amint az lényegében a 2002. október 25-i Tetra Laval kontra Bizottság ítéletből (T-5/02, EU:T:2002:264, 156., 158. és 217. pont) kitűnik, az erőátviteli hatás olyan általános kifejezés, amely azokra a hatásokra vonatkozik, amelyeket a valamely piacon megállapított magatartás egy másik piacra gyakorolhat. E kifejezés több, esetlegesen visszaélésszerű magatartást is jelölhet, mint például többek között a 2007. szeptember 17-i Microsoft kontra Bizottság ítélet (T-201/04, EU:T:2007:289) alapjául szolgáló ügyszámhoz hasonló árukapcsolásokat, az árprést eredményező gyakorlatokat, mint a 2012. március 29-i Telefónica és Telefónica de España kontra Bizottság ítélet (T-336/07, EU:T:2012:172) alapjául szolgáló ügyben, illetve a hűségengedményeket, mint a 2003. szeptember 30-i Michelin kontra Bizottság ítélet (T-203/01, EU:T:2003:250) alapjául szolgáló ügyben.
- 164 Meg kell állapítani, hogy bár az EUMSZ 102. cikk önmagában nem tiltja az erőfölényben lévő vállalkozás erőátviteli hatásait, ez a cikk az ilyen magatartásokra is alkalmazandó. Ily módon, anélkül hogy ebben a szakaszban határozni kellene tilalmuk feltételeiről, meg kell állapítani, hogy – amint az a fenti 136. pontban szerepel – az erőátviteli hatás több típusát már az EUMSZ 102. cikkel ellentétesnek ítélték. A 2007. szeptember 17-i Microsoft kontra Bizottság ítéletben (T-201/04, EU:T:2007:289, 1344. pont) a Törvényszék úgy ítélte meg, hogy a szóban forgó magatartások, vagyis az árukapcsolás és az interoperabilitásra vonatkozó információk közlésének megtagadása erőfölény kiterjesztésében megnyilvánuló jogsértés részét képezi, amely keretében a Microsoft az ügyfélszámítógépekhez való operációs rendszerek piacán fennálló erőfölényét arra használta fel, hogy ezen erőfölényét kiterjessze két kapcsolódó piacra.

- 165 Egyebekben az erőfölényben lévő vállalkozást terhelő különös felelősség tényleges terjedelmét a verseny gyengülését mutató minden egyes ügy sajátos körülményeinek fényében kell értelmezni (lásd ebben az értelemben: 2011. február 17-i TeliaSonera Sverige ítélet, C-52/09, EU:C:2011:83, 84. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).
- 166 A jelen ügyben – amint az a megtámadott határozatból kitűnik, és amint arra a Bizottság a tárgyaláson helytállóan emlékeztetett – az EUMSZ 102. cikk megsértése fennállásának megállapítása érdekében a Bizottság nem csupán az erőátviteli hatással kapcsolatos magatartásokra hivatkozott.
- 167 A Bizottság ugyanis úgy ítélte meg, hogy az erőátviteli hatás révén a Google az általános keresési piacon fennálló erőfölényére támaszkodik annak érdekében, hogy a termékek összehasonlítására specializálódott piacon saját árösszehasonlító szolgáltatását részesítse előnyben azáltal, hogy ezen árösszehasonlító szolgáltatást előnyösen helyezi el és jeleníti meg az általános eredményoldalain, szemben a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokkal, amelyek eredményeit, szerves jellemzőikre tekintettel, a kiigazítási algoritmusok hátrébb sorolhatták az említett oldalakon.
- 168 A Bizottság e tekintetben a megtámadott határozat (344) preambulumbekzdésében megjegyezte, hogy míg a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményei csak generikus eredményekként jelenhetnek meg, vagyis olyan egyszerű kék linkeként, amelyeket ráadásul a kiigazítási algoritmusok hátrébb sorolhatnak, addig a Google árösszehasonlító szolgáltatásának eredményei igenis a Google általános eredményoldalainak tetején helyezkednek el, jól láthatóan, bővített formában bemutatva, és azokat az említett algoritmusok nem sorolhatták hátra, ami a Google által saját árösszehasonlító szolgáltatása javára érvényesített részrehajlás formájában megjelenő eltérő bánásmódot eredményez.
- 169 A Bizottság kifejtette különösen, hogy három sajátos körülmény – azaz először is a Google általános keresőmotorja által generált forgalomnak az árösszehasonlító szolgáltatások szempontjából képviselt jelentősége (a megtámadott határozat 7.2.2. része), másodszor a felhasználók interneten végzett keresés során tanúsított magatartása (a megtámadott határozat 7.2.3. része), harmadszor pedig az a tény, hogy a Google általános eredményoldalairól származó eltérített forgalom a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom jelentős hányadát jelenti, és azt ténylegesen nem helyettesíthetik más források (a megtámadott határozat 7.2.4. része) – együttes fennállása miatt e részrehajlás a verseny meggyengülését eredményezhette a piacon.
- 170 Először is, a Google általános keresőmotorja által generált forgalom jelentőségét illetően a megtámadott határozat 7.2.2. részében (a (444)–(450) preambulumbekzdés) a Bizottság hangsúlyozta, hogy e forgalom egy árösszehasonlító szolgáltatást működtető személynek a megtámadott határozat (444) preambulumbekzdésében szereplő nyilatkozata szerint „egy specializált keresőmotor legfontosabb »eszközértéke«”. A Bizottság ily módon kifejtette, hogy e forgalom lehetővé teszi a specializált keresési eredmények relevanciájának és különösen a termékösszehasonlítási szolgáltatások naprakészségének, terjedelmének és kínálatának növelését, fokozva arra való alkalmasságukat, hogy meggyőzzék a kereskedőket arról, hogy szolgáltatassanak számukra adatokat termékeikről (a (445) preambulumbekzdés), továbbá hogy e forgalom jövedelmeket generált, akár a kereskedők által fizetett jutalékok, akár pedig az online reklám révén (a (446) preambulumbekzdés), valamint hogy információkat szolgáltatott a felhasználók magatartásáról, ami lehetővé tette az eredmények relevanciájának és hasznosságának javítását,

többek között az automatikus tanulás (machine learning, (447) preambulumbekzdés) és a kísérletek (a (448) preambulumbekzdés) hatásai révén, vagy azáltal, hogy más releváns keresőkifejezéseket javasoltak a felhasználók számára (a (449) preambulumbekzdés).

- 171 A Bizottság ily módon a megtámadott határozat 7.2.2. részében lényegében kifejtette, hogy az említett forgalom lehetővé teszi a hálózati hatások kihasználását, mivel minél több internetfelhasználó látogat el egy árösszehasonlító szolgáltatás oldalára, annál jobban nő e szolgáltatások relevanciája és hasznossága, és a kereskedők annál inkább készek azt igénybe venni, valamint hogy e forgalom jövedelmek generálását is lehetővé teszi a jutalékok, illetve a hirdetési bevételek révén, e jövedelmeket pedig adott esetben fel lehet használni a nyújtott szolgáltatások javítására, és ily módon azok megkülönböztetésére a versenytársaktól. Másként fogalmazva, a Bizottság kifejtette, hogy a forgalom generálása lehetővé teszi egy pozitív spirál létrejöttét, vagyis az eredmények relevanciájának javítását, ily módon több felhasználó vonzását és végső soron több, a hirdető partnerektől vagy a termékeiket az árösszehasonlító szolgáltatás oldalán elhelyező internetes eladóktól származó bevétel megszerzését, ami ezzel összefüggésben az érintett vállalkozás arra vonatkozó képességét vonja maga után, hogy több befektetést eszközöljön annak érdekében, hogy javítsa vagy legalábbis megőrizze pozícióját egy olyan ágazatban (a digitális ágazatban), ahol az innováció jelenti az üzleti siker kulcsát. Ezzel szemben a forgalom elvesztése ördögi körhöz, idővel pedig a piacról való kilépéshez vezethet, mert az érintett nem képes versenyezni a piac olyan alapvető elemeit illetően, mint az eredmények relevanciája és az innováció, mivel mindkettő kapcsolódik egymáshoz, tudniillik az árösszehasonlító szolgáltatások azért folytatnak innovációt, hogy javítsák eredményeik relevanciáját, és ily módon nagyobb forgalmat, vagyis nagyobb bevételt érjenek el.
- 172 Másodsor, a felhasználók magatartását illetően a Bizottság jelezte, hogy a Google részéről tanúsított, a saját eredményei láthatóbb módon történő megjelenítésére és a versenytársak eredményeinek kevésbé látható módon történő megjelenítésére irányuló részrehajlás alkalmas arra, hogy befolyásolja az internetfelhasználók magatartását, amikor meg kívánják tekinteni a termékek összehasonlítására szolgáló weboldalakat (a megtámadott határozat 7.2.3.1. része és (454)–(461) preambulumbekzdése). A Bizottság e tekintetben a megtámadott határozat (455)–(457) preambulumbekzdésében kifejtette, hogy a felhasználók általában az első három–öt keresési eredményre összpontosítanak, és nem szentelnek figyelmet, vagy csak keveset, az ezt követő eredményeknek, különösen pedig a képernyő közvetlenül látható része (fold) alatti találatoknak. A Bizottság így a megtámadott határozat (535) preambulumbekzdésében előadta, hogy a felhasználók jellemzően azt feltételezik, hogy a leginkább látható eredmények a legrelevánsabbak, függetlenül azok tényleges relevanciájától.
- 173 Harmadsor, az eltérített forgalom hatását illetően a Bizottság hangsúlyozta, hogy az a versengő termékösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom jelentős hányadát jelenti (a megtámadott határozat 7.2.4.1. része), és azt ténylegesen nem helyettesíthetik más források, beleértve a szöveges hirdetéseket, a mobiltelefonos alkalmazásokat, a közvetlen forgalmat, a partneroldalakra mutató linkeket, a szociális médiát és az egyéb keresőmotorokat (a megtámadott határozat 7.2.4.2. része).
- 174 A Google általános keresőoldalairól származó forgalmának jelentőségét, és annak ténylegesen nem helyettesíthető jellegét a Bizottság – a fenti 168–173. pontban felidézett háttérelmekre figyelemmel – téves jogalkalmazás nélkül jelölte meg olyan releváns körülményekként, amelyek az érdemeken alapuló verseny körébe nem tartozó magatartások fennállását jellemezhetik.

- 175 A fentiekből következik, hogy a Bizottság nem szorítkozott erőátviteli hatás fennállásának megállapítására, és – amint azt az ítélkezési gyakorlat megköveteli – releváns kritériumok alapján minősítette jogilag a Google e hatást kísérő magatartásait. Ily módon, ha feltételezzük, hogy az érintett piacok sajátos körülményeire tekintettel azonosított részrehajlást és annak hatásait a Bizottság érvényesen bizonyította, amit az összes jogalap és érv figyelembevételével kell majd megvizsgálni, a Bizottság helyesen jutott arra a következtetésre, hogy e részrehajlás eltér az érdemeken alapuló versenytől.
- 176 E tekintetben meg kell jegyezni, hogy figyelembe véve a Google általános keresőmotorjának egyetemes rendeltetését, amelyet – amint az a megtámadott határozat (12) preambulumbekzdéséből kitűnik – az összes lehetséges tartalmat magában foglaló eredmények indexálása céljából terveztek, a Google általános eredményoldalain egy specializált eredménytípus – vagyis saját eredményei – népszerűsítése a versengő specializált eredményekhez képest egyfajta anomáliát jelent.
- 177 A szóban forgó infrastruktúra, vagyis a Google általános eredményoldalai, amelyek más weboldalak – különösen a versengő árösszehasonlító szolgáltatások – felé irányuló forgalmat generálnak, ugyanis főszabály szerint nyitott infrastruktúra, ami megkülönbözteti az ítélkezési gyakorlatban hivatkozott egyéb infrastruktúráktól, amelyek olyan materiális javakból (sajtótermék-terjesztési rendszerek) vagy immateriális javakból (szellemi tulajdonjogok) állnak, amelyek értéke attól függ, hogy tulajdonosuk képes-e azok kizárólagos használatának megőrzésére.
- 178 Ez utóbbi infrastruktúráktól eltérően az általános keresőmotor létjogosultsága és értéke abban a képességben rejlik, hogy nyitva áll a kívülről – vagyis harmadik forrásból – származó eredmények előtt, valamint abban, hogy e számos és sokféle forrást megjeleníti általános eredményoldalain, amelyek gazdagítják, illetve hitelessé teszik e keresőmotort a nagy nyilvánosság előtt, és lehetővé teszik számára, hogy kihasználja a hálózati hatásokat, valamint a méretgazdaságosság hatásait, amelyek alapvető fontosságúak fejlődése és fennmaradása szempontjából egy olyan piacon, amelyen jellegénél fogva kevés ilyen infrastruktúra képes fennmaradni, tekintettel az említett hálózati hatásokra. Rendkívül nagy számú felhasználó szükséges ugyanis ahhoz, hogy olyan kritikus méretet érjenek el, amely kompenzálhatja a szolgáltatás díjmentességét a piac egyik oldalán, és reklámbevételeket termelhet a másik oldalán, ily módon, hogy a keresőmotor eredményei körének a saját eredményeire történő korlátozása kockázati elemet hordoz, és nem szükségszerűen racionális, kivéve a jelen ügghöz hasonló olyan helyzetet, amelyben az erőfölény és a belépési korlátok olyanok, hogy kellően rövid időn belül nem lehetséges a belépés, az internetfelhasználók választási lehetőségeinek e korlátozására reagálva.
- 179 Ennélfogva az a tény – ha bizonyítottnak tekintjük –, hogy a Google előnyben részesíti a saját specializált eredményeit harmadik személyek eredményeivel szemben, ellentétben a keresőmotorja eredeti sikerének alapjául szolgáló gazdálkodási modellel, szükségképpen egyfajta anomáliát hordoz magában. Ebből következik, hogy a fenti 133. pontban hivatkozott ítélkezési gyakorlat alapján az ezen eltérő bánásmódot alkalmazó személynek kell azt igazolnia a versenyjogra figyelemmel (lásd ebben az értelemben: 2018. december 12-i Servier és társai kontra Bizottság ítélet, T-691/14, fellebbezés alatt, EU:T:2018:922, 1377. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).
- 180 A teljesség kedvéért egyébiránt meg lehet jegyezni, hogy még ha a jelen ügybelitől eltérő helyzetről van is szó, az internet-hozzáférési szolgáltatók esetében a Bíróság megállapította, hogy az uniós jogalkotó a nyílt internet-hozzáférés megteremtéséhez szükséges intézkedések meghozataláról,

továbbá az egyetemes szolgáltatásról, valamint az elektronikus hírközlő hálózatokhoz és elektronikus hírközlési szolgáltatásokhoz kapcsolódó felhasználói jogokról szóló 2002/22/EK irányelv és az Unión belüli nyilvános mobilhírközlő hálózatok közötti barangolásról (roaming) szóló 531/2012/EU rendelet módosításáról szóló, 2015. november 25-i (EU) 2015/2120 európai parlamenti és tanácsi rendelettel (HL 2015. L 310., 1. o.) e szolgáltatók számára a forgalommal kapcsolatban a hátrányos megkülönböztetéstől, korlátozástól vagy beavatkozástól mentes egyenlő bánásmód általános kötelezettségét kívánta előírni, amelytől semmilyen esetben sem lehet kereskedelmi gyakorlatok útján eltérni (lásd ebben az értelemben: 2020. szeptember 15-i Telenor Magyarország ítélet, C-807/18 és C-39/19, EU:C:2020:708, 47. pont). A jogalkotó ilyen döntésének fennállását és az *upstream* piacon az internet-hozzáférési szolgáltatók számára ebből következő, hátrányos megkülönböztetéstől mentes bánásmódra vonatkozó jogi kötelezettséget nem lehet figyelmen kívül hagyni az olyan gazdasági szereplő magatartásának elemzése során, mint a Google a *downstream* piacon, figyelembe véve a Google által az általános keresések piacán nem vitatottan elfoglalt ultradomináns helyzetet, valamint azon különös felelősségét, hogy magatartásával ne sértse a belső piacon a hatékony és torzulásmentes versenyt. E tekintetben nincs jelentősége annak, hogy valamely jogszabály általános jelleggel előírja-e az internetes keresési eredményekhez való hátrányos megkülönböztetéstől mentes hozzáférést, vagy sem, mivel – amint az az ítélezési gyakorlatból kitűnik – torzulásmentes verseny csak akkor garantálható, ha a különböző gazdasági szereplők esélyegyenlősége biztosított (lásd: 2010. október 14-i Deutsche Telekom kontra Bizottság ítélet, C-280/08 P, EU:C:2010:603, 230. pont, valamint az ott hivatkozott ítélezési gyakorlat), ami azt jelenti, hogy amennyiben az erőfölényben lévő gazdasági szereplők által az internetágazatban alkalmazott részrehajló magatartásról van szó, egyes eltérő bánásmódokat az EUMSZ 102. cikkel ellentétesnek lehet tekinteni.

- 181 Egyébiránt, amint azt a VDZ hangsúlyozza, a szóban forgó magatartás érdemen alapuló versenytől való eltérése, ha bizonyítottnak tekintjük, annál is inkább nyilvánvaló, mivel az az erőfölényben lévő piaci szereplő magatartásának megváltozását követően következik be. A Google ugyanis megváltoztatta magatartását az általános keresési piacon.
- 182 Az iratokból kitűnik, hogy történetileg a Google először általános keresőszolgáltatásokat nyújtott, és „szuperdomináns” pozíciót szerzett e piacon, amelyet erős belépési korlátok jellemeznek. E piacon a Google olyan eredményeket jelenített meg, amelyek a felhasználókat a termék-összehasonlítási szolgáltatások felé irányították. Egyébiránt a Google azonos módon és azonos kritériumok alapján jelenítette meg a specializált keresőszolgáltatások valamennyi eredményét. Egyébként magának az általános keresőszolgáltatásnak a célja az, hogy a keresésnek megfelelő összes eredmény megjelenítése érdekében a lehető legtöbb weboldalt végigbongésszék, sőt indexeljék.
- 183 Másodszor, a Google a termékek összehasonlítására specializált keresések piacára lépett. Abban az időszakban, amikor a Google a termékek összehasonlítására specializálódott keresések piacán megkezdte tevékenységét, már számos ilyen szolgáltatást nyújtó szolgáltató létezett. Egyébiránt figyelembe véve a „szuperdomináns” helyzetét, az internetre való belépéssel kapcsolatos szerepét és az általános keresés piacára való belépés nagyon erős akadályait, különösen erős kötelezettség terhelte arra vonatkozóan, hogy magatartásával ne korlátozza a termékek összehasonlítására specializálódott piacon a hatékony és torzulásmentes versenyt.
- 184 Márpedig a Bizottság szerint, miután a termékek összehasonlítására specializált keresések piacára lépett, és az e szolgáltatásra szánt weboldalával (Froogle) kudarcot vallott, a Google megváltoztatta az általános kutatás által uralt piacon követett magatartását, ami azzal a hatással járt, hogy az általános keresés eredményoldalain nőtt saját árösszehasonlító szolgáltatása eredményeinek

- láthatósága. A csoportokba sorolt termékekre vonatkozó eredmények bevezetését követően ugyanis nem ugyanolyan módon kezelték az összes árösszehasonlító szolgáltatást. A Google előtérbe helyezte saját specializált keresési eredményeit (elhelyezés és bemutatás), és hátra sorolta versenytársai eredményeit, amelyeket ráadásul nem ugyanolyan módon jelenített meg (pusztán „kék linkek” kép vagy bővített szöveg nélkül). A Google magatartásának megváltozása azzal a következménnyel járt, hogy csökkentette a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeinek láthatóságát, és ezzel egyidejűleg növelte a saját árösszehasonlító szolgáltatása eredményeinek láthatóságát. Ily módon a szóban forgó magatartások tanúsítása lehetővé tette a Google számára, hogy általános keresési eredményoldalain előtérbe helyezze saját árösszehasonlító szolgáltatását, és ezen oldalakon szinte láthatatlanná tette a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokat, ami főszabály szerint nem felel meg az általános keresőszolgáltatás elvárt céljának.
- 185 Ily módon, feltéve hogy a fenti 170–173. pontban összefoglalt elemzés alapján azonosított részrehajlást és annak hatásait érvényesen bizonyították, a Google magatartása önmagában nem tartozhat az érdemeken alapuló verseny körébe.
- 186 E következtetést nem kérdőjelezi meg a Google azon érvelése, amely szerint a Product Universals és a Shopping Units megjelenítése nem minősíthető visszaélészerűnek, mivel ezen eredmények és hirdetések szolgáltatásai érdemeken alapuló verseny körébe tartozó minőségi javulásnak minősültek.
- 187 Egyrészt ugyanis hangsúlyozni kell, hogy a Google érvelése azon a téves előfeltevésen alapul, hogy a szóban forgó magatartás kizárólag a Product Universals és a Shopping Units sajátos bemutatásából és elhelyezéséből áll, holott e magatartás két gyakorlat kombinációjából áll, nevezetesen a Google árösszehasonlító szolgáltatása specializált eredményeinek népszerűsítéséből és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeinek a kiigazítási algoritmusok által végzett ezzel egyidejű hátrásorolásából. E tekintetben meg kell állapítani, hogy a Google nem minősíti a versengő árösszehasonlító szolgáltatások hátrásorolását általános eredményoldalain – szemben a saját árösszehasonlító szolgáltatásával – olyan „minőségi javulásnak”, amely érdemeken alapuló versenynek minősülhet.
- 188 Másrészt, ellentétben azzal, amit a Google sugall, a Bizottság által a megtámadott határozat (334) preambulumbekzdésében hivatkozott ítéletek egyikéből sem tűnik ki, hogy a termék vagy a szolgáltatás javításával járó magatartás önmagában nem minősülhet a visszaélés önálló formájának, amennyiben az említett javítás az erőfölényben lévő vállalkozás részéről saját termékének vagy szolgáltatásának előnyben részesítését eredményezi olyan eszközök igénybevétele révén, amelyek eltérnek az érdemeken alapuló versenyt irányító eszközöktől, és e magatartás versenyellenes hatásokkal járhat. E tekintetben, amint azt a VDZ jogosan hangsúlyozza, valamely termék vagy szolgáltatás műszaki vagy kereskedelmi jellegű javításai csak az esetleges objektív indokok és az azok által elérhető esetleges hatékonyságjavulás vizsgálatának szakaszában vehetők figyelembe.
- 189 Ezt a megállapítást, amely szerint a Google magatartása, amennyiben megállapítást nyer, hogy az részrehajlásnak minősíthető, eltérhet az érdemeken alapuló versenytől, nem cáfolják meg a CCIA azon érvei, amelyek szerint a megtámadott határozatban megfogalmazott egyértelmű jogi teszt hiánya sérti a jogbiztonság elvét.
- 190 Először is meg kell állapítani, hogy a Bizottság vitatja ezen érv elfogadhatóságát, azt állítva, hogy az elfogadhatatlan, mivel lényegében új a Google érveikhez képest.

- 191 Az Európai Unió Bírósága alapokmánya 40. cikkének negyedik bekezdése értelmében, amely ezen alapokmány 53. cikkének első bekezdése értelmében a Törvényszék előtti eljárásra is alkalmazandó, a beavatkozásra vonatkozó kérelemben tett indítványok csak az egyik fél indítványainak támogatására korlátozódhatnak. Ily módon az a fél, amelynek a Törvényszék előtti jogvitába való beavatkozását engedélyezték, nem módosíthatja a jogvita tárgyát, amelyet a felek kérelmei és jogalapjai határolnak körül. Ebből következik, hogy a beavatkozó félnek csupán azon érvei fogadhatók el, amelyek e kérelmek és jogalapok által kijelölt keretbe illeszkednek (2019. július 29-i Bayerische Motoren Werke és Freistaat Sachsen kontra Bizottság ítélet, C-654/17 P, EU:C:2019:634, 50. pont). Ezenkívül az eljárási szabályzat 142. cikkének (3) bekezdése értelmében a beavatkozó a jogvitát beavatkozás kori állásában fogadja el.
- 192 E tekintetben emlékeztetni kell arra, hogy noha e rendelkezések nem zárják ki, hogy a beavatkozó új, vagy az általa támogatott fél érveitől eltérő érveket adjon elő, a keresetlevélben felhozott érvek megisméltésére korlátozás terhe mellett, ugyanakkor nem állítható, hogy e rendelkezések lehetővé tennék számára új jogalapok előterjesztésével a jogvita keresetlevélben meghatározott keretének módosítását, illetve eltorzítását (2006. december 12-i SELEX Sistemi Integrati kontra Bizottság ítélet, T-155/04, EU:T:2006:38, 42. pont).
- 193 A jelen ügyben azonban a szóban forgó érvet a Google azon érvelésének alátámasztására terjeszti elő, amely szerint a Bizottság az erőátviteli hatás útján történő visszaélésre vonatkozó ítélkezési gyakorlattal ellentétesen a jelen ügyben nem határoz meg egyetlen olyan különös tényezőt sem, amely megkülönbözteti a szóban forgó magatartást az érdemeken alapuló verseny körébe tartozó magatartásoktól, mindezt oly módon, hogy konkrét következtetést von le a CCIA tagjaira nézve, mégpedig a jogbiztonság elvének megsértését. E körülmények között ez az érv elfogadható.
- 194 Ezen érv megalapozottságának értékelését illetően emlékeztetni kell arra, hogy a jogbiztonság elvének tiszteletben tartása megköveteli, hogy az intézmények elvi szinten törekedjenek az uniós jog különböző rendelkezéseinek végrehajtása során arra, hogy elkerüljék azon inkoherenciákat, amelyek felmerülhetnek (lásd: 2016. április 22-i Írország és Aughinish Alumina kontra Bizottság ítélet, T-50/06 RENV II és T-69/06 RENV II, EU:T:2016:227, 59. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).
- 195 A jelen ügyben kétségtelen, hogy a megtámadott határozat (341) preambulumbekzdése kifejti azokat az okokat, amelyek miatt a szóban forgó magatartások eltérnek az érdemeken alapuló versenytől, lényegében rámutatva egyrészt arra, hogy e magatartások eltérítették a fogalmat, másrészt hogy versenyellenes hatásokkal járhatnak. Ily módon e preambulumbekzdés alapján, azt önmagában értelmezve, úgy tűnik, hogy a Bizottság e magatartások kizorító hatásaiból azt vezette le, hogy azok eltérnek az érdemeken alapuló versenytől. Az ilyen, kizorólag a magatartások kizorító hatásaira alapított ismertetés kérdéseket vethet fel a Bizottság által az EUMSZ 102. cikk megsértésének minősítés érdekében alkalmazott teszt jogbiztonság elvével való összeegyeztethetőségét illetően. A fenti 157. pontban hivatkozott ítélkezési gyakorlatból ugyanis az következik, hogy bármely kizorító hatással járó árképzési vagy nem árképzési gyakorlatot pusztán e tény miatt nem lehet versenyellenesnek tekinteni.
- 196 Ugyanakkor a megtámadott határozat (341) preambulumbekzdését az említett határozat (342) preambulumbekzdésével összefüggésben kell értelmezni, amelyben a Bizottság „annak bizonyítása érdekében, hogy a magatartás miért visszaélés szerű, és miért esik az érdemeken alapuló verseny körén kívül”, kifejti, hogy a szóban forgó magatartások abban állnak, hogy a Google saját árösszehasonlító szolgáltatását előnyben részesíti a versengő árösszehasonlító szolgáltatások kárára, és hogy e részrehajlás sajátos kontextusba illeszkedik. A Bizottság e

preambulumbekezdésben e tekintetben felsorolja azt a számos tényezőt, amelyeket figyelembe vett annak bizonyítása érdekében, hogy a magatartás miért visszaélészerű, és miért tér el az érdemeken alapuló versenytől, különösen pedig – amint az a fenti 170–173. pontból kitűnik – azt a három kritériumot, amelyek a Google általános keresőmotorja által generált forgalom árösszehasonlító szolgáltatások szempontjából fennálló jelentőségére (a megtámadott határozat 7.2.2. része), a felhasználóknak az interneten végzett keresések során tanúsított magatartására (a megtámadott határozat 7.2.3.1. része), valamint az eltérített forgalom ténylegesen nem helyettesíthető jellegére (a megtámadott határozat 7.2.4. része) vonatkoznak.

- 197 Így a Bizottság részéről a visszaélés megállapításához vezető elemzés semmiképpen nem „inkohereus” a fenti 194. pontban hivatkozott ítélkezési gyakorlat, valamint az erőátviteli hatásra vonatkozó, a megtámadott határozat (334) preambulumbekzdésében hivatkozott ítélkezési gyakorlat értelmében véve, mivel lehetővé teszi a jogsértés fennállásának megállapítását, egyrészt a versenyjog szempontjából gyanús, a hozzáférés megtagadása esetén hiányzó körülményekre (különösen a nem igazolt eltérő bánásmódra), másrészt pedig a fenti 165. pontban hivatkozott ítélkezési gyakorlatnak megfelelő sajátos, az említett eltérő bánásmód alapját képező infrastruktúra jellegére vonatkozó körülményekre (a jelen esetben többek között annak jelentőségére és ténylegesen nem helyettesíthető jellegére) támaszkodva.
- 198 E körülmények között az ötödik jogalap első részét el kell utasítani.

b) Az ötödik jogalap második részéről, amely szerint a Bizottság az ítélkezési gyakorlatban meghatározott feltételeknek való megfelelés nélkül követeli meg a Google-tól, hogy biztosítson hozzáférést a versengő árösszehasonlító szolgáltatások számára a javított szolgáltatásaihoz

1) A felek érvei

- 199 Az ötödik megsemmisítési jogalap második része annak megállapítására irányul, hogy a Bizottság az ítélkezési gyakorlatban meghatározott feltételeknek, különösen a nélkülözhetetlen eszközöknek minősített infrastruktúrákra vonatkozó feltételeknek való megfelelés nélkül nem követelhetette meg a Google-tól, hogy a versengő árösszehasonlító szolgáltatások számára hozzáférést biztosítson a termék-összehasonlítás terén eszközölt javításaiból eredő szolgáltatásokhoz.
- 200 Először is, a Google hangsúlyozza, hogy valóban ez a megtámadott határozat tartalma, amely szolgáltatási kötelezettséget ír elő számára, noha a kifogásolt magatartást csak részrehajlásnak minősítik, abban az értelemben, hogy a Google a keresési eredményeit előnyben részesíti a versenytársakéhoz képest. A Google e tekintetben többek között a megtámadott határozat (538) és (662) preambulumbekzdésére hivatkozik, amely utóbbi megállapítja, hogy „[a]z e határozatban megállapított visszaélés pusztán abban áll, hogy a Google nem ugyanolyan módon helyezi el és jeleníti meg a saját árösszehasonlító szolgáltatása és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit”. A Google azt állítja, hogy a megtámadott határozat nem határoz meg egyetlen olyan kritériumot vagy elvet sem, amely lehetővé tenné a szóban forgó jogsértés megkülönböztetését a szolgáltatási kötelezettségre vonatkozó ügyektől. Nincs jelentősége annak, hogy a határozat más megfogalmazást is használt a szolgáltatásnyújtás megtagadásának szankcionálása érdekében. A szolgáltatási kötelezettséghez kapcsolódó feltételek alkalmazásának szükségessége e kötelezettség lényegétől és jellegétől, nem pedig megfogalmazásának módjától függ.

- 201 A megtámadott határozatban szereplő részrehajlásra vonatkozó állítás valójában a versengő árösszehasonlító szolgáltatásoknak a Google „technológiáihoz és designjaihoz” való hozzáférése vonatkozik, mivel a Bizottság nem próbálja meg meggátolni a Product Universals és a Shopping Units megjelenítését (a megtámadott határozat (656) és (662) preambulumbekzdése), hanem azt rója fel a Google-nak, hogy a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokat nem ugyanolyan módon helyezi el és jeleníti meg, ami magában foglalná, hogy ezek hozzáférjenek e „technológiákhoz és designokhoz”. A Bizottság által a megtámadott határozatban a részrehajló magatartás megállapítása érdekében felhozott érveléssel azonos érvelésre lehetett volna hivatkozni az 1998. november 26-i Bronner ítélet (C-7/97, EU:C:1998:569) alapjául szolgáló ügyben, mivel az érintett sajtókiadó, a Mediaprint saját újságjait integrálta a forgalmazási hálózatába, a versenytársának újságjait pedig nem. Ugyanígy az 1985. október 3-i CBEM-ítélet (311/84, EU:C:1985:394) alapjául szolgáló ügyben azt lehetett volna állítani, hogy a szóban forgó televíziós csatorna előnyben részesítette saját telemarketing szolgáltatásait azáltal, hogy csak a saját telefonszámát tartalmazó reklámokat engedélyezte. Ily módon a Google szerint, ha a megtámadott határozatot helybenhagynák, minden szolgáltatási kötelezettséget részrehajló cselekménnyé lehetne átminősíteni anélkül, hogy tiszteletben kellene tartani a Bíróság ítélkezési gyakorlatában előírt nélkülözhetetlenségre vonatkozó feltételt. Megkérdőjeleznék mindazokat az ítéleteket, amelyekben a Bíróság megkövetelte e feltétel fennállását. Márpedig, amint azt a Bundesgerichtshof (szövetségi legfelsőbb bíróság, Németország) is kiemelte, amely előtt ugyanezen részrehajló tényállás miatt nyújtottak be panaszt, a vállalkozásoknak nem kell támogatniuk versenytársaikat.
- 202 Ráadásul nem kifogásolható a Google-lal szemben, hogy jelentős belépési akadályokat emelt volna, vagy olyan korlátozásokat vezetett volna be, amelyek megakadályozzák, hogy a versengő árösszehasonlító szolgáltatások harmadik forrásokból forgalmat vonzzanak magukhoz. Márpedig, mivel az állítólagos versenyellenes hatások a Google forgalmához való hozzáférés hiányából erednek, az 1998. november 26-i Bronner ítéletnek (C-7/97, EU:C:1998:569) megfelelően a Bizottságnak kell bizonyítania, hogy e hozzáférés „nélkülözhetetlen” volt a verseny számára, és hogy a hozzáférés hiánya a verseny megszüntetésének kockázatával járt.
- 203 Másodsor, a Google megjegyzi, hogy a megtámadott határozatban nem bizonyították, hogy a szolgáltatásaihoz való hozzáférés nélkülözhetetlen a versengő árösszehasonlító szolgáltatások számára, és hogy e hozzáférés hiányában a tényleges verseny megszüntethető; e feltételek az ítélkezési gyakorlat szerint szükségesek ahhoz, hogy az erőfölényben lévő vállalkozás számára szolgáltatási kötelezettséget írjanak elő. A megtámadott határozat így annak kijelentésére szorítkozik, hogy a Google keresési forgalma „jelentős valamely termékösszehasonlítási szolgáltatás verseny folytatására való képessége szempontjából” (a (444) preambulumbekzdés), anélkül hogy bizonyítaná, hogy e forgalom „nélkülözhetetlen”, továbbá megelégszik annak kijelentésével, hogy az egyéb forgalmi források kevésbé előnyösek a versengő árösszehasonlító szolgáltatások számára (az (542) preambulumbekzdés).
- 204 Harmadszor, a Google hozzáteszi, hogy a megtámadott határozatban a Bizottság tévesen tér el a szolgáltatási kötelezettségre vonatkozó ítélkezési gyakorlatától, két téves indokra hivatkozva. Mindenekelőtt, a megtámadott határozat (650) preambulumbekzdésében kifejtette, hogy a Google magatartása nem az általános eredményoldalaihoz való hozzáférés pusztán passzív megtagadásában állt, hanem olyan aktív magatartásban, amely ezen oldalakon kedvező elhelyezéssel és megjelenítéssel előnyben részesíti a saját árösszehasonlító szolgáltatását. Márpedig a Google szerint például az 1985. október 3-i CBEM-ítélet (311/84, EU:C:1985:394, 5. pont) alapjául szolgáló ügyben, noha a szóban forgó magatartás is aktív volt, a Bíróság

hangsúlyozta a megtagadott szolgáltatás nélkülözhetetlen jellegét és a verseny teljes megszüntetésének kockázatát, annak megállapítása érdekében, hogy egy erőfölényben lévő vállalkozás nem tarthatja fenn magának e szolgáltatást.

- 205 Ezt követően, a megtámadott határozat (651) preambulumbekzdésében a Bizottság úgy vélte, hogy a nélkülözhetlenség kritériumát nem kell alkalmazni, mivel a határozat csak azt követeli meg, hogy a Google „hagyjon fel a magatartásokkal”, és nem azt, hogy a Google valamely eszközt ruházzon át vagy kössön új megállapodásokat. Ugyanakkor, noha a Google az érdekeltekkel kötött megállapodások megkötése révén a szóban forgó szolgáltatásokhoz való hozzáférés biztosítása helyett le is mondhatott volna e szolgáltatások saját javára történő felhasználásáról, ugyanezen döntési lehetőség azon vállalkozások előtt is nyitva állt, amelyekkel szemben szolgáltatási kötelezettséget írtak elő az erőfölénnyel való visszaélés megszüntetése érdekében.
- 206 Összefoglalva, a megtámadott határozatban a Bizottság azzal az indokkal kifogásolja a keresési eredményekre és a termékekhez kapcsolódó hirdetésekre, valamint az ezek alapjául szolgáló technológiákra vonatkozó javításokat, hogy a Google nem biztosított ezekhez hozzáférést a versengő árösszehasonlító szolgáltatások számára. Márpedig a visszaélés ezen érvelés alapján történő megállapításához a Bizottságnak bizonyítania kellett volna, hogy e hozzáférés elengedhetetlen volt, és hogy a hozzáférés hiánya a verseny teljes megszüntetésének kockázatával járt.
- 207 A CCIA általánosabban úgy véli, hogy a megtámadott határozat azon a téves előfeltevésen alapul, hogy a Google keresőmotorja az internet kapuja. Manapság minden korábbinál több belépési pont áll rendelkezésre online verseny céljára, és egyik oldal sem az internet kapuja.
- 208 A Németországi Szövetségi Köztársaság által támogatott Bizottság azt állítja, hogy az 1998. november 26-i Bronner ítéletben (C-7/97, EU:C:1998:569) meghatározott kritériumok a jelen ügyben nem alkalmazhatók. E tekintetben a Bizottság megismétli a megtámadott határozatban szereplő, a fenti 204. és 205. pontban hivatkozott érveket, és pontosítja, hogy a Google-re hagyta azon eszközök megválasztását, amelyek biztosítják az egyenlő bánásmódot árösszehasonlító szolgáltatása és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások között, ami vagy a Shopping Units általános eredményoldalon való további megjelenítésének lehetőségét jelenti oly módon, hogy a szerződések keretében ott megjeleníti a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit, vagy pedig a Shopping Units megjelenítéséről való lemondás lehetőségét.
- 209 A Bizottság vitatja a Google arra irányuló érvelését, hogy az erőfölénnyel való visszaélés megállapításának lehetőségét a „nélkülözhetetlen eszköz” biztosításának megtagadásához kapcsolódó feltételek együttes fennállásától tegye függővé, holott létezhetnek más, a piacon fennálló erőfölény kiterjesztésével vagy megerősítésével járó versenyellenes magatartások is. Amennyiben bizonyítja, hogy valamely erőfölényben lévő vállalkozás versenyellenes magatartása korlátozhatja a versenyt, nem köteles bizonyítani, hogy e vállalkozás megtagadta, hogy versenytársai számára nélkülözhetetlen terméket vagy szolgáltatást nyújtson. A Bizottság példaként a 2003. október 23-i Van den Bergh Foods kontra Bizottság ítélet (T-65/98, EU:T:2003:281, 159. és 161. pont) alapjául szolgáló ügyet hozza fel.
- 210 A Németországi Szövetségi Köztársaság a Bizottság támogatása érdekében arra hivatkozik, hogy az 1998. november 26-i Bronner ítélet (C-7/97, EU:C:1998:569) tárgyát képező esettel ellentétben a jelen ügyben nem merül fel a „nélkülözhetetlen eszököhöz” való hozzáférés. Álláspontja szerint a Google már „szolgáltatót” versenytársai felé azáltal, hogy hozzáférést biztosított számukra az általános keresőszolgáltatásához. Nem került sor a versenytársak kizárására, mint az említett

ítélet alapjául szolgáló ügyben. Épp ellenkezőleg, a Bizottságnak a Google-lal szemben felhozott kifogása arra vonatkozik, hogy a versenytársak szolgáltatásait a saját szolgáltatásához képest kevésbé kedvező módon mutatja be, mivel a versenytársak eredményeit kevésbé relevánsként jelenítette meg, mint a Google eredményeit.

- 211 A VDZ azt állítja, hogy a szóban forgó magatartás az olyan erőátviteli hatás útján történő visszaélés tipikus esete, amely az olyan gyakorlatokhoz hasonlítható, mint a csomagban történő értékesítés és az árukapcsolás, az árprés és a szolgáltatásnyújtás megtagadásának egyes típusai, és hogy e magatartást ilyenek tekintették.

2) A Törvényszék álláspontja

- 212 A megtámadott határozatban a Bizottság megállapította, hogy az 1998. november 26-i Bronner ítéletben (C-7/97, EU:C:1998:569) megállapított feltételek különösen három okból nem voltak alkalmazhatók a jelen ügy tényállására. A Bizottság először is megállapította, hogy az erőátviteli hatás útján történő visszaélések a visszaélés olyan bevett és önálló formáinak minősülnek, amelyek eltérnek az érdemeken alapuló versenytől (a (649) preambulumbekzdés), másodsor, hogy a szóban forgó magatartások nem a Google által az általános eredményoldalaihoz való passzív hozzáférés megtagadására, hanem a saját árösszehasonlító szolgáltatásának a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokkal szembeni népszerűsítése révén tanúsított aktív részrehajló magatartásra vonatkoztak (a (650) preambulumbekzdés), és harmadszor, hogy a jelen ügyben a visszaélés megszüntetése érdekében nem volt szükség arra, hogy a szóban forgó vállalkozás eszközt ruházzon át vagy szerződést kössön nem általa kiválasztott személyekkel. A Bizottság az 1998. november 26-i Bronner ítélet (C-7/97, EU:C:1998:569) alkalmazhatatlanságát ezen az utóbbi alapon indokolta, a 2003. október 23-i Van den Bergh Foods kontra Bizottság ítéletre (T-65/98, EU:T:2003:281, 161. pont) hivatkozva.
- 213 Elöljáróban emlékeztetni kell arra, hogy az 1998. november 26-i Bronner ítéletben (C-7/97, EU:C:1998:569) a Bíróság megállapította, hogy ahhoz, hogy a szolgáltatáshoz való hozzáférés nyújtásának az erőfölényben lévő vállalkozás általi megtagadása az EUMSZ 102. cikk értelmében vett visszaélésnek minősülhessen, az szükséges, hogy e megtagadás alkalmas legyen a szolgáltatás igénybevevőjének piacán a verseny teljes mértékben való megszüntetésére, hogy e megtagadást ne lehessen objektíve indokolni, valamint hogy a szolgáltatás maga elengedhetetlen legyen a szolgáltatás igénybevevője tevékenységének gyakorlásához, abban az értelemben, hogy annak nem létezik tényleges vagy lehetséges helyettesítője (1998. november 26-i Bronner ítélet, C-7/97, EU:C:1998:569, 41. pont; lásd továbbá: 2009. szeptember 9-i Clearstream kontra Bizottság ítélet, T-301/04, EU:T:2009:317, 147. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).
- 214 Az ötödik jogalap második része keretében a Google lényegében azt rója fel a Bizottságnak, hogy a szóban forgó magatartásokat „szolgáltatásnyújtás megtagadásának” tekintette anélkül, hogy megvizsgálta volna többek között az érintett elemekhez, azaz az általános eredményoldalakhoz és a saját specializált eredményeihez (Product Universals és Shopping Units) való hozzáférés „nélkülözhetetlen” jellegét, valamint a verseny teljes megszüntetésének kockázatát, ahogy azt az 1998. november 26-i Bronner ítéletre (C-7/97, C-7/97, EU:C:1998:569) tekintettel kellett volna tennie. A Bizottság ily módon a szolgáltatásnyújtás megtagadását szankcionálta, mentesítve magát az e jogsértés bizonyítására vonatkozó feltételek és bizonyítás alól.
- 215 Az 1998. november 26-i Bronner ítéletben (C-7/97, C-7/97, EU:C:1998:569) rögzített feltételek főszabály szerint a gyakran „nélkülözhetetlen eszköznek” minősített infrastruktúrákra vagy szolgáltatásokra vonatkoznak, abban az értelemben, hogy ezek nélkülözhetetlenek valamely

tevékenység adott piacon történő folytatásához, mivel nem létezik tényleges vagy lehetséges helyettesítőjük (lásd: 1998. szeptember 15-i European Night Services és társai kontra Bizottság ítélet, T-374/94, T-375/94, T-384/94 és T-388/94, EU:T:1998:198, 208. és 212. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat; 2009. szeptember 9-i Clearstream kontra Bizottság ítélet, T-301/04, EU:T:2009:317, 147. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat), ily módon az azokhoz való hozzáférés megtagadása a verseny teljes megszüntetéséhez vezethet. A nélkülözhetetlen eszközökre vonatkozó ítélkezési gyakorlat különösen olyan helyzetekre vonatkozik, amelyekben a beruházás vagy innováció alapján járó kizárólagos jog szabad gyakorlása a közös piacon fennálló torzulásmentes verseny érdekében korlátozható (lásd: 2010. július 1-jei AstraZeneca kontra Bizottság ítélet, T-321/05, EU:T:2010:266, 679. pont; 2020. november 18-i Lietuvos geležinkeliai kontra Bizottság ítélet, T-814/17, fellebbezés alatt, EU:T:2020:545, 87. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).

- 216 Az uniós bíróság számos alkalommal (1974. március 6-i Istituto Chemioterapico Italiano és Commercial Solvents kontra Bizottság ítélet, 6/73 és 7/73, EU:C:1974:18, 25. pont; 1985. október 3-i CBEM-ítélet, 311/84, EU:C:1985:394, 26. pont; 1995. április 6-i RTE és ITP kontra Bizottság ítélet, C-241/91 P és C-242/91 P, EU:C:1995:98, 56. pont; 1998. november 26-i Bronner ítélet, C-7/97, EU:C:1998:569, 41. pont; 2004. április 29-i IMS Health ítélet, C-418/01, EU:C:2004:257, 52. pont; 1997. június 12-i Tercé Ladbroke kontra Bizottság ítélet, T-504/93, EU:T:1997:84, 132. pont; 2007. szeptember 17-i Microsoft kontra Bizottság ítélet, T-201/04, EU:T:2007:289, 332. pont) a nélkülözhetetlen eszközök doktrínájából kiindulva az elengedhetlenség kritériumára, valamint a verseny teljes megszüntetésének kockázatára vonatkozó kritériumra hivatkozott annak érdekében, hogy a szóban forgó erőfölénnyel való visszaélés fennállását minősítse vagy kiküszöbölje olyan ügyekben, amelyek tárgya az volt, hogy egy erőfölényben lévő vállalkozás fenntarthat-e magának valamely tevékenységet egy szomszédos piacon.
- 217 Amint azt Jacobs főtanácsnok a Bronner ügyre vonatkozó indítványában (C-7/97, EU:C:1998:264, 56., 57. és 62. pont) lényegében kifejti, az elengedhetlenség kritériuma, valamint a verseny teljes megszüntetésének kockázatára vonatkozó kritérium kiválasztása jogi szempontból azon szándéknak felel meg, hogy megvédjék a vállalkozás azon jogát, hogy megválassza szerződéses partnereit, és szabadon rendelkezzen tulajdonával, amely elvek a tagállamok jogrendszereiben általános jelleggel elismertek és néha alkotmányos jellegűek is, gazdasági szempontból pedig annak, hogy a fogyasztók érdekében hosszú távon előnyben részesítsék a versenyt, lehetővé téve a társaságok számára, hogy saját használatukra tartsák fenn az általuk kifejlesztett infrastruktúrákat. Az 1998. november 26-i Bronner ítéletben (C-7/97, EU:C:1998:569) meghatározott és a fenti 213. pontban felidézett három feltétel célja tehát annak biztosítása, hogy az erőfölényben lévő vállalkozás számára előírt, az infrastruktúrájához való hozzáférés biztosítására vonatkozó kötelezettség végső soron ne akadályozza a versenyt azáltal, hogy csökkenti az ilyen infrastruktúra építésére irányuló kezdeti ösztönzést e vállalkozás számára. Az erőfölényben lévő vállalkozást ugyanis kevésbé ösztönöznék arra, hogy befektessen az infrastruktúrákba, ha versenytársai kérelemre részesülhetnének azok előnyeiből (2020. november 18-i Lietuvos geležinkeliai kontra Bizottság ítélet, T-814/17, fellebbezés alatt, EU:T:2020:545, 90. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).
- 218 Ezen előzetes megfontolásokra tekintettel kell megvizsgálni a Google által felhozott azon érveket, amelyek szerint a Bizottság megsértette az EUMSZ 102. cikket, amikor anélkül szankcionálta a szóban forgó magatartást, hogy megállapította volna, hogy teljesültek az 1998. november 26-i Bronner ítéletben (C-7/97, EU:C:1998:569) megállapított feltételek, és különösen az elengedhetlenség követelménye.

- 219 Először is, ellentétben azzal, amit a Bizottság állít, a jelen ügyben a Google általános keresőszolgáltatásának a versengő árösszehasonlító szolgáltatások által az általános eredményoldalához való hozzáférés révén történő nyújtására vonatkozó feltételekről van szó; az ilyen hozzáférést, amint az a megtámadott határozat 7.2.2. részéből kitűnik, „jelentősként” mutatják be annak érdekében, hogy forgalom keletkezzen az árösszehasonlító szolgáltatások weboldalán, illetve, amint az a 7.2.4.2. részéből kitűnik, „ténylegesen nem helyettesíthetőként”.
- 220 Ily módon, amint az a megtámadott határozat (662) preambulumbekzdéséből kitűnik, azt róják fel a Google-nak, hogy nem teszi lehetővé a versengő árösszehasonlító szolgáltatások számára, hogy a saját árösszehasonlító szolgáltatásához képest hasonló elhelyezésben és megjelenítésben részesüljenek, és így nem biztosítja az egyenlő bánásmódot a saját árösszehasonlító szolgáltatása és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások között.
- 221 A megtámadott határozat e tekintetben a (699) preambulumbekzdésében kifejti, hogy minden végrehajtási „intézkedésnek” biztosítania kell, hogy a Google ne kezelje „kevésbé kedvezően” általános eredményoldalain a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokat, mint a saját árösszehasonlító szolgáltatását, a (700) preambulumbekzdés c) pontjában pedig kimondja, hogy a Google árösszehasonlító szolgáltatása esetében valamennyi végrehajtási intézkedésnek ugyanolyan elhelyezési és megjelenítési „eljárásokat és folyamatokat” kell előírnia, mint amelyeket a versengő árösszehasonlító szolgáltatások esetében alkalmaznak.
- 222 A megtámadott határozat tehát a Google árösszehasonlító szolgáltatása és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások egyenlő hozzáférést célozza a Google általános eredményoldalaihoz, függetlenül a szóban forgó eredmények típusától (generikus eredmények, Product Universals vagy Shopping Units), és így ténylegesen arra irányul, hogy a versengő árösszehasonlító szolgáltatások számára a Google árösszehasonlító szolgáltatásaival azonosan látható elhelyezéssel és megjelenítéssel biztosítson hozzáférést a Google általános eredményoldalaihoz, noha nem zárja ki, hogy a Bizottság által igényelt korrekciós intézkedések végrehajtása céljából a Google lemondjon saját árösszehasonlító szolgáltatásának kedvezőbb megjelenítéséről és elhelyezéséről általános eredményoldalain a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokhoz képest.
- 223 Másodszor, meg kell állapítani, hogy e hozzáférés problematikája esetében, amint az a megtámadott határozat (649)–(652) preambulumbekzdéséből kitűnik, a Bizottság – legalábbis kifejezetten – nem hivatkozott az 1998. november 26-i Bronner ítéletben (C-7/97, EU:C:1998:569) meghatározott feltételekre annak megállapítása érdekében, hogy a visszaélés bizonyított. Ellenkezőleg, amint az a megtámadott határozat (334) és (649) preambulumbekzdéséből kitűnik, a Bizottság az erőátviteli hatás útján történő visszaélésekre alkalmazandó ítélkezési gyakorlatra támaszkodott annak megállapításakor, hogy a szóban forgó versenyellenes magatartások bizonyítást nyertek. A Bizottság e tekintetben úgy ítélte meg, hogy a Google az általános keresési piacon fennálló erőfölényére támaszkodott annak érdekében, hogy a termék-összehasonlító szolgáltatások piacán saját árösszehasonlító szolgáltatását részesítse előnyben, és e részrehajló magatartás a *downstream* piacon a verseny potenciális vagy tényleges kiszorításához vezetett (a megtámadott határozat (341) és (342) preambulumbekzdése).
- 224 Márpedig meg kell állapítani, hogy a Google általános eredményoldalainak jellemzői alapján hasonlít egy nélkülözhetetlen eszközre (lásd ebben az értelemben: 1998. szeptember 15-i European Night Services és társai kontra Bizottság ítélet, T-374/94, T-375/94, T-384/94 és T-388/94, EU:T:1998:198, 208. és 212. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat;

2009. szeptember 9-i Clearstream kontra Bizottság ítélet, T-301/04, EU:T:2009:317, 147. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat) abban az értelemben, hogy jelenleg nem létezik olyan elérhető tényleges vagy lehetséges helyettesítője, amely lehetővé tenné a piacon gazdaságilag életképes helyettesítését (lásd ebben az értelemben: 2007. szeptember 17-i Microsoft kontra Bizottság ítélet, T-201/04, EU:T:2007:289, 208., 388., 390., 421. és 436. pont).

- 225 E tekintetben meg kell jegyezni, hogy – amint az a fenti 170–173. pontból kitűnik – a Bizottság a megtámadott határozat 7.2.4. részében megállapította, hogy a Google általános eredményoldalairól származó általános keresési forgalom a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom jelentős részét tette ki, és hogy e forgalmat ténylegesen nem helyettesíthetik más, az árösszehasonlító szolgáltatások számára jelenleg rendelkezésre álló forgalomforrások: e tényezőket a visszaélészerű magatartás elemzésében lényeges szempontként szerepeltették.
- 226 A Bizottság ily módon a megtámadott határozat 7.2.4.2. részében kifejtette, hogy jelenleg nincs életképes alternatíva az árösszehasonlító szolgáltatások működésének jelentős részét képviselő forgalom tekintetében. A megtámadott határozat (588) preambulumbekkezdésében a Bizottság megállapította, hogy „az egyéb általános keresőmotorok (mint például a Bing vagy a Yahoo) felől érkező forgalom jelentéktelen volt, és nem valószínű, hogy nőni fog, az általános keresőszolgáltatások nemzeti piacára való belépés akadályai miatt”. A megtámadott határozat (285)–(305) preambulumbekkezdésében a Bizottság ismertette az általános keresési piacokra való belépés akadályait. A Bizottság úgy ítélte meg, hogy ezek az akadályok jelentős befektetésekből, valamint méretgazdaságossági és hálózati hatásokból származtak. A Bizottság kifejtette, hogy az általános keresési piacok története hogyan támasztja alá e belépési korlátok fennállását; azokon 2009 óta egyetlen jelentős piacra lépés történt (a Microsoft a Binggel), illetve ott a Google kvázi monopolhelyzetben van (szinte világszinten). A megtámadott határozat (544) preambulumbekkezdésében a Bizottság azt is kifejtette, hogy a Google keresőmotorjából származó forgalom kiesésének ellentételezésére a szöveges hirdetésekbe eszközölt befektetés nem minősül „gazdaságilag életképes” megoldásnak, ahogy az egyéb forgalmi források, például a mobilalkalmazások vagy a közvetlen forgalom sem (az (568) és (580) preambulumbekkezdés).
- 227 Ennek során annak megállapításával, hogy a Google általános keresőoldalai által generált forgalom „ténylegesen nem helyettesíthető”, és hogy a többi forgalmi forrás „gazdaságilag nem életképes”, a Bizottság úgy ítélte meg, hogy a Google forgalma elengedhetetlen a versengő árösszehasonlító szolgáltatások számára (lásd ebben az értelemben, analógia útján egy hasonló jellemzőkkel rendelkező számítógépes operációs rendszer esetében: 2007. szeptember 17-i Microsoft kontra Bizottság ítélet, T-201/04, EU:T:2007:289, 208., 388., 390., 421. és 436. pont).
- 228 Végül a megtámadott határozat 7.3. részében a Bizottság megállapította, hogy a szóban forgó magatartások a verseny esetleges teljes megszüntetéséhez vezethetnek. A Bizottság ily módon a megtámadott határozat (594) preambulumbekkezdésében megjegyezte, hogy e magatartások „azt eredményezhetik, hogy a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokat a továbbiakban nem nyújtják”.
- 229 Harmadszor, meg kell állapítani, hogy bár a szóban forgó magatartások, amint azt a Google állítja, nem idegenek a hozzáférés problémakörétől, mindazonáltal különböznek az 1998. november 26-i Bronner ítélet (C-7/97, EU:C:1998:569) alapjául szolgáló ügyben szóban forgó szolgáltatás megtagadásának tényállási elemeitől, ami igazolja a Bizottság azon döntését, hogy e magatartásokat az utóbbi kritériumaitól eltérő kritériumok alapján vizsgálja.

- 230 A hozzáférés bármely teljes vagy részleges problémaköre, mint amelyről a jelen ügyben szó van, ugyanis nem vonja szükségszerűen maga után az 1998. november 26-i Bronner ítéletben (C-7/97, EU:C:1998:569) a hozzáférés megtagadásával kapcsolatban meghatározott feltételek alkalmazását.
- 231 Ez különösen így van, amint azt a Bizottság is kiemeli a megtámadott határozat (649) preambulumbekzdésében (lásd a fenti 212. pontot), ha a szóban forgó gyakorlat önálló magatartásból áll, amelynek tényállási elemei eltérnek a szolgáltatásnyújtás megtagadásától, még akkor is, ha az ugyanazokkal a kizáró hatásokkal járhat.
- 232 A szolgáltatásnyújtás 1998. november 26-i Bronner ítéletben (C-7/97, EU:C:1998:569) meghatározott feltételek alkalmazását igazoló „megtagadása” ugyanis egyrészt kifejezett jellegű, vagyis feltételezi egy a hozzáférés biztosítására irányuló „kérelem” vagy legalábbis mindenféleképpen egy kívánság és az ehhez kapcsolódó „megtagadás” fennállását, másrészt pedig azt, hogy a kizorító hatást kiváltó körülmény, vagyis a kifogásolt magatartás elsődlegesen önmagában a megtagadásban nyilvánul meg, és nem valamely külső magatartásban, így különösen az erőátviteli hatás útján történő visszaélés egy másik formájában (lásd: 1974. március 6-i Istituto Chemioterapico Italiano és Commercial Solvents kontra Bizottság ítélet, 6/73 és 7/73, EU:C:1974:18, 24. és 25. pont; 1985. október 3-i CBEM-ítélet, 311/84, EU:C:1985:394, 26. és 27. pont; 1995. április 6-i RTE és ITP kontra Bizottság ítélet, C-241/91 P és C-242/91 P, EU:C:1995:98, 9., 11., 54. és 55. pont; 1998. november 26-i Bronner ítélet, C-7/97, EU:C:1998:569, 8., 11. és 47. pont; 1997. június 12-i Tiercé Ladbroke kontra Bizottság ítélet, T-504/93, EU:T:1997:84, 5., 7., 110., 131. és 132. pont; 2007. szeptember 17-i Microsoft kontra Bizottság ítélet, T-201/04, EU:T:2007:289, 2. és 7. pont).
- 233 Ezzel szemben a szolgáltatásnyújtás ilyen kifejezett megtagadásának hiánya kizárja, hogy a szolgáltatásnyújtás megtagadásának minősüljenek, és az ilyen megtagadásra előírt szigorú feltételek alapján kerüljenek elemzésre az olyan magatartások, amelyek, bár végső soron a hozzáférés hallgatolagos megtagadását eredményezhetik – figyelembe véve a jellegükénél fogva az érdemeken alapuló versenytől eltérő tényállási elemeiket –, az EUMSZ 102. cikk önálló megsértésének minősülnek.
- 234 Amint azt végeredményben Saugmandsgaard Øe főtanácsnok is kijelentette a Deutsche Telekom kontra Bizottság és Slovak Telekom kontra Bizottság ügyre vonatkozó indítványában (C-152/19 P és C-165/19 P, EU:C:2020:678, 85–89. pont), valamennyi, a verseny korlátozására vagy megszüntetésére alkalmas magatartás – vagy legalábbis ezek többsége – (a továbbiakban: kizorításra irányuló magatartások) alkalmasak arra, hogy a szolgáltatásnyújtás hallgatolagos megtagadásának minősüljenek, mivel arra irányulnak, hogy megnehezítsék a piachoz való hozzáférést. Ugyanakkor az 1998. november 26-i Bronner ítélet (C-7/97, EU:C:1998:569) nem alkalmazható mindezen magatartásokra, mert ez sértené az EUMSZ 102. cikk szövegét és szellemét, amelynek hatálya nem korlátozható az ezen ítélet értelmében vett „elengedhetetlen” árukra és szolgáltatásokra vonatkozó visszaélészerű magatartásokra.
- 235 Egyébiránt meg kell jegyezni, hogy több olyan ügyben, amelyek a jelen ügghöz hasonlóan valamely szolgáltatáshoz való hozzáférés problémakörét vetették fel, az elengedhetetlenség feltételének bizonyítása nem volt követelmény. Ez a helyzet többek között az árprést eredményező gyakorlatokat (2011. február 17-i TeliaSonera Sverige ítélet, C-52/09, EU:C:2011:83, 55–58. pont; 2014. július 10-i Telefónica és Telefónica de España kontra Bizottság ítélet, C-295/12 P, EU:C:2014:2062, 75. pont) és az árukapcsolásokat illetően (2007. szeptember 17-i Microsoft kontra Bizottság ítélet, T-201/04, EU:T:2007:289, 961. pont).

- 236 E tekintetben, amint azt a Bíróság megállapította, az 1998. november 26-i Bronner ítélet (C-7/97, EU:C:1998:569) 48. és 49. pontjából nem vonható le az a következtetés, hogy a szolgáltatásnyújtás visszaélésszerű megtagadása fennállásának megállapításához szükséges feltételeket azon magatartás visszaélésszerű jellegének megítélése keretében is szükségszerűen alkalmazni kellene, amely abban áll, hogy a szolgáltatások nyújtását vagy a termékek értékesítését kedvezőtlen vagy olyan feltételektől teszi függővé, amelyek a vevőt adott esetben nem érdeklik, mivel az ilyen magatartások ugyanis önmagukban megvalósíthatják a szolgáltatásnyújtás megtagadásától eltérő visszaélés egy önálló formáját (2011. február 17-i TeliaSonera Sverige ítélet, C-52/09, EU:C:2011:83, 55. és 56. pont; lásd ebben az értelemben: 2014. július 10-i Telefónica és Telefónica de España kontra Bizottság ítélet, C-295/12 P, EU:C:2014:2062, 75. és 96. pont)
- 237 E tekintetben meg kell állapítani, amint az a megtámadott határozat 7.2.3. részéből is kitűnik, hogy a Bizottság szerint a szóban forgó magatartások alapját a Google saját termék-összehasonlítási szolgáltatása és a versengő termékösszehasonlítási szolgáltatások közötti belső hátrányos megkülönböztetés jelenti, amely egy erőfölénnyel uralt, jelentős belépési akadályokkal rendelkező piacról, vagyis az általános keresőszolgáltatások piacról induló erőátviteli hatás útján érvényesült.
- 238 Ennélfogva, amint az a megtámadott határozat (344) preambulumbekkezdéséből és 1. cikkéből kitűnik, a jelen ügyben nem arról van szó, hogy a Google egyoldalúan megtagadja, hogy a versenytárs vállalkozások számára olyan szolgáltatást nyújtson, amely szükséges a szomszédos piacon a versenyhez, ami ellentétes az EUMSZ 102. cikkel, és így igazolja az „alapvető szolgáltatások” doktrínájának alkalmazását (lásd ebben az értelemben: 2011. március 22-i Altstoff Recycling Austria kontra Bizottság ítélet, T-419/03, EU:T:2011:102, 109. pont), hanem az e cikk rendelkezéseivel ellentétes eltérő bánásmódról.
- 239 Márpedig a Bíróság főtanácsnokai következetesen megkülönböztették az eltérő bánásmódot a hozzáférés megtagadásának eseteitől, kizárva azok esetében az 1998. november 26-i Bronner ítéletből (C-7/97, EU:C:1998:569) eredő feltételek alkalmazását. Erre a kizárára hivatkozott Jacobs főtanácsnok a Bronner ügyre vonatkozó indítványában (C-7/97, EU:C:1998:264, 54. pont), valamint Mazák főtanácsnok, aki kifejezetten kizárta az elengedhetetlenség feltételének alkalmazását azokban az esetekben, „ha az erőfölényben lévő vállalkozás [az EUMSZ 102. cikk c) pontja értelmében véve] hátrányosan kezeli versenytársait saját *downstream* tevékenységével szemben” (Mazák főtanácsnok TeliaSonera Sverige ügyre vonatkozó indítványa, C-52/09, EU:C:2010:483, 32. pont), továbbá azt megerősítette a Törvényszék az 1999. október 7-i Irish Sugar kontra Bizottság ítéletben (T-228/97, EU:T:1999:246, 166. és 167. pont).
- 240 Azt a következtetést kell tehát levonni, hogy a Bizottság ahhoz, hogy a megállapított magatartások alapján megállapítsa a jogsértés fennállását, nem volt köteles bizonyítani, hogy teljesültek az 1998. november 26-i Bronner ítéletben (C-7/97, EU:C:1998:569) megállapított feltételek, mivel – amint azt a Bizottság a megtámadott határozat (649) preambulumbekkezdésében állítja – a szóban forgó magatartások az erőátviteli hatás útján történő visszaélés önálló formáját képezik, amelyek – amint azt a Bizottság szintén kiemeli az említett határozat (650) preambulumbekkezdésében – „aktív” jellegűek, ami pozitív diszkriminációs cselekményekben jelenik meg a Google árösszehasonlító szolgáltatása eredményeinek kezelése során: ezeket az általános eredményoldalain népszerűsítik, a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit pedig jellemzően hátra sorolják. Ily módon ezek különböznek az 1998. november 26-i Bronner ítéletben (C-7/97, EU:C:1998:569) szóban forgó magatartástól, amely a hozzáférés egyszerű megtagadásából állt, amint azt végeredményben a Bíróság is hangsúlyozta a jelen ügyben tartott tárgyalást követően kihirdetett 2021. március 25-i Deutsche Telekom kontra Bizottság ítéletben (C-152/19 P, EU:C:2021:238, 45. pont).

- 241 E tekintetben a Google állításával (lásd a fenti 204. pontot) ellentétben nem releváns az, hogy az 1985. október 3-i CBEM-ítéletben (311/84, EU:C:1985:394) a Bíróság a jelen ügyben szereplőhöz hasonló „aktív” kizorításra irányuló magatartás esetében a nélkülözhetetlen eszközökre vonatkozó feltételeket alkalmazta. Ebben az ítéletben ugyanis „a szolgáltatásnyújtás megtagadásával” kapcsolatban terjesztettek előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdést a Bíróság elé, és így az arra szorítkozott, hogy állást foglaljon az e magatartásra alkalmazandó, az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdésben körülhatárolt feltételeket illetően (1985. október 3-i CBEM-ítélet, 311/84, EU:C:1985:394, 19. és 26. pont). Ebből nem vonható le az a következtetés, hogy a szolgáltatásnyújtás megtagadásával kapcsolatos teszt és az abból eredő nélkülözhetetlenség feltétele valamennyi, az EUMSZ 102. cikkben hivatkozott kizorításra irányuló magatartásra alkalmazandó, köztük a jelen ügyben szereplő részrehajló magatartásra, ami emellett ellentétes lenne a Bíróság által a 2011. február 17-i TeliaSonera Sverige ítéletben (C-52/09, EU:C:2011:83, 55. és 56. pont) elfogadott értelmezéssel is.
- 242 Egyébiránt a Google azt állítja, hogy bár – amint arra a Bizottság a megtámadott határozat (651) preambulumbekzdésében rámutat – a Törvényszék már kizárta az 1998. november 26-i Bronner ítéletben (C-7/97, EU:C:1998:569) meghatározott feltételek alkalmazását, többek között azzal az indokkal, hogy nem szükséges, hogy a szóban forgó vállalkozás eszközt ruházzon át vagy szerződést kössön nem általa kiválasztott személyekkel a vitatott határozat alkalmazása során (lásd ebben az értelemben: 2003. október 23-i Van den Bergh Foods kontra Bizottság ítélet, T-65/98, EU:T:2003:281, 161. pont), egy nélkülözhetetlen eszköz tulajdonosa bármikor megszüntetheti a szolgáltatásnyújtás megtagadását a szóban forgó eszköz megszüntetése révén, így e kritérium nem határos, annál is inkább, mivel a jelen ügyben a megtámadott határozat lényegében azt írja elő számára, hogy vagyoni eszközt – azaz a keresési eredményeknek kiosztott területet – ruházzon át. Ebből következik, hogy a Bizottság tévesen támaszkodott a 2003. október 23-i Van den Bergh Foods kontra Bizottság ítéletre (T-65/98, EU:T:2003:281) az 1998. november 26-i Bronner ítéletben (C-7/97, EU:C:1998:569) meghatározott feltételek alkalmazhatóságának kizárása érdekében.
- 243 Kétségtelen, hogy – amint az a fenti 219–222. pontból kitűnik – a jelen ügyben, még ha csak közvetetten is, a Google általános keresőszolgáltatása nyújtásának feltételeiről van szó, az áösszehasonlító szolgáltatások általános eredményoldalakhoz való hozzáférése révén.
- 244 Mindazonáltal az erőfölénnyel visszaélő vállalkozás azon kötelezettsége, hogy eszközöket ruházzon át, szerződéseket kössön, vagy hogy hátrányos megkülönböztetéstől mentes feltételek mellett hozzáférést biztosítson a szolgáltatásához, nem jelenti szükségképpen az 1998. november 26-i Bronner ítéletben (C-7/97, EU:C:1998:569) meghatározott kritériumok alkalmazását. Nem állhat fenn ugyanis automatikusság a visszaélés jogi minősítésére vonatkozó kritériumok és az azok orvoslását lehetővé tevő korrekciós intézkedések között. Ily módon, ha az 1998. november 26-i Bronner ítélet (C-7/97, EU:C:1998:569) alapjául szolgáló ügyben szóban forgóhoz hasonló helyzetben az a vállalkozás, amely kézbesítési rendszerrel rendelkezett, nemcsak megtagadta volna az infrastruktúrájához való hozzáférést, hanem olyan aktív kizorításra irányuló magatartásokat is alkalmazott volna, amelyek meggátolják a versengő kézbesítési rendszer kialakítását vagy akadályozzák az alternatív kézbesítési módok igénybevételét, a visszaélés azonosításának kritériumai is eltérőek lettek volna. Márpedig ebben az esetben esetlegesen lehetséges lett volna, hogy a szankcionált vállalkozás megszüntesse a visszaélést oly módon, hogy észszerű és hátrányos megkülönböztetéstől mentes feltételekkel hozzáférést biztosít saját kézbesítési rendszeréhez. Ez nem jelentette volna ugyanakkor azt, hogy az azonosított visszaélés kizárólag a kézbesítési rendszeréhez való hozzáférés megtagadása lett volna.

- 245 Másként fogalmazva, csak azért, mert a visszaélészerű magatartás megszüntetésének egyik módja az, ha lehetővé teszik a versenytársak számára a Google eredményoldalának tetején elhelyezkedő „boxokban” történő megjelenést, a visszaélészerű magatartásoknak még nem kell az említett „boxokban” történő megjelenítésre korlátozódniuk, a visszaélés megállapításának feltételeit pedig nem kell kizárólag e szempontra tekintettel meghatározni. A jelen ügyben, amint az többek között a megtámadott határozat (344) preambulumbekzdéséből kitűnik, a szóban forgó magatartások magukban foglalják a versengő árösszehasonlító szolgáltatás hátrébb sorolását is a Google általános eredményoldalain, kiigazítási algoritmusok segítségével, ami a Google saját eredményeinek népszerűsítésével együttesen e gyakorlatok alkotóeleme, és amely egyébként a Bizottság szerint jelentős szerepet játszik a megállapított kizorító hatásban, valamint közvetlenül nem kapcsolódik a Google általános eredményoldalain található „boxaihoz” való hozzáféréshez.
- 246 Ezenkívül az 1998. november 26-i Bronner ítélet (C-7/97, EU:C:1998:569) kritériumainak alkalmazhatósága nem függhet azoktól az intézkedésektől, amelyeket a Bizottság a jogsértés megszüntetése érdekében elrendel. A jogsértés bizonyítása ugyanis jellegénél fogva megelőzi a jogsértés megszüntetésére alkalmas intézkedések meghatározását. E körülmények között a jogsértés fennállása és az 1998. november 26-i Bronner ítéletben (C-7/97, EU:C:1998:569) meghatározott feltételek alkalmazása nem függhet azon intézkedésektől, amelyeket a vállalkozásnak a jogsértés megszüntetése érdekében ezt követően kell meghoznia.
- 247 Ebből következik, hogy az eszközök átruházásának vagy szerződések megkötésének a jogsértés megszüntetése érdekében való szükségességére alapított kritérium hatástalan olyan aktív jogsértésekkel összefüggésben, amelyek – mint a jelen ügyben is – eltérnek a szolgáltatásnyújtás pusztá megtagadásától.
- 248 Végül megalapozatlan a Google azon állítása, amely szerint a Bundesgerichtshof (szövetségi legfelsőbb bíróság) folyamatosan elutasította azokat a panaszokat, amelyek szerint egy erőfölényben lévő társaság visszaélést követ el azáltal, hogy a versenytársaihoz képest kedvezőbb bánásmódot biztosít saját maga számára, mivel a vállalkozások nem kötelesek támogatni versenytársaikat. Amint ugyanis arra a Németországi Szövetségi Köztársaság a beavatkozási beadványában rámutat, a versenytársak erőfölényben lévő vállalkozás általi „támogatására” való hivatkozást csak igen sajátos összefüggésben használták, a csoporton belüli olyan pénzmozgások kapcsán, amelyeket nagyon kedvező beszerzési árak rögzítése jellemzett az anyavállalat részéről egy leányvállalat felé. Mindenesetre, még ha a német bíróságok nem is ismerték el a részrehajlás fogalmát, ez nem zárja ki annak relevanciáját a Bizottság által az EUMSZ 102. cikk megsértésére vonatkozóan tett megállapítás megalapozása szempontjából. Az uniós bíróságokat ugyanis nem körheti a nemzeti bíróságok ítélkezési gyakorlata, még a legfelsőbb bíróságok vagy alkotmánybíróságok esetében sem (lásd ebben az értelemben: 2014. április 10-i Acino kontra Bizottság ítélet, C-269/13 P, EU:C:2014:255, 114. pont), még ha nincs is akadálya annak, hogy abból merítsenek, és azt elemzési szempontként vegyék figyelembe. Épp ellenkezőleg, a nemzeti bíróságok és hatóságok feladata, hogy az EUMSZ 102. cikket egységesen és az uniós bíróságok ítélkezési gyakorlatának megfelelően alkalmazzák, mivel a tagállami bíróságok és hatóságok közötti, annak alkalmazására vonatkozó eltérések veszélyeztethetik az uniós jogrend egységességét, és sérthetik a jogbiztonságot.
- 249 E körülmények között az ötödik jogalap második részét és a jogalap egészét el kell utasítani.

c) Az első jogalap első részéről, amely szerint a tényeket tévesen mutatták be, mivel a Google szolgáltatása minőségének javítása, és nem a forgalom saját árösszehasonlító szolgáltatásai felé irányítása érdekében vezette be a termékeredmény-csoportokat

1) A felek érvei

- 250 A Google lényegében azt állítja, hogy a Bizottság tévesen ismertette a tényeket. Egyrészt ugyanis a Google a termékeredmény-csoportokat általános keresőszolgáltatása minőségének javítása érdekében vezette be, nem pedig azért, hogy a forgalmat a saját árösszehasonlító szolgáltatásai felé irányítsa. A Google ily módon kifejti, hogy semmilyen versenyellenes célt nem követett azáltal, hogy bevezette a termékeredményeket, ellentétben azzal, ami a tényállásnak a megtámadott határozat (386) preambulumbekkezdésében szereplő ismertetéséből kitűnik.
- 251 Másrészt, a Google azt állítja, hogy a Product Universals nem okozott kárt a felhasználóknak, hanem javította eredményei minőségét és relevanciáját, ellentétben azzal, ami többek között a megtámadott határozat (598) preambulumbekkezdéséből is kitűnik, amely szerint a Google nem mindig a leginkább releváns eredményeket mutatta be a felhasználók számára. Összefoglalva, a megtámadott határozat figyelmen kívül hagyja azokat a bizonyítékokat, amelyek alátámasztják a Google által a termékeredmény-csoportok kifejlesztése során követett versenyt támogató célt, az általános keresőszolgáltatásának minőségét javító műszaki megoldásokat, valamint a forgalom tényleges alakulását. A tények azt mutatják, hogy a Google a Product Universals megjelenítésével versenyt támogató célt követett, és az a felhasználók javára javította az általános keresőszolgáltatás minőségét. A Google annak érdekében javította technológiáit, hogy versenyképesebb legyen azon paramétereket illetően, amelyek tekintetében az általános keresőmotorok versenyeznek. Azt a tényt, hogy a Google a relevancia vizsgálatára összpontosított, megerősíti a Product Universals óvatos beindítása, az okirati bizonyítékok és a forgalmi adatok.
- 252 A Bizottság többek között azt állítja, hogy a megtámadott határozatban nem vitatja a Product Universals fejlesztésének versenyt támogató célját. A Bizottság emlékeztet arra, hogy azt kifogásolja, hogy a Google vonzó módon jelenítette meg a Product Universalst, miközben ezzel párhuzamosan a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményei csak általános eredményeken keresztül jelenhettek meg, bővített megjelenítési funkció nélkül, valamint hogy az algoritmusok ezen eredményeken belül hátra sorolhatták azokat (a megtámadott határozat (344) és (512) preambulumbekkezdése).
- 253 A BEUC hangsúlyozza, hogy a Google valódi motivációja a bevételeinek védelme és maximalizálása volt azáltal, hogy a képernyő legjövödelmezőbb részét következetesen saját eredményeinek tartotta fenn, amelyeket vonzó grafikai jellemzőkkel jelenített meg, még akkor is, ha ezek az eredmények nem feltétlenül voltak relevánsak egy adott keresés szempontjából. A Kelkoo a maga részéről arra hivatkozik, hogy a Google versenyellenes magatartást tanúsított annak érdekében, hogy kizárja versenytársait, és hogy népszerűsítse saját árösszehasonlító szolgáltatását. A Google tehát olyan szándékos kizárási stratégiát alakított ki, amely egyrészt arra irányult, hogy versenytársait a kiigazítási algoritmusaival hátra sorolja, másrészt pedig arra, hogy árösszehasonlító szolgáltatását előnyben részesítse, előnyösebb megjelenítés és elhelyezés révén. Végül a Visual Meta rámutat arra, hogy a Google részéről a Product Universals bevezetésének állítólagosan versenyt támogató indoka az ítélkezési gyakorlatnak megfelelően nem releváns, és mivel a Product Universals segítségével a Google által eszközölt állítólagos javítás révén a Google nem tudott előnyt biztosítani valamennyi versengő árösszehasonlító szolgáltatás számára, az semmiféleképpen sem javíthatta összességében vett eredményeinek relevanciáját.

2) A Törvényszék álláspontja

- 254 Meg kell jegyezni, hogy amikor a Bizottság egy erőfölényben lévő vállalkozás magatartását vizsgálja, mivel e vizsgálat elengedhetetlen az erőfölénnyel való visszaélés létezésére vonatkozó megállapításhoz, az említett vállalkozás által folytatott kereskedelmi stratégiát is szükségképpen értékelnie kell. Ezzel összefüggésben normálisnak tűnik, hogy a Bizottság szubjektív jellegű tényezőket értékel, vagyis a szóban forgó kereskedelmi stratégiát alátámasztó okokat (2012. április 19-i Tomra Systems és társai kontra Bizottság ítélet, C-549/10 P, EU:C:2012:221, 19. pont).
- 255 Mindazonáltal egy esetleges versenyellenes szándék csak egyike azon számos ténybeli körülménynek, amelyek figyelembe vehetők az erőfölénnyel való visszaélés megállapítása céljából (2012. április 19-i Tomra Systems és társai kontra Bizottság ítélet, C-549/10 P, EU:C:2012:221, 20. pont).
- 256 A Bizottság egyáltalán nem köteles bizonyítani ilyen szándék létezését az erőfölényben lévő vállalkozás esetében az EUMSZ 102. cikk alkalmazása céljából, noha az ilyen szándéokra utaló bizonyíték – még ha önmagában nem is elegendő – olyan ténybeli körülménynek minősül, amelyet az erőfölénnyel való visszaélés meghatározása során figyelembe lehet venni (lásd: 2020. január 30-i Generics [UK] és társai ítélet, C-307/18, EU:C:2020:52, 162. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).
- 257 Ezenkívül az érdemeken alapuló verseny folytatására irányuló szándék – feltéve, hogy bizonyított – nem bizonyíthatná a visszaélés hiányát (2012. április 19-i Tomra Systems és társai kontra Bizottság ítélet, C-549/10 P, EU:C:2012:221, 22. pont).
- 258 A jelen ügyben a Google előadja, hogy semmi esetre sem kívánta eltorzítani az érdemeken alapuló versenyt, és lényegében azt állítja, hogy a Bizottság elferdíti a tényeket, amikor a megtámadott határozatban azt sugallja, hogy a szóban forgó magatartások alapjául szolgáló ilyen versenyellenes szándék fennáll.
- 259 Mindazonáltal a megtámadott határozatnak a Google által hivatkozott preambulumbekzdéseiből (többek között a megtámadott határozat (386), (490)–(492) és (598) preambulumbekzdéséből) nem tűnik ki, hogy a Bizottság az érintett visszaélés fennállásának minősítése érdekében figyelembe vette volna – legalábbis önmagában – a Google olyan esetleges „versenyellenes célját”, amely a Product Universals létrehozásához vezető technológiák „kifejlesztésének” alapjául szolgált.
- 260 Ellenkezőleg, amint az a megtámadott határozat 7.2.1. részének szövegéből kitűnik, a Bizottság úgy ítélte meg, hogy a visszaélésszerű magatartást objektív elemek alkotják, nevezetesen az, hogy „a Google általános eredményoldalain a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokhoz képest saját árösszehasonlító szolgáltatásai kedvezőbb pozíciót foglalnak el és kedvezőbben kerülnek bemutatásra”, amely magatartás a megtámadott határozat 7.2.3. része szerint a versengő árösszehasonlító szolgáltatások tekintetében alkalmazott, általános keresési kiigazítási algoritmusokkal együttesen „csökkentette a Google általános keresési eredményei felől a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalmat, és növelte [az említett] forgalmat az Google saját árösszehasonlító szolgáltatása felé”. E megállapításra akkor került sor, amikor a forgalom a megtámadott határozat 7.2.2. része szerint „jelentős” volt a versengő termék-összehasonlító szolgáltatások szempontjából, a megtámadott határozat 7.2.4. része szerint pedig az eltérített forgalmat, amely a versengő termék-összehasonlító szolgáltatások forgalmának jelentős részét jelentette, ténylegesen nem lehetett helyettesíteni más forrásokból.

- 261 Ily módon, amint azt beadványaiban többször is megismételte, a Bizottság úgy ítélte meg, hogy a Google terhére rótt magatartás közelebből két objektív gyakorlat kombinációjából állt, nevezetesen egyrészt a saját specializált eredményeinek a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeinél kedvezőbb elhelyezéséből és megjelenítéséből az általános eredményoldalakon, másrészt pedig a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeinek a kiigazítási algoritmusok által végzett ezzel egyidejű hátrасorolásából. A Bizottság a jogsértés megállapítása érdekében ily módon gondosan összehasonlította először is azt, hogy miként helyezték el és milyen módon jelenítették meg a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit (a megtámadott határozat 7.2.1.1. része), másodszor pedig azt, hogy miként helyezték el és milyen módon jelenítették meg a Google árösszehasonlító szolgáltatásának eredményeit (a megtámadott határozat 7.2.1.2. része), majd a harmadik lépésben megvizsgálta azon sajátos körülményeket, amelyek között a szóban forgó magatartásokra ténylegesen sor került, vagyis a forgalom jelentőségét és annak ténylegesen nem helyettesíthető jellegét, valamint az internetfelhasználó magatartását.
- 262 Ezzel a Bizottság csupán azt hasonlította össze, ahogyan a Google a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit elhelyezte és megjelenítette a saját árösszehasonlító szolgáltatásának eredményeivel szemben, és ismertette azt a gazdasági összefüggést, amelyben a termékösszehasonlítási szolgáltatások közötti verseny kialakult. A Bizottság tehát a jogsértés megállapítása során nem vette figyelembe sem a Google által követett versenyellenes stratégiát, sem a versenyellenes célokat, amit a tárgyaláson a Törvényszék írásbeli kérdésére válaszolva kifejezetten megerősített.
- 263 Kétségtelen, hogy – amint az a Törvényszéknek az ötödik jogalap első részére adott válaszából kitűnik (lásd a fenti 175. pontot) – a Bizottság megállapította, hogy a szóban forgó magatartások eltértek az érdemeken alapuló versenytől. Mindazonáltal ezt a megállapítást nem érvénytelenítheti a Google arra irányuló szándéka, hogy az érdemeken alapuló versenyt az általános keresőszolgáltatása minőségének és specializált eredményei relevanciájának javítása révén folytassa, mivel – amint az a fenti 257. pontban hivatkozott ítélkezési gyakorlatból kitűnik – pusztán az érdemeken alapuló verseny folytatására irányuló szándék, még ha az bizonyított is, nem támaszthatja alá a visszaélés hiányát.
- 264 Emlékeztetni kell ugyanis arra, hogy az EUMSZ 102. cikk által tiltott erőfölénnyel való visszaélés objektív fogalom (1979. február 13-i Hoffmann-La Roche kontra Bizottság ítélet, 85/76, EU:C:1979:36, 91. pont). Ezenfelül meg kell állapítani, hogy az EUMSZ 101. cikk (1) bekezdésével ellentétben az EUMSZ 102. cikk nem tartalmaz semmilyen utalást a magatartás céljára (2003. szeptember 30-i Michelin kontra Bizottság ítélet, T-203/01, EU:T:2003:250, 237. pont), még ha csak közvetetten utal is versenyellenes célra.
- 265 Ennélfogva, bár a Bizottság tehetett megjegyzéseket a Google által a Product Universals elindításával összefüggésben követett kereskedelmi stratégiára, és e tekintetben hivatkozhatott szubjektív tényezőkre, mint például a Froogle rossz teljesítményének javítására irányuló törekvésre, a Product Universals Google általi létrehozásának okaira vonatkozó ténybeli elemek elferdítésére alapított érveket, mivel azok olyan indokokra vonatkoznak, amelyeket a Bizottság nem használ fel a jogsértés tényállási elemeiként (az utóbbi elemeket a (260) preambulumbekzdés foglalja össze) a jogsértés bizonyításának elemzésével összefüggésben, el kell utasítani mint hatástalanokat (lásd ebben az értelemben: 2018. december 12-i Servier és társai kontra Bizottság ítélet, T-691/14, fellebbezés alatt, EU:T:2018:922, 188. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).

- 266 Egyébiránt, amennyiben a Google azt állítja, hogy a Product Universals nem okozott kárt a felhasználóknak, hanem javította eredményei minőségét és relevanciáját, meg kell állapítani, hogy a szóban forgó magatartások által elért esetleges hatékonyságjavulást mint esetleges objektív igazolást kell figyelembe venni, így az nem alkalmas az első jogalap első részének alátámasztására, amely lényegében a tények Bizottság általi elferdítésére vonatkozik. Ezen, az eredmények minőségének és relevanciájának javítására alapított érvek vizsgálatára az elemzés e későbbi szakaszában, a B. cím 4. pontjában kerül sor.
- 267 E körülmények között az első jogalap első részét és az ötödik jogalapot mint megalapozatlant teljes egészében el kell utasítani.

2. Az első és a második jogalaprak a szóban forgó magatartások hátrányos megkülönböztetéstől mentes jellegére alapított elemeiről

a) Az első jogalap azon elemeiről, amelyek szerint a Bizottság tévesen állapította meg, hogy a Google a Product Universals megjelenítése révén előnyben részesítette saját termék-összehasonlítási szolgáltatását

- 268 Első jogalapjának alátámasztása érdekében a Google három részt ismertet. Amint az korábban említésre került, a Google az első részben azt állítja, hogy a megtámadott határozat tévesen mutatja be a tényeket, mivel szolgáltatása minőségének javítása érdekében vezette be a termékeredmény-csoportokat, és nem azért, hogy a forgalmat a saját termék-összehasonlítási szolgáltatása felé irányítsa. A Google a második részben azt állítja, hogy a Bizottság tévesen jutott arra a következtetésre, hogy a Product Universals és a generikus eredmények tekintetében alkalmazott eltérő bánásmód részrehajló cselekményhez vezetett, holott nem történt hátrányos megkülönböztetés. Márpedig hátrányos megkülönböztetés hiányában nem állhat fenn visszaélés. A Google a harmadik részben azt állítja, hogy a Bizottság a Product Universals megjelenítése tekintetében megsértette az azon objektív indokok értékelésére alkalmazandó jogszabályokat, amelyek bizonyos esetekben lehetővé teszik *a priori* versenyellenes magatartások igazolását. A Bizottság nem vizsgálta meg, hogy a Google által a Product Universals felhasználói tekintetében biztosított előnyökre vonatkozóan előterjesztett bizonyítékok ellensúlyozzák-e a hivatkozott korlátozó hatásokat.
- 269 A Törvényszék úgy ítéli meg, hogy az első jogalap e harmadik, objektív igazolásokra vonatkozó részét külön kell vizsgálni, a versenyellenes hatásokra vonatkozó harmadik és negyedik jogalap vizsgálatát követően, a fenti 126. pontban kifejtetteknek megfelelően.
- 270 A Törvényszék egyebekben emlékeztet arra, hogy az első jogalap első részét, amely szerint a Google a termékeredmény-csoportokat a szolgáltatása minőségének javítása, nem pedig a forgalom saját termék-összehasonlítási szolgáltatása felé való irányítása érdekében vezette be, amint azt a Bizottság bemutatja, a fenti 250–267. pontban tárgyalta. Ily módon a jelen részben a Törvényszék a jelen jogalaprak csak a második részét fogja megvizsgálni.

1) A felek érvei

- 271 A Google arra hivatkozik, hogy a megtámadott határozat jogilag téves, amennyiben arra a következtetésre jut, hogy előnyben részesítette a Product Universalst, mivel a Bizottság nem vizsgálta meg a hátrányos megkülönböztetés megállapításához szükséges feltételeket.

- 272 Először is, a Google rámutat, hogy a termékeredményekre és a generikus eredményekre vonatkozó mechanizmusai eltérő helyzeteket eltérően kezeltek, mindezt pedig jogszerű indokok alapján. A Google nem vitatja, hogy eltérő mechanizmusokat alkalmazott a termékeredmények és a generikus eredmények elérésére. Egyrészt ugyanis a generikus eredmények esetében a Google az úgynevezett *crawling* eljárással nyert adatokra és a relevancia ezen adatokból származó általános jeleire támaszkodott. Másrészt, a termékeredmények tekintetében a Google közvetlenül a kereskedők által szolgáltatott adatáramlásokra és a termékek konkrét relevanciájára utaló jelekre támaszkodott. Márpedig azáltal, hogy eltérő technológiákat alkalmazott a generikus eredményekre és a termékeredményekre, a Google nem kezelte eltérően hasonló helyzeteket. Eltérő helyzeteket kezelte eltérően, mégpedig jogos indokból, azért, hogy javítsa eredményei minőségét.
- 273 Másodszor, a Google azt állítja, hogy ezt követően ezen eredményeknek az általános keresési oldalain történő besorolása érdekében következetesen ugyanazt a relevanciaszintet alkalmazta a specializált eredményekre és a generikus eredményekre. E tekintetben a Google arra hivatkozik, hogy téves a megtámadott határozatban szereplő azon megállapítás is, amely szerint a Product Universals a generikus eredményekhez képest kedvező elhelyezésben és megjelenítésben részesült, mivel az eltérő bánásmód nem biztosította a Product Universals számára meg nem érdemelt elhelyezést a Google általános eredményoldalain. Hangsúlyozza, hogy a megtámadott határozat nem veszi figyelembe a Universal Search működését, amely koherens besorolási rendszert hozott létre a Google valamennyi találati kategóriája tekintetében. Ily módon a Product Universalsnak ugyanazon relevanciakövetelmény alapján kellett volna „megszolgáltatnia” valamely eredményoldalon való elhelyezését, mint amelyet a Google a generikus eredményekre alkalmazott. A Google e tekintetben megjegyzi, hogy a Universal Searchnek és összetevőinek köszönhetően közvetlenül hasonlította össze a termékeredmények relevanciáját a generikus eredményekével, mégpedig ugyanazon relevanciakövetelmény alapján. Ily módon, amikor a Product Universalst az általános keresési oldalon jó helyen jelenítették meg, ez abból a tényből következett, hogy relevánsabb volt, mint az alább sorolt generikus eredmények, nem pedig kedvező bánásmódból.
- 274 Márpedig a megtámadott határozatban ezen érvekre adott válasz téves. Először is, a Bizottság tévesen állítja a megtámadott határozat (440) preambulumbekkezdésében, hogy nincs jelentősége annak, hogy a Google ugyanazt a relevanciaszintet alkalmazta-e a Product Universals és a generikus eredmények esetében. A Google ugyanis csak akkor jelentette meg a Product Universalst, amikor az relevánsabb volt, mint a lentebbre besorolt generikus eredmények, és azokat nem lehetett előnyben részesíteni. Az általános eredményoldalon elért elhelyezés megérdemelt volt. Az eredmények relevanciájuk alapján történő besorolása a részrehajlás ellentéte.
- 275 Másodszor, a Bizottság tévesen állítja a megtámadott határozat (441) preambulumbekkezdésében, hogy a Google nem bizonyította, hogy ugyanazokat a relevanciakövetelményeket alkalmazza a Product Universals és a generikus eredmények esetében. Ez az érvelés megpróbálja megfordítani a bizonyítási terhet. A Bizottság feladata annak bizonyítása, hogy a Google nem alkalmazott koherens relevanciakövetelményeket a Product Universals tekintetében. Ennek hiányában nem tudja bizonyítani a részrehajlás fennállását.
- 276 Harmadszor, mindenestre a Google bizonyította, hogy koherens relevanciakövetelményeket alkalmaz a Product Universals esetében. E tekintetben a megtámadott határozat (442) preambulumbekkezdésében a Bizottság tévesen állítja, hogy a Google kizárólag két összehasonlító értékelő jelentésre támaszkodik e bizonyítás érdekében. A Google számos iratot

nyújtott be a Bizottságnak osztályozási rendszerének működéséről és az általa alkalmazott relevanciaszintekről. A Bizottság által a megtámadott határozatban e két jelentéssel szemben megfogalmazott kifogások megalapozatlanok. A Bizottság azt is tévesen állítja a megtámadott határozat (390) preambulumbekkezdésében, hogy 2009 és 2010 szeptembere között olyan belső szabályt követett, amely lehetővé tette annak biztosítását, hogy a Product Universalst „mindig magasan helyezték el” minden olyan esetben, amikor a versengő árösszehasonlító szolgáltatások valamely eredményét az első három generikus eredmény közé sorolták. Olyan javaslatról van szó, amelyet soha nem hajtottak végre. A Bizottság állításának ellentmondanak a Product Universals elhelyezésére vonatkozó adatok abban az esetben, ha 2009 decembere és 2010 szeptembere között – amely időszakban a Bizottság állítása szerint a szóban forgó belső szabály hatályban volt – árösszehasonlító szolgáltatás szerepelt az első három találatban.

277 A Bizottság vitatja ezeket az érveket. A Kelkoo többek között azt állítja, hogy a kiigazítási algoritmusokat nem alkalmazták a Google árösszehasonlító szolgáltatására, és hogy a versengő árösszehasonlító szolgáltatások számára nem álltak rendelkezésre az említett szolgáltatás tekintetében alkalmazott megjelenítési formátumok. A BEUC kifejti, hogy a Google termékkeresési eredményeit nem kizárólag a fogyasztó szempontjából való relevanciájuk alapján határozták meg, hanem a kezelésüket üzleti megfontolások támasztották alá. Ez ellentétes a fogyasztók arra vonatkozó jogos elvárásával, hogy a Google semlegesen kezelje az eredményeket. A Google manipulálja a keresés eredményeit azáltal, hogy a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit láthatatlanná teszi.

2) A Törvényszék álláspontja

278 A Google lényegében vitatja, hogy a szóban forgó gyakorlatok hátrányos megkülönböztetést eredményezhettek volna, mivel egyrészt, különböző helyzetekre – azaz a generikus eredményekre és a specializált eredményekre – különböző mechanizmusokat alkalmaz, mégpedig generikus keresési mechanizmusokat a *crawling* eljárás révén és specializált keresési mechanizmusokat a kapcsolódó kereskedők által küldött adatáramlások kezelése útján, másrészt pedig valamennyi eredményre ugyanazokat a relevanciakritériumokat alkalmazta, a Universal Search technológiájának és a Superroot algoritmusának köszönhetően. Ily módon a Google szerint nem állhat fenn hátrányos megkülönböztetés, mivel a Product Universals megjelenítésére csak akkor került sor, ha az e technológiákra tekintettel relevánsabb volt, mint a generikus eredmények, így érdemei alapján nyerte el elhelyezését.

279 Előzetesen, annak ellenőrzése érdekében, hogy a Bizottság jogosan következtethetett-e hátrányos megkülönböztetés fennállására, meg kell vizsgálni az általa az EUMSZ 102. cikkel ellentétesnek minősített eltérő bánásmódot, különösen a Product Universals elhelyezését és megjelenítését illetően.

280 E tekintetben meg kell állapítani, hogy a Bizottság a megtámadott határozat 7.2.1. részében arra a következtetésre jutott, hogy a visszaélésszerű magatartást a Google termék-összehasonlítási szolgáltatása eredményeinek – ideértve a Product Universalst – kedvezőbb „elhelyezése” és „megjelenítése” jelenti általános eredményoldalain, a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeihez képest. Amint az az említett részből, a megtámadott határozat (344) preambulumbekkezdéséből és rendelkező részének 1. cikkéből kitűnik, a Bizottság így módon azt rója fel a Google-nak, hogy általános eredményoldalain „kedvezőbben” helyezte el és jelenítette meg saját árösszehasonlító szolgáltatását, mint a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokat.

- 281 Ahhoz, hogy erre a következtetésre jusson, a Bizottság összehasonlította azt a módot, ahogyan a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit „elhelyezték” és „megjelenítették” a Google általános eredményoldalain (7.2.1.1. rész), valamint azt a módot, ahogy a Google árösszehasonlító szolgáltatásának (a jelen esetben a Product Universals) eredményeit „elhelyezték” és „megjelenítették” az említett oldalakon (7.2.1.2. rész).
- 282 A Bizottság ebből azt a következtetést vonta le, hogy míg a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményei csak generikus eredmények formájában, vagyis képek, illetve termékekről és azok árairól szóló további információk nélküli egyszerű kék linkeként jelenhettek meg (a megtámadott határozat (371) preambulumbekkezdése), és azokat a Google árösszehasonlító szolgáltatásának eredményeitől eltérően egyes kiigazítási algoritmusok a Google általános eredményoldalain az első oldal alá vagy a következő oldalakra sorolhatták hátra (a (352)–(355) preambulumbekkezdés), amint az egyébként a Panda algoritmus bevezetését követően történt (a (361) preambulumbekkezdés), addig a Google árösszehasonlító szolgáltatásának eredményeit, illetve a szóban forgó időszakban a Product Universalst kiemelt helyen jelenítették meg a Google általános keresési eredményei között (a (379) és (385) preambulumbekkezdés), bővített formában, képekkel és a termékekkel kapcsolatos információkkal (a (397) preambulumbekkezdés), és azokat a kiigazítási algoritmusok nem sorolhatták hátra (az (512) preambulumbekkezdés).
- 283 A Bizottság ily módon megállapította, hogy a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeinek a Google árösszehasonlító szolgáltatása (Product Universals) eredményeitől való eltérő kezelése előnyben részesítette az utóbbi árösszehasonlító szolgáltatást a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokkal szemben, figyelemmel többek között a versengő árösszehasonlító szolgáltatások tekintetében a Google általános keresőmotorja által generált forgalom jelentőségére (a megtámadott határozat 7.2.2. része), az internetfelhasználók magatartására, akiknek a figyelme jellemzően az általános keresések eredményoldalán leginkább látható eredményekre, vagyis a legjobban elhelyezett eredményekre irányul (a megtámadott határozat 7.2.3.1. része), valamint a magatartások által eltérített forgalom más forrásokból „ténylegesen nem helyettesíthető” jellegére (a megtámadott határozat 7.2.4. része).
- 284 Először is, ebből az következik, hogy a Bizottság által kifogásolt eltérő bánásmód nem abban áll – amint azt a Google sugallja –, hogy eltérő keresési-eredmény-kiválasztási mechanizmusokat alkalmaztak a Google árösszehasonlító szolgáltatásai keresési eredményeinek és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások keresési eredményeinek kezelésére – azaz a generikus eredmények kiválasztási mechanizmusait a versengő árösszehasonlító szolgáltatások esetében és a specializált eredmények kiválasztási mechanizmusait saját árösszehasonlító szolgáltatása esetében –, hanem abban, hogy a Google saját specializált eredményeit az elhelyezés és a megjelenítés szempontjából kedvező bánásmódban részesítették a versengő árösszehasonlító szolgáltatások generikus eredmények között megjelenő keresési eredményeihez képest.
- 285 Ily módon, amennyiben a Google azt állítja, hogy a keresési eredményei közötti eltérő bánásmód az általános keresőmotorja által elért eredmények jellegétől függ, vagyis attól, hogy specializált eredményekről vagy generikus eredményekről van-e szó, ez az eltérő bánásmód valójában az eredmények eredetétől, vagyis attól függ, hogy azok versengő árösszehasonlító szolgáltatásoktól vagy a saját árösszehasonlító szolgáltatásától származnak. Valójában a Google az utóbbit részesíti előnyben az előbbiekhöz képest, nem pedig egyfajta eredménytípust a másikhoz képest.

- 286 Ugyanis csak a Google specializált keresési eredményei, vagyis a Product Universals szerepelhetnek a Google általános keresőoldalán bővített bemutatással, és vonhatják ki magukat a kiigazítási algoritmusok által végzett hátrásorolások alól.
- 287 Ezzel szemben a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményei, még ha különösen relevánsak is lennének az internetfelhasználó számára, soha nem részesülhetnek hasonló bánásmódban, mint a Google árösszehasonlító szolgáltatásának eredményei, sem elhelyezkedésük szintjén – mivel jellemzőik miatt a kiigazítási algoritmusok hátra sorolhatják őket, a „boxok” pedig a Google árösszehasonlító szolgáltatásának eredményei számára vannak fenntartva –, sem megjelenítésük szintjén, mivel a bővített karakterek és a képek szintén a Google árösszehasonlító szolgáltatása számára vannak fenntartva. Ily módon, még abban a feltételezett esetben is, ha az algoritmusok hátrásorolási hatása ellenére a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményei a relevanciájuknál fogva meg is jelennek a Google általános eredményeinek első oldalán, soha nem szerepelhetnek olyan látható és vonzó módon, mint a Product Universalsban megjelenített eredmények.
- 288 Márpedig az ilyen eltérő bánásmód, amelynek alapja távolról sem az internetes eredmények két típusa közötti objektív különbség, a Google azon döntéséből ered, hogy kedvezőtlenebb bánásmódban részesíti a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit, mint saját árösszehasonlító szolgáltatásának eredményeit, kevésbé látható megjelenítést és elhelyezést alkalmazva az előbbiekre.
- 289 Másodszor, a Bizottság által megállapított magatartás fenti 280–283. pontban szereplő ismertetéséből az következik, hogy el kell utasítani a Google azon érvét, amely szerint „ugyanazon relevanciakövetelményt” alkalmazta a termékeredmény-csoportokra és a generikus eredményekre, és lényegében csak akkor került sor a Product Universals megjelenítésére, ha az relevánsabb volt, mint a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményei, a Google Universal Search technológiájának és Superroot algoritmusának köszönhetően, így tehát nem állhatott fenn hátrányos megkülönböztetés.
- 290 Egyrészt ugyanis meg kell állapítani, hogy – amint az a megtámadott határozat (440) preambulumbekzdéséből kitűnik – a Bizottság nem azt rója fel a Google-nak, hogy ugyanazt a relevanciakövetelményt alkalmazza, illetve nem alkalmazza kétféle eredménytípusra, nevezetesen a specializált termékeredményekre és a generikus eredményekre, hanem azt, hogy nem ugyanazokat a megjelenítési és elhelyezési követelményeket alkalmazza a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokra és a saját árösszehasonlító szolgáltatásaira, mivel az előbbiek hátrányosabb helyzetben vannak az utóbbihoz képest.
- 291 Márpedig, amint az a fenti 287. pontból kitűnik, a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményei, függetlenül relevanciájuktól, soha nem részesülhetnek a Google árösszehasonlító szolgáltatásának eredményeihez hasonló bánásmódban, sem elhelyezkedésük, sem megjelenítésük szintjén, ily módon szükségképpen hátrányos helyzetbe kerülnek az azokkal való versenyben.
- 292 Még ha ugyanis a versengő árösszehasonlító szolgáltatás eredménye kevésbé relevánsnak is bizonyul a Google algoritmusai által meghatározott relevanciakritériumokra tekintettel, mint a Google árösszehasonlító szolgáltatásának eredménye, annak a Google általános eredményoldalain történő kiigazítási algoritmusok általi hátrásorolása, valamint a pusztán általános kék linkként történő megjelenítése, adott esetben a Google bővített módon megjelenített árösszehasonlító szolgáltatásának fenntartott „box” alatt, nem szükségszerűen arányos az említett kritériumok alapján fennálló, állítólagosan alacsonyabb fokú relevanciához

viszonyítva. Ezenkívül a versengő árösszehasonlító szolgáltatás eredményeit, amint arra a Törvényszék a fenti 286. és 287. pontban emlékeztetett, még abban az esetben sem lehet soha ugyanúgy megjeleníteni, illetve kezelni elhelyezkedésüket illetően, ha azok e kritériumok alapján relevánsabbak, így a verseny még azelőtt torzul, hogy a felhasználó termékkeresést vinne be.

- 293 Ebből következik, hogy a Google által a közös relevanciakövetelmények fennállására alapított érvelést el kell utasítani mint hatástalant.
- 294 E tekintetben a megtámadott határozat (442) preambulumbekzdésében említett értékelések, csakúgy mint egyébként a Google által említett egyéb tapasztalatok – még ha feltételezzük is, hogy azok bizonyítják, hogy a Product Universals relevanciája nagyobb a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit megjelenítő generikus eredményekhez képest – nem felelnek meg a Bizottság által a megtámadott határozat 7.2.1. részében azonosított és az említett határozat (440) preambulumbekzdésében összefoglalt azon versenyproblémáknak, amely szerint a Google a saját specializált eredményeit és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit eltérő megjelenítési és elhelyezési mechanizmusok alapján kezeli, ami szükségképpen azzal a hatással jár, hogy a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményei hátrányba kerülnek a Google árösszehasonlító szolgáltatásainak eredményeihez képest.
- 295 Egyébként, még ha feltételezzük is, hogy az értékelők előnyben részesítették a Product Universalst az első általános eredményoldalon megjelenő első általános eredményekhez képest, ami végeredményben nem tűnik ki egyértelműen a szóban forgó tapasztalatokból, mivel azok alapján az értékelők hasonló véleményt alkottak a specializált keresési eredmények és a generikus termékeredmények hasznosságával kapcsolatban, ez nem jelenti azt, hogy előnyben részesítették volna, hogy a Product Universals kizárólag a Google árösszehasonlító szolgáltatásának eredményeiből álljon. Nem jelenti azt sem, hogy előnyben részesítették volna azt, hogy a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményei kevésbé látható módon legyenek megjelenítve, és hogy azokat a Google általános eredményoldalain hátra sorolják.
- 296 Másrészt, a teljesség kedvéért meg kell állapítani, hogy a Google részéről a közös relevanciaszintre alapított érvelés, amellet, hogy hatástalan, megalapozatlannak is bizonyul, amint az egyébként saját beadványaiból is kitűnik. Amint ugyanis azt maga a Google is állítja első jogalapjának harmadik részében, a specializált keresésre alkalmazandó olyan paraméterek alapján, mint az ár, a készletek vagy az eladó hírneve, nem tudta közvetlenül összevetni a saját árösszehasonlító szolgáltatásának specializált eredményeit a versengő árösszehasonlító szolgáltatások specializált eredményeivel, mivel nem ismerte ez utóbbiak keresési algoritmusainak működését, és nem fért hozzá közvetlenül az oldalaihoz kapcsolódó kiskereskedők által többek között az árra vonatkozóan küldött adatfolyamokhoz.
- 297 A Google magyarázatai szerint ugyanis egyrészt nem tudta, hogy a versengő árösszehasonlító szolgáltatások milyen módon sorolják be és osztályozzák a termékekre vonatkozó keresések során előállt eredményeiket, másrészt pedig a saját árösszehasonlító szolgáltatásában szereplő termékekre vonatkozó adatokat a piaci szereplők által közvetlenül szolgáltatott adatfolyamokból, nem pedig a weboldalak *crawling* elnevezésű eljárásából szerezte be, ahogy a generikus keresések esetében is. Márpedig a Google nem rendelkezett hasonló információkkal a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeiről, mivel a versengő árösszehasonlító szolgáltatások weboldalai saját adatfolyamokkal rendelkeznek, és saját módszerrel a termékek besorolására.

298 Kétségtelen, hogy – amint arra a Bizottság a megtámadott határozat (440) preambulumbekzdésében rámutat – a Universal Search révén a Google „bizonyos relevanciakövetelményeket” alkalmazott annak érdekében, hogy összehasonlítsa saját specializált eredményeit a versenytársai eredményoldalait átvevő generikus eredményeivel. Mindazonáltal a Google által a keresetlevélhez mellékelt, a technológiákról szóló jelentésében szereplő magyarázatok szerint a Universal Search statisztikai kritériumok alapján működik a felhasználók körében végzett felmérések alapján. Márpedig nem bizonyított, és még csak nem is állítják, hogy az éppen a Google által a különböző eredménytípusok összehasonlítása során ismertetett nehézségekre figyelemmel (lásd a fenti 297. pontot) ez az eszköz – minőségétől függetlenül – ugyanolyan megbízható eredményeket adhat a releváns eredmények kiválasztása tekintetében, mint a Google által a specializált termékkeresésre alkalmazandó saját kritériumai, vagyis különösen az ár, a készletszint, a termék népszerűsége vagy az eladó jóhírneve alapján végzett összehasonlítás.

299 Ily módon ezek a felmérések, bármennyire is megbízhatók, amint azt a Foundem állította a tárgyaláson, csak annak statisztikai becslését jelentik, hogy mi lehetne a leginkább releváns eredmény. E tekintetben a Google egyik, a technológiákról szóló jelentésében említett belső dokumentumából kitűnik, hogy „az emberi értékelés egyik legnagyobb nehézsége az, hogy az értékelőknek értelmezniük kell a felhasználó keresését; bár az emberek a gépnél pontosabban értelmezhetik a keresést, lehetetlen pontosan megismerni a felhasználó szándékát [...], ez az értékelés kizárólag az értékelőink közös véleményét tükrözi, amely nagy valószínűséggel eltér általában a felhasználókétól”.

300 Végül a Google által hivatkozott azon körülmény, amely szerint a Product Universalsra csak a „termékkeresések” 23%-ánál kattintottak, és az általános eredményoldalak tetején a Product Universalst csak a termékekre vonatkozó keresések 4%-ára adott válaszként jelenítette meg, nem elegendő ahhoz, hogy megcáfolja az eltérő bánásmód fennállását. Az ilyen átkattintási arány ugyanis önmagában nem tekinthető olyan tényezőnek, amely lehetővé teszi a részrehajló magatartás fennállásának kizárását, mivel ezt az arányt össze kell vetni azon sok száz, hasonlóan elhelyezett (azzal, hogy a hasonló megjelenítés kizárt) versengő termék átkattintási arányával, amelyeket a Google kiigazítási algoritmusai a jellemzőikre tekintettel elkerülhetetlenül hátra sorolnak az oldal aljára.

301 A fenti indokok összességére tekintettel az első jogalap második részét el kell utasítani.

b) A második jogalap azon elemeiről, amelyek szerint a Bizottság tévesen állapította meg, hogy a Google előnyben részesítette saját termék-összehasonlítási szolgáltatását a Shopping Units megjelenítése révén

302 A Google a második jogalap alátámasztása érdekében három részt ismertet. Először is, a Bizottság tévesen jutott arra a következtetésre, hogy a csoportos termék hirdetések és a generikus eredmények eltérő kezelése részrehajlást valósít meg, holott ez semmilyen hátrányos megkülönböztetést nem jelent.

303 Másodszer, a megtámadott határozat tévesen állapította meg, hogy a Shopping Unitsben szereplő termék hirdetések előnyben részesítik a Google termék-összehasonlítási szolgáltatását.

304 Harmadszor, a Bizottság megsértette a Shopping Units megjelenítésére vonatkozó objektív igazolások értékelésére alkalmazandó jogszabályokat. Ez utóbbi részben a Google mellékesen kétségbe vonja, hogy a saját árösszehasonlító szolgáltatása tekintetében részrehajlás áll fenn, mivel

kiemeli, hogy a Shopping Units már tartalmazta a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit. Egyébiránt meg kell jegyezni, hogy erre az évrre a Google a közigazgatási eljárás során a részrehajlás fennállásának vitatása érdekében hivatkozott (a megtámadott határozat (405) preambulumbekzdése). Következésképpen a harmadik rész ezen elemeit a második részt követően kell megvizsgálni. A jogalap e részének objektív igazolásokkal kapcsolatos elemeit a Törvényszék azonban a szóban forgó magatartások hatásaira vonatkozó jogalapok B. cím 3. pontjában történő vizsgálatát követően a Product Universalsra vonatkozó elemekkel együtt fogja megvizsgálni.

1) A második jogalap első részéről, amely szerint a Bizottság tévesen állapította meg, hogy a termékhirdetések és a generikus eredmények eltérő kezelése részrehajló cselekménynek minősül, holott az semmilyen hátrányos megkülönböztetést nem von maga után

i) A felek érvei

- 305 Először is a CCIA által támogatott Google azt állítja, hogy a Bizottság tévesen hasonlítja össze a termékhirdetések, azaz a Shopping Units és az ingyenes generikus eredmények kezelését, amelyek két különböző dolognak felelnek meg, és így nem állhat fenn hátrányos megkülönböztetés. A Google e tekintetben azt állítja, hogy a fizetős hirdetések, beleértve a termékhirdetéseket is, általános keresőszolgáltatásának finanszírozására szolgálnak. Ennélfogva a Google ezeket szükségképpen az ingyenes generikus eredményektől eltérő módon tünteti fel, ami a hirdetések útján történő finanszírozáson alapuló kétoldalú üzleti modelljének rendes következménye. A Google e tekintetben hangsúlyozza, hogy az általános eredményoldalon a Shopping Unitset „szponzoráltként” jelöli meg, annak érdekében, hogy kitűnjön annak fizetős jellege. Márpedig a megtámadott határozatban szereplő azon állítás, miszerint a „szponzorált” kifejezés „kizárólag a leginkább tájékozott felhasználók számára érthető” (a megtámadott határozat (536), (599) és (663) preambulumbekzdése), semmilyen bizonyítékon nem alapul. Bár a Bizottság a megtámadott határozatban tizenkét különbséget sorol fel a Shopping Unitsben szereplő termékhirdetések és a szöveges hirdetések között (a megtámadott határozat (426)–(438) preambulumbekzdése), annak bizonyítása érdekében, hogy a termékhirdetések nem minősülnek a szöveges hirdetések javításának, e különbségek egyike sem bizonyítja azt sem, hogy a termékhirdetések összehasonlíthatók az ingyenes generikus eredményekkel, és azokat ugyanúgy kell elhelyezni és megjeleníteni.
- 306 Másodsor, a Google azt állítja, hogy azért jeleníti meg a Shopping Unitset, mivel termékkeresések esetében jobb hirdetéseket tartalmaz, mint a szöveges hirdetések, és nem azért, hogy az előbbieket részesítse előnyben. A Bizottság nem bizonyította, hogy a Shopping Units nem érdemli meg az általános eredményoldalokon neki biztosított teret. A jó minőségű hirdetések hasznosabbak a felhasználók és hatékonyabbak a hirdetőik számára, valamint növelik a keresőszolgáltatás értékét mindkét kategória esetében. A Google kizárólag akkor jeleníti meg a Shopping Unitset, ha a termékhirdetése a szöveges hirdetésekénél jobb választ kínálnak. Ennélfogva a Shopping Units kizárólag a termékkeresések körülbelül 25%-ára adott válaszként jelenik meg, ami ellentmond a Bizottság azon állításának, amely szerint a Google „mindig” az oldal tetejére helyezi a Shopping Unitset (a megtámadott határozat (395) preambulumbekzdése). A Bizottság által a megtámadott határozatban rögzített azon állításnak, amely szerint a Google nem bizonyította, hogy „a Shopping Unitsre ugyanazon relevanciakövetelményeket alkalmazza, mint a [szöveges] hirdetések esetében” (a megtámadott határozat (441) preambulumbekzdése), ellentmond az a tény, hogy a Google olyan eljárást vezetett be, amelynek keretében közvetlenül összehasonlította a termékhirdetéseket a szöveges hirdetésekkel. A termékhirdetések és a szöveges hirdetések

ugyanazon relevancia- és érték követelmények alapján versenyeznek egymással. Egyébiránt az empirikus adatok azt bizonyítják, hogy a Shopping Unitsben szereplő termékhirdetések a felhasználók és a hirdetőik szempontjából jobbak, mint a szöveges hirdetések.

307 A Bizottság vitatja ezeket az érveket.

308 A BEUC ugyanazokra az érvekre hivatkozik, mint amelyeket az első jogalap második része keretében terjesztettek elő (lásd a fenti 277. pontot). A Foundem arra hivatkozik, hogy a Shopping Units hangsúlyosabbá teszi a Google magatartásának versenyellenes jellegét, mivel a Google a relevancián alapuló eredményeket olyan fizetős reklámokkal helyettesítette, amelyek megjelenítését az abból származó nyereség határozza meg. A Visual Meta kifejti, hogy el kell utasítani a Google azon érvét, amely szerint csak akkor jeleníti meg a Shopping Unitset, ha az relevánsabb, mint a szöveges hirdetések vagy a generikus eredmények, mivel a Google éppen azért nem tarthatja fenn azokat a saját szolgáltatásai számára anélkül, hogy a fogyasztókat megfosztaná a többi árösszehasonlító szolgáltatástól származó relevánsabb eredményektől, mert a bővített formátumú hirdetései a fogyasztók számára láthatóbbak, mint az egyszerű „kék linkek”. Éppen az a tény kötelezné a Google-t arra, hogy a többi árösszehasonlító szolgáltatás eredményeit ugyanolyan formátumban jelenítse meg, hogy a termékhirdetések bővített formátumuk miatt jobbak a felhasználók és a hirdetések szempontjából.

ii) A Törvényszék álláspontja

309 A Google lényegében megismétli az első jogalap második részének keretében előadott érvelést. Azt állítja, hogy a Bizottság által megállapított hátrányos megkülönböztetés nem áll fenn, mivel egyrészt pusztán a jellegükönél fogva eltérő eredményeket kezel eltérően, nevezetesen a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit megjelenítő ingyenes általános eredményeket és a saját árösszehasonlító szolgáltatása reklám jellegű fizetős „termékhirdetéseit” (Shopping Units), másrészt pedig csak akkor jeleníti meg a Shopping Units hirdetését, ha e termékhirdetések jobb válaszokat kínálnak egy keresésre, mint a szöveges hirdetések, vagyis azok a hirdetések, amelyek a hirdető weboldalára mutató linket jelenítenek meg egy rövid szövegrészletben (képek és dinamikus információk nélkül).

310 Meg kell állapítani, hogy a Bizottság a Google részéről a saját árösszehasonlító szolgáltatásának eredményei tekintetében tanúsított részrehajlásra vonatkozó megállapítása során összehasonlította a Shopping Units elhelyezését és megjelenítését a versengő árösszehasonlító szolgáltatás generikus eredményeinek elhelyezésével és megjelenítésével. A Bizottság a Product Universals esetéhez hasonlóan (lásd a fenti 280–283. pontot) megállapította, hogy ezeket az eredményeket előnyben részesítették a Google általános eredményoldalain (a megtámadott határozat 7.2.1.2.1. része), mivel a Shopping Units mindig a Google első általános keresési eredményei felett helyezkedett el (a megtámadott határozat (395) preambulumbekzdése), bővített megjelenítéssel a Google általános eredményoldalának tetején található „boxokban” (a megtámadott határozat 7.2.1.2.2. része). A Shopping Unitset emellett a versengő kiigazítási algoritmusok sem sorolhatják hátra. A Bizottság a megtámadott határozat (439) preambulumbekzdésében azt is megállapította, hogy a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményei nem szerepelhetnek a Shopping Unitsben, és így nem helyezhetők el, illetve jeleníthetők meg ugyanúgy, mint a Google specializált eredményei, kivéve ha ezen árösszehasonlító szolgáltatások úgy módosítják gazdasági modelljüket, hogy olyan kereskedelmi honlapokká válnak, amelyek a Shopping Unitsben szerepeltethető hirdetéseket kínálnak, így tehát maguk is árukat értékesítenek.

- 311 Először is válaszolni kell a Google azon érvére, amely szerint a Shopping Unitsben szereplő termékhirdetések – reklámjellegükre tekintettel – természetüknél fogva különböznek a versengő árösszehasonlító szolgáltatások ingyenes eredményeitől, ami kizár bármilyen hátrányos megkülönböztetést.
- 312 Meg kell jegyezni, hogy a Shopping Units a Google árösszehasonlító szolgáltatásának eredményeit mutatja, és versenyben áll a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokkal. E tekintetben közömbös, hogy ahhoz, hogy árukat helyezzenek el a Shopping Unitsben, az eladóknak hirdetési díjat kell fizetniük, mivel az internetfelhasználók számára a Google specializált kereső szolgáltatása ugyanazon ingyenes termékösszehasonlítási szolgáltatást nyújtja, mint a versengő árösszehasonlító szolgáltatások, amint az a megtámadott határozat 5.2.2. részéből kitűnik. A Google ily módon nem bizonyítja, hogy a Shopping Units által az internetfelhasználók számára kínált termékösszehasonlítási szolgáltatás jellegénél fogva mennyiben különbözik a többi árösszehasonlító szolgáltatás által kínált termékösszehasonlítási szolgáltatástól. Éppen ellenkezőleg, úgy tűnik, hogy mindkét szolgáltatásnak az a célja, hogy összehasonlítsa az árukat az interneten, és hogy ennél fogva az internetfelhasználók szempontjából egymással helyettesíthetők.
- 313 Kétségtelen, hogy a Shopping Unitset a „szponzorált” kifejezés kíséri, aminek az a célja, hogy jelezze reklámjellegét az internetfelhasználók felé. Mindazonáltal, amint az a megtámadott határozat (536), (599) és (663) preambulumbekzdéséből kitűnik, a „szponzorált” kifejezést az internetfelhasználók többsége nem úgy értelmezi, mint amely azt jelenti, hogy a Google árösszehasonlító szolgáltatásának eredményeit és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit eltérő mechanizmusok szerint osztályozzák, és hogy ennél fogva e versengő árösszehasonlító szolgáltatások hátra sorolhatók és kevésbé látható módon jeleníthetők meg az általános eredményoldalakon, nem azért, mert eredményeik kevésbé relevánsak, mint a Google árösszehasonlító szolgáltatásának eredményei, hanem egyszerűen azért, mert nem a Google saját eredményeiről van szó. Ez különösen így van akkor, ha a Google általános eredményoldalain történő átsorolásuk a kiigazítási algoritmusok eredménye, nem pedig annak következménye, hogy tartalmuk kevésbé releváns az internetfelhasználó által végzett keresés szempontjából, mivel e mechanizmusról az internetfelhasználók nem tudnak.
- 314 A Google állításával ellentétben a megtámadott határozat a Shopping Units elhelyezésének és megjelenítésének kifogásolásával nem kérdőjelezi meg az ingyenes szolgáltatások reklám általi finanszírozásának alapját képező kétoldalú üzleti modelljét. Ha ugyanis valamely vállalkozás finanszírozási módja – mint a jelen ügyben is – azt eredményezi, hogy az erőfölénnyel való visszaélésben vesz részt, semmi nem teszi lehetővé az említett finanszírozási mód kizárását az EUMSZ 102. cikkben foglalt tilalom hatálya alól. Egyébként számos erőfölénnyel való visszaélés célozza a vállalkozás finanszírozási forrásainak javítását.
- 315 Egyébiránt a Google tévesen állítja kiterjesztve, hogy a Bizottság kétségbe vonja a szöveges hirdetések jogszerűségét, amelyek ugyanakkor gazdálkodási modelljének és üzleti sikerének forrását képezik, és amelyek tekintetében a Bizottság soha nem talált semmilyen kifogásolható elemet. A Shopping Unitstől eltérően ugyanis a szöveges hirdetések nem vesznek részt a Google termék-összehasonlítási szolgáltatásában, és nem kifogásolták azokat amiatt, hogy részrehajló magatartás keretében kárt okoztak a versenytársaknak.
- 316 Másodszor, amennyiben a Google a Bizottság által megállapított részrehajlás fennállását azzal vitatja, hogy a Google a Shopping Unitset csak akkor jeleníti meg, ha a termékhirdetése jobb választ kínálnak egy keresésre, mint a fenti 309. pontban hivatkozott szöveges hirdetések, így nem áll fenn hátrányos megkülönböztetés, emlékeztetni kell arra – amint az a fenti 310. pontból

kitűnik –, hogy a Bizottság által megállapított eltérő bánásmód áll fenn a versengő árösszehasonlító szolgáltatások generikus eredményei és a Google árösszehasonlító szolgáltatásának a Shopping Unitsben megjelenő specializált eredményei között. Ily módon az annak meghatározása szempontjából releváns összehasonlítás, hogy megvalósult-e hátrányos megkülönböztetés, nem a Shopping Units és a szöveges hirdetések, hanem a Shopping Units és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások azon eredményei közötti összehasonlítás, amelyek a generikus eredmények közé kerülhetnek.

317 Kétségtelen, hogy a Bizottság a Google egyik, a megtámadott határozat (406) preambulumbekzdésében összefoglalt érvére válaszul az említett határozat (440) preambulumbekzdésében megjegyzi, hogy az, hogy a Google a Shopping Units és az egyéb termékhirdetések tekintetében közös relevanciakövetelményt alkalmazott-e, nem releváns, majd a (441) preambulumbekzdésben hozzátette, hogy a Google semmiképpen nem alkalmaz ilyen közös relevanciakövetelményt e különböző hirdetéstípusokra.

318 Mindazonáltal ez az értékelés nem kérdőjelezi meg azt a tényt, hogy – amint az a fenti 314. és 316. pontból kitűnik – a megtámadott határozatban szóban forgó eltérő bánásmód nem a Google által a Shopping Unitsben szereplőktől eltérő termékekre vonatkozóan megjelenített hirdetésekre vonatkozik, hanem a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit tartalmazó generikus eredményekre. Amint az a megtámadott határozat (440) preambulumbekzdéséből kitűnik, „a Bizottság [...] azt kifogásolja [...], hogy a Google saját termékösszehasonlítási szolgáltatására nem ugyanazok a kritériumok vonatkoznak, mint a versengő termékösszehasonlítási szolgáltatásokra”.

319 Amint ugyanis a megtámadott határozat (439) preambulumbekzdéséből – amely megelőzi az említett határozat (440) preambulumbekzdését –, valamint a fenti 310. pontból kitűnik, a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokra nem vonatkozhatnak ugyanazon megjelenítési kritériumok, mint a Google árösszehasonlító szolgáltatására a Shopping Unitsben való szerepeltetés érdekében, még fizetés ellenében sem, hacsak nem módosítják a gazdasági modellt, amint azt a Törvényszék a lenti 346. és azt követő pontokban kifejti.

320 A fentiekből következik, hogy a második jogalap első részét el kell utasítani.

2) A második jogalap második részéről, amely szerint a Bizottság tévesen állapította meg, hogy a Shopping Unitsben szereplő termékhirdetések a Google termék-összehasonlítási szolgáltatásának körébe tartoznak

i) A felek érvei

321 A Google azt állítja, hogy a Bizottság tévesen állapította meg, hogy a Shopping Unitsben szereplő termékhirdetések „előnyt jelentettek” a Google termékösszehasonlítási szolgáltatása számára. A linkjeik ugyanis nem e szolgáltatás felé mutatnak, és semmilyen bevételt nem generálnak e szolgáltatás számára. A megtámadott határozat ezt kifejezetten elismeri.

322 A Google e tekintetben kifejti, hogy a Bizottság a megtámadott határozatban nyolc olyan indokot sorol fel, amelyek állítólagosan magyarázatul szolgálnak arra, hogy a Shopping Units megjelenítése mennyiben minősül a Google Shopping „oldalának” előnyben részesítésére szolgáló eszköznek (a megtámadott határozat (414)–(421) preambulumbekzdése). Ugyanakkor ezek közül hét nem jelöl meg olyan előnyt, amelyre a Google Shopping weboldal tesz szert a Shopping Unitsben megjelenő hirdetésekből, és még kevésbé olyan előnyt, amely igazolhatná a termékhirdetésekre

való kattintások Google Shopping weboldalára irányuló forgalomként való elszámolását. A megtámadott határozat utalt többek között a menü fejrésében szereplő linkekre és a Shopping Units „mindent mutat” linkeire, amelyek a Google Shopping honlapjára utalnak (a megtámadott határozat (419) preambulumbekzdése). Ez azonban nem indokolja sem a Shopping Unitsben szereplő termékhirdetésekkel szembeni kifogásokat, sem a termékhirdetésekre való kattintások Google Shopping weboldalára irányuló forgalomként való elszámolását. A Bizottság azt is megjegyzi, hogy a Shopping Unitsben és a Google Shopping weboldalon szereplő termékhirdetésekre való kattintások ugyanezen eladók honlapjaira vezethetnek (a megtámadott határozat (418) preambulumbekzdése). Ez megmagyarázza azt az előnyt, amelyet a termékhirdetések – forrásuktól függetlenül – teremtenek az eladók számára, de azt nem, hogy a Google Shopping weboldal milyen előnyre tesz szert a Shopping Unitsben szereplő termékhirdetésekre való kattintásokból. A megtámadott határozatban szereplő többi indok ((414)–(417) és (420) preambulumbekzdés) sem alkalmas annak bizonyítására, hogy a Google Shopping weboldal előnyre tesz szert a Shopping Unitsben szereplő termékhirdetésekre való kattintásokból.

- 323 A megtámadott határozatban arra vonatkozóan szolgáltatott egyetlen indok, hogy a Shopping Unitsben szereplő termékhirdetésekre való kattintásokat a Google Shopping weboldalára irányuló forgalomnak számolják el, az, hogy e kattintások fizetést eredményeznek a Google számára (a megtámadott határozat (421) és (630) preambulumbekzdése). Ez az állítás azonban téves, mivel a Shopping Unitsben szereplő termékhirdetésekből származó bevételek nem a Google Shopping weboldalt illetik meg. A Google a Shopping Unitsben szereplő termékhirdetésekből származó bevételeket az általános keresőszolgáltatásához allokálja. A Bizottság ezt egyébként elismeri a megtámadott határozat (642) preambulumbekzdésében, amelyben megjegyzi, hogy a Shopping Units Google általi megjelenítése „általános keresőszolgáltatásának finanszírozására szolgál”.
- 324 Ténybelileg pontatlan tehát az az állítás, amely szerint a Shopping Unitsben szereplő termékhirdetésekre való kattintásokból származó bevételek a Google termék-összehasonlítási szolgáltatása számára jelentettek előnyt. A megtámadott határozatban szereplő érvelés jogi szempontból is téves, mivel lényegében keresztámogatási kifogáson alapul, azon az alapon, hogy a Google az általános eredményoldalakon szereplő termékhirdetésekből származó bevételekkel a Google Shopping weboldalt támogatja. Márpedig még ha a Shopping Unitsből származó bevételek a Google Shopping weboldal számára hajtának is hasznot, ami nem áll fenn, ez nem tenné lehetővé a visszaélés megállapítását.
- 325 A Bizottság azt állítja, hogy a Shopping Units a Google árösszehasonlító szolgáltatásának részét képezi, hogy a Shopping Units látható módon történő megjelenítése eszközt biztosít a Google számára annak előnyben részesítésére, hogy a Shopping Unitsre való valamennyi kattintás a Google árösszehasonlító szolgáltatása számára hajt hasznot, annak ellenére, hogy e kattintások az internetfelhasználókat kizárólag az eladók weboldalaira irányítják, és nem a Google Shopping önálló specializált oldalára, valamint hogy még ha a Shopping Unitsben szereplő termékhirdetésekből származó bevételek nem is a Google Shopping weboldalt illetik meg, a Google a Shopping Unitset és a Google Shopping önálló weboldalt úgy jeleníti meg az eladóknak és a felhasználóknak, mint amely egyetlen szolgáltatást vagy élményt képez. Az eladók és a felhasználók szempontjából a Google bevételeinek felhasználása nem bír jelentőséggel (a megtámadott határozat (420) preambulumbekzdése). A Google anélkül próbálta meg összekapcsolni az árösszehasonlító szolgáltatása számára biztosított előnyök azonosítását a Shopping Unitsre való kattintásokból származó bevételek allokálásának módjával, hogy figyelembe vennie a megtámadott határozat (445), (447) és (450) preambulumbekzdésében

azonosított, a Shopping Unitsre való kattintásokból neki biztosított különböző előnyöket. A Bizottság hozzáteszi, hogy a megtámadott határozat (414)–(420) preambulumbekzdése hét indokot tartalmaz azon megállapítás alátámasztására, amely szerint a Shopping Unitsre való kattintások előnyben részesítik a Google árösszehasonlító szolgáltatását.

326 E szempontokkal kapcsolatban a Visual Meta többek között hangsúlyozza, hogy a Google által nyújtott belső jövedelemallokáció nem teheti lehetővé számára, hogy kivonja magát az EUMSZ 102. cikk értelmében vett visszaélés megállapítása alól. A Visual Meta egyetért továbbá a Bizottságnak a megtámadott határozat (630) preambulumbekzdésében szereplő azon elemzésével, amely szerint a Google árösszehasonlító szolgáltatása „gazdaságilag” előnyt szerez a Shopping Units linkjeire való kattintásokból, ugyanúgy, mintha a felhasználó közbenső lépésként először a Google Shopping önálló weboldalára látogatott volna, és a partnerkereskedő termékére kattintott volna. Rámutat arra, hogy amint az a megtámadott határozat (421) preambulumbekzdéséből kitűnik, a Shopping Units és a Google Shopping közötti kapcsolatok ugyanazt a gazdasági funkciót töltik be. A Foundem és a Twenga lényegében ugyanezeket az érveket fejti ki.

ii) A Törvényszék álláspontja

327 Előzetesen meg kell állapítani, hogy a Google érvelése azon a téves előfeltevésen alapul, hogy a Bizottság azt rója fel neki, hogy a Shopping Units privilegizált megjelenítése és elhelyezése révén előnyben részesíti árösszehasonlító szolgáltatását, azaz a Google Shopping specializált oldalának megfelelő önálló weboldalt.

328 Márpedig a termékösszehasonlítási szolgáltatásokat a megtámadott határozat (191) preambulumbekzdése úgy határozza meg, hogy azok olyan specializált keresőszolgáltatások, amelyek lehetővé teszik egyrészt az internetfelhasználók számára, hogy termékeket keressenek, és összehasonlíthassák az áraikat és jellemzőiket számos online eladó és kereskedelmi platform kínálata között, másrészt pedig olyan linkeket mutatnak, amelyek (közvetlenül vagy egy vagy több egymást követő közbenső oldalon keresztül) ezen eladók vagy platformok weboldalaira mutatnak. A Google nem vitatja e meghatározást.

329 Ennélfogva meg kell állapítani, hogy a megtámadott határozat (26)–(35) preambulumbekzdése elegendő indokot szolgáltat annak megállapításához, hogy a Google árösszehasonlító szolgáltatása több formában jelent meg, azaz egy specializált oldalként, legutóbb Google Shopping néven, a termékeredmény-csoportok formájában, amelyek legutóbbi változatát a Product Universals jelentette, és termékhirdetésekként, amelyek legutóbbi formája a Shopping Units volt.

330 E körülmények között mind a Froogle, a Google Product Search és a Google Shopping specializált oldalakat, mind a termékeredmény-csoportokat, többek között a Product Universalst, mind pedig a termékhirdetéseket, különösen a Shopping Unitset azon termék-összehasonlítási szolgáltatás vagy más néven azon árösszehasonlító szolgáltatás részének kell tekinteni, amelyet a Google kínált az internetfelhasználóknak.

331 A Google állításával ellentétben a jelen ügyben kifogásolt magatartás nem korlátozódik a Google Shopping specializált oldalának kedvező elhelyezés és megjelenítés általi kedvező kezelésére, és nem is a „kereszt támogatás” gyakorlatra vonatkozik. Itt a Google termékösszehasonlítási szolgáltatása egészének kedvezőbb kezeléséről van szó, amely a Shopping Unitset is magában foglalja.

- 332 Márpedig, amint azt a Bizottság a megtámadott határozat (412) preambulumbekzdésében helyesen megjegyzi, „[a Bizottság] azt állítja, hogy a Shopping Units elhelyezése és megjelenítése olyan eszközt kínál a Google számára, amely előnyben részesíti saját termékösszehasonlítási szolgáltatását”.
- 333 Amint az ugyanis a Bizottság részletes megállapításaiból kitűnik, amelyeket a Google sem cáfolt, a Shopping Units a termékadatbázisukat (a megtámadott határozat (414) preambulumbekzdése), az eredménykiválasztási mechanizmusukat (a megtámadott határozat (415) preambulumbekzdése) és az eredményüket tekintve szervesen kapcsolódik a Google Shoppinghoz, mivel a kereskedelmi honlapok ugyanazon céloldalára mutatnak (a megtámadott határozat (418) preambulumbekzdése). Ezenkívül a Shopping Units és a Google Shopping, amint az a Bizottság által az említett megállapítások alátámasztására benyújtott anyagokból is kitűnik, az internetfelhasználók és a kereskedők számára egyetlen szolgáltatásként és egyetlen élményként kerül megjelenítésre (a megtámadott határozat (420) preambulumbekzdése).
- 334 Ily módon az eladók nem tudják, hogy a Shopping Unitsben vagy a Google Shopping önálló weboldalán található termékkínálatukra való kattintásért fizetnek (a megtámadott határozat (417) preambulumbekzdése), míg az internetfelhasználókat arra hívják fel, hogy a Shopping Unitsre történő navigáció során egy címlink és egy „mindent mutat” link révén lépjenek a Google Shoppingra (a megtámadott határozat (419) preambulumbekzdése), és ily módon mind az eladók, mind pedig az internetfelhasználók számára a Shopping Units és a Google Shopping egy és ugyanazon termék-összehasonlítási szolgáltatásnak minősül.
- 335 Közelebbről hangsúlyozni kell, hogy a fenti 329. pontban említett különböző struktúrákban ismertetett valamennyi eredmény a Google árösszehasonlító szolgáltatásának eredménye volt. Az utóbbi által előadottakkal ellentétben az árösszehasonlító szolgáltatás nem csak akkor érdemli ki ezt a minősítést, ha olyan pontossági szintet képes elérni, amely lehetővé teszi egy és ugyanazon termékre vagy modellre vonatkozó különböző ajánlatok szolgáltatását, amint azt a Google specializált lapja tette. Az ilyen árösszehasonlító szolgáltatás több olyan terméket is kínálhat, amelyek kielégíthetik az internetfelhasználó igényeit, amint azt a Product Universals és a Shopping Units tette. Mindez egyszerre függ az árösszehasonlító szolgáltatás paramétereinek beállításától és az internetfelhasználó eredeti keresésének pontosságától. A Google nem írhatja elő az árösszehasonlító szolgáltatások általános meghatározását attól függően, hogy milyen módon állította be specializált oldala, a Product Universals vagy a Shopping Units paramétereit.
- 336 A jelen ügyben az árösszehasonlító szolgáltatások azon meghatározását kell elfogadni, amely a megtámadott határozat (191) preambulumbekzdésében szerepel, és amelyet a Törvényszék a fenti 328. pontban idézett fel, amelyet egyébként a Google sem kérdőjelezett meg. E tekintetben a Google maga jelzi a keresetlevélhez csatolt technikai kifejezések szöszedetében, hogy az aggregátor „olyan weboldal, amely különböző kereskedők áruinak és árukínálatának listáját tartalmazza, és amely lehetővé teszi a felhasználók számára, hogy azokat megkeressék és összehasonlítsák egymással”, továbbá pontosítja, hogy „a határozat” nevezi ezeket az oldalakat „termékösszehasonlítási szolgáltatásoknak”.
- 337 Ennek alapján mind a Froogle, a Google Product Search és a Google Shopping specializált oldalakat, mind a termékeredmény-csoportokat, különösen a Product Universalst, mind pedig a termék hirdetéseket, különösen a Shopping Unitset a Google által az internetfelhasználóknak kínált termék-összehasonlítási szolgáltatás, vagy más néven árösszehasonlító szolgáltatás részének kell tekinteni. Ezenkívül a Bizottság közelebbről a Shopping Unitset illetően többek között a megtámadott határozat (414)–(421) preambulumbekzdésében hangsúlyozta, hogy a

Shopping Units és a specializált oldal adatbázisa azonos, hogy műszaki infrastruktúrájuk és az eladókkal való kapcsolatuk nagyrészt azonos, hogy az eladóknak el kell fogadniuk, hogy ajánlatukat mindkét struktúrában megjelenítik, és hogy nem tudják, hogy a nekik kiszámlázott kattintások melyik struktúrából származtak, hogy az eladók fizetési rendszere azonos, valamint hogy mindkét struktúra internetes linkjei az eladói weboldalak azonos weboldalaira mutatnak. Következésképpen a valamelyik Shopping Unitben eszközölt kattintás az általános eredményoldalról indulva a Google árösszehasonlító szolgáltatása igénybevétele megnyilvánulásának, vagyis az ezen árösszehasonlító szolgáltatás számára hasznot hajtó forgalomnak volt tekinthető.

- 338 Pontosítani kell, hogy a megtámadott határozat egyes olyan megfogalmazásai, mint amilyenek a (408) és (423) preambulumbekkezdésben is szerepelnek, önmagukban és *prima facie* többértelműnek tűnhetnek. E megfogalmazások azonban nem kérdőjelezik meg a Bizottság által követett azon általános elemzést, amely szerint a Google árösszehasonlító szolgáltatását különböző formákban kínálták. Közelebbről a megtámadott határozat (423) preambulumbekkezdését a (414)–(421) preambulumbekkezdés folytatásaként kell értelmezni, amelyek annak bizonyítására irányulnak, hogy a Shopping Units és a Google Shopping ugyanazon egység alkotóelemei. E tekintetben rá kell mutatni, hogy a (422) preambulumbekkezdés kimondja, hogy az EGT hat országában egy bizonyos időszakban „a Google Shopping kizárólag kapcsolt weboldal nélkül, a Shopping Unit formájában létezett”.
- 339 E körülmények között a Bizottság helyesen állapíthatta meg, hogy a Shopping Units előnyben részesítette a Google termék-összehasonlítási szolgáltatását, függetlenül attól a kérdéstől, hogy egyébként közvetlenül előnyben részesítette-e a Google Shopping önálló weboldalát azáltal, hogy annak bevételt biztosított.
- 340 Következésképpen el kell utasítani a második jogalap második részét, amely szerint a Shopping Unitsben szereplő termékhirdetések nem biztosítanak előnyt a Google árösszehasonlító szolgáltatása számára.

c) A második jogalap harmadik részének azon elemeiről, amelyek szerint a Google már integrálja a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokat a Shopping Unitsbe, így nem állhat fenn részrehajlás

1) A felek érvei

- 341 A Google azt állítja, hogy már integrálja az árösszehasonlító szolgáltatásokból származó termékhirdetéseket a Shopping Unitsbe, így nem kifogásolható vele szemben, hogy a saját árösszehasonlító szolgáltatását részesítené előnyben. Ily módon megjegyzi, hogy ő szervezi össze az árösszehasonlító szolgáltatások által kínált termékekre vonatkozó hirdetéseket a katalógus- és indexáló rendszerekkel, valamint hogy ugyanolyan minőségi ellenőrzéseket végez, mint amelyeket más hirdetőik hirdetéseire alkalmaz.
- 342 Több európai árösszehasonlító szolgáltatás – köztük az Idealo, a Twenga, a Ceneo, a Check24, a Heureka és a Kelkoo – sikerrel él e lehetőségekkel, és milliányi termékhirdetést helyez el a Google-ön. A Google e tekintetben vitatja a megtámadott határozat (344) és (371) preambulumbekkezdésben kifejtett azon állítást, amely szerint „a versengő

termék-összehasonlítási szolgáltatások kizárólag generikus eredményekként jelenhetnek meg”. A Bizottság valójában nem vitatja azt a tényt, hogy az árösszehasonlító szolgáltatások részt vehetnek a Shopping Unitsben.

- 343 Éppen ellenkezőleg, a tényállást közlő levélben a Bizottság megjelölte, hogy a Microsoft általános Bing keresőmotorja milyen módon tüntette fel a termék hirdetéseket és szerepeltette a Kelkoo korrekciós intézkedésekre vonatkozó javaslatát az állítólagos jogsértés megszüntetésére. Márpedig e két megközelítés megfelel annak, amit a Google már megtett.
- 344 A Bizottság azt állítja, hogy a Shopping Unithoz való hozzáférés megköveteli, hogy az árösszehasonlító szolgáltatások vásárlási funkció hozzáadásával megváltoztassák a gazdasági modelljüket, vagy hogy „közvetítői minőségben” működjenek (a megtámadott határozat (439) preambulumbekzdése). A Bizottság azonban a megtámadott határozatban nem fejt ki és nem is támasztotta alá ezt a kifogást. Nem jelöli meg azokat a sajátos aggályokat, amelyek azon feltételekkel kapcsolatosak, amelyeket az árösszehasonlító szolgáltatásoknak teljesíteniük kell ahhoz, hogy részt vegyenek a Shopping Unitsben, és nem fejt ki, hogy e feltételek mennyiben összeegyeztethetetlenek a versenyszabályokkal.
- 345 A Bizottság vitatja ezeket az érveket. A BDZV megjegyzi, hogy a versengő árösszehasonlító szolgáltatások nem jelenhetnek meg a Shopping Unitsben, mivel ehhez létre kellene hozni egy „Google Merchant Center” számlát, ami kereskedői minőséget igényel, azaz a Google iránymutatása szerint a vásárlás lehetővé tételét közvetlenül a weboldalon. Márpedig a BDZV emlékeztet arra, hogy az árösszehasonlító szolgáltatások az eladók honlapjaira irányítják az internetfelhasználókat. Ami a Shopping Unitsben való megjelenés érdekében az árösszehasonlító szolgáltatások számára fenntartott két lehetőséget illeti (a vásárlás gomb hozzáadása vagy az, hogy az eladók közvetítői lesznek) a BDZV kifejti, hogy azok alapvetően megváltoztatják a gazdasági modelljüket, és valószínűtlen, hogy meggyőzik az eladókat arról, hogy értékesítéseiket az árösszehasonlító szolgáltatásokra bízzák, mivel az eladók főszabály szerint meg kívánják őrizni az ügyfelekkel fennálló kapcsolat feletti ellenőrzést. Ez az oka annak, hogy csak igen kis számú árösszehasonlító szolgáltatás használhatta a Shopping Unitset.

2) A Törvényszék álláspontja

- 346 A megtámadott határozat (439) preambulumbekzdésében a Bizottság megállapította, hogy a versengő árösszehasonlító szolgáltatások nem vehetnek részt a Google Shoppingban, kivéve ha megváltoztatják a gazdálkodási modelljüket, illetve hozzáadnak egy „vásárlás” gombot, valamint ha közvetítőként járnak el annak érdekében, hogy az eladók fizetős termékeredményeit elhelyezzék a Shopping Unitsben.
- 347 Ily módon a megtámadott határozat (220) preambulumbekzdésének 2. pontjából kitűnik, hogy a Google jelezte a Ceneo lengyel termékösszehasonlítási szolgáltatás felé, hogy csak akkor tud részt venni a Google Shoppingban, és szerepelhet a Shopping Unitsben, ha felveszi az online eladók vagy a kereskedelmi platformok (a Google Shopping fő ügyfelei) tulajdonságait, akár a közvetlen vásárlási funkció bevezetésével, illetve azzal, hogy „[honlapját] az üzletekhez hasonlóvá teszi”, akár azzal, hogy „az egyes eladók nevében termékeket ajánl a Google-nak” a Shopping Unitban való megjelenítés céljából, feltéve hogy a landing oldal „nem kelti azt a benyomást, hogy [termék] összehasonlító oldal”.

- 348 Ennélfogva, amint az a megtámadott határozat fenti 346. és 347. pontban hivatkozott (439) és (220) preambulumbekzdéséből kitűnik, a versengő árösszehasonlító szolgáltatások önmagukban nem voltak jogosultak arra, hogy szerepeljenek a Shopping Unitsben. Amint azt a Google a keresetlevélben megerősíti, oda csak úgy kerülhetnek be, ha gazdasági modelljüket vásárlási gomb hozzáadásával megváltoztatják, vagy közvetítőként járnak el abból a célból, hogy termékeket ajánlanak a Google-nak az internetes eladók nevében. Amint az a keresetlevélből és a válaszból kitűnik, a Google ezt nem vitatja.
- 349 Márpedig, amint azt a BDZV hangsúlyozza, az ilyen lehetőségek alapvetően megváltoztatják az árösszehasonlító szolgáltatás gazdasági modelljét. Ily módon a megtámadott határozat (240) preambulumbekzdéséből kitűnik, hogy a közvetlen vásárlási funkció különbözteti meg az internetfelhasználók és az eladók szempontjából a kereskedelmi platformokat a termék-összehasonlítási szolgáltatásoktól.
- 350 Amint azt ugyanis a megtámadott határozat (240) preambulumbekzdése kifejti, az ilyen funkció hozzáadása azt eredményezheti, hogy az internetfelhasználók már nem tekintik a szolgáltatást termékösszehasonlítási szolgáltatásnak. Az ilyen kiegészítés a nyújtott szolgáltatások jogi hátterének megváltoztatásához, és főként a termék-összehasonlító oldal és az ügyfelei közötti kapcsolat átalakulásához vezethet. Amint ugyanis az a megtámadott határozat (221) preambulumbekzdéséből is kitűnik, a nagy eladók többsége nem támogatja a „vásárlás” gomb hozzáadását az árösszehasonlító szolgáltatások honlapjain, mivel ezen eladók „meg kívánják őrizni az átfogó ellenőrzést kiskereskedelmi tevékenységük (ideértve a merchandisingstratégiát, az ügyfelekkel való kapcsolattartást és az ügyletkezelést) felett”. Márpedig az eladók önállóságának ilyen fenntartása jelenti – a termékeik azon vásárlóival fennálló értékesítési viszonyukban, akik igénybe vették az árösszehasonlító szolgáltatásokat – az árösszehasonlító szolgáltatások egyediségét az olyan, például az Amazonhoz hasonló platformokkal szemben, amelyek maguk látják el az értékesítési funkciót az ezeket használó eladók számára, és amelyeket az árösszehasonlító szolgáltatásokban termékeket elhelyező eladók versenytársaknak tekintenek. Egyébként ez az oka annak, hogy – amint az a megtámadott határozat (241) preambulumbekzdéséből is kitűnik, és amint azt a BDZV hangsúlyozza – csak igen kis számú árösszehasonlító szolgáltatás vezette be ezt a funkciót (7 a Google által azonosított 361 versengő árösszehasonlító szolgáltatás közül), és e kevés árösszehasonlító szolgáltatás a szóban forgó funkciót csak kis számú eladó és ajánlat tekintetében vezette be. E tekintetben az említett preambulumbekzdésből kitűnik, hogy az Idealonak, amely a legnagyobb termékösszehasonlítási szolgáltatás a Google Shopping után Németországban, 2015-ben csak eladónak kevesebb mint 5%-át sikerült meggyőznie arról, hogy helyezzenek el egy „vásárlás” gombot.
- 351 Egyébiránt a versengő árösszehasonlító szolgáltatások számára annak érdekében kínált alternatíva, hogy a Shopping Unitsben jelen lehessenek, vagyis az, hogy közvetítőként járnak el, szintén arra kötelezi őket, hogy megváltoztassák a gazdasági modelljüket, mivel ebben az esetben a szerepük abban áll, hogy a termékeket úgy helyezték el a Google árösszehasonlító szolgáltatásában, mint ahogy egy eladó tenné, és e szerep immár nem a termékek összehasonlítása. Így ahhoz, hogy hozzáférjenek a Shopping Unitshez, a versengő árösszehasonlító szolgáltatásoknak a Google árösszehasonlító szolgáltatásának ügyfeleivé kell válniuk, és le kell mondaniuk arról, hogy annak közvetlen versenytársai legyenek.
- 352 Ezt az értékelést nem cáfolják a Google azon érvei, amelyek szerint a már a Bing által a termék hirdetések megjelenítésére alkalmazott módszert alkalmazza, valamint a Kelkoo állítólagos jogsértés megszüntetését célzó korrekciós intézkedésekre vonatkozó javaslata sem. A

Google e tekintetben azt állítja, hogy ahogy a saját termékhirdetése, azaz a Shopping Units esetében, a Bing által megjelenített hirdetéseknek azokra az oldalakra kell mutatniuk, amelyeken a felhasználók megvásárolhatják az érintett ajánlatot, és amint azt a Kelkoo javasolja, átveszi a harmadik személy árösszehasonlító szolgáltatás adatait az adatáramlásokban, és ezt követően saját algoritmusai segítségével szervezi ezeket az adatáramlásokat.

- 353 Mindazonáltal egyrészt a Google beadványaiban nem bizonyítja, hogy a Kelkoo által javasolt módszert alkalmazta volna. Ez utóbbi egyébként vitatja ezt, és az iratanyaghoz csatol egy olyan iratot, amely bemutatja, hogy a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit hogyan kellene kezelni az egyenlő bánásmód biztosítása érdekében. A Kelkoo e tekintetben megjegyzi, hogy a Google által a keresetlevélben hivatkozott azon nyilatkozatban, amely szerint elfogadta, hogy a Google már alkalmazta a kért korrekciós intézkedéseket, távolról sem ismerte el, hogy a Bizottság által felvetett versenyjogi aggályok megoldódtak, hanem a Google azon állítását kifogásolta, amely szerint ez utóbbi nem alkalmazhatott azonos eljárásokat és módszereket saját eredményeire és a versengő eredményekre. Bár a Google valóban lehetővé teszi – amint azt a Kelkoo a Google által a kifogásközlésére adott válaszhoz fűzött észrevételeiben sugallta – a kereskedők számára, hogy termékkészletüket tartalmazó adatfolyamokat küldjenek neki, az árösszehasonlító szolgáltatásoknak – amint azt a Törvényszék a fenti 348. pontban kifejtette – üzleti modellt kell váltaniuk, ami semmi esetre sem ad választ a Kelkoo aggodalmára.
- 354 Másrészt, még ha feltételezzük is, amint arra a Google a keresetlevélben rámutat, hogy „a Bing termékhirdetéseinek olyan oldalak felé kell irányulniuk, amelyeken a felhasználók termékeket vásárolhatnak”, ez nem felel meg a versennyel kapcsolatban azonosított problémának. A jelen ügyben ugyanis nem a Microsoft által a Bing keresőmotorja révén tanúsított magatartásáról van szó, amely egyébként nincs erőfölényben az általános keresési piacon, hanem a Google magatartásáról. Márpedig az a tény, hogy a Bing hirdetései az internetfelhasználókat szintén a kereskedők felé irányítják, nem zárhatja ki a Google-lal szemben kifogásolt magatartás versenyellenes jellegét.
- 355 E körülmények között el kell utasítani a Google által a második jogalap harmadik részében felhozott azon érveket, amelyek szerint a versengő árösszehasonlító szolgáltatások már a Shopping Units részét képezték, így nem lehet szó részrehajlásról.

3. Az arra alapított harmadik és negyedik jogalapról, hogy a szóban forgó magatartásoknak nem voltak versenyellenes hatásai

- 356 Mind a harmadik, mind a negyedik jogalap a szóban forgó magatartások hatásaira vonatkozik. A harmadik jogalap azoknak a Bizottság által bemutatott jelentős következményeknek a vitatására irányul, amelyek a Google általános eredményoldalairól a különböző árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalmat érintik. A negyedik jogalap annak vitatására irányul, hogy e magatartások versenyellenes hatást gyakoroltak a különböző azonosított piacokra. Ezek a szempontok egymáshoz kapcsolódnak. Amint ugyanis arra a Törvényszék a fenti 65–67. pontban rámutatott, a Bizottság a megtámadott határozatban lényegében úgy ítélte meg, hogy a szóban forgó magatartások módosították ezt a forgalmat, ami különböző jellegű versenyellenes hatásokat eredményezett az érintett piacokon. E körülmények között az e forgalmat érintő jelentős következmények bizonyításának hiánya szükségszerűen azt jelenti, hogy hiányoznak az érintett piacokra gyakorolt versenyellenes hatások megállapításának előfeltételei. Hasonlóképpen, az e forgalmat érintő jelentős következmények bizonyított mértéke hatással van a piacra gyakorolt versenyellenes hatások megállapítására vagy annak elmaradására.

357 Először is meg kell tehát vizsgálni a Google általános eredményoldalairól a különböző árösszehasonlító szolgáltatások (köztük az övé) felé irányuló forgalmat érintő jelentős következményekre vonatkozó kifogásait, mielőtt megvizsgálánk a Google e magatartások versenyellenes hatásainak hiányára vonatkozó érveit.

a) A harmadik jogalap első részéről, amely szerint a Bizottság nem bizonyította, hogy a szóban forgó magatartások a Google általános eredményoldalairól a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom csökkenését eredményezték

1) A felek érvei

358 A harmadik jogalap első részében a Google azt állítja, hogy a Bizottság a megtámadott határozat 7.2.3.2. részében tévesen állapította meg, hogy a szóban forgó magatartások szinte valamennyi versengő árösszehasonlító szolgáltatás esetében „tartósan” „a generikus keresés forgalmának csökkenését eredményezték” (a (462) preambulumbekkezdés). Bár számos grafikont ismertet, amelyek a Google által a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló keresési forgalom alakulását mutatják, semmilyen okozati összefüggést nem bizonyít e változás és a szóban forgó magatartások között. A CCIA is e bizonyítás hiányára hivatkozik. Márpedig a Bizottságnak bizonyítania kellett volna, hogy az általa megállapított csökkenés a Product Universals és a Shopping Units elhelyezésének és megjelenítésének tudható be. A Bizottság nem szorítkozhatott volna az okozati összefüggés vélelmezésére, amint az a 2012. december 6-i AstraZeneca kontra Bizottság ítéletből (C-457/10 P, EU:C:2012:770, 199. pont) következik.

359 Az e tekintetben a CCIA által támogatott Google szerint a Bizottságnak kontrafaktuális elemzést kellett volna végeznie, és meg kellett volna vizsgálnia, hogy a keresőforgalma miként alakult volna, ha a Product Universals és a Shopping Units elhelyezésére és megjelenítésére vonatkozó szóban forgó magatartásokat nem tanúsították volna. Márpedig a megtámadott határozatban a Bizottság a Google általános eredményoldalairól a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom csökkenését más magatartásoknak tulajdonította, amelyeket jogszerűnek ítélt, azaz a generikus eredmények besorolásában bizonyos típusú weboldalakat hátra soroló kiigazítási algoritmusok bevezetésével előidézett változásoknak. Ellentétben azzal, amit a Bizottság az ellenkérelemben állít, a kontrafaktuális elemzés nem indulhat ki abból a feltételezésből, hogy felhagynak a generikus eredmények kiigazítási algoritmusainak alkalmazásával, amelyek alkalmasak az árösszehasonlító szolgáltatások hátrasorolására, mivel ezeket az algoritmusokat nem kérdőjelezték meg, amit a Google több beavatkozási beadványra, például a Kelkoo ezen algoritmusokat kifogásoló beavatkozási beadványára vonatkozó észrevételeiben megismétel. A Google számára a megtámadott határozatnak való megfelelés érdekében adódó, a Bizottság ellenkérelmében ismertetett alternatíva, vagyis a Shopping Units elhagyása vagy a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felvétele abba ugyanis egyik esetben sem vonja maga után ezen algoritmusok feladását. A CCIA e tekintetben hangsúlyozza, hogy a megfelelő kontrafaktuális forgatókönyv egyszerűen az, amely az állítólagos visszaélés nélküli helyzetnek felel meg, másként fogalmazva, annak azon a helyzeten kellett alapulnia, amelyben felhagynak a Product Universalsszal és a Shopping Unitsszel, a generikus eredmények osztályozásának változásai azonban fennmaradnak. A Foundem által beavatkozási beadványában előadott azon érvre válaszul, amely szerint abszurd lenne, ha a Google lemondana a termékeredményekről vagy a termék hirdetésekről, anélkül hogy lemondana azon kiigazítási algoritmusairól is, amelyek a generikus eredményeken belül a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokat hátra sorolhatják, a Google előadja, hogy ennek ellenére számos országban, többek között Európában is ezt teszi, ami

azt bizonyítja, hogy az általa javasolt kontrafaktuális elemzés nem hipotetikus, valamint hogy az említett algoritmusok kizárólag az eredmények minőségével kapcsolatos problémákkal indokolhatók.

- 360 Márpedig a Google szerint a Bizottság által hivatkozott két ténycsoportnak éppen azt kellene eredményeznie, hogy a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom csökkenését a generikus osztályozás kiigazítási algoritmusok által kiváltott változásainak tulajdonítják, nem pedig a Product Universals és a Shopping Units elhelyezésének és megjelenítésének. Ily módon a megtámadott határozat (464)–(474) preambulumbekzdéséből kitűnik, hogy az abban említett versengő árösszehasonlító szolgáltatások egyike sem állítja, hogy a Product Universals és a Shopping Units megjelenítése volt a forgalomveszteség oka. Ellenkezőleg, egyesek kifejezetten elutasították ezt a kapcsolatot. Hasonlóképpen, a Bizottság által a megtámadott határozat (475)–(477) preambulumbekzdésében felhasznált második ténycsoport a versengő árösszehasonlító szolgáltatások generikus eredményekben fennálló láthatóságának „a Panda algoritmus bevezetését vagy frissítését követő” megváltozására vonatkozik. A megtámadott határozat más preambulumbekzdésekben olyan értékeléseket is tartalmaz, amelyek szerint e szolgáltatások láthatósága „a Panda algoritmus beindítását követően” visszaesett, illetve hasonló értékeléseket (a (361), (367), (513) és (514) preambulumbekzdés), míg a versengő árösszehasonlító szolgáltatások generikus eredmények között történő Google általi besorolása, ideértve a Pandához hasonló kiigazítási algoritmusok alkalmazását is, nem képezi részét a visszaélészerűnek tekintett magatartásoknak.
- 361 E tekintetben a megtámadott határozat (661) preambulumbekzdése kimondja, hogy a szóban forgó magatartások kizárólag abban állnak, hogy a Google „nem alkalmazta” a generikus eredmények tekintetében előírt kiigazítási algoritmusait (közelebbről a Pandát) a Product Universals és a Shopping Units esetében. Ez egyértelműen kitűnik a megtámadott határozatban az állítólagos visszaélészerű magatartás földrajzi kiterjedésének és időtartamának körülhatárolásából, amely magatartás csak a Product Universals vagy a Shopping Units felhasználásával érintett országokra vagy időszakokra terjed ki. Ezért a Google szerint, mivel a Product Universalsszal felhagytak, a Shopping Units egyszerű megszüntetése véget vetne a Bizottság által megállapított jogsértésnek.
- 362 A megfelelő kontrafaktuális elemzés a Google szerint megerősítette volna, hogy a Bizottság által kifogásolt magatartások önmagukban semmilyen hatást nem gyakoroltak a Google általános eredményoldalairól a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalomra.
- 363 Ily módon először is, ez a forgalom hasonló módon alakult azokban az országokban, ahol a Product Universalst és a Shopping Unitset bevezették, és azokban, ahol nem. A Google e tekintetben benyújtja az úgynevezett „különbségeken belüli különbségek” elemzését, és olyan kontrafaktuális foratókönyvre hivatkozik, amelyben a Product Universalst és a Shopping Unitset nem, vagy később vezették be. A Google ily módon összehasonlítja a 2004 és 2014 között az Egyesült Királyságban és Írországban, Németországban és Ausztriában, Franciaországban és Belgiumban, valamint Hollandiában és Belgiumban fennálló helyzetet, minden esetben a Google árösszehasonlító szolgáltatásával versengő, mindkét összehasonlított országban működő mintegy tíz szolgáltatás vonatkozásában. Az összehasonlítást olyan diagramok formájában szemléltetik, amelyek a két összehasonlított országban az egyes árösszehasonlító szolgáltatások forgalmi görbéit tartalmazzák. Például a Google általános eredményoldalairól a franciaországi – ahol a Product Universals és a Shopping Units bevezetésre került – Twenga árösszehasonlító szolgáltatás felé irányuló forgalom fejlődése összevethető e forgalom alakulásával Belgiumban, ahol az említett szolgáltatásokat nem vezették be. Márpedig, még ha a forgalom volumene eltérő

is lehet az egyes másik országhoz hasonlított országokban, a forgalom időbeli alakulása nagymértékben hasonlóknak tűnik. A Bizottságnak a megtámadott határozatban ezen elemzésre vonatkozó értékelése két okból is téves. Elsősorban, az (520) preambulumbekzdésben tévesen állapítja meg, hogy az elemzés nem veszi figyelembe az általános keresést kiigazító algoritmusok – többek között a Panda – hatását. Másodsorban, az (521) preambulumbekzdésben tévesen állapítja meg, hogy a forgalom nem ugyanolyan módon alakult az összehasonlított országokban azt megelőzően, hogy a Product Universals és a Shopping Units ezen országok egyikében megjelent.

364 Másodszor, a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom nem változik, ha a Product Universalst és a Shopping Unitset megszüntetik. 2011-ben a Bizottság azt kérte a Microsofttól, hogy végezzen olyan kísérletet („Bing Answers experiment”), amely a Product Universals típusú keresési eredmény megszüntetésében állt a Bing keresőmotorján a felhasználók egyik csoportja számára, valamint hogy hasonlítsa össze a helyzetet egy másik felhasználói csoport helyzetével, amelynek továbbra is rendelkezésére állnak e specializált eredmények. Márpedig az e kísérletből származó adatok azt mutatják, hogy a Product Universals típusú eredmények megjelenítése vagy ennek elmaradása jelentéktelen hatással volt az árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalomra. A Google maga is hasonló, úgynevezett „kiemelési” kísérletet folytatott a Shopping Units vonatkozásában, amely hasonló eredményekhez vezetett. A versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló, a Shopping Unitset nem látó felhasználók csoportja által generált forgalom és az azt látó csoport által generált forgalom közötti különbség e szolgáltatók teljes forgalmának csekély százalékát teszi ki, jóval azon szint alatt, amelyet a Bizottság a kifogásközlés 446. pontjában, valamint a megtámadott határozat (571) és (581) preambulumbekzdésében a versenyre hatást nem gyakorló arányként jelölt meg, még akkor is, ha az árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom közel 20%-os részesedésére hivatkozik. Ráadásul a Bizottság a megtámadott határozat (523) preambulumbekzdésében tévesen állítja, hogy a kiemelési kísérlet sem veszi figyelembe az általános keresési algoritmusok, különösen a Panda algoritmus hatását.

365 Ami a Bizottság által a kiemelési kísérletből származó adatokat újra felhasználva – álláspontja szerint annak kijavítása érdekében – elvégzett számításokat illeti, amelyekhez a megtámadott határozat (524)–(535) preambulumbekzdésében fűzött megjegyzéseket, a Google azt állítja, hogy azok tévesek. Az első számítást illetően ugyanis, amely a megtámadott határozat 22. táblázatában szerepel, nincs alapja egy olyan forgatókönyv elfogadásának, amint azt a Bizottság tette, amelyben egy árösszehasonlító szolgáltatás mindig az első négy generikus találat között jelenik meg. Ezenkívül a Google-nak nem volt lehetősége arra, hogy a közigazgatási eljárás során megjegyzéseket fűzzön e számításhoz, megsértve ezzel a védelemhez való jogát. A második, a megtámadott határozat 23. táblázatában szereplő számítást illetően, amelyet a kizárólag a termékekre vonatkozó keresésekből kiindulva végeztek, és amelyet a Bizottság a Shopping Unitset rendes esetben megjelenítő keresésekhez hasonlóknak tekintett, a Bizottság figyelmen kívül hagyta, hogy az árösszehasonlító szolgáltatások számos olyan termékkeresésből származó jelentős generikus forgalomban is részesültek, amelyek esetében a Shopping Units nem jelent meg. A Bizottság azt a tényt is figyelmen kívül hagyta, hogy az árösszehasonlító szolgáltatások forgalmának körülbelül 50%-a a Google általános eredményeitől eltérő forrásokból érkezett, ami kitűnik a megtámadott határozatban szereplő 24. táblázatból. Ezt a forgalmat figyelembe kell venni a Shopping Units jelenléte által a forgalomra gyakorolt hatás értékelése során. Ha ugyanis bebizonyosodna, hogy a Google-tól származó keresőforgalom csökkenése csekély mértékű volt az árösszehasonlító szolgáltatások teljes forgalmához képest, akkor annak nem lehetett hatása a versenyre. Márpedig e tekintetben a Bizottság a megtámadott határozat

(539) preambulumbekzdésében annak kijelentésére szorítkozott, hogy az állítólagosan eltérített forgalom az árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom „jelentős részét” tette ki, anélkül hogy ezt valaha is bizonyította volna.

- 366 Harmadszor, a megtámadott határozatban a Bizottság nem vette figyelembe sem az ágazat általános fejlődését, sem a felhasználók preferenciáinak változását, amit az Amazonhoz hasonló olyan kereskedelmi platformok nagy népszerűsége illusztrál, amelyek alternatívát jelentenek a termékek összehasonlítására irányuló keresésekhez képest. Mivel a kereskedelmi platformok népszerűbbé váltak, a Google generikus eredményei között történő besorolásuk maga is javult az árösszehasonlító szolgáltatások forgalmához képest, függetlenül attól, hogy ugyanazon a piacon szerepelnek. A Google általános eredményeiből származó, egyrészt a kereskedelmi platformok, másrészt az árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom alakulásának összehasonlítása megerősíti ezt az elemzést. Az árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom 2008-tól stagnált, míg a platformok felé irányuló forgalom tovább növekedett. Míg a Google belső dokumentumai szerint az Amazon vált a termékkeresések „eredményeire, gyorsaságára és minőségére vonatkozó” referenciaponttá, az árösszehasonlító nem fejlesztették szolgáltatásaikat, amit az ügyiratokban szereplő értékelések is megerősítenek.
- 367 A Bizottság, a BEUC, a Foundem, a VDZ, a BDZV, a Visual Meta, a Twenga, az EFTA Felügyeleti Hatóság, a Kelkoo és a Németországi Szövetségi Köztársaság vitatja a Google érveit.

2) A Törvényszék álláspontja

- 368 A Google lényegében arra hivatkozik, hogy a Bizottság nem bizonyította, hogy a szóban forgó magatartások az általános eredményoldalairól a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom csökkenését eredményezték. A Google szerint ugyanis ez a forgalomcsökkenés, amelyet nem vitat, kizárólag az algoritmusoknak, különösen a Panda algoritmusnak tudható be, amit a Bizottság nem vitatott. Nem áll fenn okozati összefüggés a Google saját árösszehasonlító szolgáltatása Bizottság által neki felrött népszerűsítése és az utóbbi által azonosított hatás, azaz a versengő árösszehasonlító szolgáltatásoknak a Google általános eredményoldalairól származó forgalom csökkenése miatti kiszorulása között.
- 369 Mindazonáltal előjáróban hangsúlyozni kell, hogy – amint azt a Bizottság hangsúlyozza, és amint azt a Törvényszék a fenti 69. pontban kifejtette – a Google megtámadott határozatban kifogásolt magatartása két magatartás kombinációjából áll, nevezetesen egyrészt abból, hogy általános eredményoldalain szembetűnően és vonzó módon jelenítette meg árösszehasonlító szolgáltatásait az erre szolgáló „boxokban”, anélkül hogy alkalmazták volna azokra az általános keresésre használt kiigazítási algoritmusokat, másrészt pedig abból, hogy ezzel egyidejűleg a versengő árösszehasonlító szolgáltatások csak általános keresési eredményként (kék link) jelentek meg ezeken az oldalakon, ami jellemzően rossz helyezéssel jár a rangsorban, az említett kiigazítási algoritmusok alkalmazása miatt. Emlékeztetni kell arra is, hogy a Google árösszehasonlító szolgáltatása, csakúgy mint a Google egyéb szolgáltatásai, soha nem jelenik meg általános keresési eredmények formájában.
- 370 A Bizottság a megtámadott határozat (440) és (537) preambulumbekzdésében kifejtette, hogy nem magukat a Google által választott, releváns kritériumnak minősülő kiválasztási kritériumokat vonja kétségbe, hanem azt a tényt, hogy az árösszehasonlító szolgáltatása és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit nem azonos módon kezelik az elhelyezés és megjelenítés szempontjából.

- 371 Ehhez hasonlóan a Bizottság a megtámadott határozat (538) preambulumbekzdésében kifejtette, hogy nem önmagában a Google által relevánsnak ítélt termék-összehasonlítások specializált eredményeinek kiemelését vitatja, hanem azt a tényt, hogy ugyanilyen kiemelésre nem kerül sor ezzel egyidejűleg saját árösszehasonlító szolgáltatása és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások tekintetében.
- 372 A Bizottság lényegében azokat az egymással összefüggő magatartásokat kérdőjelezi meg, amelyek egyrészt kiemelik a Google árösszehasonlító szolgáltatását, másrészt pedig háttérbe szorítják a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokat a Google általános eredményoldalain. Ebből következik, hogy ezen összefüggő magatartások hatásainak elemzése nem végezhető el oly módon, hogy e magatartások egyik aspektusának hatásait elkülönítik e magatartások másik aspektusának hatásaitól.
- 373 Amint azt a Google maga is hangsúlyozza, önmagában és külön vizsgálva e magatartások egyik aspektusa sem eredményezett a versennyel kapcsolatos kifogást a Bizottság részéről. Ugyanakkor ezen aspektusok mindegyikét a másikkal együtt hajtották végre azon időszakok és területek vonatkozásában, amelyek tekintetében a Bizottság úgy vélte, hogy megsértették az EUMSZ 102. cikket, és azok együttes végrehajtását tekintette a Bizottság versenyellenesnek.
- 374 Következésképpen a hatások elemzésének figyelembe kell vennie mind a generikus eredményekre vonatkozó kiigazítási algoritmusok, különösen a Panda algoritmus alkalmazásának hatásait, mind pedig a Google árösszehasonlító szolgáltatásának kiemelését a Product Universals és a Shopping Units segítségével. Ennélfogva, ellentétben azzal, amit lényegében a Google állít, a szóban forgó magatartások versengő árösszehasonlító szolgáltatásokra gyakorolt hatásainak elemzése nem korlátozódhat arra a hatásra, amelyet a Google árösszehasonlító szolgáltatása eredményeinek a Product Universalsban és a Shopping Unitsben való megjelenése gyakorolhatott azokra – amely e magatartások két aspektusa közül csak az egyiknek felel meg –, hanem figyelembe kell vennie a generikus eredmények kiigazítási algoritmusai alkalmazásának hatását is. Amint azt a Bizottság állítja, az olyan forgatókönyvek összehasonlítása egy kontrafaktuális elemzés keretében, a Google eljárásához hasonlóan, amelyekben kizárólag a magatartásoknak a Product Universals vagy a Shopping Units megjelenítéséhez kapcsolódó összetevője változik, a kiigazítási algoritmusok hatásának semlegesítését eredményezi, mivel ez utóbbi ugyanaz marad valamennyi ilyen összehasonlítás mindkét forgatókönyvében.
- 375 Ebből az következik, hogy el kell utasítani a Google arra vonatkozó kifogásait, hogy a Bizottság a szóban forgó magatartások versengő árösszehasonlító szolgáltatásokra gyakorolt hatásainak felmérése érdekében figyelembe vette a generikus eredmények kiigazítási algoritmusainak a Google általános eredményoldalairól a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalomra gyakorolt hatását, valamint hogy a Google által bemutatott kutatások, amelyek pusztán arra irányulnak, hogy felmérjék a Product Universals és a Shopping Units megjelenése által e forgalomra gyakorolt konkrét hatást, mint a „különbségeken belüli különbségek” elemzése, illetve a kiemelési kísérlet, nem elégségesek a szóban forgó magatartások által a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokra gyakorolt hatás tükrözéséhez.
- 376 Ily módon, mivel a jelen ügyben a versenyellenesnek tekintett helyzet összefüggő magatartásoknak felel meg, a Google által érvényesen előadható egyetlen kontrafaktuális forgatókönyv az volt, amelyben e magatartások egyik összetevőjét sem hajtották végre, különben csak részben lehet megérteni az említett összefüggő magatartások összefüggő hatásait.

- 377 Végeredményben a feltételezett versenyellenes magatartások piacra gyakorolt hatásainak elemzéséhez a megbízható kontrafaktuális forgatókönyv azonosítása, vagyis a vizsgált magatartások hiányában bekövetkező események és az ebből eredő helyzet azonosítása a jelen ügghöz hasonló helyzetben esetleges lehet, sőt, lehetetlennek bizonyulhat, ha ez a kontrafaktuális forgatókönyv nem létezik a valóságban egy olyan piac vonatkozásában, amely eredetileg hasonló jellemzőkkel bírt, mint az a piac vagy piacok, ahol az említett magatartásokat tanúsították. Főszabály szerint ugyanis, amikor létező versenyviszonyokról, és nem csupán az esetleges vagy potenciális versenyről van szó, a megbízható kontrafaktuális forgatókönyvnek meg kell felelnie egy valós, eredetileg hasonló helyzetnek, amelynek alakulását azonban nem érinti valamennyi szóban forgó magatartás. Az ilyen kontrafaktuális forgatókönyvnek a magatartás tárgyát képező piacon fennálló helyzettel való összehasonlítása során általában megállapíthatók e magatartások tényleges hatásai, elszigetelve azokat a más okok miatt bekövetkezett változásoktól. E tekintetben az ilyen helyzetben két valós változást összevető kontrafaktuális elemzés különbözik a potenciális hatások értékelésétől, amely – noha reálisnak kell lennie – egy valószínű helyzet leírásához vezet.
- 378 Ily módon a bizonyítási teher fenti 132–134. pontban felidézett megosztása keretében a Google által előadottakkal ellentétben az EUMSZ 102. cikkbe ütköző jogsértés bizonyítása érdekében – különösen ami a magatartások versenyre gyakorolt hatásait illeti – a Bizottság nem kötelezhető arra, hogy önként vagy a szóban forgó vállalkozás által előterjesztett összehasonlító elemzésre reagálva következetesen a fent hivatkozott értelemben vett kontrafaktuális forgatókönyvet alakítsa ki. Ez egyébként annak bizonyítására kötelezné, hogy a szóban forgó magatartás tényleges hatásokkal járt, ami – amint azt a Google negyedik jogalapja első részének vizsgálata keretében részletesebben felidézzük a lenti 441. és 442. pontban – nem kötelező az erőfölénnyel való visszaélés területén, ahol elegendő a potenciális hatások fennállásának bizonyítása.
- 379 Valamely magatartásnak a piacra gyakorolt potenciális hatásai, illetve tényleges hatásai (ha a Bizottság ezeket meghatározza) Bizottság általi értékelésének vitatása érdekében a szóban forgó vállalkozás valóban hivatkozhat kontrafaktuális elemzésre. Ez utóbbinak azonban a kifogásolt magatartás teljes hatásának, nem pedig részleges hatásainak megállapítását kell lehetővé tennie.
- 380 A jelen ügyben, noha a Bizottság maga dolgozta ki a megtámadott határozat 23. táblázatát a Google kiemelési kísérletének adatai alapján (a Google részéről e kísérlet ismertetésére reagálva), nem állította, hogy az kontrafaktuális forgatókönyvnek minősül. Amint ugyanis a Bizottság a megtámadott határozat (523) és azt követő preambulumbeközdéseiben kifejti, e táblázat csak a szóban forgó magatartások két aspektusának egyikét veszi figyelembe, nevezetesen a Shopping Units megjelenése által az általános eredményoldalról a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalomra gyakorolt konkrét hatás felmérését. Mindazonáltal, amint az a fenti 378. pontból kitűnik, a Google nem kifogásolhatja eredményesen, hogy a Bizottság nem készített kontrafaktuális forgatókönyveket.
- 381 Egyébként pontosítani kell, hogy hatástalan a Google fenti 365. pontban említett azon érve, amely szerint nem volt lehetősége megjegyzéseket fűzni a megtámadott határozat 22. táblázatához vezető számításhoz, ami sértette a védelemhez való jogát. E közbenső számítás ugyanis, amely ezt követően lehetővé tette a Bizottság számára a fenti 380. pontban hivatkozott 23. táblázat kidolgozását, csak arra irányult, hogy részletesen válaszoljon a Google által a közigazgatási eljárás során már benyújtott, a fenti 375. pontból kitűnően pontatlan kontrafaktuális elemzésre, és nem járult hozzá a szóban forgó magatartások összességének a Google általános eredményoldalairól a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalomra gyakorolt hatások lentebb ismertetett bizonyításához.

- 382 Ily módon a Bizottság az általa vizsgált magatartások tényleges vagy potenciális hatásainak megállapítása érdekében többek között más tényezőkre is támaszkodhat, amelyek a magatartások által érintett piac vagy piacok tényleges alakulására vonatkoznak. Amennyiben e gyakorlatok és az e piacokon fennálló versenyhelyzet változása között korreláció figyelhető meg, további tényezők, amelyek például a piaci szereplők, beszállítók, ügyfelek, a szakmai szervezetek vagy a fogyasztók értékelésére vonatkozhatnak, alkalmasak lehetnek az e magatartások és a piac alakulása közötti okozati összefüggés bizonyítására. Adott esetben az eljárás alá vont vállalkozás feladata, hogy a maga részéről olyan releváns körülményeket terjesszen elő, amelyek kétségbe vonhatják ezen okozati összefüggést.
- 383 A jelen ügyben a megtámadott határozat 7.2.3.2. részében, amely kifejezetten a szóban forgó magatartásoknak a Google általános eredményoldalairól a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalomra gyakorolt hatásairól szólt, a Bizottság a (464)–(474) preambulumbekkezdésben először is rögzítette kilenc, több érintett országban árösszehasonlító szolgáltatásokat üzemeltető csoport – mint például az eBay, a Nextag, a Twenga vagy az Axel Springer – által tett, arra utaló nyilatkozatokat, hogy a Google általános eredményoldalairól az ezen árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom jelentősen csökkent a 2007 közepét követő különböző időpontoktól kezdve, noha voltak időszakos fellendülések. Például a megtámadott határozat (464) preambulumbekkezdésében az szerepel, hogy az eBay árösszehasonlító szolgáltatásokat üzemeltető leányvállalatai 2009 szeptembere és 2010 szeptembere között e forgalom körülbelül 30%-át elvesztették az Egyesült Királyságban, 40 %-át Franciaországban és 55%-át Németországban, mielőtt megfigyelték volna a valamely termék-összehasonlító oldaluk felé irányuló forgalom egyéb csökkenéseit. Lényegében a megtámadott határozat által rögzítettek szerint e csoportok a Google generikus eredményei kiigazítási algoritmusai – többek között a Panda – változásainak tulajdonítják e csökkenéseket, amelyek az érintett árösszehasonlító szolgáltatások Sistrix láthatósági mutatója csökkenésében nyilvánulnak meg. Amint a megtámadott határozat 398. lábjegyzetében szerepel, a Sistrix láthatósági mutató az azonos nevű társaság által hetente egyszer közzétett adat, amely egyszerre veszi figyelembe a weboldal általános keresési eredményekben való megjelenítésének gyakoriságát (trigger rate) és annak az ezen eredmények között elfoglalt helyét.
- 384 E tekintetben a megtámadott határozat (476) preambulumbekkezdésében a Bizottság kilenc grafikon segítségével mutatja be a Sistrix láthatósági mutató és a Google általános eredményoldalairól három versengő árösszehasonlító szolgáltatás felé irányuló (a generikus linkekre történő kattintások száma által mért) forgalom alakulását 2010 és 2014 között az Egyesült Királyságban, 2008 és 2014 között Németországban, valamint 2010 és 2014 között Franciaországban. Elég szoros összefüggést lehet megállapítani a két változás között – a németországi idealo.de kivételével 2014-ben, amely év tekintetében a két görbe eltér –, továbbá megállapítható, hogy összességében a két görbe esik –, kivéve itt az idealo.de esetét, amit a megtámadott határozat 575. lábjegyzetében a Google által szolgáltatott pontosítás szerint az magyaráz, hogy a Panda algoritmust soha nem alkalmazták az idealo.de-re. Az időszak végi, nullához túl közeli értékeket figyelmen kívül hagyva az időszak eleje és vége közötti csökkenés a köztes mozgásoktól függetlenül 2:1, vagyis 50%-os nagyságrendtől (guenstiger.de és touslesprix.com) 15:1, vagyis 93%-os nagyságrendig (dealtime.co.uk) terjed.
- 385 A megtámadott határozat (479) preambulumbekkezdésében a Bizottság hangsúlyozza, hogy a „különbségeken belüli különbségek” Google által elvégzett elemzése, amely többek között a Google általános eredményoldalairól tíz versengő árösszehasonlító szolgáltatás felé irányuló forgalom alakulását vizsgálja az Egyesült Királyságban, Németországban, Franciaországban és Hollandiában 2004 és 2014 között, lehetővé teszi annak megállapítását is, hogy az érintett

árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom csökkent, különösen a Panda algoritmus bevezetését követően, de hosszú távon is. Bár a Google által előterjesztett elemzés megkülönböztető aspektusa nem megfelelő, mivel – a fenti 375. pontban kifejtettek szerint – nem megfelelő kontrafaktuális forgatókönyvön alapul, az elemzésnek a keresetlevél A90. mellékletében szereplő nyers adatai valóban lehetővé teszik a forgalom alakulásának becslését a Bizottság által az egyes országok esetében azonosított jogsértési időszakokra, azaz a Product Universals bevezetésének időpontjától kezdődően. A „különbségeken belüli különbségek” elemzésének tárgyát képező 40 árösszehasonlító szolgáltatás túlnyomó többsége esetében az említett időszakok teljes időtartama alatt csökkenés figyelhető meg, amely leggyakrabban 2011-től jelentős, még akkor is, ha ezt megelőzően vagy eközben növekedés következett be, és ha ez nem is minden árösszehasonlító szolgáltatásra igaz Németországban és Hollandiában.

386 A megtámadott határozat (481) preambulumbekzdésében a Bizottság a Google által az Egyesült Királyság, Franciaország, Németország, Spanyolország, Hollandia, Olaszország, Dánia és Lengyelország vonatkozásában szolgáltatott adatok alapján készített grafikonok formájában bemutatja a Google általános eredményoldalairól a Google által azonosított 361 versengő árösszehasonlító szolgáltatás felé irányuló forgalom összesített alakulását 2004 januárjától 2016 decemberéig (a megtámadott határozat 27–36. ábrája). Az Egyesült Királyságban az időszakos fellendülések ellenére ebből az következik, hogy e forgalom 2010 szeptemberétől jelentősen csökkent (több mint 30 millió kattintásról kevesebb mint 5 millió kattintásra). Franciaországban ugyanez a helyzet figyelhető meg 2010 szeptemberétől (több mint 60 millió kattintásról 10 millió kattintásra). Németországban ugyanez a megállapítás rögzíthető 2010 szeptemberétől (több mint 80 millió kattintásról 40 millió kattintásra). Ugyanez áll Spanyolország esetében 2011 januárjától (több mint 20 millió kattintásról kevesebb mint 5 millió kattintásra). Ezzel szemben Hollandiában a csökkenés csak 2015 januárjától észlelhető (18 millió kattintásról körülbelül 10 millió kattintásra). Ugyanígy Olaszországban, a 2010 szeptemberében észlelt közel 35 millió kattintásos csúcsot követően a görbe szabálytalan, és valamivel több mint 20 millió kattintásnál ér véget, amely szintet először 2008-ban érték el. E két utóbbi ország tekintetében a Bizottság elismeri, hogy a szóban forgó forgalom összességében stabil maradt. Dániát illetően a forgalom inkább növekvő, kivéve ha – amint azt a Bizottság teszi – a PriceRunner árösszehasonlító szolgáltatást kivonjuk a statisztikából, amely esetben a forgalom 2010 szeptembere óta jellemzően csökken (több mint 2 millió kattintásról mintegy 500 000 kattintásra). Ugyanez a helyzet Lengyelországban is, ahol a Ceneo árösszehasonlító szolgáltatás húzza a trendet a növekedés irányába. Ha a Bizottsághoz hasonlóan a statisztikából kivonjuk ezt, a forgalom 2013 májusa óta csökken (18 millió kattintásról 8 millió kattintásra).

387 A megtámadott határozat (482) és azt követő preambulumbekzdéseiben a Bizottság kifejti, hogy ezenkívül négy olyan országban is kialakította a Google árösszehasonlító szolgáltatásaival versengő szolgáltatók mintáit, amelyekben jól szemléltethető, hogy a Google által általános eredményoldalain e szolgáltatók tekintetében alkalmazott kezelés milyen hosszú távú hatással járt, mivel a Shopping Units megjelenítési aránya itt különösen magas volt. Ezek az országok az Egyesült Királyság, amelynek tekintetében a Bizottság tizenkét, Németország, amelynek tekintetében kilenc, Hollandia, amelynek tekintetében hat és Franciaország, amelynek tekintetében nyolc versengő árösszehasonlító szolgáltatásból álló mintát alakított ki. Amint az a megtámadott határozat 53–56. grafikonjaiból kitűnik, a Google általános eredményoldalairól az e minták részét képező árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom 2011-től 2016-ig ténylegesen csökkent az Egyesült Királyságban, Németországban és Franciaországban, Hollandiában pedig a 2014-ig tartó növekedést követően azóta csökkent. E grafikonok

tanulmányozása alapján pontosabban látható, hogy az Egyesült Királyságban és Franciaországban a forgalom több mint felére csökkent, és hogy Németországban 2014 óta enyhe csökkenést, Hollandiában pedig ugyancsak 2014 óta körülbelül egyharmados csökkenést lehet megfigyelni.

- 388 Ezenkívül, bár ez szerepel a megtámadott határozat 7.3.2. részében, amely kifejezetten a szóban forgó magatartások versenyellenes hatásai fennállásának értékelésére irányul abban az esetben, ha a termékösszehasonlítási szolgáltatások piaca magában foglalja a kereskedelmi platformokat is, a második kutatás („the Second Analysis”) – amelyet a Bizottság e célból nyújt be, és amelynek főbb paramétereit és eredményeit a megtámadott határozat (612) és azt követő preambulumbekendései fejtik ki, részletes eredményei pedig a megtámadott határozat I. mellékletét képezik – eredményei jelentősek. Ezek mind a tizenhárom olyan ország tekintetében, ahol a Bizottság megállapította a Google erőfölénnyel való visszaélését, azt mutatják, hogy versengő árösszehasonlító szolgáltatások részesedése csökkent a Google általános eredményoldaláról származó forgalomban a Google árösszehasonlító szolgáltatásához és a kereskedelmi platformokhoz képest, még akkor is, ha bizonyos országok esetében e forgalom a versengő árösszehasonlító szolgáltatások javára abszolút értékben növekedett. E kutatásból például kitűnik, hogy a Cseh Köztársaság esetében 2011 és 2016 között a versengő árösszehasonlító szolgáltatások részesedése 73%-ról 47%-ra csökkent (a kattintások éves számának abszolút értéke 62,1 milliőről 179,6 millióra nőtt). Ausztriában ugyanezen időszak alatt a kutatás szerint a versengő árösszehasonlító szolgáltatások részesedése 48%-ról 16%-ra, illetve 39%-ról 15%-ra csökkent, a kiigazításoktól függően (a kattintások éves számának abszolút értéke 68,6 milliőről 60,9 millióra csökkent).
- 389 A Bizottság által a megtámadott határozatban hivatkozott e különböző tényezőkre tekintettel először is meg kell állapítani, hogy a Google – csakúgy mint a CCIA – beadványaikban semmilyen bizonyítékot nem ismertetnek annak vitatása érdekében, hogy abban a tizenhárom országban, amelyben a Bizottság jogsértést állapított meg, a Google általános eredményoldalairól a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom csökkenése fennállt. Mindenekelőtt ugyanis csak a Google-lal szemben kifogásolt magatartások és az e csökkenések közötti okozati összefüggést kérdőjelezi meg. A keresetlevél 253. pontjában, illetve a válasz 147. pontjában szereplő különböző mondatok szemléltetik például a vitatás e hiányát. Ily módon a Google azt állítja, hogy „[a]mennyiben az árösszehasonlító szolgáltatásokat hátrébb sorolták a Google generikus eredményei között, és a kapcsolódó keresési forgalom csökkent, ez a kereskedelmi platformokat előnyben részesítő felhasználók preferenciáit tükrözte”, valamint hogy „[a bizonyos algoritmusok] alkalmazása által okozott forgalomcsökkenések [...] az állítólagos visszaélészerű magatartástól függetlenül következtek be”. Ezt követően, ami a megtámadott határozat (612) és azt követő preambulumbekendéseiben ismertetett második kutatást illeti, amennyiben az a Google általános eredményoldalairól a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalomra vonatkozik, a Google csak e kutatás annak értékelése szempontjából fennálló hasznosságát kérdőjelezi meg, hogy magatartása versenyellenes hatással járhatott-e, azzal az indokkal, hogy e tanulmány nem veszi figyelembe az általános eredményoldalain kívüli alternatív látogatási forrásokat. Amint az a megtámadott határozat (626) preambulumbekendéséből, valamint a keresetlevél 351. és 352. pontjából kitűnik, a Google nem vonja kétségbe magának a forgalomnak az értékelését.
- 390 A Google egyébiránt a szóban forgó magatartások és az általános eredményoldalairól a vele versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom csökkenése közötti okozati összefüggés vitatása érdekében előadja, hogy a Bizottság nem vette figyelembe az árösszehasonlító szolgáltatások forgalmának generikus eredményeitől eltérő forrásait. Ez az érv azonban hatástalan a Google által tanúsított versenyellenes magatartás és a kizárólag általános

eredményoldalairól származó, a versengő árösszehasonlító szolgáltatók felé irányuló forgalom csökkenése közötti okozati összefüggés vitatásának alátámasztása céljából. A többi forgalmi forrásra vonatkozó érvet a Törvényszék a negyedik jogalap vizsgálata során tárgyalja, mivel azt megismétlik ennek alátámasztása céljából.

- 391 A Google arra is hivatkozik, hogy a Bizottság nem vette figyelembe az ágazat általános fejlődését és a felhasználók preferenciáinak változásait, különösen a kereskedelmi platformok nagy népszerűségét, a termék-összehasonlító keresések elvégzése céljából is. A Google e tekintetben lényegében kifejti, hogy e platformok az árösszehasonlító szolgáltatásokkal ellentétben javították szolgáltatásaik minőségét, és ezért részesítették előnyben azokat a felhasználók, ami a generikus eredményeken belül jobb besorolást eredményezett számukra. Mindazonáltal, még ha ez a magyarázat lehetséges is, szorosan kapcsolódik a Google generikus eredményei rangsorolására szolgáló algoritmusok működéséhez, amely – amint arra a Törvényszék a fenti 373. pontban emlékeztet – a szóban forgó magatartások egyik összetevője.
- 392 Ennélfogva, mivel a Google nem tudta elkülöníteni azt, hogy mi az, ami a kereskedelmi platformok és az árösszehasonlító szolgáltatások osztályozásának módosítása során kizárólag a kereskedelmi platformok szolgáltatásainak minőségét javítja az árösszehasonlító szolgáltatások szolgáltatásainak minőségéhez képest (azzal, hogy egyebekben minden azonos), és mi az, ami az algoritmusok változásai körébe tartozik (különösen a Panda algoritmus bevezetése), ez a magyarázat nem teszi lehetővé a szóban forgó magatartások és a Google általános eredményoldalairól a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom csökkenése közötti okozati összefüggés akár csak részleges megkérdőjelezését.
- 393 Egyébiránt rá kell mutatni arra, hogy a Google az érvelésében nem vitatja azt az okozati összefüggést, amely valamely weboldalnak a generikus eredményein belüli, a Sistris láthatósági mutatóban megnyilvánuló láthatósága és az ezen eredmények felől az ezen oldal felé irányuló forgalom mérete között áll fenn. A Google tehát nem kérdőjelezi meg azt a tényt, hogy a generikus eredmények besorolását végző algoritmusai hatással vannak e forgalomra. Márpedig ez az okozati összefüggés közvetlenül a kifogásolt magatartások egyik összetevőjéhez, a generikus eredményeken belül a versengő árösszehasonlító szolgáltatások szokásos rossz besorolásához kapcsolódik, valamint ezen összetevő hatásaihoz, vagyis a Google általános eredményoldalairól ezen árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom csökkenéséhez.
- 394 E körülmények között, tekintettel egyrészt a Google által nem vitatott globális forgalomcsökkenésre és az árösszehasonlító szolgáltatásokat üzemeltető kilenc csoport nyilatkozataiból származó bizonyítékokra, valamint a megtámadott határozatban bemutatott különböző árösszehasonlító szolgáltatások Sistris láthatósági mutatójának változásához kapcsolódó forgalomcsökkenés példáira, másrészt pedig arra, hogy a Google nem nyújtott be ezzel ellentétes bizonyítékokat, a Bizottság bizonyította, hogy a kifogásolt magatartások szinte az összes versengő árösszehasonlító szolgáltatás esetében a feléjük irányuló generikus forgalom csökkenését idézték elő.
- 395 A fentiekből következik, hogy a harmadik jogalap első részét el kell utasítani.

b) A harmadik jogalap második részéről, amely szerint a Bizottság nem bizonyította, hogy a szóban forgó magatartások a Google általános eredményoldalairól a saját árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalom növekedését eredményezték

1) A felek érvei

- 396 A harmadik jogalap második részében a Google kifejti, hogy a Bizottság tévesen állítja a megtámadott határozat 7.2.3.3. részében, hogy a kifogásolt magatartások növelték a saját árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalmat.
- 397 Először is, a Google azt állítja, hogy mivel e magatartások nem eredményezték a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom csökkenését, a saját árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalom esetleges növekedése nem történhetett azok hátrányára, és nem minősülhetett kizorító tényezőnek. A kizorító hatású magatartásoknak jellegüknél fogva lehetővé kell tenniük az e magatartásokat tanúsító vállalkozás számára, hogy olyan eladásokat vegyen át, amelyeket e magatartások hiányában a versenytársak valósítottak volna meg. Ily módon a Product Universals és a Shopping Units csak a piac egészét bővítette, anélkül hogy a versengő árösszehasonlító szolgáltatások számára negatív következménnyel jártak volna. A válaszban a Google hozzáteszi, hogy annak elismerésével, amint azt a Bizottság állítja, hogy a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom csökkent a Panda algoritmus bevezetését követően, semmilyen változás nem állapítható meg ezen eseményhez kapcsolódóan a Google árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalom fejlődésében, ami azt bizonyítja, hogy a Panda esetleg előnyben részesíthette a kereskedelmi platformokat, a Google árösszehasonlító szolgáltatását viszont nem.
- 398 Másodszer, a CCIA által támogatott Google úgy véli, hogy a Bizottság eltúlozta az árösszehasonlító szolgáltatásához érkező forgalom volumenét. Először is ebbe a forgalomba belefoglalta a Shopping Units hirdetéseihez való kattintásokat, holott e kattintások nem a Google Shopping specializált eredményeihez vezetnek, hanem harmadik személyek értékesítési weboldalaira mutatnak. A Visual Meta azon érve, amely szerint e mechanizmus arra ösztönzi az érintett eladókat, hogy lépjenek be a Google Shoppingba, előnyben részesítve ezáltal ezt az árösszehasonlító szolgáltatót, nem szerepel a megtámadott határozatban. Az egyetlen ok, amely a Bizottságot arra készítette, hogy elszámolja a termék hirdetésekre való kattintásokat, az az állítás, amely szerint a Shopping Units bevételei a Google Shopping weboldal javára szolgáltak. Mindazonáltal, amint az a második jogalap keretében már megállapításra került, ez nem pontos. Ily módon a Visual Meta tévesen hivatkozik arra, hogy a Shopping Units bevételei közvetlenül a Google Shoppinghoz kerülnek. A Bizottság ezt egyébként a megtámadott határozatban nem is állította. A Foundem és a Visual Meta beavatkozási beadványára tett észrevételeiben a Google hozzáteszi, hogy ellentmondás van a megtámadott határozatban, amennyiben az elveti, hogy a Google egységes jogalany, miközben úgy véli, hogy az egyik konkrét szolgáltatását – az árösszehasonlító szolgáltatását – előnyben részesítik e kattintások, holott azok általában véve a Google számára generálnak kifizetéseket. E tekintetben a Visual Meta eltért a megtámadott határozattól, azt állítva, hogy a belső jövedelemallokációnak, illetve a Google szervezetének nincs jelentősége. A CCIA ugyanezen gondolatmenetet követve azt állítja, hogy a Product Universals és a Shopping Units nem képezik részét a Google árösszehasonlító szolgáltatásának, amit a Bizottság a megtámadott határozat (408), (412) és (423) preambulumbekzdésében elismert. A Google például a Foundem beavatkozási beadványára tett észrevételeiben pontosítja, hogy a Shopping Units hirdetései nem a Google Shopping specializált oldaláról származnak. Technológiáik, infrastruktúrájuk és formátumaik eltérőek, amit a közigazgatási eljárás során bizonyítottak a Bizottság számára, és amit a Bizottság nem is vitat. A Google a VDZ beavatkozási beadványára

tett észrevételeiben azt állítja továbbá, hogy sem a Shopping Units, sem a Product Universals nem tekinthető árösszehasonlító szolgáltatásnak. Ezen egységek ugyanis nem teszik lehetővé az ugyanazon termékre vagy modellre vonatkozó különböző ajánlatok összehasonlítását, amint azt egy árösszehasonlító szolgáltatás tenné, hanem több olyan terméket kínálnak, amelyek alkalmasak arra, hogy kielégítsék az internetfelhasználó igényeit. A közigazgatási eljárás során az eljárás több résztvevője is csatlakozott ehhez az állásponthoz, a Bizottság pedig figyelembe vette ezt a megtámadott határozat fent hivatkozott (408), (412) és (423) preambulumbekzdésének megszövegezése során. Másodszor, a Google szerint a Bizottság tévesen vette figyelembe az eredményoldal felett található menüben megjelenő Shopping menü linkre vonatkozó kattintásokat is. Márpedig e menü létezése nem tartozik a visszaélészerűként azonosított magatartások részét képező tényezők közé, amelyeknek csak a hatását kell értékelni. Ezenkívül a Bizottság az ellenkérelemben nem vitatja, hogy ez a menü nem minősül keresési eredménynek. E két hiba miatt a Bizottság több ízben túlértékelte a Product Universalstól és a Shopping Unitstól a Google árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalom volumenét. Valójában, amint azt az azonosított jogsértési időszak során a csatlakozási adatok alapján elkészített grafikon mutatja, a Google általános eredményoldalairól a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányított forgalom volumene többszöröse volt a saját árösszehasonlító szolgáltatása felé irányított forgaloménak, és háromszorosa a kereskedelmi platformok felé irányított forgalomnak.

399 Harmadszor, a Product Universalsra és a Shopping Unitsre vonatkozó kattintások tükrözik azok relevanciáját és a felhasználók preferenciáit. E tekintetben a megtámadott határozat indokolása nem meggyőző, mivel a Bizottság a (494) preambulumbekzdésben annak megállapítására szorított, hogy a Product Universalsra és a Shopping Unitsre vonatkozó kattintások annál inkább fontosak, minél nagyobb a megjelenítési arányuk. Figyelmen kívül hagyja azt a tényt, hogy a Google a Shopping Unitset (és a Product Universalst) a relevanciájuk alapján jeleníti meg, mint minden keresőmotort, és hogy a felhasználók a hasznosságuk miatt kattintanak rájuk, nem pedig azért, mert megjelennek. A Product Universals és a Shopping Units láthatósága és az általuk generált linkek a Google termékeredményei és termékhirdetései minősége javulásának, valamint a felhasználók preferenciáinak a következménye. Ily módon a Microsoft Bing keresőmotorjával kapcsolatos – Bing Algo Experiment elnevezésű – kísérletből, amelyre a megtámadott határozat (460) és (461) preambulumbekzdése utal, az derül ki, hogy a felhasználók érzékenyek az eredmények relevanciájára. A Bing általános eredményoldalain az első pozíciókban a kevésbé releváns eredmények és a leginkább releváns eredmények felcserélése azt mutatja, hogy a felhasználók észlelik a kevésbé releváns eredmények népszerűsítéséből eredő minőségromlást, és azonnal módosítják magatartásukat. A Microsoftnak ily módon egy hét után le kellett állítania ezt a kísérletet. Ezenfelül a Google azt állítja, hogy a Product Universalsban vagy a Shopping Unitsben szereplő képek lehetővé teszik az internetfelhasználók számára, hogy könnyebben értékeljék a kínált eredmény relevanciáját, mivel van egy benyomásuk az általuk keresett termékről. Ennek eredményeként szívesen kattintanak ezekre a képpel ellátott specializált eredményekre, amennyiben azokat a keresésük szempontjából *a priori* hasznosnak ítélik, és fordítva. Az internetfelhasználók Google által végzett tekintetkövetéses (angolul *eye-tracking*, franciául *oculométrie*) kutatásai is ezt mutatják. A képek tehát a Google termékeredményeinek minőségi elemét jelentik, nem pedig olyan mesterséges elemet, amely kattintások előidézésére irányul. Ennélfogva, ha a felhasználók éveken keresztül a Product Universalsra és a Shopping Unitsre kattintottak, ez a relevanciájuk, nem pedig elhelyezésük vagy megjelenítésük miatt történt. A Bizottság soha nem bizonyította ennek ellenkezőjét. E tekintetben, bár a kereskedelmi platformok kiemelkedése nem ugyanolyan módon érintette a Google árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalmat, mint a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalmat, ennek oka az, hogy a Google az utóbbiaktól eltérően innovációt folytatott

termékeredményei és termék hirdetései tekintetében, annak érdekében, hogy ne maradjon le az Amazon és a többi kereskedelmi platform mögött, nem pedig a Product Universals és a Shopping Units, amint arra a Bizottság a megtámadott határozat (517) preambulumbekzdésében utalt.

400 A Bizottság, a BEUC, a Foundem, a VDZ, a BDZV, a Visual Meta, a Twenga, a Kelkoo és a Németországi Szövetségi Köztársaság vitatja a Google érveit.

2) A Törvényszék álláspontja

401 Először is emlékeztetni kell arra, hogy a megtámadott határozat 7.2.3.3. részében a Bizottság a következőképpen indokolta a szóban forgó magatartások kedvező hatását a Google árösszehasonlító szolgáltatásának forgalmára.

402 A Bizottság először is a megtámadott határozat (490) és (491) preambulumbekzdésében jelezte, hogy e magatartások megkezdése előtt a Google árösszehasonlító szolgáltatása nem volt sikeres, és évi közel 20%-os forgalomvesztést szenvedett el. E határozat (492) preambulumbekzdésében a Bizottság kiemelte, hogy a Product Universals 2007 novemberében történő egyesült államokbeli beindítását követően egy hónapra megkétszereződött a forgalom. E határozat (493) preambulumbekzdésében rámutatott, hogy a Google maga is hangsúlyozza a Shopping Unitsben szereplő hirdetések hatékonyságát az eladók számára. E határozat (494) preambulumbekzdésében a Bizottság grafikonok formájában bemutatta a Product Universals, majd a Shopping Units átkattintási arányát, vagy megjelenítési arányát (*trigger rate*), továbbá a Google általános eredményoldalairól a saját árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalmat azon időszakok során, amikor az ilyen típusú specializált eredményeket alkalmazták az Egyesült Királyságban, Németországban, Hollandiában és Franciaországban. Például az Egyesült Királyság esetében a 37. grafikon mutatja ezt az összefüggést 2008 januárja és 2013 januárja között a Product Universals esetében, és a 38. grafikon szemlélteti azt 2013 februárja és 2014 decembere között a Shopping Units esetében. E két grafikonból kitűnik, hogy a Google árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalom a Product Universals esetében havonta körülbelül 5 millió kattintásról 30 millió kattintásra nőtt, a Shopping Units esetében pedig havi körülbelül 30 millió kattintásról körülbelül 120 millió kattintásra.

403 A megtámadott határozat (495) és (496) preambulumbekzdésében a Bizottság bemutatta 2016 decemberéig az Egyesült Királyságban, Németországban, Franciaországban, Spanyolországban, Olaszországban, Hollandiában, Dániában és Lengyelországban a Google általános eredményoldalairól a Google által azonosított 361 versengő árösszehasonlító szolgáltatás felé irányuló forgalom, illetve a szóban forgó magatartások megkezdésének összehasonlított alakulását az egyes országokban. Például az Egyesült Királyságban a 45. grafikon 2008 januárja és 2016 decembere között a versengő árösszehasonlító szolgáltatások esetében havi 25 millió kattintásról 5 millióra történő csökkenést mutat, emellett havi nulláról körülbelül 350 millió kattintásra történő növekedést a Google árösszehasonlító szolgáltatása esetében. Meg kell állapítani, hogy Olaszországban, Hollandiában, Dániában és Lengyelországban a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalmat tartósként mutatják be, összhangban azzal, ami a szóban forgó magatartásoknak a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalomra gyakorolt hatásáról szóló 7.2.3.2. részben szerepel, ugyanakkor a 49–52. grafikonok e négy országban az ezen oldalokról a Google árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalom jelentős növekedését mutatják.

- 404 A megtámadott határozat (497)–(501) preambulumbekzdésében a Bizottság a 2011 és 2016 közötti évek vonatkozásában ugyanilyen jellegű információkat szolgáltatott, összehasonlítva a Google általános eredményoldaláról a versengő árösszehasonlító szolgáltatások mintája felé, illetve a Google árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló fogalmat az Egyesült Királyságban, Németországban, Hollandiában és Franciaországban. E minták megegyeznek a fenti 387. pontban említettekkel. E négy országban 2011-ben a minták esetében jelentősen magasabb volt a forgalom, ugyanakkor a Google árösszehasonlító szolgáltatása 2016-ban tizennégyszer nagyobb forgalmat ért el a mintánál az Egyesült Királyságban; a forgalom Németországban több mint kétszer, Hollandiában több mint 2,7-szer nagyobb, Franciaországban pedig 4,7-szer volt nagyobb a mintáénál.
- 405 Ezenkívül a megtámadott határozat 7.3.2. részében, amely kifejezetten a szóban forgó magatartások versenyellenes hatásainak értékelésére vonatkozik abban az esetben, ha a termék-összehasonlítási szolgáltatások piaca magában foglalná a kereskedelmi platformokat is, a fenti 388. pontban már hivatkozott második kutatás mind a tizenhárom olyan ország esetében, amelyben a Bizottság megállapítása szerint a Google visszaélt erőfölényével, azt mutatja, hogy a Google árösszehasonlító szolgáltatásának részesedése nőtt az általános eredményoldalairól származó forgalomból a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokhoz és a kereskedelmi platformokhoz képest. E kutatás például arra mutat rá, hogy Belgium esetében 2011 és 2016 között az elvégzett kiigazításoktól függően nulláról 22%-ra, illetve nulláról 24%-ra nőtt a Google árösszehasonlító szolgáltatásának részesedése. Norvégia esetében ugyanezen időszak alatt a kutatás a Google árösszehasonlító szolgáltatása részesedésének az elvégzett kiigazításoktól függően nulláról 32%-ra, illetve nulláról 33%-ra való emelkedését jelzi.
- 406 Ami a Google érveit illeti, meg kell állapítani, hogy figyelembe véve az ebben a szakaszban vizsgált harmadik megsemmisítési jogalap első részének elutasítását, a Google első érvcsoportjának a fenti 397. pontban összefoglalt azon előfeltevése, amely szerint a magatartások nem eredményezték a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom csökkenését, eleve nem fogadható el, ahogy az ezen alapuló, annak bizonyítására irányuló érvek sem, hogy a Google árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalom növekedése nem történhetett a versengő árösszehasonlító szolgáltatások hátrányára. Mindazonáltal, még ha a Bizottság nem is bizonyította volna a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom csökkenését, ezt az első érvcsoportot el kell utasítani, mivel semmiképpen sem alkalmas annak bizonyítására, hogy a forgalom Google árösszehasonlító szolgáltatása által amiatt megszerezhető része, hogy láthatóbb volt az általános eredményoldalain, mint a versengő árösszehasonlító szolgáltatások, nem irányulhatott volna az utóbbiak felé a szóban forgó magatartások hiányában; másként fogalmazva, ezek az érvek nem alkalmasak annak bizonyítására, hogy az említett növekedés nem a versengő árösszehasonlító szolgáltatások hátrányára történt, amelyek forgalma nőhetett volna a szóban forgó magatartások hiányában, még ha nem is csökkent. Ami a válaszban előadott azon érvet illeti, amely szerint a Google árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalom alakulása nem változott a Panda algoritmus elindítását követően, azt a Törvényszék az alábbi 414–418. pontban vizsgálja meg, együtt a harmadik érvcsoporttal, amely szerint ez a fejlődés a Product Universals és a Shopping Units relevanciájából ered, nem pedig a szóban forgó magatartásokból, másként fogalmazva, az annak vitatására irányuló érvekkel együtt, hogy okozati összefüggés állt fenn e magatartások és a forgalom esetleges növekedése között.
- 407 Ami a Google fenti 398. pontban összefoglalt második érvcsoportját illeti, amely szerint a Bizottság eltúlozta az árösszehasonlító szolgáltatása által fogadott forgalom volumenét, először is meg kell állapítani, hogy a megtámadott határozat 603., 604. és 606. lábjegyzetéből, valamint a Google és a Bizottság által a Törvényszék kérdéseire adott válaszokból kitűnik, hogy a Google

általános eredményoldalairól a saját árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalmat a Google által szolgáltatott és megmagyarázott adatok átvételével értékelték. A felek között nem maguknak az adatoknak a pontosságát illetően áll fenn véleménykülönbség, hanem azon adatokéval kapcsolatban, amelyeket a Google általános eredményoldalairól a saját árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalom volumenének értékelése érdekében kellett felhasználni. E tekintetben a „Google Product Search” megnevezés kereső- és eredményoldalra való használatának időszakában a Bizottság csak olyan kattintásokat fogadott el, amelyek az internetfelhasználót az ugyanezen nevet viselő specializált oldalra irányították, bizonyos értékelések esetében a menü egy specializált részére irányuló kattintásokat is beleértve. Ugyanakkor a „Google Shopping” megnevezés ugyanezen oldalra történő használatának időszakában a Bizottság nemcsak olyan kattintásokat vett figyelembe, amelyek az internetfelhasználót az ugyanezen nevet viselő specializált oldalra irányították, ideértve az menüben megjelenő Shopping részen eszközölt kattintásokat is, hanem olyan kattintásokat is, amelyek az internetfelhasználót közvetlenül valamely eladó weboldalára irányították a Shopping Unitsból. Ezzel szemben keresetében a Google a keresetlevél 269. pontjában szereplő táblázat révén kizárólag a Product Universalsra és a Shopping Unitsre eszközölt kattintásokat tartalmazó adatokat szolgáltat, amelyek a Product Search, majd a Google Shopping elnevezésű specializált oldalra mutattak.

- 408 A Törvényszék úgy ítéli meg, hogy el kell utasítani a Google arra vonatkozó kifogásait, hogy a Shopping Units hirdetéseire, valamint adott esetben a menürészre eszközölt, a Google Product Search vagy Google Shopping specializált oldalra mutató (mint a Shopping menü link) kattintásokat figyelembe vették a Google általános eredményoldalairól a saját árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalom értékelése során.
- 409 Egyrészt ugyanis, amint arra a Törvényszék a fenti 328–339. pontban már rámutatott, a megtámadott határozat (26)–(35) és (414)–(421) preambulumbekzdése elegendő indokot szolgáltat annak megállapításához, hogy a Google árösszehasonlító szolgáltatása több formában jelent meg, nevezetesen a specializált oldalon, így a legutóbb a Google Shopping néven ismert specializált oldal formájában, a termékeredménycsoportok formájában, amelyek legutóbbi változata a Product Universals volt, valamint a termék hirdetések formájában, amelyek közül az utolsó változat a Shopping Units volt.
- 410 Másrészt, ami az eredményoldal feletti menüpontban szereplő, a Shopping menü linkre történő kattintásokra vonatkozó kifogást illeti, kétségtelen, hogy e kattintások megelőzik az árösszehasonlító szolgáltatás igénybevételét. Ugyanakkor fogalmilag annak használatára utalnak, mivel azt jelentik, hogy az internetfelhasználó ezen árösszehasonlító szolgáltatás specializált oldalát kívánja megtekinteni. A keresetlevél 57. pontjában a Google egyébként pontosítja, hogy az internetfelhasználók körülbelül 60%-a hozzáfér e specializált oldalhoz az említett linkről.
- 411 Ezenkívül, amint azt a Bizottság a Törvényszék kérdésére adott válaszában kifejtette, anélkül hogy azt a Google vitatta volna, soha nem vette figyelembe párhuzamosan az ezen az oldalon eszközölt kattintásokat, ami ugyanazon keresés kétszeres beszámításához vezethetett volna.
- 412 Egyébiránt az a tény, hogy a Shopping menü link általános eredményoldalon való létezését a Bizottság nem kifogásolta a versenyellenes magatartásokhoz hozzájáruló elemként, a Google állításával ellentétben nem zárja ki, hogy létezését figyelembe vegyék a Google általános eredményoldalairól a saját árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalom alakulásának értékelése során. E fejlődés egésze kétségtelenül nem kizárólag a Google kifogásolt magatartásának tudható be, és ugyanez igaz a Google általános eredményoldalairól a versengő

- árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom fejlődésének egészére is. Mindazonáltal mindkét esetben összefüggés áll fenn e magatartás és e fejlemények általános tendenciája között, továbbá számos tényező okozati összefüggést hoz létre e tekintetben, amint arra a Törvényszék a fenti 383. pontban emlékeztetett a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom tekintetében, a fenti 402. pontban pedig a Google árösszehasonlító szolgáltatása javára zajló forgalom tekintetében.
- 413 Mindenesetre, amint azt a Bizottság a beadványaiban hangsúlyozta, a Google nem jelölte meg, hogy milyen lett volna az általános eredményoldalairól a saját árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalom alakulása, ha nem számították volna bele a Shopping menü linkre történő kattintásokat, hanem csak a Shopping Unitsben eszközölt kattintásokat, noha az e különböző kattintások megkülönböztetéséhez szükséges adatokat átadta a Bizottságnak. E körülmények között a Google nem bizonyította, hogy a Bizottság tévesen jelenítette meg e forgalom általa versenyellenesnek tartott magatartásokból eredő alakulását. Ennélfogva szintén el kell utasítani a Google által a megtámadott határozat (612) és azt követő preambulumbekzdéseiben ismertetett második kutatással szemben megfogalmazott, ugyanezen sorrendre vonatkozó kifogásokat, amennyiben az a Google általános eredményoldalairól a saját árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalomra vonatkozik.
- 414 Ami a Google harmadik, a fenti 399. pontban összefoglalt érvét illeti, amely szerint a Product Universalsra és a Shopping Unitsre vonatkozó kattintások azok relevanciáját és a felhasználók preferenciáit tükrözték, nem pedig a versenyellenes magatartások hatását, aligha vitatható, hogy az internetfelhasználók azért kattintottak e specializált eredményekre és a termékhirdetésekre, mivel azokat a termékkereséseik szempontjából eleve hasznosnak ítélték, többek között azért, mert a témával kapcsolatos specializált keresés szempontjából érdekes információkat tartalmaztak vagy vettek figyelembe.
- 415 A megtámadott határozat (372)–(377) preambulumbekzdése, amelyet a Bizottság az ellenkérelmében említ, ilyen értelmű, amint azt lényegében az első említett preambulumbekzdés is mutatja, amely szerint „[a] termékekre vonatkozó keresési eredményekben a képek, árak és az eladóra vonatkozó információk szerepeltetése növeli a [megjelenített linkre irányuló] kattintások arányát”. E tekintetben hangsúlyozni kell, hogy – amint az a megtámadott határozat (537) és (538) preambulumbekzdéséből kitűnik – a Bizottság magában a megtámadott határozatban nem ragaszkodik ahhoz a belső teljesítményszinthez, amelyet a Google árösszehasonlító szolgáltatása elért, noha úgy ítélte meg, hogy a Google általános eredményoldalán nem mindig az árösszehasonlító szolgáltatások legrelevánsabb eredményeit tette kiemelkedő helyre.
- 416 Amint arra a Törvényszék a fenti 69., 369. és 376. pontban korábban rámutatott: amit a Bizottság vita tárgyává tett, az nem más, mint a Google általános eredményoldalain a saját árösszehasonlító szolgáltatása és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások közötti eltérő bánásmód, amely lehetővé tette, hogy az előbbi eredményei nagyon láthatóak legyenek, míg a versengő árösszehasonlító szolgáltatás eredményei csak a generikus eredmények révén jelenhettek meg, ráadásul gyakran rossz elhelyezéssel.
- 417 Márpedig az sem vitatható, hogy ha az internetfelhasználók rákattintottak a Google specializált termékeredményeire, ennek az is az oka volt, hogy ezeket az eredményeket a Google általános eredményoldalain előtérbe helyezték, ami megfelel a Google-nak felrótt összefüggő magatartások egyik összetevőjének. Ilyen láthatóság hiányában nem kattintottak volna olyan gyakran ezekre az eredményekre, amint azt egyértelműen bizonyítják egyrészt a Product Universals, később pedig a Shopping Units átkattintási vagy megjelenési aránya (trigger rate), illetve az internetfelhasználók

kattintásai által megvalósult, a Google általános eredményoldalairól a saját árösszehasonlító szolgáltatása javára folyó forgalom közötti korreláció megtámadott határozat (494) preambulumbekkezdésében említett példái, másrészt pedig a megtámadott határozat (389) preambulumbekkezdésében hivatkozott, a Google által kifejtett álláspontokon alapuló elemek, amelyek szerint a Product Universals elhelyezése az általános eredményoldal első oldalán felülről lefelé jelentősen befolyásolta a specializált eredményeiken eszközölt kattintások számát.

- 418 A Google harmadik, árösszehasonlító szolgáltatásának minőségére alapított érvét, amely a szóban forgó magatartások és a Google általános eredményoldalairól az említett árösszehasonlító szolgáltatás felé irányuló forgalom növekedése közötti okozati összefüggés vitatására irányul, szintén el kell utasítani, mivel e kapcsolat bizonyított, még akkor is, ha e forgalom az ezen árösszehasonlító szolgáltatás tekintetében eszközölt változtatások függvényében is változhatott.
- 419 Ezen okozati összefüggés vitatásának körébe tartozik a fenti 397. pontban hivatkozott, a Google által a válaszban előadott azon érv is, amely szerint az árösszehasonlító szolgáltatás felé irányuló forgalom alakulása nem változott a Panda algoritmus bevezetését követően. Elismerve azt, hogy ez helytálló, az erre alapított érv ugyanakkor szintén ellentétes azzal a ténnyel, hogy a szóban forgó magatartások olyan összefüggő magatartások, amelyek nem kizárólag a generikus eredményeket kiigazító algoritmusokra vonatkoznak, amelyek közé a Panda is tartozik, hanem a specializált termékeredmények megjelenítésének módjára is.
- 420 A fentiekre tekintettel a Google harmadik jogalapjának második részét el kell utasítani. Amint arra a Törvényszék a fenti 356. és 357. pontban rámutatott, meg kell tehát vizsgálni a Google negyedik jogalapját, amely szerint a terhére rótt magatartások nem gyakoroltak versenyellenes hatást a különböző azonosított piacokra, adottnak véve e magatartások által a Google általános eredményoldalairól a különböző árösszehasonlító szolgáltatások (beleértve a saját szolgáltatását is) felé irányuló forgalom tekintetében kifejtett jelentős következményeket, amint azok a megtámadott határozatban bemutatásra kerültek.

c) A negyedik jogalap első részéről, amely szerint a Bizottság feltételezésekbe bocsátkozott a szóban forgó magatartások versenyellenes hatásait illetően

1) A felek érvei

- 421 Negyedik jogalapja keretében a Google azt állítja, hogy a Bizottság nem bizonyította, hogy a szóban forgó magatartások olyan versenyellenes hatásokkal járhattak, amelyek maguk egyszerre vezettek az eladók és a fogyasztók kapcsán áremelkedéshez és az innováció csökkenéséhez. A megtámadott határozatban különösen nem vették figyelembe a Google legerősebb versenytársai – azaz a kereskedelmi platformok, például az Amazon – termék-összehasonlításban betöltött szerepét, és nem adtak magyarázatot az árakra és az innovációra gyakorolt állítólagos hatásokat illetően.
- 422 Közelebbről, az első rész keretében a Google azt állítja, hogy a megtámadott határozat pusztán a lehetséges hatásokra vonatkozó feltételezéseken alapul, anélkül hogy abban megvizsgálnák a piacok helyzetét és tényleges fejlődését. A CCIA ugyanezt a kifogást fogalmazza meg, különösen a Bizottság által említett áremeléseket és innovációs visszaesést illetően. A Google hangsúlyozza, hogy a megtámadott határozat (589) preambulumbekkezdése ily módon rámutat, hogy a szóban forgó magatartás versenyellenes hatásokkal járhat, vagy valószínűleg versenyellenes hatásokkal jár, a megtámadott határozat (593) preambulumbekkezdése pedig arra, hogy az potenciálisan

kiszoríthatja a Google szolgáltatásával versengő árösszehasonlító szolgáltatásokat, valamint áremelésekhez és az innováció fent hivatkozott csökkenéséhez vezethet. Egyáltalán nem bizonyított, hogy ezek az eshetőségek bebizonyosodtak.

- 423 Márpedig a megtámadott határozat nem annak bizonyításán alapul, hogy a szóban forgó magatartás jellegénél fogva versenyellenes. A 2014. szeptember 11-i CB kontra Bizottság ítéletre (C-67/13 P, EU:C:2014:2204, 58. pont) hivatkozva a Google azt állítja, hogy a Bizottságnak ezen első okból bizonyítania kellett e magatartás konkrét versenyellenes hatásait. Ráadásul egy ilyen értelmű második indok következik a 2017. szeptember 6-i Intel kontra Bizottság ítéletből (C-413/14 P, EU:C:2017:632, 139. pont), amelyben a Bíróság kimondta, hogy még az erőfölényben lévő vállalkozás főszabály szerint visszaélészerű magatartása esetén sem támaszkodhat a Bizottság kizárólag az e magatartással érintett piaci részesedésre vonatkozó bizonyítékokra annak megállapításakor, hogy e magatartás ténylegesen visszaélészerű volt, hanem az összes körülményt figyelembe kell vennie. Az ezen ítélet alapjául szolgáló ügyben a főtanácsnok kiemelte, hogy a hatások összességét kell elemezni (Wahl főtanácsnok Intel Corporation kontra Bizottság ügyre vonatkozó indítványa, C-413/14 P, EU:C:2016:788, 120. pont). A Bizottság így járt el az [EUMSZ 102. cikk] és az EGT-Megállapodás 54. cikke alkalmazására vonatkozó, a Microsoft Corporation ellen indított eljárás alapjául szolgáló ügyben (COMP/C-3/37.792. – Microsoft-ügy) (HL 2007. L 32., 23. o.), amit a Törvényszék is helyben hagyott a 2007. szeptember 17-i Microsoft kontra Bizottság ítéletben (T-201/04, EU:T:2007:289).
- 424 Azt sem bizonyították, hogy a Google erőfölényben volt a termékösszehasonlítási szolgáltatások nemzeti piacain, ami azt jelentette volna, hogy e piacokon a verseny gyengül. Ez egy harmadik olyan okot jelent, amely az e piacokon bekövetkező konkrét kizorító hatások azonosítását teszi szükségessé.
- 425 A Google szerint a kifogásolt magatartás abban állt, hogy az érdemeken alapuló verseny során javította az internetfelhasználók részére az általános keresőoldalon keresztül nyújtott szolgáltatást, megjelenítve ezen az oldalon a specializált termékkeresési eredményeket és a termékhirdetéseket. E negyedik ok miatt szükséges a konkrét kizorító hatások azonosítása. Hasonló helyzetekben a Bizottság és a Törvényszék így járt el. A Google az [EUMSZ 101.] és [EUMSZ 102. cikk] alkalmazására vonatkozó eljárásban hozott 1988. december 21-i bizottsági határozat (IV/30.979. és 31.394. – Decca Navigator Systems ügy) (HL 1989. L 43., 27. o.) 114. pontjára, valamint a 2017. szeptember 6-i Intel kontra Bizottság ítéletre (C-413/14 P, EU:C:2017:632, 140. pont) és a 2007. szeptember 17-i Microsoft kontra Bizottság ítéletre (T-201/04, EU:T:2007:289, 868., 869. és 1010. pont) hivatkozik. A jelen ügyben a Google által a fogyasztóknak nyújtott szolgáltatás javítására vonatkozóan előadott érvek igen jól dokumentáltak voltak, következésképpen a Bizottságnak bizonyítania kellett volna, hogy a versenyellenes hatások erősebbek az e javításhoz fűződő érdeknél.
- 426 Végül, mivel a kifogásolt magatartást éveken keresztül tanúsították, versenyellenes hatásainak konkretizálódniuk kellett volna, ha az valóban káros lett volna a versenyre. Ezen időtartamnak tehát egy ötödik okból is arra kellett volna vezetnie a Bizottságot, hogy konkrétan ellenőrizze, hogy ez a helyzet áll-e fenn. A Google és a CCIA hangsúlyozza, hogy a 2018. december 12-i Servier és társai kontra Bizottság ítéletben (T-691/14, fellebbezés alatt, EU:T:2018:922, 1122–1128. pont) a Törvényszék úgy ítélte meg, hogy amennyiben a kifogásolt magatartást már megvalósították, a Bizottság a cél általi versenykorlátozás esetét kivéve nem szorítkozhatott a potenciális versenyellenes hatások bizonyítására, hanem bizonyítania kellett a tényleges versenyellenes hatásokat, ellenkező esetben a cél általi versenykorlátozások és a hatás általi versenykorlátozások közötti különbségtétel illuzórikus lenne. Bár a Törvényszék ezt az értékelést

versenyellenes kartell esetében fogalmazta meg, logikus lenne azt az állítólagos erőfölénnyel való visszaélés eseteire is alkalmazni. A jelen ügyben a Google-nak felrótt magatartásoknak nem volt versenyellenes céljuk, ezért a Bizottságnak ilyen megközelítést kellett volna követnie. A tényleges hatások fennállásának bizonyítása mindenestre lehetővé tette volna a potenciális hatások valószínűségének alátámasztását, amint azt maga a Bizottság is kifejti az [EUMSZ 102. cikknek] az erőfölényben lévő vállalkozások versenykorlátozó visszaélő magatartására történő alkalmazásával kapcsolatos bizottsági jogérvényesítési prioritásokról szóló iránymutatásának (HL 2009. C 45., 7. o.) 20. pontjában.

- 427 Márpedig a Google szerint a Bizottság nem bizonyította a konkrét hatásokat. A megtámadott határozat 7.2.3. része, amelyre a Bizottság annak kifejtése érdekében hivatkozik, hogy figyelembe vette a piac konkrét elemeit, csupán a Google általános eredményoldalairól a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom fejlődését vizsgálja, nem pedig azok látogatottságának egészét. Valójában az ügy iratai azt mutatják, hogy a Google nem tudja emelni az árakat és lelassítani az innovációt, valamint hogy a termékösszehasonlítási szolgáltatások piacain fennálló verseny erős, mivel az internetfelhasználók e tekintetben széles körű választási lehetőséggel rendelkeznek, amint azt a Competition and Markets Authority (verseny- és piacfelügyeleti hatóság, Egyesült Királyság) egy 2017 áprilisában közzétett, „Online search: Consumer and firm behaviour” (Online keresés: a fogyasztók és a vállalkozások magatartása) című tanulmányban megállapította. Az árakat illetően a Google bizonyította, hogy azok csökkentek a Shopping Unitsben megjelenni kívánó eladók számára.
- 428 Egyébiránt a BEUC azon érveire tekintettel, amelyek szerint a Google kárt okozott a fogyasztóknak azáltal, hogy csökkentette a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokhoz és az eladók szélesebb köréhez való hozzáférés lehetőségét, a Google lényegében arra emlékeztet, hogy a generikus eredményekben, a Product Universalsban vagy a Shopping Unitsben az internetfelhasználók számára bemutatott eredmények relevanciájának kritériumai objektívek, többek között a Universal Search használata miatt. A Bizottság a megtámadott határozatban nem kérdőjelezte meg a generikus eredmények kiigazítási algoritmusait, sem pedig e releváns kritériumokat, és csak a versengő árösszehasonlító szolgáltatások hiányát tekintette problematikusnak a Product Universalsban és a Shopping Unitsben. Következésképpen a BEUC egy olyan elméletet ismertet, amelyet a Bizottság a megtámadott határozatban nem fogadott el. Egyébiránt a Google hangsúlyozza, hogy a megtámadott határozat elfogadását megelőző tíz évben több milliárd ingyenes forgalmi kattintást irányított a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé, és közülük egyeseknél – mint például a Which? az Egyesült Királyságban (a BEUC tagja) – jelentősen nőtt az általános eredményoldaláról származó forgalom, ahogy a kereskedelmi platformok esetében is. A Bizottság a megtámadott határozatban nem állította, hogy a Google korlátozta volna a fogyasztók azon lehetőségeit, hogy hozzáférjenek a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokhoz. A Google olyan – többek között a BEUC által hivatkozott – kutatásokra hivatkozik, amelyek azt mutatják, hogy az internetfelhasználók nagymértékben használják az árösszehasonlító szolgáltatásokat. Cáfolja, hogy ő a termékkeresés elsődleges helye az interneten, jelezve, hogy e tekintetben támaszkodhat a Bizottság előtti eljárás irataira. A fent hivatkozott kutatások egyike az Egyesült Királyságot, Németországot és Franciaországot illetően arra utal, hogy a Google keresőmotorján indított vagy akár a keresés egy pontját használó internetes termékkeresések egyáltalán nincsenek többségben. Egyébiránt a BEUC által előadottakkal ellentétben a kis eladók megjelennek a Google általános eredményoldalain szereplő hirdetésekben.
- 429 A Bizottság, valamint a Bizottságot támogató BEUC, Foundem, VDZ, BDZV, Visual Meta, Twenga, Kelkoo, továbbá a Németországi Szövetségi Köztársaság vitatja a Google érveit.

- 430 A Twenga és a Kelkoo közelebbről kiemelik, hogy a Google általános eredményoldalairól a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom csökkenése saját forgalmuk minőségének romlását, azaz az ezen árösszehasonlító szolgáltatások felől az eladók honlapjaira érkező látogatások konverziós rátájának csökkenését vonta maga után. Egyébiránt a Google árösszehasonlító szolgáltatása felől az eladók felé irányuló forgalom nőtt. A Twenga és a Kelkoo tehát kevésbé érdekelte az eladókat, akiknek ráadásul nem állt érdekében, hogy ajánlataik több weboldalon jelenjenek meg, mivel ilyenkor a hasonló tartalmú oldalakat hátra soroló Panda algoritmus a saját értékesítési honlapjukat is hátra sorolja a generikus eredmények között. A Twenga e tekintetben olyan eladók példáit hozza fel, amelyek jelezték neki, hogy lemondanak szolgáltatásairól, akár azért, mert a felőle érkező forgalom minősége csökkent, akár azért, mert – mivel úgy döntöttek, hogy a Google árösszehasonlító szolgáltatása felé szolgáltatnak – nem kívánnak egy másik árösszehasonlító szolgáltatás eredményei között megmaradni. A Kelkoo ehhez hozzáteszi, hogy a Google általános eredményoldalairól a honlapjára irányuló forgalom csökkenése maga is a weboldala felé irányuló közvetlen forgalom csökkenésével járt, amely – csakúgy mint a generikus eredményekből származó forgalom – jó konverziós rátát eredményező „minőségi” forgalom. A közvetlen forgalom ugyanis a generikus eredmények közötti felfedezést követő első látogatásból ered.
- 431 Tágabb értelemben, a BEUC kifejti, hogy a Google azért, hogy korlátozza a versengő árösszehasonlító szolgáltatások láthatóságát az általános eredményoldalain, és előnyben részesítette saját árösszehasonlító szolgáltatását és hirdetéseit, amelyeket a legnagyobb eladók használnak, nemcsak a termékösszehasonlítására specializált keresési piacon korlátozza a versenyt, hanem a fogyasztók azon lehetőségeit is korlátozza, hogy több eladót érjenek el, azok között versenyt idézve elő. Hangsúlyozza, hogy a 2012. március 27-i Post Danmark ítéletben (C-209/10, EU:C:2012:172, 20. pont) a Bíróság emlékeztetett arra, hogy az EUMSZ 102. cikk nemcsak azokra a magatartásokra vonatkozik, amelyek azonnali kárt okoznak a fogyasztóknak, hanem azokra is, amelyek a versenyt torzítva károsítják őket.

2) A Törvényszék álláspontja

- 432 Az EUMSZ 101. és EUMSZ 102. cikk ugyanarra a célra irányul, nevezetesen a belső piacon belüli torzulásmentes verseny fenntartására, amint az immár a Lisszaboni Szerződéshez csatolt, a belső piacról és a versenyről szóló (27). jegyzőkönyvben (HL 2010. C 83., 309. o.) szerepel. E tekintetben a két cikkben példaként említett versenyellenes magatartások hasonlóak, még akkor is, ha az EUMSZ 101. cikk a vállalkozások közötti kartellekre, az EUMSZ 102. cikk pedig az erőfölényben lévő vállalkozások egyoldalú magatartására vonatkozik.
- 433 A torzulásmentes verseny célja magában foglalja, hogy a verseny tisztességes alapokon valósuljon meg, amelyeket nem változtatnak meg sem a versenyt korlátozó vagy kizáró vállalkozások közötti kartellek, sem a piaci erejükkel a verseny korlátozása vagy megszüntetése céljából visszaélő erőfölényben lévő vállalkozások egyoldalú magatartása.
- 434 A tisztességes verseny – beleértve az erőfölényben lévő vagy éppen erőfölénybe kerülő vállalkozás által támasztott versenyt is – kétségkívül a versenytársak eltűnéséhez vezethet a piacon (lásd ebben az értelemben: 2017. szeptember 6-i Intel kontra Bizottság ítélet, C-413/14 P, EU:C:2017:632, 133. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat). Tiltottak azonban azok a versenyellenes magatartások, különösen az egyoldalú magatartások, amelyek az erőfölényben lévő vállalkozás visszaélésszerű magatartását tükrözik, és amelyek ilyen eltűnést is eredményezhetnek.

- 435 Ugyanakkor az EUMSZ 102. cikk az EUMSZ 101. cikkel ellentétben nem tesz különbséget azon magatartások között, amelyek célja a verseny megakadályozása, korlátozása vagy torzítása, és azon magatartások között, amelyeknek, bár nem ilyen célra irányulnak, mégis ilyen hatásuk van.
- 436 Az EUMSZ 101. cikk alkalmazása keretében a vállalkozások bizonyos kollektív magatartásaival szemben az a versenyhatóság, amely bizonyítja, hogy a szóban forgó magatartás versenyellenes célú, nem köteles annak versenyellenes hatásait bizonyítani ahhoz, hogy azt jogellenesnek minősítse. Így bizonyos összejátszásra irányuló magatartásokat, mint a kartellek révén való horizontális árrögzítés, annyira ártalmasnak, következésképpen jellegüknél fogva versenyellenesnek tekintik, hogy e tekintetben nem szükséges az érintett piacokra gyakorolt konkrét hatásaik bizonyítása (lásd ebben az értelemben: 2014. szeptember 11-i CB kontra Bizottság ítélet, C-67/13 P, EU:C:2014:2204, 49–51. pont).
- 437 Ezzel szemben az EUMSZ 102. cikk csak arról rendelkezik, hogy a belső piaccal összeegyeztethetetlen és tilos a belső piacon vagy annak jelentős részén meglévő erőfölénnyel való visszaélés. A Bíróság ítélkezési gyakorlatából az következik, hogy az e rendelkezés által tiltott erőfölénnyel való visszaélés olyan objektív fogalom, amely különösen az erőfölényben lévő vállalkozás olyan magatartásaira vonatkozik, amelyek hatására – olyan piacon, ahol pontosan a szóban forgó vállalkozás jelenlétének következtében a verseny már meggyengült – a termékeknek és a szolgáltatásoknak a gazdasági szereplők által nyújtott teljesítésen alapuló rendes versenyét jellemző eszközöktől eltérő eszközökkel korlátozzák a piacon még létező versenyszint fenntartását vagy e verseny fejlődését (lásd: 2010. október 14-i Deutsche Telekom kontra Bizottság ítélet, C-280/08 P, EU:C:2010:603, 174. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat). Ugyanezek a megfontolások érvényesek akkor is, ha a szóban forgó magatartások versenykorlátozó hatást gyakorolnak az erőfölénnyel érintett piachoz kapcsolódó piacokon.
- 438 Ami a kizorításra irányuló magatartásokat illeti, ebből azt a következtetést vonták le, hogy az erőfölénnyel való visszaélésnek való minősítés nem fogadható el anélkül, hogy a versenyellenes hatást – vagy legalábbis a potenciális versenyellenes hatást – ne bizonyítanák, azzal, hogy a versenytársak versenyhelyzetére gyakorolt legcsekélyebb hatás hiányában a versenytársak visszaélésszerű kizorítására irányuló magatartásnak minősítés nem fogadható el (lásd ebben az értelemben: 2010. október 14-i Deutsche Telekom kontra Bizottság ítélet, C-280/08 P, EU:C:2010:603, 250–254. pont; 2011. február 17-i TeliaSonera Sverige ítélet, C-52/09, EU:C:2011:83, 61–66. pont; 2012. április 19-i Tomra Systems és társai kontra Bizottság ítélet, C-549/10 P, EU:C:2012:221, 68. pont).
- 439 Ebben az összefüggésben még akkor is, ha az erőfölényben lévő vállalkozások főszabály szerint versenyellenes magatartásáról van szó, például olyan magatartásokról, amelyek célja, hogy a vásárlókkal kizárólagos vagy erősen kedvezményes vásárlási kapcsolatot alakítsanak ki, adott esetben hűségkedvezmények révén (lásd ebben az értelemben: 1979. február 13-i Hoffmann-La Roche kontra Bizottság ítéletet, 85/76, EU:C:1979:36, 89. pont), ha az érintett erőfölényben lévő vállalkozás dokumentáltan vitatja, hogy magatartása alkalmas volt a verseny korlátozására, az ügyben eljáró versenyhatóságnak az összes releváns körülményt elemeznie kell annak érdekében, hogy erről döntsön (lásd ebben az értelemben: 2011. február 17-i TeliaSonera Sverige ítélet, C-52/09, EU:C:2011:83, 68. pont; 2015. október 6-i Post Danmark ítélet, C-23/14, EU:C:2015:651, 68. pont; 2017. szeptember 6-i Intel kontra Bizottság ítélet, C-413/14 P, EU:C:2017:632, 138. és 139. pont).

- 440 E tekintetben, amikor a szóban forgó vállalkozás azt állítja, hogy magatartása nem volt alkalmas arra, hogy akár potenciális versenyellenes hatásokkal járjon, és érvelését a piac tényleges alakulására vonatkozó bizonyítékokkal támasztja alá, a versenyhatóság feladata annak vizsgálata, hogy e bizonyítékok hatással lehetnek-e a versenyellenes hatások fennállására vonatkozó értékelésére. Ami ugyanis a ténylegesen végrehajtott és a jelen ügyhöz hasonlóan összetett jellegű magatartásokat illeti, ezek az elemek olyan releváns körülményeknek minősülhetnek, amelyek alkalmasak arra, hogy megerősítsék az EUMSZ 102. cikkbe ütköző jogsértés fennállását.
- 441 A fentiekből következik, hogy a Google erőfölénnyel való visszaélésének megállapításához a Bizottságnak bizonyítania kellett a kifogásolt magatartásnak az érintett piacokon a versenyt korlátozó vagy megszüntető, legalábbis potenciális hatásait, az összes releváns körülményre, különösen a Google által annak vitatása érdekében előadott érvekre tekintettel, hogy magatartása alkalmas volt a verseny korlátozására.
- 442 Ezzel szemben, ellentétben azzal, amit a Google vagy a CCIA állít, a Bizottság nem volt köteles feltárni a tényleges kizorító hatásokat azzal az indokkal, hogy a Google nem volt erőfölényben a termék-összehasonlítási szolgáltatások nemzeti piacain, hogy magatartása a fogyasztók és az interneten működő eladók javára nyújtott szolgáltatások javításához járult hozzá, és hogy e magatartás több éven keresztül fennállt. A Bizottsággal szembeni ilyen követelmény ellentétes lenne az uniós bíróság által megerősített azon elvvel, amely szerint az EUMSZ 102. cikk értelmében vett visszaélésnek minősítés nem zárható ki amiatt, hogy a szóban forgó gyakorlat végső soron nem járt a várt eredménnyel (lásd ebben az értelemben: 2011. február 17-i TeliaSonera Sverige ítélet, C-52/09, EU:C:2011:83, 64. és 65. pont; közelebbről a magatartás időtartama tekintetében: 2012. március 29-i Telefónica és Telefónica de España kontra Bizottság ítélet, T-336/07, EU:T:2012:172, 272. pont).
- 443 A Bizottság *a fortiori* nem volt köteles bizonyítani azt, hogy a verseny megszüntetésének vagy korlátozásának lehetséges következményei ténylegesen megvalósultak: például az innováció csökkenését vagy az áremelések létezését, amelyeket a verseny hiányán kívül más ok nem indokol. E tekintetben elismert, hogy a verseny gyengülése határozottan járhat ilyen következményekkel, amint azt az EUMSZ 102. cikknek az erőfölényben lévő vállalkozások versenykorlátozó visszaélő magatartására történő alkalmazásával kapcsolatos bizottsági jogérvényesítési prioritásokról szóló iránymutatás 11. és 19. pontja kifejti.
- 444 Hangsúlyozni kell, hogy azok az érvek, amelyek szerint a szóban forgó magatartások javították a szolgáltatások minőségét, különösen a fogyasztó javára, ami a gazdasági érdek szempontjából ellensúlyozta az azonosított kizorító hatásokat, és amelyek alapján e magatartások nem voltak visszaélésszerűek, olyan érvek, amelyek nem tartoznak az e magatartások hatásainak vizsgálatára irányuló szakaszhoz. Ezek az érvek tehát hatástalanok azon jogalap alátámasztása szempontjából, amely szerint a Bizottság nem bizonyította, hogy a szóban forgó magatartások versenyellenes hatásokkal jártak. A jelen ügyben ezeket a Törvényszék részben már megvizsgálta az ötödik jogalap első részének vizsgálata során, ezt meghaladóan pedig később vizsgálja meg az első és második jogalap harmadik részeinek vizsgálata keretében.
- 445 A jelen ügyben a megtámadott határozatban a Bizottság először is a 7.2.3. részben elemezte a szóban forgó magatartások jelentős következményeit a Google általános eredményoldalairól a versengő árösszehasonlító szolgáltatások és a Google árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalomra nézve. A harmadik jogalap két részének vizsgálatából az következik, hogy a Bizottság jogosan következtethetett ebből az elemzésből a különböző érintett nemzeti termék-összehasonlítási piacokat illetően egyrészt arra, hogy e magatartások e forgalom

- visszaesését eredményezték szinte valamennyi versengő árösszehasonlító szolgáltatás esetében, másrészt pedig, hogy e magatartások a Google árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalom növekedéséhez vezettek. A Google általános eredményoldalairól származó forgalomra gyakorolt e jelentős hatásokat nagymértékben dokumentálták, amint az a fenti 383., 388. és 402–405. pontban bemutatásra került, és megállapítható, hogy a Bizottság e tekintetben országonként többé-kevésbé markáns, de mindenesetre jelentős tényleges hatásokat állapított meg.
- 446 Ezt követően a megtámadott határozat 7.2.4. részében a Bizottság értékelte a Google általános eredményoldalairól származó forgalom részesedését a versengő árösszehasonlító szolgáltatások teljes forgalmában (7.2.4.1. rész), majd kifejtette, hogy e részesedés ténylegesen nem helyettesíthető más forgalmi forrással (7.2.2. rész).
- 447 Ami a fenti 446. pontban említett és a megtámadott határozat 7.2.4.1 részében szereplő első szempontot illeti, a Bizottság a megtámadott határozat 24. táblázatának formájában bemutatta, hogy 2011-től kezdődően tizenhárom árösszehasonlító szolgáltatás forgalmának forrásai miként oszlottak el hat év alatt (kivéve az egyiket, amelynek esetében ez az időtartam négy év). E tekintetben a Bizottság különbséget tett a Google generikus eredményeiből, a Google szöveges hirdetéseiből, a közvetlen keresésből (vagyis amikor az internetfelhasználó adott esetben mobilkészülékes alkalmazás használatával, közvetítő link használata nélkül látogat el az árösszehasonlító szolgáltatás oldalára) és más forrásokból (mint például a partner weboldalak, más keresőmotorok vagy a hírlevelekben található linkek) származó forgalom között. Pontatlan tehát a Google azon állítása, amely szerint a Bizottság nem vizsgálta meg az árösszehasonlító szolgáltatások valamennyi látogatási forrását (lásd a fenti 365. pontot).
- 448 A megtámadott határozatban szereplő 24. táblázatból kitűnik, hogy a Google generikus eredményeiből származó forgalomrészek az árösszehasonlító szolgáltatásoktól függően meglehetősen változóak voltak, kicsivel több mint 20%-tól (az egyik év tekintetében egy 13%-os kivétel mellett) több mint 80%-ig terjedtek, és csekély többségükben (hét szolgáltató) e részesedések az évek során csökkennek. E csökkenések 5% és körülbelül 50% között változnak. A négy olyan árösszehasonlító szolgáltatásnál, amelyek esetében – épp ellenkezőleg – a Google generikus eredményeiből származó forgalomrészesedés növekedése figyelhető meg, e részesedés 5 és 65% közötti mértékben nőtt. A fennmaradó két árösszehasonlító szolgáltatás esetében ez a részesedés nagyjából stabil. Ez az általános elemzés adatokat szolgáltat a Google általános eredményoldalairól származó, a vele versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom jelentőségéről, és azt mutatja, hogy azok többsége tekintetében, amelyeknek a forgalmát tanulmányozták, a Google generikus eredményeiből származó forgalom aránya az évek során visszaesett. Az elemzés önmagában nem teszi lehetővé a Google magatartásának betudható versenyellenes kizorító hatások fennállására vonatkozó következtetések levonását, mivel e tekintetben más elemeket is figyelembe kell venni, de mivel olyan konkrét bizonyítékokon alapul, amelyeket egyébként a Google nem vitat, hozzájárulhat az ilyen hatások fennállásának bizonyításához.
- 449 Ami a fenti 446. pontban említett és a megtámadott határozat 7.2.4.2. részében tárgyalt második szempontot illeti, vagyis azt, hogy a Google-lal versengő árösszehasonlító szolgáltatások számára nehézséget jelent a Google generikus eredményeiből származó forgalom más forrásokkal való helyettesítése, a Bizottság különböző okokra hivatkozott, amelyeket a Google negyedik jogalapja harmadik részének keretében vitat. A Bizottság pontos értékeléseire vonatkozó e vitatás nem

kapcsolódik az e jogalap első részének megfelelő, jelen szakaszban vizsgált kifogáshoz, amely szerint a Bizottság csak feltételezte a szóban forgó magatartások versenyellenes hatásainak fennállását.

450 Végül a megtámadott határozat 7.3. részében a Bizottság kifejtette, hogy a szóban forgó magatartások potenciális versenyellenes hatásokkal jártak a termék-összehasonlításra irányuló specializált keresések nemzeti piacain és a nemzeti általános keresési piacokon.

451 E tekintetben a termék-összehasonlításra irányuló specializált keresések nemzeti piacait illetően a megtámadott határozat 7.3.1. részében, a fenti 445. és 446. pontban hivatkozott elemzésekre támaszkodva a Bizottság először is úgy ítélte meg, hogy a szóban forgó magatartások arra készíthetők a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokat, hogy felhagyjanak tevékenységükkel (a megtámadott határozat (594) preambulumbekzdése). A Bizottság továbbá úgy vélte, hogy e magatartások csökkenthetik azok innovációs ösztönzését, mivel észszerűen nem számíthatnak olyan forgalomra, amely elegendő ahhoz, hogy versenyezni tudjanak a Google árösszehasonlító szolgáltatásával, és amennyiben a Google generikus eredményeiből eredő forgalom kiesését a fizetős forgalmi források révén próbálnák meg kompenzálni, csökkentenék az innovációhoz rendelkezésre álló bevételüket (a megtámadott határozat (595) preambulumbekzdése). Ezt követően a Bizottság úgy vélte, hogy a szóban forgó magatartások csökkenthetik magának a Google-nak az ösztönzését az árösszehasonlító szolgáltatását érintő innovációra, mivel kisebb versennyel kell szembesülnie (a megtámadott határozat (596) preambulumbekzdése). A Bizottság azt is megállapította, hogy a szóban forgó magatartások csökkenthetik a fogyasztók azon lehetőségeit, hogy hozzáférjenek a legjobb teljesítményű árösszehasonlító szolgáltatásokhoz. E tekintetben a Bizottság a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeinek a generikus eredményeken belül rossz pozícióba történő hátratorolására (a megtámadott határozat (598) preambulumbekzdése), valamint arra hivatkozott, hogy a fogyasztók általában nem voltak tudatában annak, hogy a Product Universals és a Shopping Units esetében a generikus eredményektől eltérő kiválasztási szempontokat alkalmaznak (a megtámadott határozat (599) preambulumbekzdése). Ily módon sérül a piacok versenyszerkezete, mivel a Google árösszehasonlító szolgáltatásának sikerét mesterségesen biztosítja az általános keresési piacokon fennálló erőfölénye és a szóban forgó magatartások (a megtámadott határozat (600) preambulumbekzdése).

452 Egyébiránt a Google által a közigazgatási eljárás során megfogalmazott, arra vonatkozó kifogásra válaszul, hogy nem jelölték azt az árösszehasonlító szolgáltatást, amely felhagyott tevékenységével, míg a Google által azonosított 361 ilyen szolgáltatás közül több száz aktív, a Bizottság – miután emlékeztetett arra, hogy nem volt köteles a tényleges hatások bizonyítására (a megtámadott határozat (602) preambulumbekzdése) – azt állította, hogy a szóban forgó magatartások hiányában a dinamikus versenyben részt vevő árösszehasonlító szolgáltatások száma magasabb lehetett volna (a megtámadott határozat (603) preambulumbekzdése). Ezt követően több tanúvallomást ismertetett, amelyek szerint e 361 árösszehasonlító szolgáltatás közül sokan felhagytak tevékenységükkel, vagy azt más szolgáltatásokká alakították át. Például e tanúvallomások egyike szerint e 361 árösszehasonlító szolgáltatás 38%-a beszüntette tevékenységét, míg egyik másik tanúvallomás szerint 21%-uk tett így (a megtámadott határozat (604) preambulumbekzdése).

453 Ami továbbra is a szóban forgó magatartások termékösszehasonlításra irányuló specializált keresések nemzeti piacaira gyakorolt hatásait illeti, a megtámadott határozat 7.3.2. részében, amely e hatások elemzésével foglalkozik abban az esetben, ha a kereskedelmi platformok e piacokhoz tartoznak, a Bizottság lényegében azt az elgondolást fejtette ki, hogy az általa

azonosított hatások az árösszehasonlító szolgáltatások piaci szegmensében, vagyis a Google árösszehasonlító szolgáltatása legközelebbi versenytársainak szegmensében érvényesülnek (a megtámadott határozat (609) és (610) preambulumbekzdése). Hangsúlyozta, hogy *a contrario* a szóban forgó magatartások nem járnak negatív hatással a kereskedelmi platformokra nézve (a megtámadott határozat (610) preambulumbekzdése). A Bizottság két kutatást is benyújtott, amelyek közül a második a fenti 388. és 405. pontban már említésre került, és amelyek arra irányultak, hogy azon tizenhárom országban, amelyek tekintetében a Google erőfölénnyel való visszaélését állapította meg, értékelje először is az árösszehasonlító szolgáltatások részesedését e piacokon, másodsor pedig a Google általános eredményoldaláról az árösszehasonlító szolgáltatása felé, a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé és a kereskedelmi platformok felé irányuló forgalom alakulását. Ami a piaci részesedéseket illeti, azokból például az tűnik ki, hogy különböző kiigazításoktól függően az árösszehasonlító szolgáltatások (a Google és versenytársai szolgáltatásai együttesen) egyesült királysági piaci részesedése – amely tehát megfelel a szóban forgó magatartások által érintett piaci részesedésnek – 2011 és 2016 között 9–18% és 12–24% közötti sávokban mozog. Közelebbről, továbbra is az Egyesült Királyság esetében, az derült ki, hogy az alkalmazott kiigazításoktól függően a Google árösszehasonlító szolgáltatásának piaci részesedése 4%-ról 17%-ra nőtt, a kereskedelmi platformok piaci részesedése 89%-ról 81%-ra – a spektrum alsó részében 83%-ról 76%-ra – csökkent, a versengő árösszehasonlító szolgáltatások részesedése pedig 11%-ról 2%-ra (a spektrum alsó részében 7%-ról 1%-ra) csökkent (a megtámadott határozat (612)–(639) preambulumbekzdése). Ami a Google általános eredményoldalairól származó, a Google árösszehasonlító szolgáltatása, a versengő árösszehasonlító szolgáltatások és a kereskedelmi platformok felé irányuló forgalom alakulását illeti, azzal kapcsolatban az tűnik ki – amint a fenti 388. és 405. pontban már kiemelésre került –, hogy a Google árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalom általánosan nőtt, a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom pedig általánosan csökkent. A kereskedelmi platformok felé irányuló forgalom enyhén csökkent, jóllehet a tizenhárom érintett ország közül néhányban a fejlődés egyenetlenebbnek tűnik, sőt akár csökkenés is észlelhető. Az Egyesült Királyság példájával folytatva, az alkalmazott kiigazításoktól függően 2011 és 2016 között a Google árösszehasonlító szolgáltatásának részesedése az általános eredményoldaláról származó forgalomban 11%-ról 46%-ra, illetve 16%-ról 54%-ra, a versengő árösszehasonlító szolgáltatások részesedése 14%-ról 2%-ra, illetve 22%-ról 3%-ra, a kereskedelmi platformok részesedése pedig 75%-ról 52%-ra, illetve 63%-ról 43%-ra változott.

- 454 Ami a termék-összehasonlítási szolgáltatások piacát illeti, ezen, a fenti 445–453. pontban többször összefoglalt elemzésből kitűnik, hogy a Bizottság olyan konkrét bizonyítékokra támaszkodott, amelyek nem csupán a Google általános eredményoldaláról a versengő árösszehasonlító szolgáltatások és a Google árösszehasonlító szolgáltatása, illetve másodlagosan a kereskedelmi platformok felé irányuló forgalom alakulására vonatkoztak, hanem arra is, hogy a Google általános eredményoldaláról származó forgalom milyen arányt képvisel a versengő árösszehasonlító szolgáltatások összesített forgalmában, ebből egy érveléssel alátámasztott indokolásnak megfelelően megállapítva a versenyellenes hatások fennállását a nemzeti termék-összehasonlítási piacokon.
- 455 Függetlenül attól a kérdéstől, hogy a Google által a negyedik jogalapja keretében előadott többi évrre tekintettel a hatások ezen elemzése elfogadható-e, vagy sem, e jogalap első részét, amely szerint a Bizottság e tekintetben tisztán feltételezések alapján járt el, a termék-összehasonlítási szolgáltatások piaci tekintetében el kell utasítani.

456 Ezzel szemben, ami a nemzeti általános keresési piacokat illeti, a megtámadott határozat 7.3.3. részében a Bizottság a szóban forgó magatartások versenyellenes hatásainak megjelölésére szorítkozott, megemlítve, hogy azáltal, hogy általános eredményoldalain kedvezőbben kezeli árösszehasonlító szolgáltatását, a Google azokat a bevételeket védi, amelyeket e specializált keresőszolgáltatás ezen oldalakról biztosít számára; e bevételek maguk finanszírozzák az általános keresőszolgáltatást (a (624) preambulumbekzdés). Az ügy irataiból kitűnik, hogy a Google aggódott azon hirdetési bevételek miatt, amelyeket a versengő árösszehasonlító szolgáltatások a fejlesztés révén elvehetnének tőle (a (643) preambulumbekzdés).

457 E megfontolások túl pontatlanok ahhoz, hogy igazolják a nemzeti általános keresési piacokon fennálló, akár potenciális versenyellenes hatásokat. A szóban forgó bevételek nagyságára, valamint a Google és versenytársai e piacokon elfoglalt helyzetére gyakorolt esetleges hatásukra vonatkozóan semmilyen elemzést nem terjesztettek elő. Következésképpen e piacokat illetően a Google megalapozottan állítja, hogy a szóban forgó magatartások hatásainak Bizottság általi elemzése tisztán feltételezéseken alapult, és hogy ennél fogva e hatásokat nem bizonyították.

458 A Google negyedik jogalapja első részének tehát kizárólag a nemzeti általános keresési piacok tekintetében kell helyt adni. Következésképpen e jogalap többi részét csak annyiban kell vizsgálni, amennyiben azok a termék-összehasonlítási szolgáltatások nemzeti piacára vonatkoznak.

459 Mivel – amint arra a Törvényszék a fenti 438. pontban emlékeztetett – ahhoz, hogy a kizorításra irányuló magatartáshoz kapcsolódó erőfölénnyel való visszaélést ilyennek lehessen minősíteni, a Bizottságnak bizonyítania kell, hogy az legalábbis potenciális versenyellenes hatásokkal járt az érintett piacon vagy piacokon, meg kell állapítani, hogy a megtámadott határozat nem megalapozott annyiban, amennyiben erőfölénnyel való visszaélésre vonatkozik az általános keresési piacokon.

d) A negyedik jogalap második részéről, amely szerint a hatások elemzése során nem vették figyelembe a kereskedelmi platformok szerepét

460 Negyedik jogalapjának második részében a Google előadja, hogy a Bizottság nem vette figyelembe a kereskedelmi platformok által gyakorolt versenynyomást, noha azok voltak a verseny és az innováció motorjai a termék-összehasonlítási szolgáltatások piacán.

461 A Google e tekintetben először is azt állítja, hogy a termék-összehasonlítási szolgáltatások piacának a Bizottság által elfogadott meghatározása téves, és ezt követően, hogy mindenféleképpen figyelmen kívül hagyták a kereskedelmi platformok versenynyomását a megtámadott határozatban.

1) A negyedik jogalap második részének azon elemeiről, amelyek szerint a termékpiac meghatározása téves

i) A felek érvei

462 A Google, valamint a CCIA több olyan körülményre hivatkozik, amelyek annak bizonyítására irányulnak, hogy a kereskedelmi platformok és az árösszehasonlító szolgáltatások a termék-összehasonlítási szolgáltatások ugyanazon piacán működnek. Mindkét szolgáltatás ugyanazokat a termékkeresési funkciókat biztosítja az internetfelhasználók számára díjmentesen, többek között az árak feltüntetésével. A kínált szolgáltatások tehát helyettesíthetők egymással, ami

elegendő ahhoz, hogy a két szolgáltatótípust a termék-összehasonlítási szolgáltatások piaca részesének tekintsék, még akkor is, ha a kereskedelmi platformok kiegészítő szolgáltatásokat nyújtanak. A Google által a közigazgatási eljárás során Németországgal, Franciaországgal és az Egyesült Királysággal kapcsolatban a Bizottsághoz benyújtott három vizsgálat azt mutatja, hogy ott a fogyasztók nagy többségükben úgy vélik, hogy az Amazon platform jó helyettesítője a legismertebb árösszehasonlító szolgáltatásoknak. A Bizottság tévesen tagadta e vizsgálatok bizonyító erejét azzal az indokkal, hogy a megkérdézett személyeknek nem kellett indokolniuk a válaszukat, és a kérdésben csak az Amazon került említésre. A Bizottság által a megtámadott határozat (220) preambulumbekzdésének 6. pontjában a termékpiacon általa elfogadott meghatározásának alátámasztása érdekében ismertetett kutatás kétségtelenül nem érinti a kereskedelmi platformok szolgáltatásai és az árösszehasonlító szolgáltatások helyettesíthetőségét, ugyanakkor azt mutatja, hogy az Amazon és az eBay „azon többkereskedős platformok elsődleges példái, amelyek formátuma jelentős árösszehasonlító funkciót biztosít a felhasználók részére”. Egyébként több független kutatás is azt mutatja, hogy a vásárolni kívánó internetfelhasználók többsége a keresést egy kereskedelmi platformon kezdi, és csak a termékek összehasonlítását követően véglegesíti a vásárlást. A BEUC és a BDZV beavatkozására válaszul a Google ezenkívül a német Bundeskartellamt (szövetségi kartellhatóság) egyik határozatára és a Schleswig-Holsteinisches Oberlandesgericht (schleswig-holsteini regionális felsőbbíróság, Németország) határozatára hivatkozik, amelyek lényegében azt tartalmazzák, hogy a kereskedelmi platformok olyan árösszehasonlító szolgáltatások, amelyek ezenfelül értékesítési közvetítői feladatokat is végeznek. A Google elutasítja a BEUC által előadott azon érvelést is, amely szerint a kereskedelmi platformok sok terméket értékesítő üzletek, míg az árösszehasonlító szolgáltatások a különböző üzletek által kínált ugyanazon termék árának összehasonlítását teszik lehetővé. Egy kereskedelmi platform ugyanis nem üzlet, hanem számos üzlet ajánlatát csoportosítja össze, és lehetővé teszi ugyanazon termék vagy modell árainak ingyenes összehasonlítását, ugyanúgy mint az árösszehasonlító szolgáltatások. A Bizottság azon érvét, amely szerint a kereskedelmi platformok ritkán biztosítanak hozzáférést a legnagyobb eladóhoz, ami azt jelenti, hogy azok nem helyettesíthetők az olyan termék-összehasonlítási szolgáltatásokkal, amelyek ezen eladók ajánlatait továbbítják, cáfolják a platformok által a Bizottságnak adott válaszok. Még ha az érv helytálló is lenne, ez nem változtatna azon internetfelhasználók keresletén, akik úgy vélik, hogy a weboldalak e két típusa helyettesíthető a termékek összehasonlítására irányuló keresésük szempontjából. A Bizottság nem bizonyította ennek ellenkezőjét, és nem is vizsgálta meg ténylegesen a helyettesíthetőséget az internetfelhasználók keresletét illetően. A Google *in tempore non suspecto* kidolgozott belső dokumentumai azt mutatják, hogy ő maga az Amazont és az eBay-t tekinti a termékösszehasonlítási szolgáltatások piacvezetőinek, közelebbről pedig az Amazont referenciának és a saját innovációit indokoló fő versenytársának tartja. Ugyanígy számos, az általános keresőszolgáltatásokat nyújtó szolgáltatók, az árösszehasonlító szolgáltatások és a kereskedelmi platformok által a közigazgatási eljárás irataihoz csatolt tanúsítvány is megerősíti, hogy ez utóbbiak versenyeznek az árösszehasonlító szolgáltatásokkal.

463 Ahelyett, hogy figyelembe vette volna ezeket a tényezőket, a Bizottság felületes különbségeket állapított meg a kereskedelmi platformok szolgáltatásai és az árösszehasonlító szolgáltatások között, amelyek az internetfelhasználók kereslete szempontjából nem voltak hatással azok helyettesíthetőségére, majd tévesen jutott arra a következtetésre, hogy az előbbiek nem gyakorolnak versenynyomást az utóbbiakra. A CCIA hangsúlyozza, hogy a közösségi versenyjog alkalmazásában az érintett piac meghatározásáról szóló közleményének (HL 1997. C 372., 5. o.; magyar nyelvű különkiadás 8. fejezet, 1. kötet, 155. o.) 36. pontjában a Bizottság megjegyzi, hogy a termékek jellemzőinek eltérései önmagukban még nem elegendőek a keresleti helyettesíthetőség kizárásához, mivel az nagymértékben függ attól, hogy a vevők milyen jelentőséget tulajdonítanak a

különböző jellemzőknek. Ezenkívül a Google szerint nem pontos az ellenkérelemben hivatkozott egyik különbség, nevezetesen az, hogy a Google-lal versengő árösszehasonlító szolgáltatások a kereskedelmi platformokkal ellentétben nem jelenhetnek meg a Shopping Unitsben. Ezeknek pusztán egy olyan reklám linket kellene megjeleníteniük, amely közvetlenül egy internetes vásárlási oldalra utal, amit egyesek meg is tettek. A Google három példát hoz fel. Mivel azon termékpiacot, amelyen a kifogásolt magatartás versenyellenes hatásokkal jár, úgy határozták meg, mint a termékösszehasonlítási szolgáltatások piacát, nem csupán az kellett volna, hogy a Bizottság megvizsgálja, hogy az internetfelhasználók milyen alternatívákkal rendelkeztek az ilyen összehasonlításnak a vásárlást megelőzően történő elvégzésére, ami lehetővé tette volna számára annak megállapítását, hogy léteztek kereskedelmi platformok és árösszehasonlító szolgáltatások, hanem a Bizottságnak azt is meg kellett volna magyaráznia, hogy a Google, amely azt állította, hogy a versenyfenyegetés a kereskedelmi platformoktól származik, miként lett volna képes előirányozni az eredményoldalain való megjelenést lehetővé tevő szolgáltatásai árainak tartós növelését anélkül, hogy a hirdetések elvesztését kockáztatta volna a kereskedelmi platformok javára. Az e platformok által az árösszehasonlító szolgáltatásokhoz képest nyújtott kiegészítő szolgáltatások, amelyeket a Bizottság megkülönböztető tényezőkként azonosított, éppen ellenkezőleg, csak erősítik az e platformok által az árösszehasonlító szolgáltatásokkal szemben folytatott versenyt. Ezek magyarázzák azt, hogy az előbbieket a Panda algoritmus miért sorolja jobb helyre a Google általános keresési eredményei között, és hogy miért javult a javukra generált forgalom, miközben az árösszehasonlító szolgáltatások javára generált forgalom csökkent. Éppen ezért több ilyen árösszehasonlító szolgáltatás is szeretné e kiegészítő szolgáltatásokat kínálni, mint például a vásárlást közvetlenül lehetővé tevő szolgáltatást. A Google maga is megkezdte e szolgáltatás nyújtását, noha főként az internetfelhasználók kereséseire adott válaszai minőségének javítására összpontosított annak érdekében, hogy a termékkeresést illetően versenyezzen a kereskedelmi platformokkal. Egyébiránt az a körülmény, hogy a kereskedelmi platformok és az árösszehasonlító szolgáltatások, mint az Amazon és a Google, vertikális jellegű kapcsolatokat hoznak létre, többek között úgy, hogy az utóbbiak az előbbieket által kínált ajánlatokra utalnak, és hogy azok a fő ügyfeleik, amint azt a Bizottság a megtámadott határozat (220) preambulumbekzdésében hangsúlyozta, mit sem változtat azon, hogy a Bizottságnak meg kellett vizsgálnia szolgáltatásaik helyettesíthetőségét, és az annak bizonyítására előterjesztett elemeket, hogy azok versenyben állnak egymással. A Twenga által beavatkozási beadványában előadott azon érvre, amely szerint a kereskedelmi platformok a Google mögött működnek, és nagymértékben függnék az általános eredményoldaláról származó forgalomtól, a Google megjegyzi, hogy ez utóbbi indok nem szerepel a megtámadott határozatban, és vitatja a Twenga által e tekintetben előterjesztett, Franciaországra vonatkozó kutatás elfogadhatóságát és bizonyító erejét. A Google által a kereset alátámasztására előterjesztett bizonyítékok szerint a kereskedelmi platformok forgalmának jelentős része közvetlen, ami ellentmond a Twenga által előterjesztett 46%-os, az általános eredményoldalán alapuló forgalomnak. A válaszban a Google pontosítja, hogy a kereskedelmi platformok árösszehasonlító szolgáltatásoktól származó forgalma csekély a teljes forgalmához képest. A Google egyébiránt azt állítja, hogy a Bizottság ellenkérelmében a bizonyítási teher megfordítására törekszik, azt állítva, hogy a Google-nak kellene bizonyítania, hogy az internetfelhasználók a kereskedelmi platformok weboldalaira termékek vásárlása céljából összehasonlító keresések elvégzése érdekében is ellátogatnak, és nem csupán vásárlások céljából, míg a Bizottságnak kell bizonyítania, hogy nem ez a helyzet, ha e platformokat ki kívánja zárni a releváns piacból. A közigazgatási eljárás iratai nem teszik lehetővé számára ennek bizonyítását. Közelebbről az a tény, hogy egy 2014. évi kutatásból kitűnik, hogy az internetfelhasználók úgy vélik, hogy a kereskedelmi platformok elsősorban termékek vásárlására szolgálnak, nem utal arra, hogy összehasonlító keresési funkciójukat milyen mértékben használják. A Google többek között a tárgyaláson hangsúlyozta, hogy a megtámadott határozatban elfogadott érintett piac – amint az annak (191) preambulumbekzdéséből kitűnik – kizárólag az internetfelhasználóknak nyújtott

termékösszehasonlítási szolgáltatások piaca, amelyek tekintetében a kereskedelmi platformok és az árösszehasonlító szolgáltatások egymással felcserélhetők, nem pedig az internetes eladóknak nyújtott szolgáltatások piaca. Egyebekben pontatlan az a tény, hogy a kereskedelmi platformok nem dolgoznak nagy eladókkal, míg az árösszehasonlító szolgáltatások előnyben részesítik ezeket a partnereket. Végül a megtámadott határozat (224)–(226) preambulumbekzdésében a kínálati szempontból fennálló különbségekre vonatkozóan kifejtett megfontolások nem relevánsak, mivel az internetfelhasználók kereslete szempontjából fennáll a helyettesíthetőség.

- 464 E szempontot illetően, amelyet a Bizottság oldalán beavatkozók többsége támogat, a Bizottság hangsúlyozza, hogy a keresetlevélben a Google nem vonja kétségbe egyértelműen a megtámadott határozatban megállapított, az árösszehasonlító szolgáltatásokra korlátozódó releváns termékpiacot. Ennélfogva, mivel a kereskedelmi platformok kívül esnek e piacon, fogalmilag nem rendelkezhetnek ott jelentős piaci erővel. Viszonzásában a Bizottság hangsúlyozza, hogy a Google-nak a kereskedelmi platformok versenynyomására vonatkozó érvei a kifogásolt magatartás hatásainak értékelésére vonatkoznak, nem pedig az érintett piac meghatározására, amelynek a versenyelemzésben korábban kell szerepet játszania.
- 465 Mindenesetre a Bizottság vitatja, hogy az árösszehasonlító szolgáltatások és a kereskedelmi platformok ugyanahhoz a termékpiachoz tartoznak. Következésképpen a Bizottság szerint nem volt szükséges meghatározni a kereskedelmi platformok piaci részesedését azon a piacon, amelyen az árösszehasonlító szolgáltatásokkal együtt szerepelnek.

ii) A Törvényszék álláspontja

- 466 Emlékeztetni kell arra, hogy a versenyelemzés összefüggésében a piac az a tér, ahol a kínálat és kereslet találkozik, ahol a verseny folyik vagy folyhat. Hagyományosan elkülönítik a piac anyagi vetületét (termékpiac), amely meghatározza a versengő árukat vagy szolgáltatásokat (attól függően, hogy mit kínálnak az érintett vállalkozások) és a piac térbeli vetületét (földrajzi piac), amely azt a területet határozza meg, amelyen belül az adott felhasználók tekintetében verseny folyik.
- 467 E tekintetben a közösségi versenyjog alkalmazásában az érintett piac meghatározásáról szóló közleményben a Bizottság kifejti, hogy a piac meghatározásának alapvető célja azoknak a verseny által támasztott korlátoknak a rendszerezett módon történő azonosítása, amelyekkel az érintett vállalkozások szembenéznek, de lehetővé teszi bizonyos piaci magatartástípusok elemzését és a termékínálat strukturális változásainak elemzését is (a közlemény 2. és 12. pontja). A Bizottság közelebbről azt állítja, hogy „[a]z érintett termékpiac mindazokat a termékeket és/vagy szolgáltatásokat magában foglalja, amelyeket a fogyasztó a jellemzőik, áruk és rendeltetésük alapján egymással felcserélhetőnek vagy helyettesíthetőnek tart” (a közlemény 7. pontja). A Bizottság ezenkívül a közlemény 20. pontjában a következőket állapítja meg:

„A kínálati oldali helyettesíthetőséget is meg lehet vizsgálni a piacok [...] meghatározásakor, [ha] e helyettesíthetőség hatásai ugyanolyan hatékonyak és közvetlenek, mint a keresleti helyettesíthetőség hatásai. Ez azt jelenti, hogy a szállítók [...] át tudják állítani a termelést az érintett termékekre és rövid távon forgalomba tudják hozni azokat jelentős pótlólagos költségek vagy kockázatok nélkül.”

- 468 Amint arra a Törvényszék a fenti 42–52. pontban rámutatott, a Bizottság a megtámadott határozatban megjelölte az ügy tárgyát képező két különböző termékpiacot, az általános internetes keresések piacát és a termék-összehasonlításra irányuló specializált keresések piacát. E

második piacot illetően a Bizottság abból kizárta a kereskedelmi platformokat azzal az indokkal, hogy ez utóbbiak szolgáltatásai kevésbé helyettesíthetők a termék-összehasonlítási szolgáltatásokkal.

- 469 A jelen ügyben a Google nem kérdőjelezi meg azon termékpiac körülhatárolását, amelyen erőfölényben levőnek minősítették; ez az általános internetes keresések piaca, amelynek résztvevői az általános keresőmotorok. Nem kérdőjelezi meg a termék-összehasonlításra irányuló specializált keresések piacának létezését sem, de vitatja, hogy csak az árösszehasonlító szolgáltatásokból áll, anélkül hogy magában foglalná azokat a kereskedelmi platformokat, amelyek termék-összehasonlítási szolgáltatásokat is nyújtanak.
- 470 Noha a Google e kifogást csak a negyedik, lényegében arra alapított jogalapja keretében fogalmazza meg, hogy a neki felrótt magatartások nem voltak alkalmasak versenyellenes hatások kifejtésére, amint az a keresetlevél 313. és azt követő pontjaiból is következik, vitatja e piac Bizottság általi körülhatárolását, ellentétben azzal, amit a Bizottság védekezéséppen állít. El kell tehát utasítani a Bizottság azon érvét, amely szerint a Google nem kérdőjelezi meg a termék-összehasonlításra irányuló specializált keresések termékpiacának körülhatárolását. Ezt egyértelműen megkérdőjelezi, és amint az a fenti 462–463. pontból kitűnik, számos érve támaszkodik. Nincs jelentősége annak, hogy ezt nem önálló jogalapként teszi, hanem egy olyan jogalap keretében előadott általánosabb érvelésben, amely szerint a kereskedelmi platformok versenynyomását nem vették figyelembe. Ily módon az Európai Unió Bírósága alapokmánya 21. cikkének első bekezdése értelmében, amely ugyanezen alapokmány 53. cikkének első bekezdése szerint a Törvényszék előtti eljárásra is alkalmazandó, valamint az eljárási szabályzat 76. cikkének d) pontja értelmében a keresetlevélnek tartalmaznia kell többek között a jogvita tárgyát, a felhozott jogalapokat és érveket, kellően világosan és pontosan ahhoz, hogy lehetővé tegye az alperes számára védekezésének előkészítését és a Törvényszék számára a kereset elbírálását, adott esetben minden további információ nélkül (lásd: 2019. december 12-i Tàpias kontra Tanács ítélet, T-527/16, EU:T:2019:856, 64. és 65. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat). E követelményeket tiszteletben tartották. Ennélfogva a Google arra alapított érve, hogy a Bizottság elemzési hibát követett el a termék-összehasonlítási szolgáltatások piacának elhatárolása során, elfogadható, és azt meg kell vizsgálni.
- 471 E tekintetben megállapítást nyert, hogy ahhoz, hogy a szóban forgó szolgáltatást vagy terméket az EUMSZ 102. cikk alkalmazása szempontjából kellően elkülönülő piac tárgyának lehessen tekinteni, az szükséges, hogy a szóban forgó szolgáltatást vagy terméket egyéniesíteni lehessen olyan sajátos jellemzőik alapján, amelyek megkülönböztetik azt más szolgáltatásoktól vagy más termékektől, olyannyira, hogy azokkal kevésbé felcserélhető, és nem vagy csak kevésbé érzékelhetően verseng velük. Ennek keretében a termékek felcserélhetőségének mértékét a termékek objektív jellemzői, valamint a kereslet szerkezete, a piaci kínálat és a versenyfeltételek alapján kell értékelni (1997. október 21-i Deutsche Bahn kontra Bizottság ítélet, T-229/94, EU:T:1997:155, 54. pont).
- 472 A jelen ügyben az a kérdés, hogy a hivatkozott érvekre tekintettel a Bizottság a megtámadott határozatban kellőképpen bizonyította-e, hogy az árösszehasonlító szolgáltatások által kínált termék-összehasonlítási szolgáltatások olyan sajátos jellemzőkkel bírnak, amelyek megkülönböztetik őket a kereskedelmi platformok által kínált termék-összehasonlítási szolgáltatásoktól, vagy éppen ellenkezőleg, olyanokkal, hogy azok egymással kevésbé felcserélhetőek, és közöttük csak kevésbé érzékelhető verseny áll fenn.

- 473 Hangsúlyozni kell, hogy egy kétoldalú piacról van szó, vagyis egy olyan piacról, ahol a kínálatot nyújtók egyidejűleg két különböző típusú személy keresletére reagálnak: egyrészt azon internetfelhasználók keresletére, akik a termékek jellemzőit és árát a későbbi vásárlásukat megelőzően össze kívánják hasonlítani, másrészt pedig azon személyek keresletére, akik a termékeiket kívánják eladni, és akik a szolgáltatók adatbázisát ellátják a termékeikre vonatkozó információkkal az ilyen összehasonlítás céljából, azzal a céllal, hogy az internetfelhasználók megvásárolják e termékeket, azzal, hogy a vevők és az eladók közötti esetleges ügyletre adott esetben egy másik piacon kerül sor. A jelen esetben a kínálatot nyújtók, amelyek kapcsán meg kell határozni, hogy ugyanazon termék-összehasonlítási piacon vesznek-e részt, két kategóriába tartoznak: az „egyszerű” árösszehasonlító szolgáltatások és a kereskedelmi platformok kategóriába, míg a keresleti oldalon a kétoldalú piac egyik oldalán az internetfelhasználók, a másik oldalán pedig az internetes eladók találhatók.
- 474 A Törvényszék rámutat arra, hogy a Google állításával ellentétben a Bizottság az érintett termékösszehasonlítási piacot nem szűkítette kizárólag az internetfelhasználókat érintő oldalára. A megtámadott határozatnak a Google által e tekintetben hivatkozott (191) preambulumbekzdése ugyanis csak e szolgáltatások meghatározását tartalmazza, amelyből egyébként megállapítható, hogy azok egyaránt érdekeseek az internetfelhasználók és az internetes eladók számára. A Bizottságnak az e piac körvonalainak meghatározására irányuló érvelése a megtámadott határozatban ezzel szemben nem csupán a kereslet jellemzőinek az internetfelhasználók szempontjából történő elemzését foglalja magában, hanem a kereslet jellemzőinek az internetes eladók szempontjából végzett elemzését is.
- 475 Például a megtámadott határozat (195) preambulumbekzdésében, amikor a Bizottság azt vizsgálja, hogy a termék-összehasonlítási szolgáltatások és az egyéb specializált keresőszolgáltatások helyettesíthetők-e egymással, arra a kereskedelmi munkaerőre hivatkozik, amely ahhoz szükséges, hogy megállapodásokat kössenek az olyan áruk vagy szolgáltatások internetes eladóival, amelyeket végül értékesítenek, ami azt mutatja, hogy a Bizottság a piac azon oldalát is figyelembe veszi, amelyen a vizsgált specializált keresőszolgáltatások jelentik a kínálatot, míg az internetes eladók a keresletet. Ugyanígy e határozat (197) preambulumbekzdésében, amikor a Bizottság azt vizsgálja, hogy a termék-összehasonlítási szolgáltatások és a reklámszolgáltatások egymással helyettesíthetők-e, kifejti, hogy ezek a szolgáltatások sem az internetfelhasználók, sem az internetes eladók szempontjából nem helyettesíthetők egymással. Az árösszehasonlító szolgáltatások és a kereskedelmi platformok helyettesíthetőségének kérdését illetően a Bizottság először is az internetfelhasználók kereslete (a (218)–(220) preambulumbekzdés), majd az internetes eladók kereslete (a (221)–(223) preambulumbekzdés) szempontjából vizsgálja meg a helyettesíthetőséget. Ezt követően elemzi az árösszehasonlító szolgáltatások és a kereskedelmi platformok internetfelhasználók (a (225) preambulumbekzdés) és internetes eladók (a (226) preambulumbekzdés) számára nyújtott kínálatának jellemzőit. Végül a Bizottság cáfolja a Google azon érveit, amelyek az árösszehasonlító szolgáltatások és a kereskedelmi platformok közötti helyettesíthetőség irányába mutatnak, és amelyek mind a piac internetfelhasználókat érintő oldalára, mind pedig az internetes eladókat érintő oldalára vonatkoznak ((227)–(245) preambulumbekzdés).
- 476 A Bizottság tehát megvizsgálta az érintett piac két oldalát, különösen azért, hogy megállapítsa, hogy a kereskedelmi platformok nem ugyanazon termék-összehasonlítási szolgáltatások piacán jelennek meg, mint az árösszehasonlító szolgáltatások. Következésképpen a Bizottság nem korlátozta a piacot az egyik oldalára.

- 477 Márpedig, amint azt a BDZV a beavatkozási beadványában hangsúlyozta, az a körülmény, hogy a kétoldalú piac egyik oldalán a keresletre való reagálás érdekében a kínálatot nyújtók két kategóriájának szolgáltatásai nagymértékben felcserélhetők, nem jelenti szükségképpen azt, hogy ez a piac másik oldalán is fennáll, az ott megnyilvánuló másik keresletet illetően. A kétoldalú piacon ugyanis, mivel a kereslet nem ugyanazon személyektől származik a piac minden egyes oldalán, nem feltételezhető, hogy a szolgáltatások helyettesíthetőségének kérdése mindkét oldalon azonos módon merül fel.
- 478 Meg kell tehát vizsgálni, hogy a termék-összehasonlítási szolgáltatások piacának egyik vagy másik oldala tekintetében a Bizottság a Google által megfogalmazott kritikákra tekintettel kellőképpen bizonyította-e, hogy az árösszehasonlító szolgáltatások által kínált szolgáltatások sajátos jellemzőkkel rendelkeznek, amelyek megkülönböztetik őket a kereskedelmi platformok által kínált termék-összehasonlítási szolgáltatásoktól, vagy éppen ellenkezőleg, azok egymással kevésbé felcserélhetők, és csak kevésbé érzékelhető verseny áll fenn közöttük.
- 479 A megtámadott határozat (217) preambulumbekzdésében a Bizottság rámutatott arra, hogy bár az árösszehasonlító szolgáltatások és a kereskedelmi platformok termék-összehasonlítási szolgáltatásokat nyújtanak, ez mind az internetfelhasználók, mind az internetes eladók szempontjából eltérő felhasználásokat jelent.
- 480 E tekintetben az internetfelhasználók keresletét illetően a Bizottság a megtámadott határozat (218) és (219) preambulumbekzdésében rámutatott arra, hogy az árösszehasonlító szolgáltatások közvetítőként járnak el az internetfelhasználók és az egyéni értékesítők, illetve a kereskedelmi platformok között, lehetővé téve a különböző termékkínálatok összehasonlítását; hogy nem kínálnak vásárlási lehetőséget saját weboldalukon, hanem éppen ellenkezőleg, az internetfelhasználókat az eladók oldalai felé irányítják; hogy nem nyújtottak értékesítés utáni szolgáltatást vagy termékviszavételt, és csak új termékekre vonatkozó ajánlatokat sorolnak fel, míg a kereskedelmi platformok lehetővé teszik a vásárlást saját honlapjaikon, olyan – adott esetben használt, illetve nem kereskedők által értékesített – termékeket is beleértve, amelyeket nem ők maguk értékesítenek, azokat többmárkás eladóként, azaz vásárlási helyként érzékelik, emellett értékesítés utáni szolgáltatást, termékviszavételt, sőt, egyes esetekben még kártérítési mechanizmust is biztosítanak problémák esetén. A Bizottság e tekintetben számos olyan vállalkozás nyilatkozatára támaszkodott, amelyek részt vettek az eljárásban, és ezenkívül a megtámadott határozat (220) preambulumbekzdésének 3. pontjában megjegyezte, hogy az általa megkérdezett árösszehasonlító szolgáltatások többsége mindenekelőtt partnernek, nem pedig versenytársnak tekintette a kereskedelmi platformokat, és fordítva. A megtámadott határozat (220) preambulumbekzdésének 5. pontja, illetve (223) preambulumbekzdésének 1. pontja rámutat arra, hogy a Google belső dokumentumai azt mutatják, hogy a Google nem azonos módon kezeli a gazdasági szereplők e két kategóriáját.
- 481 Kétségtelen, hogy – amint azt a Google állítja – az a tény, hogy a kereskedelmi platformok sokkal több funkciót biztosítanak, mint az árösszehasonlító szolgáltatások, és hogy azok az árösszehasonlító szolgáltatások ügyfelei, önmagában nem bizonyítja, hogy kizárólag az internetfelhasználóknak kínált termék-összehasonlítási szolgáltatásokat illetően a két szereplőkategória által kínált szolgáltatások kevésbé felcserélhetők egymással, és hogy csak kevésbé érzékelhető verseny alakul ki közöttük, másként fogalmazva, hogy különböző felhasználásoknak felelnek meg.
- 482 Mindazonáltal a megtámadott határozat más olyan elemeket is tartalmaz, amelyek alátámasztják, hogy ez a helyzet áll fenn.

- 483 A fenti 480. pontban felidézett körülményekből kitűnik, hogy az internetfelhasználók számára a kereskedelmi platformok mindenekelőtt olyan vásárlási helyekként jelennek meg, amelyek az értékesítés valamennyi hagyományos funkcióját ellátják, ideértve adott esetben a nem kereskedők részére üzlet funkcióját is, míg az árösszehasonlító szolgáltatások mindenekelőtt informatív funkciót töltenek be.
- 484 E tekintetben a Bizottság a megtámadott határozat (228) preambulumbekzdésében megjegyzi, hogy az árösszehasonlító szolgáltatások kínálata általában szélesebb, mint a kereskedelmi platformoké, kifejezetten magában foglalva ez utóbbiak ajánlatait. Ennélfogva, még ha bizonyos átfedés van is a kereskedelmi platformok és az árösszehasonlító szolgáltatások adatbázisai között, az árösszehasonlító szolgáltatások sokkal erősebb keresőeszköznek tűnnek a keresés terjedelme szempontjából, mint az olyan kereskedelmi platformok termékösszehasonlítási szolgáltatásai, amelyek saját ajánlataik, illetve azon eladók ajánlatainak körére korlátozódnak, amelyek ténylegesen egy kereskedelmi platformra szándékoztak bízni termékeik összességének vagy egy részének forgalmazását.
- 485 A megtámadott határozat (228) preambulumbekzdésében szereplő értékeléssel szemben a Google által felhozott egyetlen konkrét bizonyíték, vagyis az, hogy az Amazon egyik nyilvános, a keresetlevél A130. mellékletében benyújtott dokumentuma szerint e platformon 2014-ben több mint kétmillió internetes eladó több mint kétmilliárd árut értékesített, nem elegendő ezen értékelés megkérdőjelezéséhez. Ez ugyanis csak egy piaci szereplőre vonatkozik, és az előadott számadatok világszinten összesítettek, ami nem teszi lehetővé a megtámadott határozattal érintett tizenhárom ország valamelyike szintjén aktív árösszehasonlító szolgáltatásokkal kapcsolatos esetleges értékelést.
- 486 Az egyes keresőeszközök használata az internetfelhasználók szempontjából tehát eltérőnek tűnik, mivel az árösszehasonlító szolgáltatás igénybevétele a piac egészéről származó termékek kínálatának kiválasztására irányul, míg a kereskedelmi platform termék-összehasonlítási szolgáltatásának igénybevétele csak az ezen egyetlen platformtól származó ajánlatok kiválasztását célozza, azzal a lehetőséggel azonban, hogy e kiválasztás keretében azonnal meg lehet vásárolni a keresett terméket.
- 487 Ezenkívül a megtámadott határozat (232) preambulumbekzdésében a Bizottság kifejti véleményét az Egyesült Királyság verseny- és piacfelügyeleti hatóságának a Google által benyújtott azon tanulmányával kapcsolatban, amely kiemeli, hogy e hatóság rámutatott arra, hogy a két keresőeszköz-típus egyikének használata nem zárja ki a másik használatát az internetfelhasználók részéről, akik közül egyesek ugyanazon termékkeresés során használják mindkettőt. Márpedig e tanulmánynak a megtámadott határozatban idézett kivonata kétségtelenül azt mutatja, hogy a termékkeresés megkezdhető az egyik ilyen eszközzel, majd a másodikkal finomítható vagy kiegészíthető, de azt is kiemeli, hogy a kereskedelmi platform igénybevétele az adott termék minőségére vonatkozó értékelés elérésére irányul, míg az árösszehasonlító szolgáltatás célja az, hogy megtalálja a legjobb árú terméket a piacon, ami megerősíti, hogy az internetfelhasználók eltérő módon használják az egyes eszközöket. E tanulmányra tehát a Google nem hivatkozhat érvényesen annak bizonyítása érdekében, hogy a kereskedelmi platformok és az árösszehasonlító szolgáltatások felcserélhetők az internetfelhasználók szempontjából.
- 488 Végül figyelembe kell venni a megtámadott határozat (220) preambulumbekzdésének 3. pontjában kifejtett és a Google érveire válaszul a megtámadott határozat (235) preambulumbekzdésében részletezett elemeket, amelyek szerint a Bizottság által a

közigazgatási eljárás során megkérdezett árösszehasonlító szolgáltatások és kereskedelmi platformok többsége kölcsönösen nem tekinti egymást közvetlen versenytársnak, még akkor sem, ha a Google más, termékösszehasonlítási szolgáltatásai helyettesíthetőségének irányába mutató válaszokat is benyújtott, és azokban árnyalt válaszok szerepelnek is.

- 489 E tekintetben a kereskedelmi platformok és az árösszehasonlító szolgáltatások közötti kapcsolat nem pusztán ügyfélkapcsolat a szállítóval valamely termék vagy szolgáltatás nyújtása tekintetében, ami nem zárja ki a *downstream* versenyt, hanem arra készíti az árösszehasonlító szolgáltatásokat, hogy az összes internetfelhasználóval ismertessék a kereskedelmi platformok ajánlatait, leggyakrabban reklám formájában. Márpedig egy ilyen helyzet kevéssé lenne valószínű, ha a gazdasági szereplők két csoportja közvetlenül versenyezne egymással.
- 490 E tényezők alapján azt a megállapítást, hogy az internetfelhasználók szempontjából az árösszehasonlító szolgáltatások és a kereskedelmi platformok eltérő használatnak felelnek meg, és ily módon különböző piacokon találhatók, nem kérdőjelezheti meg a Google azon álláspontja, amely mellékesen vitatja a megtámadott határozat (221) és (222) preambulumbekzdésében szereplő, az internetes eladók szempontjából a kereslet jellemzőire vonatkozó elemzést, még ha azt el is kellene fogadni. E preambulumbekzdésekben a Bizottság olyan elemekre hivatkozik, amelyekből arra lehet következtetni, hogy az árösszehasonlító szolgáltatások eredményeiben megjelenő eladók inkább nagykereskedők, míg a kereskedelmi platformok áruinak termék-összehasonlítási eredményeiben megjelenő eladók inkább kiskereskedők és közepes kereskedők. Márpedig, még ha a kereskedelmi platformok és az árösszehasonlító szolgáltatások összességében az eladók azonos kategóriáitól származó ajánlatokat is kínálnak, amint azt a Google állítja, ez nem változtat azon a tényen, hogy az internetfelhasználók eltérő szándékkal veszik igénybe az egyik, illetve a másik termék-összehasonlítási szolgáltatásait, amint az a fenti 486. és 487. pontból kitűnik.
- 491 Következésképpen a Google által előterjesztett érvek nem teszik lehetővé annak megállapítását, hogy a Bizottság értékelési hibát követett el, amikor úgy ítélte meg, hogy az internetfelhasználók számára az árösszehasonlító szolgáltatások és a kereskedelmi platformok által kínált termék-összehasonlítási szolgáltatások kevéssé felcserélhetők, és azok csak kevéssé érzékelhető versenyt folytatnak, vagyis hogy az internetes gazdasági szereplők két kategóriája e tekintetben nem ugyanazon termékpiacon vett részt.
- 492 A piac internetes kereskedőket érintő oldalát illetően a megtámadott határozat (221) és (222) preambulumbekzdésében a Bizottság kifejtette – amint az a fenti 490. pontban is szerepel –, hogy az árösszehasonlító szolgáltatások jellemzően a termékeik forgalmazásának ellenőrzését megőrizni kívánó nagykereskedők ajánlatait jelenítik az interneten, míg a kereskedelmi platformok inkább az olyan, esetlegesen nem professzionális kiskereskedők és közepes kereskedők ajánlatait jelenítik meg, akik nem kívánják vagy nem képesek vállalni az internetes online értékesítési funkció ellátását. Ez lényegében azt mutatja, hogy az árösszehasonlító szolgáltatások és a kereskedelmi platformok ügyfélköre jelentősen eltér, tehát az internetes eladók tekintetében eltérő piacokon találhatók. A Bizottság ezt a megállapítást az árösszehasonlító szolgáltatások és a kereskedelmi platformok által a kérdéseire adott, a megtámadott határozat (223) preambulumbekzdésének 2–6. pontjában összefoglalt válaszaival indokolja.
- 493 Márpedig meg kell állapítani, hogy keresetében – amint azt egyébként a tárgyaláson is megerősítette – a Google nem vitatja a Bizottságnak a piac internetes kereskedőket érintő oldalára vonatkozó elemzését, mivel kétségtelenül tévesen azt állítja – amint azt a Törvényszék a

fenti 463. és 474. pontban kifejtette –, hogy a Bizottság nem foglalkozott a piac ezen oldalával. E tekintetben fontos, hogy a Google nem ismétli meg az általa a közigazgatási eljárás során előadott azon érvet, amely szerint a piac terjedelmének megismerése céljából a Bizottságnak az internetes eladóknál az áremelésekre vonatkozó feltételezésen alapuló tesztet (small but significant and non-transitory increase in price vagy SSNIP) kellett volna végeznie. Az egyetlen tényező, amelyet a Google annak vitatása érdekében hoz fel, hogy az árösszehasonlító szolgáltatások és a kereskedelmi platformok különböző eladók számára kínálnak szolgáltatásaikat, vagyis a keresetlevél A129. melléklete – amely a kereskedelmi platformok nyilatkozatait tartalmazza, amelyekben az szerepel, hogy az internetes eladók teljes skáláját megjelenítik, a nagykereskedőket is ideértve –, amint azt fent már kiemelésre került, a szolgáltatások helyettesíthetőségének megvitatására irányul az internetfelhasználók szempontjából. Ráadásul, még ha feltételezzük is, hogy a kereskedelmi platformok ezen nyilatkozatait valóban széleskörűen ellenőrizték, azok nem feltétlenül jelentik azt, hogy az internetes eladók az árösszehasonlító szolgáltatásokat, valamint a kereskedelmi platformok szolgáltatásait felcserélhető szolgáltatásoknak tekintik. A Bizottság a megtámadott határozatban különösen azt hangsúlyozta, hogy az egyik vagy a másik csatorna igénybevétele esetén az értékesítési modellek az internetes eladó kereskedelmi autonómiáját illetően érzékelhetően eltérőek voltak, ami azt jelenti, hogy az ellenkező bizonyításáig, amire a jelen ügyben nem került sor, az eladók az egyik vagy a másik csatornát a saját kereskedelmi jellemzőiktől vagy döntéseiktől függően fogják igénybe venni, és bár egyes eladók egyidejűleg két csatornát is használnak, ezt kiegészítő jelleggel teszik, értékesítési eszközeik körének bővítése érdekében, éppen a két különböző modell egyidejű használatával.

- 494 Meg kell tehát állapítani, hogy a Bizottság bizonyította, hogy ezen eladók szempontjából az árösszehasonlító szolgáltatások és a kereskedelmi platformok szolgáltatásai szintén kevésbé felcserélhetők, és csak kevésbé érzékelhető versenyt folytatnak.
- 495 E körülmények között helyesnek kell tekinteni a termék-összehasonlítási szolgáltatások azon piacának a megtámadott határozatban elfogadott körülhatárolását, amelyen a Google működik, és ebből az előfeltevésekből kiindulva kell megvizsgálni a negyedik jogalap második részét, figyelembe véve ugyanakkor, hogy a Bizottság a megtámadott határozat 7.3.2. részében a szóban forgó magatartások hatásait másodlagosan elemezte abban az esetben, ha e piac magában foglalja a kereskedelmi platformokat is.

2) A negyedik jogalap második részének azon elemeiről, amelyek szerint a kereskedelmi platformok versenynyomását mindenféleképpen figyelmen kívül hagyták

i) A felek érvei

- 496 A Google kifejti, hogy a megtámadott határozatban tévesen alkalmazták a jogot, amikor elmulasztották figyelembe venni a kereskedelmi platformok versenynyomását. Ez a nyomás kizárja annak megállapítását, hogy a Google magatartása versenyellenes hatást gyakorolhat a piacra. A Bizottság nem vette figyelembe ezt a nyomást, még abban a másodlagos elemzésében sem, amelyben a kereskedelmi platformok a termékösszehasonlítási szolgáltatások nemzeti piacainak szereplői. Ebben az elemzésben ugyanis a Bizottság csak az árösszehasonlító szolgáltatások piaci „szegmensét” vizsgálta, azzal az indokkal, hogy e szolgáltatások a Google legközelebbi versenytársai. Még ha ez így is lenne, akkor sem lett volna szabad figyelmen kívül hagyni e platformokat, amelyek sokszor nagyobb piaci részesedéssel rendelkeznek, mint az árösszehasonlító szolgáltatások, különösen az Amazon esetében. A Bizottság egyébként a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről szóló tanácsi rendelet alapján a horizontális

- összefonódások értékeléséről szóló iránymutatásban (HL 2004. C 31., 5. o.; magyar nyelvű különkiadás 8. fejezet, 3. kötet, 10. o.; 28–30. pont) lényegében azt állítja, hogy a horizontális összefonódások értékelésekor figyelembe kell venni a verseny valamennyi forrását, még ha azok nem is a legközelebbiek.
- 497 A Google szerint a kereskedelmi platformok 2011 és 2016 közötti versenyhelyzete a Bizottság által megállapított jogsértés által érintett tizenhárom országban – amelyet a keresetlevél 349. pontjában szereplő számszerű adatokat tartalmazó táblázat és egy hisztogram mutat be – megakadályozta abban, hogy árait tartós jelleggel növelje, vagy hogy fékezze az innovációt.
- 498 Egyébiránt, még amikor a Bizottság a kereskedelmi platformokat bele is foglalta is a fenti 388., 405. és 453. pontban említett kutatásokba annak érdekében, hogy értékelje az árösszehasonlító szolgáltatások – köztük a Google külön véve árösszehasonlító szolgáltatása – és a kereskedelmi platformok részesedését a forgalomból, az általa alkalmazott öt kiigazítási módszer közül kettő, vagyis a második kutatásban használt módszerek (azaz a megtámadott határozat (637) preambulumbekzdésének d) és e) pontjában említett módszerek) nem helyesek, mivel csak az árösszehasonlító szolgáltatásokhoz és a kereskedelmi platformokhoz érkező forgalom Google-től származó részét veszik figyelembe, nem pedig a teljes forgalmukat. Az egyéb módszerek is hibákban szenvednek. Az öt módszer közelebről tévesen határozza meg a Google árösszehasonlító szolgáltatásának részesedését, mivel e célból összeadták a Google általános eredményoldalán történt, a Google Shopping specializált keresési oldalára utaló kattintásokat, valamint azokat is, amelyek közvetlenül az eladók honlapjaira mutatnak.
- 499 Mindazonáltal még a megtámadott határozat (637) preambulumbekzdésének a) pontjában említett, a Google számára legkedvezőtlenebb kiigazítási módszer alkalmazása esetén is, a kereskedelmi platformok piaci részesedése az érintett tizenhárom ország esetében átlagosan többszöröse a Google Shopping részesedésének, kilenc évvel Bizottság által visszaélésszerűnek tekintett magatartás kezdete után. A Google lényegében előadja, hogy egy olyan jelentős piaci részesedéssel szemben, mint a legközelebbi versenytársainak tekinthető kereskedelmi platformok részesedése, nem rendelkezhet olyan piaci erővel, amely lehetővé tenné számára, hogy versenyellenes hatású magatartásokat tanúsítson. A Bizottság által előadott azon érvvel kapcsolatban, amely szerint árösszehasonlító szolgáltatásának részesedése nőtt, míg a kereskedelmi platformok részesedése összességében stabil maradt, a Google azt állítja, hogy az e platformokhoz érkező forgalom nagyobb volt, valamint hogy azok még mindig túlnyomó súlyú piaci részesedéssel rendelkeznek.
- 500 A Bizottság, valamint a Bizottságot támogató BEUC, Foundem, VDZ, BDZV, Visual Meta, Twenga, Kelkoo és a Németországi Szövetségi Köztársaság vitatja a Google érveit.
- ii) A Törvényszék álláspontja*
- 501 Elsődlegesen, a Bizottság helyesen korlátozta vizsgálatát kizárólag a árösszehasonlító szolgáltatásokra a Google által követett magatartások hatásainak értékelése céljából fő elemzésében, amely azon megállapításon alapult, hogy a kereskedelmi platformok nem szerepeltek a termék-összehasonlítási szolgáltatások piacán. A termék-összehasonlítási szolgáltatások árösszehasonlító szolgáltatásokra korlátozódó nemzeti piacain – ami megfelel a Törvényszék által a jelen ítélet e szakaszában jóváhagyott helyzetnek – ugyanis az ezen árösszehasonlító szolgáltatások tekintetében azonosított potenciális versenyellenes hatások igazolhatták az erőfölénnyel való visszaélés megállapítását, mivel a kereskedelmi platformok által

a Google-re gyakorolt versenynyomás fogalmilag kevésbé érzékeny, és a piac meghatározása során éppen ezt a csekély mértékű nyomást vették figyelembe. Ennyiben az erre vonatkozó érveket el kell utasítani.

- 502 A teljesség kedvéért a Törvényszék célszerűnek tartja megvizsgálni, hogy a Bizottságnak milyen mértékben kellett figyelembe vennie a kereskedelmi platformok versenynyomását azon másodlagos elemzés során, amelyet a Google által követett magatartások hatásai kapcsán végzett, ha a termékpiac nemcsak az árösszehasonlító szolgáltatásokat, hanem a kereskedelmi platformokat is magában foglalná. E tekintetben ebben az elemzésben, amely a megtámadott határozat 7.3.2. részének felel meg, a Bizottság a Google árösszehasonlító szolgáltatása, a versengő árösszehasonlító szolgáltatások és a kereskedelmi platformok piaci részesedései alakulásának, valamint a Google általános eredményoldalairól a fentiek felé irányuló forgalom alakulásának vizsgálatára szorítkozott, annak érdekében, hogy ebből következtetéseket vonjon le a Google magatartásának hatásaival kapcsolatban, azonban nem vizsgálta meg, hogy a kereskedelmi platformok piaci helyzete milyen mértékben volt képes versenykényszert gyakorolni a Google-re, másként fogalmazva, mennyiben korlátozhatta annak cselekvési szabadságát, kivéve, hogy közvetetten megállapította, hogy ez az esetleges kényszer nem zárta ki, hogy a Google magatartása hatással legyen az árösszehasonlító szolgáltatások szegmensére.
- 503 Amint azt a Törvényszék a fenti 437. és 438. pontban kifejtette, az EUMSZ 102. cikk által tiltott erőfölénnyel való visszaélések körébe tartoznak különösen az olyan magatartások, amelyek – akár csak potenciálisan – akadályozzák a piacon létező versenyszint fenntartását vagy a verseny fejlődését (lásd ebben az értelemben: 2010. október 14-i Deutsche Telekom kontra Bizottság ítélet, C-280/08 P, EU:C:2010:603, 174. és 250–254. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).
- 504 Következésképpen még abban az esetben is, ha valamely piacon a versenytársak több kategóriája létezik, és még ha az erőfölényben lévő vállalkozás egyoldalú versenykorlátozó magatartása a versenytársaknak csak egy kategóriáját érinti is az ilyen piacon, amely a versenytársak más kategóriáit is magában foglalja, ez a magatartás erőfölénnyel való visszaélésnek minősülhet, amennyiben bizonyított, hogy legalább potenciális versenyellenes hatásai akadályozzák a piac egészén létező versenyszint fenntartását vagy e verseny fejlődését (lásd ebben az értelemben: 2012. április 19-i Tomra Systems és társai kontra Bizottság ítélet, C-549/10 P, EU:C:2012:221, 41–45. pont).
- 505 Amint arra a Törvényszék a fenti 495. pontban emlékeztetett, a Bizottság a megtámadott határozat 7.3.2. részében valójában másodlagosan elemezte a Google magatartásainak hatásait arra az esetre, ha a termékpiac nemcsak az árösszehasonlító szolgáltatásokat, hanem a kereskedelmi platformokat is magában foglalná. Figyelemmel a fenti 504. pontban kifejtettekre, a Bizottság e részben nem alkalmazta tévesen a jogot, amikor a megtámadott határozat (609) preambulumbekzdésében lényegében kifejtette, hogy ebben az esetben a potenciális versenyellenes hatások akkor is azonosíthatók, ha kizárólag az árösszehasonlító szolgáltatások szegmensét érik ilyen hatások. E körülmények között adott esetben visszaélészerűnek minősíthette a Google magatartását, anélkül hogy figyelembe vette volna azokat a különböző versenyviszonyokat, amelyeket az a kereskedelmi platformokkal az árösszehasonlító szolgáltatásokhoz képest fenntarthatott, másként fogalmazva, anélkül hogy figyelembe vette volna azt a versenynyomást, amelyet a kereskedelmi platformok egyébként a Google-re gyakorolhattak. Mindazonáltal, amint arra a Törvényszék a fenti 438. és 441. pontban emlékeztetett, a Bizottságnak elegendő potenciális versenyellenes hatást kellett bizonyítania a

piacon, mivel ilyen jellegű hatás hiányában visszaélészerű kizorításra irányuló magatartás nem állapítható meg. Ennek során a Bizottság egyébként bizonyítani tudta, hogy a kereskedelmi platformok esetleges versenynyomása nem zárta ki az ilyen hatást.

506 E tekintetben a fenti 453. pontban említett első tanulmányból – amelynek fő eredményeit a megtámadott határozat (638) preambulumbekzdése ismerteti – kitűnik, hogy mivel a legalacsonyabb eredményre vezető kiigazítást vette alapul, a kereskedelmi platformokat magában foglaló piacon az árösszehasonlító szolgáltatások (a Google árösszehasonlító szolgáltatását is beleértve) piaci részesedése 2011 és 2016 között legalább 9% volt az Egyesült Királyságban, 14% Németországban, 24% Franciaországban, 45% Hollandiában, 23% Olaszországban, 20% Spanyolországban, 16% Ausztriában, 21% Belgiumban, 47% a Cseh Köztársaságban, 39% Dániában, 18% Norvégiában, 17% Lengyelországban és 41% Svédországban. Azáltal, hogy a verseny egy olyan szegmensét érintették, amely legalább ilyen mértékű piaci részesedést képvisel, a szóban forgó magatartások hatásai, amennyiben azok bizonyítottak, nem tekinthetők annyira elhanyagolhatónak, hogy a versenytársak helyzetére gyakorolt legcsekélyebb hatás hiánya lenne megállapítható, a fenti 438. pontban kifejtetteknek megfelelően (lásd ebben az értelemben: 2015. október 6-i Post Danmark ítélet, C-23/14, EU:C:2015:651, 73. pont), vagy annyira csekélynek, hogy kizárható azok fenti 439. pontban hivatkozott versenykorlátozó képessége (lásd ebben az értelemben: 2012. április 19-i Tomra Systems és társai kontra Bizottság ítélet, C-549/10 P, EU:C:2012:221, 41–45. pont; 2017. szeptember 6-i Intel kontra Bizottság ítélet, C-413/14 P, EU:C:2017:632, 139. pont). A Google-nak a táblázatban és a hisztogramban szereplő, a keresetlevél 349. pontjában bemutatott saját összesített adatai, amelyek 15% és 21% között határozzák meg az árösszehasonlító szolgáltatások (a Google árösszehasonlító szolgáltatását is beleértve) piaci részesedését 2011 és 2016 között, megerősítik ezt az elemzést.

507 Ami a Google azon érvét illeti, amely szerint a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről szóló tanácsi rendelet alapján a horizontális összefonódások értékeléséről szóló iránymutatásban (28–30. pont) a Bizottság kifejti, hogy a horizontális összefonódások értékelésekor figyelembe kell venni a verseny valamennyi forrását, még ha azok nem is a legközelebbiek, rá kell mutatni arra, hogy amint az a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről szóló, 2004. január 20-i 139/2004/EK tanácsi rendelet (HL 2004. L 24., 1. o.; magyar nyelvű különkiadás 8. fejezet, 3. kötet, 40. o.) 2. cikkének (3) bekezdéséből kitűnik, az európai léptékű összefonódások ellenőrzésének célja, hogy elkerülje a versenyt károsító olyan helyzeteket, amelyek önmagában egy olyan erőfölény megteremtéséből vagy megerősítéséből erednek, amely jelentősen akadályozná a hatékony versenyt a belső piacon vagy annak egy jelentős részén, anélkül, hogy abból a feltételezésből indulna ki, hogy az egyesülni szándékozó vállalkozások emellett visszaélészerű magatartást tanúsítanának. Annak mérlegelési szempontjai, hogy a Bizottságnak az összefonódás megtiltásával be kell-e avatkoznia, tehát a piaci verseny érintettségére tekintettel eltérnek azoktól a szempontoktól, amelyek akkor alkalmazandók, ha erőfölénnyel való visszaélést állapíthat meg, és az érintett vállalkozást arra kötelezheti, hogy szüntesse meg a szóban forgó magatartást (lásd ebben az értelemben: 2002. október 25-i Tetra Laval kontra Bizottság ítélet, T-5/02, EU:T:2002:264, 218. pont). Mindenesetre a Bizottság figyelembe vette a verseny azon forrását, amelyet a kereskedelmi platformok képviselhetnek, mind abban a fő feltevésében, amely szerint ezek nem ugyanazon piac részét képezik, mivel az árösszehasonlító szolgáltatások tekintetében csak kevésbé érzékelhető versenyt folytatnak, mind azon másodlagos feltevésében, amely szerint ugyanannak a piacnak a részét képezik.

508 Egyébiránt a Törvényszék a fenti 407–410. pontban már elutasította a Google azon módszertani kifogását, amely szerint a Bizottság túl sok kattintást vett figyelembe árösszehasonlító szolgáltatása részesedésének meghatározásánál, különösen a kereskedelmi platformokhoz képest.

509 El kell tehát utasítani a Google negyedik jogalapjának második részét, amely szerint a szóban forgó magatartások hatásainak elemzése során figyelmen kívül hagyták a kereskedelmi platformok szerepét.

e) A negyedik jogalap harmadik részéről, amely szerint a Bizottság nem bizonyította a versenyellenes hatások fennállását

1) A felek érvei

510 A Google e jogalap harmadik részében azt állítja, hogy még ha a Törvényszék nem is ad helyt e jogalap első két részének, a Bizottságnak a megtámadott határozatban nem sikerült bizonyítania az általa kifogásolt magatartás versenyellenes hatásait. A CCIA e tekintetben a 2017. szeptember 6-i Intel kontra Bizottság ítéletre (C-413/14 P, EU:C:2017:632, 139. pont), valamint Wahl főtanácsnok Intel Corporation kontra Bizottság ügyre vonatkozó indítványára (C-413/14 P, EU:C:2016:788) hivatkozva kifejti, hogy a Bizottságnak mégis alapos elemzést kellett lefolytatnia a kizáró hatások megállapítása érdekében.

511 Mindenekelőtt ugyanis a Bizottság a Google árösszehasonlító szolgáltatásával versengő árösszehasonlító szolgáltatások internetfelhasználók általi igénybevétele alakulásának elemzése során csak azt a forgalmat vette figyelembe, amely ezekhez a Google általános eredményoldalairól érkezett. Márpedig figyelembe kellett volna venni ezek igénybevételének valamennyi forrását. A Bizottság a megtámadott határozatban annak kijelentésére szorítkozott, hogy a Google generikus eredményeiből származó forgalom, amelyet a kifogásolt magatartások érintenek, a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom jelentős részét tette ki, egyesek esetében a felét. A Google e tekintetben a megtámadott határozat (539) és (540) preambulumbekzdésére, valamint 24. táblázatára hivatkozik. A CCIA kifejti, hogy a Bizottságnak bizonyítania kellett volna, hogy a szóban forgó magatartások által érintett forgalom a versengő árösszehasonlító szolgáltatások teljes forgalmának kellően jelentős részét tette ki ahhoz, hogy kizorító hatást váltson ki, és hogy nem elégedhetett meg annak kijelentésével, hogy e forgalom egyes árösszehasonlító szolgáltatások esetében jelentős volt. A Bizottság ily módon tévesen alkalmazta a jogot. A Google hozzáteszi egyrészt, hogy a generikus eredményeiből származó forgalom egészét semmi esetre sem érintheti a Product Universals és a Shopping Units elhelyezése és megjelenítése, másrészt pedig, hogy következtelen annak egyidejű kimondása, hogy a versengő árösszehasonlító szolgáltatások igénybevételének jelentős része ezekből a generikus eredményekből származik, valamint hogy a Google az ő hátrányukra eltérítette a forgalmat. Harmadik jogalapjának a megtámadott határozat 23. táblázatában szereplő tényezőkre alapított érvelésére hivatkozva a Google azt állítja, hogy valójában az ő szolgáltatásával versengő árösszehasonlító szolgáltatások teljes forgalmára nézve gyakorolt, a Product Universals és a Shopping Units elhelyezésének és megjelenítésének betudható hatás túl csekély ahhoz, hogy kizorító hatást váltson ki.

512 Ezt követően a megtámadott határozatban a Bizottság nem bizonyította olyan, különösen a Google által hivatkozott belépési korlátok fennállását, amelyek megakadályoznák az árösszehasonlító szolgáltatásokat abban, hogy az általános keresőmotoroktól eltérő forgalmi forrásokat vegyenek igénybe, mint például a fizetős forgalom, a közvetlen forgalom és a mobilalkalmazásokból származó forgalom vagy harmadik személyek általi hivatkozás. Az a tény, hogy a kereskedelmi platformok széles körben használnak ilyen forrásokat, megerősíti a belépési korlátok hiányát. A Google egyik versenytársának a megtámadott határozat (575) preambulumbekzdésében hivatkozott tanúvallomását, amely szerint „nem lehet

árösszehasonlító szolgáltatást kifejleszteni valamely általános keresőmotorból származó forgalom nélkül”, mivel „a fogyasztók mindig egy általános keresőmotoron kezdik meg a keresést”, nem ellenőrizték, és azt cáfolják azok a kutatások, amelyek azt bizonyítják, hogy a fogyasztók többsége a termékkeresést a kereskedelmi platformokon, nem pedig a Google keresőmotorján kezdi meg. Az ellenkérelem alátámasztására előterjesztett kutatás (B18. melléklet) csak azt mutatja, hogy az általános keresőmotorok jelentik a legfontosabb információforrást az árösszehasonlító szolgáltatásokról való tájékozódás céljából, de nem bizonyítja, hogy azok ez utóbbiak számára nélkülözhetetlen forgalomforrást jelentenének.

- 513 A Bizottság tévesen azonosítja a jelen ügyben fennálló helyzetet azzal a helyzettel, amelyben az erőfölényben lévő vállalkozás a többi vállalkozás tevékenységéhez nélkülözhetetlen elemmel rendelkezik. Márpedig, még ha vonzó eszköznek is minősül, a Google keresőmotorja nem nélkülözhetetlen a versengő árösszehasonlító szolgáltatások számára. A Google e tekintetben az 1998. november 26-i Bronner ítélet (C-7/97, EU:C:1998:569, 43. pont) alapjául szolgáló helyzetre hivatkozik. Az az elemzés tehát, amely szerint a Google keresőmotorjának Google általi kezelése kiszoríthatja ezen árösszehasonlító szolgáltatások versenyét, szükségképpen megalapozatlan. E versenytársak feladata, hogy megfelelő befektetések révén különböző eszközökkel bevonzzák az internetfelhasználókat; ezek azonban egy versenyző piacon nem biztosítják automatikusan a sikert. Különböző online szolgáltatások, különösen az egyéb területekre – mint például a biztosítás vagy az energia – specializálódott árösszehasonlító szolgáltatások már sikeresen eszközölték e befektetéseket. Közelebbről, az Egyesült Királyság piacfelügyeleti és versenyhatósága egy 2017. márciusi tanulmányban (C18. melléklet) hangsúlyozta, hogy a fejlesztők sikeresen fektetnek be egyes márkák reklámozásába és fejlesztésébe, valamint hogy sok online, rádiós és televíziós hirdetést jelentetnek meg. A Google egyáltalán nem ellenezte ezen egyéb eszközök kifejlesztését. A Bizottság azon állításai, amelyek szerint a Google általános eredményoldalain feltűnő szöveges hirdetések formájában megjelenő reklámok túl drágák, a mobil alkalmazásokból származó forgalom, valamint a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló közvetlen forgalom pedig csekély, nem bizonyítják, hogy a Google akadályozta ezen eszközök használatát. A kereskedelmi platformok és egyéb internetes összehasonlítási szolgáltatások ily módon jelentős, a Google-tól nem függő forgalommal rendelkeznek. Ellentétben azzal, ami a megtámadott határozat 715. lábjegyzetében szerepel, a helyzet tehát nem hasonlítható a 2007. szeptember 17-i Microsoft kontra Bizottság ítélet (T-201/04, EU:T:2007:289) alapjául szolgáló helyzethez. Ebben az árukapcsolási ügyben ugyanis a Microsoft belépési korlátokat hozott létre, azon harmadik személyekből, azaz a PC-gyártókból álló csatornák bevonásával, amelyek révén versenytársai versenyezhetek volna a Windows Media Player termékével. A BDZV beavatkozási beadványára tett észrevételeiben a Google öt további különbséget jelöl meg a jelen ügy és az említett ítélet alapjául szolgáló ügy között, nevezetesen azt, hogy nem tanúsított kényszerítő magatartást, hogy nem állnak fenn olyan műszaki akadályok, amelyek eredményeként a versenytársak szolgáltatásai kevésbé jól tudtak volna működni, hogy a Bizottság által vizsgált magatartásnak vannak műszaki indokai, hogy a Bizottság nem bizonyította a tényleges versenyellenes hatásokat, továbbá hogy a Google köteles volt hozzáférést biztosítani versenytársai számára szolgáltatásaihoz (Product Universals és Shopping Units), amennyiben azokat meg kívánta őrizni.
- 514 Amint azt a CCIA hangsúlyozza, a Bizottság azt sem bizonyította, hogy a Google-lal versengő, nehézségekkel küzdő árösszehasonlító szolgáltatások ugyanolyan hatékonyak voltak, mint a Google, vagy hogy jelentős versenynyomást gyakoroltak az árakra vagy az innovációra. Ennek bizonyítása szükséges lett volna, még akkor is, ha az állítólagos visszaélés nem árjellegű volt. A 2007. szeptember 17-i Microsoft kontra Bizottság ítélet (T-201/04, EU:T:2007:289) alapjául szolgáló ügyben erre sor került. Márpedig a kevésbé hatékony vagy kevésbé versengő

versenyársak eltűnése a rendes piaci helyzetnek felel meg, amint azt többek között a 2017. szeptember 6-i Intel kontra Bizottság ítélet (C-413/14 P, EU:C:2017:632, 134. pont) is megállapította. Az EUMSZ 102. cikknek nem célja a nem hatékony vállalkozások védelme. A fent említett 2007. szeptember 17-i Microsoft kontra Bizottság ítélet (T-201/04, EU:T:2007:289) alapjául szolgáló ügyben a versenyellenes magatartás által kizárt versenyársak viszont éppen ellenkezőleg, minőségi és innovációs szempontból vezető szereplők voltak, amelyek jelentős számú felhasználót vonzottak, mielőtt a szóban forgó magatartások érintették volna őket. Ezzel szemben, amint azt a jelen ügyben a közigazgatási eljárás során benyújtott, de a Bizottság által figyelmen kívül hagyott nyilatkozatok és egy tanulmány is tanúsítják, a Google-lal versengő árösszehasonlító szolgáltatások – amint azt a Google a harmadik jogalap keretében is kifejtette – kevésbé voltak innovatívak, és nem hoztak megfelelő intézkedéseket annak érdekében, hogy a Google-tól eltérő forrásokból származó forgalmat generáljanak. A CCIA szerint a megtámadott határozat (557) preambulumbekzdésében a Bizottság elismeri, hogy ez a helyzet az öt versenyárs termékgyártó közül négy esetében, amelyeknek a Google szöveges hirdetéseiben való megjelenéssel összefüggő kiadásait a 76. grafikon tartalmazza. A Google azt állítja, hogy az ilyen versenyársak kevésbé küzdöttek, jóllehet a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokhoz mintegy tíz év alatt milliárdnyi keresés érkezett tőle, amelyeknek lehetővé kellett volna tenniük számukra, hogy magukhoz kössék az élménnyel elégedett internetfelhasználókat. Ily módon a megtámadott határozat 24. táblázatában szereplő adatok szerint csak körülbelül 15%-nyi közvetlen forgalmat vonzottak. Összehasonlításképpen, a közigazgatási eljárás ügyiratainak adatai (a keresetlevél A147. melléklete) szerint a kereskedelmi platformok forgalmának túlnyomó része a közvetlen forgalomból, a Google Shopping specializált keresőoldal használatának többsége pedig a keresőoldalak menüiben szereplő közvetlen navigációs linkekből és általános eredményekből, nem pedig a keresési eredmények linkjeiből származik. Ráadásul az árösszehasonlító szolgáltatásokkal a megtámadott határozat végrehajtása érdekében folytatott megbeszélések azt mutatták, hogy azok kevésbé vonzóak. A Google más érveket is előterjeszt annak bizonyítása érdekében, hogy a vele versengő árösszehasonlító szolgáltatások kevésbé hatékonyak és alacsonyan értékelték, ami többek között abban nyilvánul meg, hogy a Panda algoritmus rossz helyre sorolja őket a generikus eredmények között. A Bizottság ellenkérelmében csak az általa hivatkozott öt versenyárs egyikének keresőmotorján eszközölt két fejlesztésre hivatkozhat érvényesen. A három versenyárs által előadott azon magyarázat, amely szerint a Google magatartása miatt nem voltak képesek innovációra, nem hiteles.

515 Ezenfelül a Google előadja, hogy ellentétben azzal, amit a Bizottság a megtámadott határozat (603) preambulumbekzdésében felvázolt, az általa neki felrótt magatartás semmilyen hatással sincs a vele versengő árösszehasonlító szolgáltatások internetfelhasználók általi igénybevételére. Ily módon a Google emlékeztet arra, hogy a Shopping Units elhagyása ez utóbbiak számára a keresőmotorjáról származó forgalom semmilyen jelentős részét nem biztosítaná, amint azt a harmadik jogalap keretében már kifejtette.

516 A CCIA hozzáteszi, hogy a Bizottság nem vette figyelembe az érintett piacok kétoldalú jellegét és az ahhoz kapcsolódó gazdasági modellt. Ebben a modellben normális a fizetős hirdetések és az ingyenes generikus eredmények eltérő kezelése. A fizetős hirdetések a Google általános keresőszolgáltatását finanszírozzák, amint arra maga a Bizottság is rámutat a megtámadott határozat (642) preambulumbekzdésében. A Bizottság így módon figyelmen kívül hagyta a piacok tényleges feltételeit és szerkezetét, ellentétben azzal, amit a többek között a 2014. szeptember 11-i CB kontra Bizottság ítéletből (C-67/13 P, EU:C:2014:2204, 78. pont) eredő ítélkezési gyakorlat előír. A Bizottság nem vette figyelembe a Google – önmagában nem vitatott és az érdemeken alapuló versenyről tanúskodó – innovációs erőfeszítéseit sem, ami komoly aggodalmat kelt az innovatív iparágak kapcsán. Azt sem vette figyelembe, hogy a Google nem

folytatott versenyellenes stratégiát, ami megkülönbözteti a jelen ügyet az [EUMSZ 101.] és [EUMSZ 102. cikk] alkalmazására vonatkozó, 1988. december 21-i 89/113/EGK bizottsági határozat (IV/30.979 és 31.394, Decca Navigator Systems ügy) (HL 1989. L 43., 27. o.) és a 2007. szeptember 17-i Microsoft kontra Bizottság ítélet (T-201/04, EU:T:2007:289) alapjául szolgáló ügyektől.

517 A Bizottság, valamint a Bizottságot támogató BEUC, Foundem, VDZ, BDZV, Visual Meta, Twenga, Kelkoo és a Németországi Szövetségi Köztársaság vitatja a Google érveit.

2) A Törvényszék álláspontja

518 Emlékeztetni kell arra, hogy az erőfölénnyel való visszaélés többek között olyan magatartásnak felelhet meg, amelynek hatására a termékeknek és a szolgáltatásoknak a gazdasági szereplők által nyújtott teljesítésen alapuló rendes versenyét jellemző eszközöktől eltérő eszközökkel korlátozzák a piacon még létező versenyszint fenntartását vagy a verseny fejlődését (lásd: 2010. október 14-i Deutsche Telekom kontra Bizottság ítélet, C-280/08 P, EU:C:2010:603, 174. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat). Amint arra a Törvényszék a fenti 441. pontban rámutatott, a jelen ügyben a Google erőfölénnyel való visszaélésének megállapításához a Bizottságnak bizonyítania kellett a kifogásolt magatartásnak az érintett piacokon a versenyt korlátozó vagy megszüntető legalábbis potenciális hatásait, az összes releváns körülményre, különösen a Google által annak vitatása érdekében előadott érvekre tekintettel, hogy magatartása alkalmas volt a verseny korlátozására.

519 Mindenekelőtt, amint az a fenti 445. és 446. pontban összefoglalásra került, a Bizottság értékelte a szóban forgó magatartások jelentős következményeit a Google általános eredményoldalairól a versengő árösszehasonlító szolgáltatások és a Google árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalomra. Ami a termékösszehasonlítási szolgáltatások megtámadott határozatban figyelembe vett nemzeti piacait illeti, a harmadik jogalap két részének Törvényszék általi elemzéséből, amely a fenti 395. és 440. pontban szerepel, az következik, hogy elfogadhatók a szóban forgó értékelési elemek, vagyis a Google általános eredményoldalairól a szinte valamennyi versengő árösszehasonlító szolgáltatás felé irányuló forgalom csökkenése és a Google árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalom növekedése. Ezután a Bizottság értékelte a Google általános eredményoldalairól származó forgalom arányát a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokhoz érkező teljes forgalomban. Ezt követően, különböző indokokat kifejtve a Bizottság hangsúlyozta, hogy a Google-lal versengő árösszehasonlító szolgáltatások ténylegesen nem helyettesíthetik más forrásokból a Google generikus eredményeiből származó forgalmat. Végül, amint arra a Törvényszék a fenti 451–453. pontban rámutatott, a Bizottság az e pontokban összefoglalt bizonyítás eredményeként potenciális versenyellenes hatásokat azonosított e termékpiacokon ezen árösszehasonlító szolgáltatások hátrányára. A Google negyedik jogalapja harmadik részének azon érveit, amelyek szerint még ha e jogalap többi részét el is utasítják, a Bizottság nem bizonyította a versenyellenes hatások fennállását, a Törvényszék a fentiek felidézését követően vizsgálja meg.

520 Először is, ami a fenti 511. pontban összefoglalt érveket illeti, mindenekelőtt pontatlan azt állítani, hogy a Bizottság kizárólag a Google generikus eredményeiből származó forgalmat vette figyelembe a versengő árösszehasonlító szolgáltatások igénybevétele alakulásának elemzése során. Amint az a fenti 447. pontban már kifejtésre került, a megtámadott határozat 7.2.4.1. részében található 24. táblázat tizenhárom árösszehasonlító szolgáltatás forgalmának eloszlását mutatja négy–hat éves időtartam alatt, megkülönböztetve a Google generikus eredményeiből, a Google szöveges hirdetéseiből, a közvetlen keresésből és az egyéb forrásokból származó forgalmat. A Bizottság

ebből azt a következtetést vonta le, amint az a megtámadott határozat (540) preambulumbekzdésében szerepel, hogy a Google generikus eredményeiből származó rész „a versengő árösszehasonlító szolgáltatások teljes forgalmának jelentős részét” jelentette. Amint azt a fenti 448. pontban a Törvényszék már kifejtette, e táblázatból kitűnik, hogy a Google generikus eredményeiből származó forgalomrészek az árösszehasonlító szolgáltatásoktól függően meglehetősen változóak voltak, kicsivel több mint 20%-tól (az egyik év tekintetében egy 13%-os kivétel mellett) több mint 80%-ig terjedtek, és csekély többségükben (hét szolgáltató) e részesedések az évek során csökkennek. E csökkenések 5% és 50% között mozognak.

- 521 Amint az a fenti 448. pontban szintén szerepel, a Google nem vitatja a megtámadott határozat 24. táblázatának konkrét elemeit. A CCIA sem vonja kétségbe azokat. Kétségtelen, hogy a CCIA a bizalmas jelleg védelme érdekében nem fért hozzá e táblázat teljes változatához. A CCIA ugyanakkor lényegében úgy véli, hogy az e táblázat kidolgozásához használt, tizenhárom árösszehasonlító szolgáltatásból álló minta nem elegendő általános következtetések levonásához. Ugyanakkor a Bizottság azon megállapításával szemben, amely szerint a Google generikus eredményeiből származó rész „a versengő árösszehasonlító szolgáltatások teljes forgalmának jelentős részét” jelentette, sem a Google, sem a CCIA nem terjeszt elő más módszertani kritikákat vagy egyéb olyan adatokat, amelyek arra utalnának, hogy a Google generikus eredményeiből származó forgalom nem minősül a Google-ével versengő árösszehasonlító szolgáltatások számára jelentős forgalomforrásnak. Azt is meg kell jegyezni, hogy a 24. táblázat, amint az a megtámadott határozat 657. lábjegyzetéből kitűnik, az EGT-n belül a legnagyobb forgalmat bonyolító tizennyolc árösszehasonlító szolgáltatáshoz, valamint az Egyesült Királyságban a Google-tól származó legnagyobb forgalmat bonyolító árösszehasonlító szolgáltatásokhoz intézett információkérés eredménye, továbbá hogy a választ adó tizenhárom árösszehasonlító szolgáltatás a különböző nemzeti weboldalaikra vonatkozó adatokat szolgáltatott, és hogy az eredményeket maga a Google tanácsai alapján válogatták össze.
- 522 E körülmények között, figyelembe véve a bizonyítási tehernek a Bizottság és a vállalkozások közötti megoszlására vonatkozó, a fenti 132–134. pontban felidézett elveket, megalapozottnak kell tekinteni a megtámadott határozat 24. táblázatának bizonyító erejét, vagyis reprezentatív értékét, valamint azon következtetés bizonyító erejét, amelyet a Bizottság e táblázat alapján a Google generikus eredményeiből származó forgalomnak a versengő árösszehasonlító szolgáltatások egyéb forgalomforrásaihoz viszonyított jelentős részesedését illetően vont le.
- 523 Arra is rá kell mutatni, hogy a Bizottság a megtámadott határozat 7.2.4.2. részében jelentős okfejtéseket szentelt annak, hogy ezek a források ténylegesen nem helyettesíthetik a Google generikus eredményeiből származó forgalmat. A Bizottság tehát olyan elemzést végzett, amely szerint a Google magatartásának az általános eredményoldaláról a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom csökkenéséből álló jelentős hatásait az említett árösszehasonlító szolgáltatások nem képesek kompenzálni. Ez az elemzés, azt követően, hogy arra a következtetésre jut, hogy e forgalom nagy részét képviselte az említett árösszehasonlító szolgáltatások teljes forgalmának, alkalmas a potenciális versenykorlátozó hatások bizonyítására, ami elegendő lehet az erőfölénnyel való visszaélés bizonyításához, amint arra a fenti 438. pontban emlékeztettünk. A CCIA által előadottakkal ellentétben a Bizottság nem volt köteles bizonyítani a kizorító hatás fennállását, vagyis azt, hogy a Google magatartása a verseny teljes megszüntetését eredményezi, vagy legalábbis hogy annak megakadályozását célozza, hogy az internetfelhasználók vagy eladók igénybe vegyék a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokat (lásd ebben az értelemben: 2010. szeptember 9-i Tomra Systems és társai kontra Bizottság ítélet, T-155/06, EU:T:2010:370, 210. és 211. pont).

- 524 Ellentétben a Google által előadottakkal (lásd a fenti 511. pontot), a Bizottság tehát igenis figyelembe vette az árösszehasonlító szolgáltatások alternatív forgalomforrásait a Google generikus eredményeihez képest, és úgy ítélte meg, hogy e más források nem tudják ellensúlyozni az általa a Google-nak felrótt magatartás hatásait.
- 525 Ezt követően, ami a fenti 511. pontban szintén összefoglalt más érveket illeti, amint az a fenti 368–376. pontban már megállapítást nyert, a Google nem korlátozhatja a vele szemben kifogásolt magatartások versengő árösszehasonlító szolgáltatásokra gyakorolt hatását kizárólag a Product Universals és a Shopping Units megjelenése által az eredményoldalairól a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalomra gyakorolt hatásokra. A generikus eredmények kiigazítási algoritmusainak alkalmazása, amelyek jellemzően rossz besorolást adnak ezen szolgáltatásoknak, és amelyek maguk is hatásokat fejtenek ki, szintén részét képezik a Google-nak felrótt összefüggő magatartásoknak. A Google e magatartása hatásának a kiemelési kísérlet alapján az e szolgáltatások összforgalmának 5%-ában megállapított értékelése tehát nem fogadható el, amint az a fenti 375. pontban már kifejtésre került. Egyébiránt, amint arra a Törvényszék a fenti 448. és 520. pontban emlékeztetett, a Google-lal versengő árösszehasonlító szolgáltatások teljes forgalmának a Google magatartása által érintett része jelentős: kicsivel több mint 20%-os és több, mint 80%-os mérték között mozog azon minta esetében, amely lehetővé tette a megtámadott határozat 24. táblázatának összeállítását. Ennélfogva el kell utasítani a fenti 515. pontban kifejtett azon érvet is, amely szerint a Bizottság által a Google-nak felrótt magatartás semmilyen hatással nem volt a versengő árösszehasonlító szolgáltatások internetfelhasználók általi igénybevételére, mivel figyelmen kívül hagyja a generikus eredmények kiigazítási algoritmusainak hatását, valamint azon internetfelhasználók jelentős arányát, akik az árösszehasonlító szolgáltatásokat a Google keresési oldalain és eredményein keresztül veszik igénybe.
- 526 Végül, ami a Google fenti 511. pontban kifejtett másik érvét illeti, elvi szinten nem következetlen a Google generikus eredményeitől a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom jelentős csökkenéseinek megállapítása, ezzel egyidejűleg kiemelve, hogy e forgalom ez utóbbiak teljes forgalmának jelentős hányadát teszi ki. A második szempont tekintetében figyelembe veendő referenciahelyzet ugyanis logikusan megfelel az azon időszakok elején fennálló eredeti helyzetnek, amelyek során a jogsértést megállapították, és az első szempont tekintetében figyelembe veendő fejleményeknek logikusan ezen időszakok összességére kell vonatkozniuk. Ily módon a megtámadott határozat 24. táblázata, amelyet az árösszehasonlító szolgáltatások mintájának válaszai alapján állítottak össze e szolgáltatások különböző forgalomforrásai részesedésének értékelése céljából, azt mutatja, hogy az e táblázat tárgyát képező tizenhárom árösszehasonlító szolgáltatás többsége számára a Google generikus eredményeiből származó forgalom jelentős volt az őket érintő időszak elején, és ezen időszak során fokozatosan, jelentős mértékben csökkent.
- 527 Ebből következik, hogy a megtámadott határozattal szemben felhozott jogalapokra és érvekre tekintettel a Bizottság helyesen állapította meg, hogy a Google szóban forgó magatartásai jelentős tényleges hatást gyakoroltak az általános eredményoldalairól származó forgalomra, ami e forgalom visszaesését idézte elő a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé és annak növekedését a saját árösszehasonlító szolgáltatása felé (lásd a fenti 420. pontot); hogy az e magatartások által érintett árösszehasonlító szolgáltatások legalábbis a kereskedelmi platformokat magában foglaló piac másodlagos hipotézise esetében e piacnak nem elhanyagolható részét képviselték az érintett tizenhárom országban (lásd a fenti 506. pontot), valamint hogy a Google általános eredményoldalairól származó forgalom a Google-lal versengő árösszehasonlító szolgáltatások teljes forgalmának jelentős részét teszi ki (lásd a fenti

520–526. pontot). E körülmények között – hacsak nem kell helyt adni a Google és a CCIA ezt követő, a lenti 528–543. pontban vizsgált érveinek – úgy tűnik, hogy a Bizottság bizonyította, hogy a szóban forgó magatartások kellő mértékben érintették a Google versenytársait vagy legalábbis a Google versenytársai egy jelentős kategóriájának helyzetét ahhoz, hogy megállapíthassa az erőfölénnyel való visszaélés részét képező versenyellenes hatások fennállását.

528 Másodsor, ami a fenti 512. és 513. pontban összefoglalt érveket illeti, amelyek szerint a Bizottság nem bizonyította olyan belépési korlátok fennállását, amelyek megakadályoznák az árösszehasonlító szolgáltatásokat abban, hogy a Google generikus eredményeiből származó forgalomhoz képest alternatív forgalomforrásokban részesüljenek, mindenekelőtt rá kell mutatni arra, hogy a Bizottság annak érdekében, hogy bizonyítsa az ilyen akadályok fennállását, nem szorítkozott a Google egyik versenytársának a megtámadott határozat (575) preambulumbekzdésében hivatkozott értékelésére. Amint azt már hangsúlyoztuk, a Bizottság a megtámadott határozat 7.2.4.2. részében jelentős okfejtéseket szentelt annak, hogy ezek az egyéb források ténylegesen nem helyettesíthetik a Google generikus eredményeiből származó forgalmat. A megtámadott határozat (575) preambulumbekzdésében foglalt értékelés csupán az egyik az e tekintetben előadott körülmények közül.

529 Ily módon a Bizottság először megvizsgálta, hogy a Google általános eredményoldalain szöveges hirdetések formájában megjelenő reklámok (AdWords) helyettesíthetik-e az annak generikus eredményeiből származó forgalmat (a megtámadott határozat (543)–(567) preambulumbekzdése). Noha a Bizottság a 24. táblázatban szereplő adatok alapján elismerte, hogy egyes árösszehasonlító szolgáltatások forgalmának több mint 30%-a e hirdetésekből származik, mindazonáltal különböző bizonyítékokat terjesztett elő annak alátámasztására, hogy a generikus eredményeket az internetfelhasználók jobban értékelték. Közelebbről, bemutatott egy sor grafikont azon tizenhárom ország mindegyikére vonatkozóan, amelyekben azonosította a Google visszaélését, és összehasonlította a kiemelési kísérletből származó adatok alapján a generikus linkek, illetve a szöveges hirdetések linkjeinek átkattintási arányát (click-through rates), azok elhelyezésétől függően (59–71. grafikon). Ebből kitűnik, hogy általában előnyben részesítik a generikus eredményeket. A Bizottság többek között rámutatott arra, hogy egyes árösszehasonlító szolgáltatások úgy vélik, hogy a két forgalomforrás inkább egymást kiegészítő jellegű, abban az értelemben, hogy az azokat használó közönség eltérő, és így egyik sem helyettesítheti a másikat. A Google azon érvére válaszul, amely szerint több mint száz árösszehasonlító szolgáltatás növelte forgalmát a generikus eredmények helyett szövegszerű hirdetések révén, a Bizottság a Google által elfogadott mintát kifogásolta, és szintén a kiemelési kísérletből származó adatok alapján előadta, hogy a szóban forgó tizenhárom ország esetében az árösszehasonlító szolgáltatások hirdetésekből származó forgalma átlagosan körülbelül a teljes forgalom negyedét tette ki és hogy e forgalmat is hátrányosan érintette a Shopping Units megjelenése (az országtól függően 16–30%-os csökkenés). Ezt az állítást a 72–75. grafikonokkal és a 26. táblázattal szemléltette. A Bizottság ezt követően rámutatott, hogy még ha a Google-lal versengő árösszehasonlító szolgáltatások ideiglenesen kompenzálhatják is a generikus eredményeiből származó forgalom kiesését a Google általános eredményoldalain megjelenő szöveges hirdetésekből származó forgalom révén, ez számukra hosszú távon gazdaságilag nem életképes megoldás. A Bizottság e tekintetben többek között kifejtette, hogy a szöveges hirdetésekhez szükséges költségek a generikus eredményekben való megjelenés optimalizálási költségeinek legalább a kétszeresét teszik ki, az árösszehasonlító szolgáltatások oldalain tett látogatások eladók helyein tett látogatásokká váltásának aránya tekintetében olyan szintű hatékonyság mellett, amely nem indokolja ezt a költségkülönbötet. A Bizottság különösen hangsúlyozta, hogy a Google-nak nem kellett viselnie ezeket a költségeket saját árösszehasonlító szolgáltatása esetében. A Bizottság a Kelkoo tanúvallomására is hivatkozott, amely szerint a

- generikus eredményekben való megjelenéséből származó bevételek közel 20%-kal magasabbak, mint a szöveges hirdetésekben való megjelenése által generált bevételek. Általában véve a szöveges hirdetésekben származó bevételek nem fedezik azok költségeit.
- 530 A Bizottság ezt követően megvizsgálta a Google generikus eredményeiből eredő forgalom mobilkészülékes alkalmazásokkal való helyettesíthetőségét (a megtámadott határozat (568)–(579) preambulumbekzdése). Közelebbről, különböző elemeket terjesztett elő. A Bizottság szerint a mobilkészülékes alkalmazások erős előzetes márkaimázst igényelnek, és azonnal meg kell állapítani, különösen a 24. táblázat adataira figyelemmel, hogy ezek az alkalmazások a közvetlen forgalommal együttesen általában kevesebb mint 20%-át teszik ki az árösszehasonlító szolgáltatások teljes forgalmának, még akkor is, ha egyes árösszehasonlító szolgáltatások esetében ez a részesedés magasabb lehet. A közigazgatási eljárás során adatokat szolgáltató mintegy tíz árösszehasonlító szolgáltatás esetében a mobilkészülékes alkalmazásokból származó forgalomrész csak 5–6%. Több árösszehasonlító szolgáltatás jelezte, hogy e csatorna kialakítása nem növelte jelentősen a weboldaluk látogatottságát.
- 531 A Bizottság ezt követően megvizsgálta a Google generikus eredményeiből származó közvetlen forgalommal való helyettesíthetőséget (a megtámadott határozat (580)–(583) preambulumbekzdése). A Bizottság hangsúlyozta e forgalom csekély részesedését, emlékeztetve arra, hogy a Google azt 5%-ra becsülte a Google Shopping specializált eredményoldal esetében. E tekintetben pontosítani kell, hogy a Google Shopping felé irányuló, az oldal forgalmának nagyobb részét eredményező, a Google fenti 514. pontban összefoglalt érvelésében említett közvetlen navigációs linkek nem képezik részét a Google Shopping felé irányuló közvetlen forgalomnak, mivel azok a Google keresőoldalain és általános eredményoldalain megjelenő menükben szerepelnek. A Bizottság azt is kifejtette, hogy két árösszehasonlító szolgáltatás lényegében azt állította, hogy az interneten kívüli reklámkampány, amelyet a közvetlen forgalom növelése érdekében indítottak, nem tudta kompenzálni a Google generikus eredményeiből származó forgalmat érintő veszteségeket. A közvetlen forgalom növekedése – csakúgy mint a mobilkészülékes alkalmazások esetében – erős előzetes márkaimázst kialakítását teszi szükségessé, amely az árösszehasonlító szolgáltatások számára túl költséges.
- 532 A Bizottság végül megvizsgálta a Google generikus eredményeiből származó forgalom egyéb forgalomforrásokkal való helyettesíthetőségét (a megtámadott határozat (584)–(588) preambulumbekzdése). Megvizsgálta a harmadik weboldalakkal fenntartott partnerség, a hírlevelek, a közösségi hálózatok és a Google versenytársainak minősülő általános keresőmotorok által kínált megoldásokat. A Bizottság szerint e megoldások vagy költségesek, vagy nem hatékonyak.
- 533 A megtámadott határozatban a Bizottság tehát számos olyan indokot említett, amelyek igazolják a piacra lépés azon akadályait, amelyek meggátolják az árösszehasonlító szolgáltatásokat abban, hogy a Google generikus eredményeiből származó alternatív forgalomforrásokhoz jussanak, és különösen pontatlan az a kijelentés, amely szerint nem azonosított egyetlen olyan, az e forrásokban rejlő akadályt sem, amely meggátolta volna, hogy az árösszehasonlító szolgáltatások e források révén vonzzanak forgalmat.
- 534 A Google ugyanakkor vitatja a Bizottság által e tekintetben elfogadott indokolás megalapozottságát, és e tekintetben mindenekelőtt azt az érvet terjeszti elő, amely szerint ezen akadályok fennállását cáfolja az a tény, hogy a kereskedelmi platformok ilyen alternatív forgalmi forrásokat használnak (a 320–324. pontra utaló 365. pont). Ezt az érvet azonban csak olyan általános tényezők támasztják alá, amelyek annak bizonyítására irányulnak, hogy az

- internetfelhasználók gyakran használják a kereskedelmi platformokat termékkeresésük megkezdéséhez, ami azt jelenti, hogy az internetfelhasználók előzetes keresés nélkül érik el azokat. Márpedig ami igaz lehet az ilyen típusú, általában nagy ismertségű szereplő esetében, az nem feltétlenül igaz az árösszehasonlító szolgáltatásokra.
- 535 A Google ezt követően a válaszban az Egyesült Királyság piacfelügyeleti és versenyhatóságának C18. mellékletben csatolt kutatására hivatkozik, amely szerint az internetes árösszehasonlító szolgáltatások sikerrel fektetnek be a márkák reklámozásába és fejlesztésébe, és sok hirdetés tesznek közzé különböző hordozókon. Mindazonáltal a Bizottság jogosan hivatkozik e kutatás elfogadhatatlanságára az eljárási szabályzat 85. cikke alapján, amely szerint a bizonyítékokat és a felajánlott bizonyítékokat az első beadványváltás keretében nyújtják be, kivéve ha a késedelmes előterjesztés vagy felajánlás igazolt. Amint az ugyanis a keresetlevél A7. mellékletének 282. pontjából kitűnik, a Google semmiféle olyan magyarázatot nem szolgáltatott, amely igazolná e kutatás késedelmes benyújtását, noha arra a Bizottság „tényállást közlő levelére” válaszul hivatkozott a közigazgatási eljárás során.
- 536 Ami a Google által e kutatásból és más kutatásokból levont azon általános következtetést illeti, amely szerint más online szolgáltatások, többek között a különböző területekre specializálódott árösszehasonlító szolgáltatások sikerrel használják az alternatív forgalmi forrásokat, az túl általános, és más piacok megfigyelésén alapul, így nem kérdőjelezheti meg a Bizottság által a megtámadott határozatban az árösszehasonlító szolgáltatásokat illetően lefolytatott részletes elemzést.
- 537 A Google lényegében kifejti továbbá, hogy még ha feltételezzük is, hogy az alternatív forgalomforrások nehezen vehetők igénybe a versengő árösszehasonlító szolgáltatások számára, erről nem ő tehet. Mindazonáltal nem az a kérdés, hogy a Google felelős-e a generikus eredményeiből származó, az alternatív forgalomforrásokat érintő belépési korlátokért, hanem az, hogy léteznek-e ilyen akadályok. A Bizottság által a megtámadott határozatban követett elemzés szerint ugyanis a Google belépési akadályt alakított ki a generikus eredményei által alkotott forgalom forrása tekintetében, amely felett ellenőrzést gyakorolhat, és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások tekintetében e forrást ténylegesen nem helyettesíthetik más olyan források, amelyeket más belépési korlátok érintenek. E körülmények között az az érv, amely szerint a 2007. szeptember 17-i Microsoft kontra Bizottság ítélet (T-201/04, EU:T:2007:289) alapjául szolgáló ügyben fennálló helyzettől eltérően a Google nem alakított ki belépési akadályokat a generikus eredményeiből eredő forgalomhoz képest alternatív forgalomforrásokat illetően, nem kérdőjelezi meg eredményesen az ilyen, a Google magatartásának versenyellenes hatásához hozzájáruló akadályok fennállására vonatkozó bizottsági elemzést.
- 538 Harmadszor, ami a fenti 514. pontban összefoglalt érveket illeti, amelyek szerint a Bizottság elmulasztotta annak bizonyítását, hogy a nehézségekkel szembesülő versengő árösszehasonlító szolgáltatások ugyanolyan hatékonyak voltak, mint a Google, holott valójában nem, a Bizottság jogosan állítja, hogy nem kellett ezt bizonyítania. A megegyező hatékonyságú versenytárs kritériumának alkalmazását ugyanis az árképzési gyakorlat (például felfaló árak vagy árprés) fennállása igazolja, lényegében annak értékelése érdekében, hogy az ilyen árképzési magatartással vádolt, erőfölényben lévő vállalkozáshoz hasonlóan hatékony versenytársnak, amely – annak érdekében, hogy ne szoruljon ki azonnal a piacról – ugyanazokat az árakat alkalmazza az ügyfelei felé, mint amelyeket az említett vállalkozás alkalmazott, ezt veszteséggel kell-e tennie és fokoznia kell-e azt, ami azt eredményezné, hogy hosszabb távon elhagyja a piacot (lásd ebben az

értelemben: 2015. október 6-i Post Danmark és társai ítélet, C-23/14, EU:C:2015:651, 53–55. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat). A jelen ügyben a Google-nak felrótt magatartások nem árképzési jellegűek.

- 539 Ráadásul főszabály szerint a „megegyező hatékonyságú versenytárs” hipotetikus versenytárs, amelyről tehát feltételezhető, hogy az ügyfeleivel szemben ugyanazokat az árakat alkalmazza, mint az erőfölényben lévő vállalkozás, ugyanakkor ugyanazokat a költségeket viseli, mint az utóbbi, illetve azokat a versenytársaira terheli, ha a végtermék számára inputot értékesít (lásd ebben az értelemben: 2011. február 17-i TeliaSonera Sverige ítélet, C-52/09, EU:C:2011:83, 40–44. pont). A megegyező hatékonyságú versenytárs kritériumának alkalmazása annak bizonyítására irányul, hogy még a szóban forgó árképzési gyakorlatot folytató vállalkozással megegyező hatékonyságú versenytárs sem tud hosszú távon ellenállni annak ugyanazon árak alkalmazásával, mivel nem támaszkodhat az erőfölény által biztosított erőre. E versenytárs tehát főszabály szerint nem valódi versenytárs, amelynek tényleges hatékonyságát értékelik, amint azt a Google a többi árösszehasonlító szolgáltatás kapcsán állítja. E kritérium alkalmazásának tehát, amely az árak és a költségek összehasonlításából áll, a jelen ügyben nem volt értelme, mivel az azonosított versenyprobléma nem árprobléma volt.
- 540 Egyébiránt, még ha feltételezzük is, hogy a Bizottsághoz hasonló versenyhatóság össze tudja hasonlítani több vállalkozás tényleges hatékonyságát, azáltal, hogy mélyrehatóan tanulmányozza a tevékenységük különböző paramétereit, e tevékenység csak akkor vezethet objektív eredményekhez, ha valamely versenyellenes magatartás éppen hogy nem torzította a versenyfeltételeket. Következésképpen az ilyen tevékenység önmagában nem szolgálhat annak meghatározására, hogy az ilyen magatartás bizonyított-e.
- 541 Ebből következik, hogy a jelen ügyben, amint azt a Törvényszék a fenti 441. pontban kifejtette, a Bizottságnak csak a kifogásolt magatartás versenyt korlátozó vagy megszüntető potenciális hatásait kellett bizonyítania, függetlenül attól a kérdéstől, hogy a termék-összehasonlítás terén a Google „hatékonyabb” volt-e a többi árösszehasonlító szolgáltatásnál, ami éppenséggel lehetetlen, ha a magatartások torzíthatják a versenyt.
- 542 Végül, ami a CCIA a fenti 516. pontban összefoglalt érveit illeti, meg kell állapítani, hogy mivel azok arra vonatkoznak, hogy a Bizottság figyelmen kívül hagyta az internetes kétoldalú piacok jellemzőit és gazdálkodási modelljüket, a Google-t magatartásának követésére ösztönző innovációs erőfeszítést, valamint az utóbbi versenyellenes stratégiájának hiányát, így nem a szóban forgó magatartások hatásai elemzésének kritikája, hanem az e magatartások versenyellenes, illetve nem versenyellenes jellegére vonatkozó elemzés kritikájának körébe tartoznak. E kifogásokat tehát mint hatástalanokat el kell utasítani, mivel azokat a CCIA annak bizonyítására irányuló jogalapjának alátámasztására terjeszti elő, hogy „a határozat nem bizonyítja, hogy a magatartás alkalmas volt versenyellenes hatások kiváltására”.
- 543 Következésképpen, tekintettel a fenti 527. pontban kifejtett közbenső következtetésre, valamint a Google és a CCIA egyéb érveinek elutasítására, el kell utasítani a Google negyedik jogalapjának harmadik részét, amely szerint a Bizottság nem bizonyította a szóban forgó magatartások versenyellenes hatásainak fennállását a termék-összehasonlítási szolgáltatások nemzeti piacain.

4. Az első jogalap harmadik részéről és a második jogalap harmadik részéről, amelyek objektív igazolások fennállására vonatkoznak

a) A Google Product Universals megjelenítésére vonatkozó igazolásairól (az első jogalap harmadik része)

1) A felek érvei

- 544 A Google azt állítja, hogy a közigazgatási eljárás során bizonyította, hogy javította a felhasználóknak nyújtott szolgáltatás minőségét, a Product Universals olyan megjelenítése révén, ahogyan arra sor került. Ez magatartásának a versenyt támogató igazolását jelenti.
- 545 Márpedig a megtámadott határozatban a Bizottság nem kérdőjelezi meg azt a tényt, hogy a termékekre vonatkozó specializált eredmények általános eredményoldalán csoportosan jelentek meg. A Bizottság annak megállapítására szorítkozott, hogy a Google-nak „ugyanazon mögöttes eljárások és módszerek” szerint kellett volna megjelenítenie a versengő árösszehasonlító szolgáltatások specializált termékeredményeit, mint a sajátjait, anélkül hogy állást foglalt volna a Google által a közigazgatási eljárás során előterjesztett, versenyt támogató igazolásokról, vagy azokat mérlegelte volna az általa azonosítható negatív hatásokkal szemben. Ily módon a megtámadott határozat nem cáfolja a Google által a magatartásai kapcsán szolgáltatott igazolásokat, és nem próbál meg válaszolni a magyarázataira, illetve nem próbálja meg az ítélezési gyakorlat által megkövetelt mérlegelést elvégezni.
- 546 Ráadásul a megtámadott határozatban a Bizottság nem fejt ki, hogy a Google hogyan jeleníthetné meg a versengő árösszehasonlító szolgáltatások specializált termékeredményeit „ugyanazon mögöttes eljárások és módszerek” szerint, mint a sajátjait, holott a Google kifejtette számára, hogy ez lehetetlen. E tekintetben a Google emlékeztet arra, hogy nem ismerte versenytársai eredményei kiválasztásának módszereit, ami lehetetlenné teszi a különböző árösszehasonlító szolgáltatások által kínált eredmények összehasonlítását egymással. Azt állítja továbbá, hogy nem láthatta előre vagy szerezhette meg kellően rövid időn belül az internetfelhasználó által végzett konkrét keresésre adott válaszokat, és végül, hogy nem tudta volna a minőségellenőrzési mechanizmusait alkalmazni a versengő árösszehasonlító szolgáltatások tekintetében. A Bizottság a megtámadott határozatban nem cáfolta e magyarázatokat, hanem továbbra is arra hívta fel a Google-t, hogy ugyanazon mögöttes eljárások és módszerek szerint végezze a megjelenítést. E körülmények között a Bizottságnak kellett volna bemutatnia, hogy a Google hogyan járhatott volna el reális és megvalósítható megoldások révén, amit nem tett meg. E tekintetben a Bizottság tévedett, amikor úgy vélte, hogy a Google által a tárgyalások során annak érdekében tett javaslatokban, hogy az eljárást a kötelezettségvállalásokat elfogadó határozattal zárják le, valamint a Google belső mérlegeléseiben az ilyen megjelenítés lehetőségére vonatkozó bizonyítékok jelennek meg. A tervezett projektek ugyanis nem abból álltak, hogy a Google-lal versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit ugyanazon mögöttes eljárások és módszerek szerint sorolják be, mint a saját specializált termékkeresési eredményeit.
- 547 A Google válaszában ismét kiemelte, hogy műszaki okokból nem jeleníthette meg a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit a Product Universalsban keresési eredményei minőségének sérelme nélkül, amint azt a közigazgatási eljárás során mindvégig kifejtette, anélkül hogy ezt a megtámadott határozat figyelembe vette volna. A Google által a közigazgatási eljárás során előadott igazolások a Bizottság állításával ellentétben teljes mértékben lefedték az állítólagos visszaélést.

- 548 A CCIA hangsúlyozza, hogy a megtámadott határozat csak három oldalt szentel a Google objektív igazolásainak, és egyetlen preambulumbekendést szán annak vizsgálatára, hogy a Google-tól kért korrekciós intézkedés műszakilag lehetséges-e.
- 549 A Bizottság vitatja ezeket az érveket.
- 550 A BDZV a Bizottság támogatása érdekében megjegyzi, hogy a Bizottságnak nem kellett pontos műszaki megoldásokat előírnia annak érdekében, hogy megszüntesse a megállapított visszaélést.

2) A Törvényszék álláspontja

- 551 Az állandó ítélkezési gyakorlatból kitűnik, hogy az erőfölényben lévő vállalkozás igazolhatja azon cselekményeit, amelyek az EUMSZ 102. cikkben foglalt tilalom hatálya alá eshetnek, annak bizonyításával, hogy magatartása műszaki vagy kereskedelmi szempontból objektíve szükséges, vagy pedig hogy a magatartása által előidézett kizorító hatást ellentételezhetik, esetleg meg is haladhatják a hatékonyságban jelentkező előnyök, amelyekből a fogyasztók is részesülnek (lásd ebben az értelemben: 2012. március 27-i Post Danmark ítélet, C-209/10, EU:C:2012:172, 40. és 41. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).
- 552 Az objektív szükségesség fakadhat jogos kereskedelmi megfontolásokból, például a tisztességtelen versennyel szembeni védekezés vagy az ügyfelekkel való tárgyalások figyelembevétele érdekében (lásd ebben az értelemben: 1978. február 14-i United Brands és United Brands Continentaal kontra Bizottság ítélet, 27/76, EU:C:1978:22, 184–187. pont; 1983. november 9-i Nederlandsche Banden-Industrie-Michelin kontra Bizottság ítélet, 322/81, EU:C:1983:313, 90. pont), valamint műszaki indokokból is, amelyek például a szóban forgó termék vagy szolgáltatás teljesítményének fenntartásához vagy e teljesítmények javításához kapcsolódnak (lásd ebben az értelemben: 2007. szeptember 17-i Microsoft kontra Bizottság ítélet, T-201/04, EU:T:2007:289, 1146. és 1159. pont).
- 553 Ami a hatékonyságjavulást illeti, az erőfölényben lévő vállalkozásnak kell bizonyítania, hogy a vizsgált magatartásból eredő esetleges hatékonyságnövekedés semlegesíti az érintett piacokon a versenyre és a fogyasztók érdekeire valószínűleg káros hatásokat, továbbá hogy e hatékonyságnövekedés az említett magatartásnak köszönhetően megvalósítható, illetve volt megvalósítható, hogy e magatartás nélkülözhetetlen ennek megvalósításához, és hogy nem zárja ki a hatékony versenyt azáltal, hogy a tényleges vagy potenciális verseny fennálló forrásainak egészét vagy nagy részét megszünteti (2012. március 27-i Post Danmark ítélet, C-209/10, EU:C:2012:172, 42. pont), ami kizárja, hogy az említett vállalkozás arra szorítkozzon, hogy e kérdésben homályos, általános és elméleti érveket terjeszt elő, vagy akár kizárólag a saját kereskedelmi érdekeire hivatkozzon (lásd: 2020. január 30-i Generics [UK] és társai ítélet, C-307/18, EU:C:2020:52, 166. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).
- 554 Bár az EUMSZ 102. cikk megsértését jelentő körülmények fennállását illetően a Bizottság viseli a bizonyítási terhet, az érintett erőfölényben lévő vállalkozás, és nem a Bizottság feladata az esetleges igazolhatóságra hivatkozni, és azt érvekkel és bizonyítékokkal alátámasztani. Ezt követően, ha erőfölénnyel való visszaélést kíván megállapítani, a Bizottság feladata annak bizonyítása, hogy a vállalkozás által felhozott érvek és bizonyítékok nem meggyőzőek, és ennek megfelelően a hivatkozott igazolás nem elfogadható (2007. szeptember 17-i Microsoft kontra Bizottság ítélet, T-201/04, EU:T:2007:289, 1144. pont).

- 555 A Google lényegében azt állítja egyrészt, hogy a megtámadott határozatban a Bizottság nem cáfolja meg azokat az igazolásokat, amelyeket a közigazgatási eljárás során magatartásai kapcsán szolgáltatott, és nem próbál meg válaszolni a magyarázataira vagy elvégezni az ítélkezési gyakorlat által megkövetelt mérlegelést, másrészt pedig, hogy a Bizottság nem fejt ki, hogy a Google milyen módon tudná megjeleníteni a versengő árösszehasonlító szolgáltatások specializált keresési eredményeit ugyanazon mögöttes eljárások és módszerek szerint, mint amelyeket a saját specializált keresési eredményeire alkalmaz, holott ez műszakilag lehetetlen.
- 556 A jelen ügyben tehát a Törvényszék feladata annak vizsgálata, hogy a Google által előterjesztett bizonyítékok – a Bizottság álláspontjával ellentétesen – alkalmasak-e arra, hogy e magatartást a fenti 551–553. pontban hivatkozott ítélkezési gyakorlat értelmében véve igazolják.
- 557 A megtámadott határozat 7.5. részében a Bizottság megvizsgálta a Google által a közigazgatási eljárás során az objektív igazolás és a hatékonyság javulása címén előterjesztett bizonyítékokat. Amint azt a megtámadott határozat (655)–(659) preambulumbekzdése kifejti, anélkül hogy a Google vitatta volna ezt az előadást a keresetlevélben, a Google lényegében különböző érveket adott elő. Először is azt állította, hogy a generikus eredmények kiigazítási mechanizmusai versenyt támogató előnyt biztosítanak, megőrizve ezen eredmények minőségét. Másodsorban arra hivatkozott, hogy a Product Universals elhelyezése és megjelenítése, akárcsak előállítási mechanizmusa, versenyt támogató előnyt biztosít azáltal, hogy az internetfelhasználók és az internetes eladók számára a legmagasabb színvonalú keresőszolgáltatást biztosítja a részéről. Harmadszor azt állította, hogy ha a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit ugyanolyan módon kellene elhelyeznie és bemutatnia az általános eredményoldalain, mint a saját árösszehasonlító szolgáltatásának eredményeit, ez csökkentené a versenyt, mivel egyrészt a verseny lényege és az internetfelhasználók elvárása az, hogy minden egyes keresőszolgáltatás a saját eredményeit jelenítse meg, másrészt ez csökkentené az általános eredményoldalain található felületek jövedelmezővé tételére vonatkozó lehetőségeit. Negyedszer megemlítette, hogy műszaki szempontból nem tudja koherens módon besorolni a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit és saját eredményeit, ráadásul ha így tenne, azzal saját árösszehasonlító szolgáltatása termékeredményeivé alakítaná azokat. Ötödször, a Google a közigazgatási eljárás során az alapvető jogainak megsértésére alapított érvet terjesztett elő, de a keresetlevélben nem vitatja a Bizottság által a megtámadott határozatban erre adott választ.
- 558 A Google fenti 557. pontban összefoglalt első három érve – ahogyan azokat a keresetlevélben ismertette – abban áll, hogy kiemelve magatartása versenyt támogató jellemzőit, abban az értelemben, hogy e magatartás javította a keresőszolgáltatásának minőségét. Az ilyen érvek főszabály szerint annak a fenti 551. pontban hivatkozott bizonyításába illeszkednek, hogy a kifogásolt magatartás által eredményezett kizorító hatást ellentételezik, esetleg meg is haladják a hatékonyságban jelentkező előnyök, amelyekből a fogyasztók is részesülnek. A fenti 557. pontban összefoglalt negyedik érv olyan műszaki kötöttségekre hivatkozik, amelyek megakadályozták a Google-t abban, hogy biztosítsa a Bizottság által elérni kívánt egyenlő bánásmódot az árösszehasonlító szolgáltatásának eredményei és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményei között. A Google végül arra hivatkozik, hogy folyamatosan arra törekedett, hogy az érdemeken alapuló versennyel kapcsolatos aggályokkal összhangban javítsa a felhasználóknak kínált termék-összehasonlítási szolgáltatást, de a műszakilag lehetséges határokon belül. Márpedig a Bizottság azt rója fel neki, hogy nem biztosította az egyenlő bánásmódot azon eredmények között, amelyek számára ezt műszaki okok miatt nem tudta biztosítani.

- 559 A megtámadott határozatban a Google fenti 557. pontban összefoglalt első két érvére tekintettel a Bizottság a (661) és (662) preambulumbekzdésben rámutatott arra, hogy nem akadályozza meg a Google-t abban, hogy kiigazítási mechanizmusokat alkalmazzon, ahogy abban sem, hogy a specializált keresés eredményeit megjelenítse az általános eredményoldalain, amikor úgy ítélte meg, hogy azok relevánsak vagy hasznosak a keresés szempontjából, ezzel szemben az azonosított visszaélés abban állt, hogy a Google árösszehasonlító szolgáltatása és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások tekintetében nem ugyanazon elhelyezési és megjelenítési kritériumokat alkalmazták.
- 560 E válaszból kitűnik, hogy a Bizottság nem tagadta, hogy a generikus eredmények kiigazítási algoritmusai vagy a Google specializált termékeredményeinek elhelyezésére és megjelenítésére vonatkozó kritériumok az általa kínált szolgáltatás versenyt támogató javításait jelenthetik, amint azt a Google a fenti 557. pontban összefoglalt első két érvében állította, viszont helyesen hangsúlyozta, hogy a Google nem hozott fel semmilyen érvet ezzel kapcsolatban az egyenlőtlen bánásmód tekintetében saját árösszehasonlító szolgáltatásának eredményei és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményei között. Másként fogalmazva, a Bizottság lényegében úgy ítélte meg, hogy a Google semmilyen bizonyítékot nem terjesztett elő annak alátámasztására, hogy az általa hivatkozott, versenyt támogató két előny ellensúlyozza, esetleg meg is haladja a versenyre gyakorolt, a megtámadott határozat korábbi részeiben általa azonosított egyenlőtlen bánásmódhoz kapcsolódó negatív hatásokat.
- 561 Ezt követően a megtámadott határozatban a Google fenti 557. pontban összefoglalt harmadik érvére tekintettel, amely átfogó jelleggel annak bizonyítására irányult, hogy a Bizottság által elérni kívánt egyenlő bánásmód ténylegesen csökkenti a versenyt, a Bizottság a (663) és (664) preambulumbekzdésben válaszolt ezen érv két részére, megemlítve egyrészt, hogy a Google nem bizonyította, hogy az internetfelhasználók azt várják, hogy a keresőmotor egyetlen forrásból származó eredményeket szolgáltatson, valamint hogy a jelen ügyben nem voltak tudatában annak, hogy a Product Universals a generikus találatokra alkalmazott mechanizmusoktól eltérő mechanizmusok alapján jelenik meg, másrészt pedig azt, hogy a Google árösszehasonlító szolgáltatása és versenytársai közötti egyenlő bánásmód biztosítása az általános eredményoldalakon nem akadályozta meg az említett oldalakon található egyes, a Google által ellenőrzött felületek jövedelmezővé tételét.
- 562 A Bizottság e válasza egyrészt annak bizonyításából áll, hogy a Google állításával ellentétben azon döntése, hogy a versenytársakénál kedvezőbben helyezi el és jeleníti meg termékeredményeit, nem jobb a verseny szempontjából, mint az a helyzet, amelyben e területen egyenlő bánásmódot biztosítanak. E tekintetben a Bizottság helyesen mutat rá arra, hogy kételkedik abban, hogy az internetfelhasználók azt várják, hogy az általános eredményoldalon egyetlen specializált keresőmotor eredményeit találják meg. A jelen ügyben ugyanis, amint arra a Bizottság emlékeztetett, az elhelyezés és a megjelenítés tekintetében szóban forgó eltérő bánásmód az általános eredményoldalakon érvényesül, amelyektől az internetfelhasználók főszabály szerint az internet egészéből származó, hátrányos megkülönböztetéstől mentesen és átlátható módon szolgáltatott eredményeket várnak, ami egyébként a fenti 178. pontban kifejtett megfontolásokból is kitűnik.
- 563 A Bizottságnak a fenti 561. pontban összefoglalt válasza másrészt annak megcáfolásából áll, hogy a Google pénzügyi szempontból hátrányt szenvedhet azáltal, hogy az elhelyezés és a megjelenítés tekintetében egyenlő bánásmódot biztosít általános eredményoldalain saját termékeredményei és versenytársai termékeredményei számára. A keresetlevélben a Google nem ad elő semmilyen érvet ezen értékelés érvényes vitatására, és feltételezve, hogy a Google pénzügyi szempontból hátrányos

- helyzetbe kerül azáltal, hogy a szolgáltatását ugyanolyan feltételek mellett teszi elérhetővé az árösszehasonlító szolgáltatások számára, mint a saját szolgáltatása számára, e körülmény nem minősül versenyellenes magatartása elfogadható igazolásának.
- 564 Ily módon a keresetlevélben előadottakkal ellentétben a Bizottság – anélkül, hogy a Google kétségbe vonná ezen álláspont megalapozottságát – állást foglalt a harmadik érve keretében előadott igazolással kapcsolatban.
- 565 Következésképpen a Bizottság érvényesen utasította el a Google harmadik érvét, amely magatartása versenyt támogató jellemzőinek hangsúlyozására irányult, cáfolva az ezen érvelésben hivatkozott ilyen jellegű jellemzők fennállását.
- 566 A Bizottság ezen első három, a versenyt támogató, a szóban forgó gyakorlatok által eredményezett előnyökön alapuló érvet illető megközelítése annál is inkább indokolt, mivel egyrészt – amint az a megtámadott határozat (593)–(596) preambulumbekzdéséből kitűnik, és amint az a harmadik és negyedik jogalap vizsgálatából is következik – e magatartások alkalmasak arra, hogy kizorítsák a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokat, ami az eladók számára magasabb díjakhoz, a fogyasztók számára magasabb árakhoz, valamint az innováció csökkenéséhez vezethet, mind a versengő árösszehasonlító szolgáltatások, mind a Google árösszehasonlító szolgáltatása számára. Másrészt, amint az a megtámadott határozat (597)–(600) preambulumbekzdéséből kitűnik, a szóban forgó magatartások csökkenthetik a fogyasztók számára a kínálatot az árösszehasonlító szolgáltatások területén, mégpedig nem csupán a piacon jelen lévő szolgáltatások számának csökkenése miatt, figyelemmel a megtámadott határozat 7.3.1. és 7.3.2. pontjában megjelölt magatartások kizorító hatására, hanem – amint az a megtámadott határozat (598) preambulumbekzdéséből kitűnik – amiatt is, hogy a fogyasztók figyelmét eltérítik a Google árösszehasonlító szolgáltatásának eredményei felé, azok fokozott láthatósága miatt, holott egyébként az említett eredmények nem szükségképpen relevánsabbak, mint a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményei (lásd a fenti 296–299. pontot).
- 567 Ezenkívül a Google nem bizonyítja, hogy a kifogásolt magatartások második aspektusa, azaz számos versengő árösszehasonlító szolgáltatás kiigazítási algoritmusai által történő hátrasorolása általános eredményoldalain mennyiben eredményezhetett volna hatékonyságnövekedést.
- 568 E körülmények között, még ha feltételezzük is, hogy a szóban forgó gyakorlatok javíthatták egyes internetfelhasználók élményét a termékeredmények kiemelése és rangsorolása révén, ez semmi esetre sem tűnik alkalmasnak arra, hogy semlegesítse az e magatartások által a versenyre és a fogyasztók összességének érdekeire gyakorolt káros hatásokat a fenti 553. pontban hivatkozott ítélkezési gyakorlatnak megfelelően. Mindenesetre a Google nem bizonyította ennek ellenkezőjét, holott ezt neki kellett volna megtennie, amint arra a Törvényszék a fenti 554. pontban emlékeztetett.
- 569 A Google fenti 557. pontban összefoglalt negyedik érve magatartása objektív, műszaki kötöttségen alapuló igazolásának előadásában állt. Az érv annak bizonyítására irányult, hogy ellentétben azzal, amit a Bizottság feltételezett, a Google műszaki szempontból nem sorolhatta be koherens módon a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit és saját eredményeit, emellett azt nem alakíthatta át a Google termékeredményeivé.
- 570 A megtámadott határozatban a Bizottság a (671) preambulumbekzdésben azt válaszolta, hogy a Google nem tudta bizonyítani, hogy nem használhatta ugyanazokat az eljárásokat és módszereket a saját árösszehasonlító szolgáltatása és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeinek

elhelyezéséről és megjelenítéséről való döntés céljára. Hozzátette, hogy a Google által a tárgyalások során annak érdekében tett javaslatok, hogy az eljárást a kötelezettségvállalások elfogadásával zárják le, valamint a Google belső mérlegelése bizonyítják az egyenlő bánásmód lehetőségét e téren.

571 E tekintetben a közigazgatási eljárás során, amint az a megtámadott határozat (659) preambulumbekzdéséből kitűnik, és amint azt a keresetlevél 130–138. pontja is megerősíti, a Google kifejtette, hogy nem alkalmazhatja ugyanazokat a kiválasztási szempontokat a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményei és a saját termékeredményei tekintetében, másként fogalmazva, nem képes kiválasztani a legjobb válaszokat azon válaszok közül, amelyeket az internetfelhasználók termékkereséseire az árösszehasonlító szolgáltatások adhatnak, saját szolgáltatását is beleértve. Ezzel kapcsolatban lényegében arra hivatkozott, hogy nem ismerte sem a versengő árösszehasonlító szolgáltatások adatbázisainak felépítését és tartalmát, sem azok katalógus- és indexáló eljárásait, sem pedig azon specializált algoritmusait, amelyek eredményeként az internetfelhasználó keresését követően bizonyos eredményeket ajánlanak, és ennél fogva nem tudta sem értékelni azt, hogy saját eredményeihez képest a versengő árösszehasonlító szolgáltatások által szolgáltatott eredmények milyen minőségűek, sem pedig előre jelezni azt, hogy azok – *a fortiori* a sok száz ilyen szolgáltató – az adott internetfelhasználó konkrét keresésére milyen eredményt szolgáltatnak. Nem lett volna reális, ha a Google oly módon próbálta volna meg orvosolni azt, hogy lehetetlen a versengő árösszehasonlító szolgáltatások által a valamely internetfelhasználó konkrét keresésére adott válaszok előrejelzése, hogy ezt a keresést továbbítja több száz ilyen szolgáltató számára, majd összehasonlítja az összes beérkezett választ. Ez legalábbis súlyos késéseket eredményezett volna a Google felé keresést intéző felhasználónak adott válaszban, ami a szolgáltatása minőségének romlásához vezetett volna. Minden, amit a Google tehetett, és meg is tett, az az volt, hogy összehasonlította a Universal Search rendszer segítségével a saját specializált termékeredményeit a saját generikus eredményeivel, mivel ismerte ezek előállításának módját. Általános eredményei ugyanakkor csak a *crawling* elnevezésű folyamat, az indexálás és az általános keresési algoritmusok hatására gyűjtötték a versengő árösszehasonlító szolgáltatások specializált eredményeit, a Universal Searchsel történő említett összehasonlítás nem tette lehetővé a Google termékeredményeinek összehasonlítását azon eredményekkel, amelyeket a versengő árösszehasonlító szolgáltatások ténylegesen szolgáltatottak volna abban az esetben, ha közvetlenül hozzájuk érkeztek volna a Google-hoz érkezett termékkeresések.

572 Mindazonáltal egyrészt, amennyiben a Google negyedik érvét úgy lehet értelmezni, hogy a keresőszolgáltatásának javításához kapcsolódó hatékonyságjavulással járó, a versenyre gyakorolt káros hatásokat műszakilag nem lehetett volna elkerülni, és a Google lényegében nem tehetett volna többet a keresőszolgáltatásának javítása érdekében, mint amit tett, meg kell állapítani, hogy a Google terhére rótt magatartás – amely számos versengő árösszehasonlító szolgáltatás hátratorolásához, illetve ahhoz vezetett, hogy eltérítették a felhasználók figyelmét az említett szolgáltatásokról – nem eredményezhetett hatékonyságnövekedést a felhasználói élmény javításával (lásd a fenti 566. és 567. pontot), továbbá e a hatékonyságnövekedés, még ha feltételezzük is, hogy fennáll, nem tűnik alkalmasnak arra, hogy semlegesítse a magatartások által a versenyre és a fogyasztók összességének érdekeire gyakorolt jelentős tényleges vagy potenciális versenyellenes hatásokat (lásd a fenti 568. pontot). Ilyen hatékonyságnövekedés hiányában nincs jelentősége annak, hogy az annak elérése érdekében történtek műszaki szempontból csak a Bizottság által szankcionált magatartások révén valósíthatók meg.

- 573 Másrészt, mindenesetre a Bizottság nem rótta fel a Google-nak a jogsértés megállapításával összefüggésben, hogy nem hasonlította össze a termékeredményeit azokkal a termékeredményekkel, amelyeket az internetfelhasználók termékkereséseire a versengő árösszehasonlító szolgáltatások szolgáltattak, ugyanazon eljárások és módszerek, és különösen ugyanazon algoritmusok alkalmazásával, mint amelyeket saját specializált keresései esetében alkalmazott.
- 574 A Bizottság sajnálatát fejezte ki amiatt, hogy a Google nem ugyanazokat az eljárásokat és módszereket alkalmazta a saját árösszehasonlító szolgáltatása eredményeinek és az általános eredményoldalain megjeleníthető versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeinek elhelyezésével és megjelenítésével kapcsolatos döntés meghozatalára, mivel saját eredményei és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményei elhelyezésének és megjelenítésének tekintetében az eltérő eljárások és módszerek alkalmazása azt eredményezte, hogy előnyben részesítette saját árösszehasonlító szolgáltatásának eredményeit és hátra sorolta a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit általános eredményoldalain.
- 575 Ily módon a megtámadott határozatban a Bizottság nem kifogásolta azt, hogy a Google ne vezetett volna be új eredménytípust az általános eredményoldalain, mégpedig a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit, amelyeket ténylegesen akkor szolgáltattának, ha az internetfelhasználó konkrét keresése közvetlenül az említett versengő árösszehasonlító szolgáltatások specializált keresőmotoron történik, továbbá kizárólag az egyenlő bánásmódra törekedett – az elhelyezés és a megjelenítés szempontjából – a Google eredményeinek két típusa között, valamint azt sem kifogásolta, hogy a Google nem végzett olyan összehasonlításokat, amelyeket állítása szerint nem volt képes elvégezni az azonos konkrét keresésre általa szolgáltatott termékeredmények és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások által szolgáltatott termékeredmények között. Ez egyébként az oka annak, hogy a Google nem kifogásolhatja a Bizottsággal szemben azt, hogy nem cáfolta műszaki magyarázatait, és – amint azt a közigazgatási eljárásban előadta – azt sem róhatja fel neki, hogy arra kötelezi, hogy a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit a Google termékeredményeivé alakítsa át, ugyanazokat a kiválasztási eljárásokat és módszereket alkalmazva rájuk, mint a saját eredményeire.
- 576 Egyébiránt, még ha a Google nem is tudta ugyanazon mögöttes eljárásokat és módszereket alkalmazni a saját árösszehasonlító szolgáltatása eredményeinek és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeinek egységes összehasonlítására, különösen mivel nem férhet hozzá a versengő árösszehasonlító szolgáltatások adatbázisához és termékkiválasztó algoritmusaihoz, nem bizonyította, hogy nem tudott az említett eredményekre olyan eljárásokat és módszereket alkalmazni, amelyek árösszehasonlító szolgáltatása és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeinek elhelyezése és megjelenítése tekintetében egyenlő bánásmódot eredményeztek volna.
- 577 Ezenkívül emlékeztetni kell arra, amint azt a Törvényszék a fenti 554. pontban már megjegyezte, hogy a magatartásának ilyen igazolásaira hivatkozó vállalkozásnak kell azokat meggyőző módon előterjesztenie, és nem az e magatartást vizsgáló versenyhatóságnak kell kiindulásként bizonyítania, hogy az ilyen igazolások nem állnak fenn. Ez még inkább így van egyébként abban az esetben, ha kizárólag az érintett vállalkozásnak van tudomása az objektív igazolásról, vagy természetesen a Bizottságnál jobb helyzetben van ahhoz, hogy annak fennállását feltárja, és valóságtartalmát bizonyítsa (2010. július 1-jei AstraZeneca kontra Bizottság ítélet, T-321/05, EU:T:2010:266, 686. pont).

- 578 A teljesség kedvéért egyébként meg lehet jegyezni, hogy a Bizottság a megtámadott határozat (671) preambulumbekzdésében mindazonáltal érveket adott elő annak bizonyítására, hogy közös eljárásokat és módszereket lehetett volna alkalmazni a saját termékeredményeinek és a generikus eredmények között megjeleníthető versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeinek a Google általános eredményoldalán való elhelyezésével és megjelenítésével kapcsolatos döntés meghozatalára. A Bizottság a Google által a tárgyalások során tett, az eljárás kötelezettségvállalások elfogadásával történő lezárására irányuló javaslatokra és a Google belső megjegyzéseire támaszkodott. Márpedig ez utóbbi ezen érvek vitatása érdekében a keresetlevél 140–142. pontjában csak olyan ellenérveket ad elő, amelyek annak bizonyítására irányulnak, hogy e megbeszélések és megjegyzések nem a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeinek, illetve a Google termékeredményeinek ugyanazon eljárások és módszerek szerinti besorolására irányultak. Ezek az ellenérvek azonban nem arra vonatkoznak, hogy lehetetlen volt a Google termékeredményeit és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeinek összegyűjtésére alkalmas generikus eredményeit ugyanazon kritériumok alapján elhelyezni és megjeleníteni.
- 579 A fentiekből következik, hogy az első jogalap Product Universals megjelenítésének igazolására irányuló harmadik részét el kell utasítani.

b) A Google Shopping Units megjelenítésére vonatkozó igazolásairól (a második jogalap harmadik része)

1) A felek érvei

- 580 A Google lényegében ugyanazokat az érveket terjeszti elő a megtámadott határozattal szemben, a Bizottság ott szereplő, a Shopping Units megjelenítésére vonatkozó igazolásokra vonatkozó értékelését illetően, mint amelyeket a Product Universals megjelenítését illetően terjesztett elő (lásd a fenti 544. és 546. pontot).
- 581 Először is, a Google előadja, hogy a Bizottság ugyanilyen típusú hibákat követett el, amikor a megtámadott határozatban nem fejtette ki, hogy a Shopping Units létrehozásából származó, versenyt támogató előnyök miért nem teszik lehetővé azok igazolását. A Google e tekintetben magatartása versenyt támogató szempontjainak igazolása érdekében kifejti, hogy a Shopping Units jobb választ ad a termékkeresésekre, mint a szöveges hirdetések.
- 582 Ezt követően objektív indokok címén a Google előadja, hogy a Product Universalshoz hasonlóan és ugyanazon okok miatt nem tudta összehasonlítani a Shopping Unitsben szereplő termékhirdetéseit a versengő árösszehasonlító szolgáltatások által generált termékhirdetésekkel más módszerek alkalmazásával, mint amelyeket a saját hirdetései tekintetében alkalmazott. Márpedig a Bizottság nem tért ki erre a szempontra, holott erre köteles lett volna. Nem jelöli meg az alternatívát képező egyéb megoldásokat sem.
- 583 Végül a Google előadja, hogy már szerepeltette a Shopping Unitsben a versengő árösszehasonlító szolgáltatásoktól származó hirdetéseket, ahogy más hirdetőik hirdetéseit is. Ezt nemcsak azért teszi, hogy megkérdőjelezze a saját árösszehasonlító szolgáltatása számára kedvező részrehajlás fennállását, amint az a fenti 304. pontban megállapításra került, hanem annak hangsúlyozása érdekében is, hogy a Bizottság nem jelölt meg más reális és kivitelezhető megoldásokat ahhoz képest, amit a versengő árösszehasonlító szolgáltatásoktól származó hirdetések megjelenítése

érdekében már megtett. A Google azt állítja, hogy a Bing keresőmotor ugyanúgy működik, mint az övé, és hogy a Kelkoo is hasonló megoldást javasolt a közigazgatási eljárás során, anélkül hogy a Bizottság kifogásolta volna ezeket a módszereket.

584 A Bizottság vitatja ezeket az érveket.

2) A Törvényszék álláspontja

585 Azon igazolásokkal kapcsolatban, amelyeket valamely erőfőlényben lévő vállalkozás szolgáltathat az EUMSZ 102. cikk hatálya alá tartozó cselekményeire, annak bizonyítása érdekében, hogy azok nem tartoznak e cikk hatálya alá, utalni kell a fenti 551–554. pontra.

586 A megtámadott határozat (655)–(659) preambulumbekzdéséből, amelyek e határozatnak a Google által a közigazgatási eljárás során az objektív indokok és a hatékonyságnövelés kapcsán előterjesztett körülmények vizsgálatával foglalkozó 7.5. részében található, kitűnik, hogy a Google ugyanezekre az érvekre hivatkozott a Shopping Units és a Product Universals megjelenítésének igazolása érdekében. Amint azt a Törvényszék a fenti 557. pontban megállapította, a Google a keresetlevélben nem vitatja ezen érvek előterjesztését. A második jogalap harmadik része keretében a Google beadványaiban kifejezetten a Bizottság által a Product Universals és Shopping Units kapcsán a megtámadott határozatban a közigazgatási eljárás során felhozott és a fenti 557. pontban említett második és ötödik érvére adott közös választ vitatja (a megtámadott határozat (656) és (659) preambulumbekzdése).

587 Ami a második érvet illeti, amelyben a Google magatartása versenyt támogató jellemzőit emeli ki, nevezetesen hogy a Shopping Units elhelyezése és megjelenítése, akárcsak előállítási mechanizmusa, a versenyt támogató előnyt biztosított azáltal, hogy az internetfelhasználók és az internetes eladók számára a legmagasabb színvonalú internetes keresőszolgáltatást biztosítja a részéről, a Bizottság arra közös válaszokat adott a Shopping Units és a Product Universals megjelenítésének igazolása vonatkozásában.

588 E tekintetben nincs ok arra, hogy a Törvényszék a fenti 559–568. pontban kifejtettektől eltérő elemzést fogadjon el. Közelebbről az a tény, hogy a Google szerint a Shopping Units jobb válaszokat tartalmaz a termékkeresések során, mint a szöveges hirdetések, egyáltalán nem bizonyítja, hogy az ilyen versenyt támogató előny ellensúlyozná, esetleg meg is haladná a Google Bizottság által azonosított magatartásának a versenyre gyakorolt negatív hatásait. Ezenkívül, noha a Google a keresetlevél egyik mellékletében kifejti, hogy a válaszok relevánsabbak, és ezért jobb minőségűek, ha azok fizetős árverési rendszerből (Shopping Units) erednek, mintha azok előzetes kereskedelmi ellenszolgáltatás nélkül jelennek meg, mint ahogy a Product Universals időtartama alatt történt, nem meggyőző az az állítás, hogy az ilyen rendszer a legjobb, mivel az jellemzően csökkenti a megjeleníthető eredmények számát, és így csökkenti a fogyasztó rendelkezésére álló választéket.

589 Ami a Google ötödik, a közigazgatási eljárás során felhozott és a keresetlevélben megismételt érvét illeti, amely arra vonatkozott, hogy műszakilag lehetetlen a saját árösszehasonlító szolgáltatása és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit koherens módon besorolni, és hogy még ha lehetséges is lenne, ezen eredmények mindegyikét a Google eredményévé alakítaná át, a Bizottság arra közös válaszokat adott a Shopping Units és a Product Universals megjelenítése kapcsán előterjesztett igazolás vonatkozásában.

- 590 Nincs ok arra, hogy a Törvényszék e tekintetben a fenti 569–578. pontban kifejtettektől eltérő elemzést fogadjon el. Azon túl ugyanis, hogy – amint az a fenti 572. pontban megállapításra került – mivel a Google nem bizonyítja, hogy a Shopping Units létrehozása oly módon reagál a versenyt támogató aggodalmakra, amely alkalmas arra, hogy a magatartások által okozott versenytorzításnál nagyobb hatékonyságnövekedést érjen el, és így nincs jelentősége annak, hogy ezen állítólagos hatékonyságnövekedéseket a szóban forgó műszaki kötöttségek nélkül nem lehet elérni, a Bizottság nem azt követeli meg a Google-tól, amint az a fenti 575. és 576. pontban szerepel, hogy a versengő árösszehasonlító szolgáltatások specializált keresési algoritmusait alkalmazza, vagy hogy azok eredményeit saját algoritmus alapján értékelje saját eredményeihez képest, hanem azt, hogy ezek eredményeit hátrányos megkülönböztetés nélkül helyezze el és jelenítse meg saját árösszehasonlító szolgáltatásának eredményeihez képest, ugyanazon mögöttes eljárásokat és módszereket alkalmazva.
- 591 Közelebbről az a tény, hogy a Google a termékhirdetéseinek szokásos előállítási módját követve integrálta a versengő árösszehasonlító szolgáltatások hirdetéseit a Shopping Unitsbe, amint azt a keresetlevél 199. pontjában kifejti – egyébként azzal a feltétellel, hogy amint azt a Bizottság hangsúlyozza, ezen árösszehasonlító szolgáltatások maguk is termékeladóvá válnak – egyáltalán nem bizonyítja, hogy az árösszehasonlító szolgáltatások esetében ez volt az egyetlen lehetséges eszköz. Ez ugyanis egyáltalán nem bizonyítja, hogy műszakilag lehetetlen volt biztosítani, hogy a Shopping Unitsben vagy az elhelyezés és megjelenítés szempontjából egyenértékű „boxokban” megkülönböztetéstől mentes feltételek mellett megjelenjenek a versengő árösszehasonlító szolgáltatások hirdetési, anélkül, hogy ezen árösszehasonlító szolgáltatásoknak maguknak is értékesíteniük kellene az érintett termékeket, valamint anélkül, hogy e hirdetéseket a Google termékhirdetéseinek előállítási módját követve generálták volna. A Bizottság helyesen rögzítette e megállapításokat a megtámadott határozat (671) preambulumbekzdésében. E tekintetben ismét emlékeztetni kell arra, hogy – amint az már a fenti 554. pontban is szerepel – a magatartásának objektív igazolására hivatkozó vállalkozásnak kell azokat meggyőző módon előterjesztenie, és nem az e magatartást vizsgáló versenyhatóságnak kell kiindulásként bizonyítania, hogy az ilyen igazolások nem állnak fenn.
- 592 Ily módon a Google nem hivatkozhat eredményesen arra, hogy a versengő árösszehasonlító szolgáltatások hirdetéseinek az általa kialakított Shopping Unitsbe történő beépítésének módszerét illetően a Bizottság nem jelölt meg más reális és kivitelezhető megoldásokat az ilyen hirdetések ott történő megjelenítése érdekében. A Google által előadott objektív indokok cáfolhatók voltak az azok bizonyítása érdekében előadott érvekre tekintettel, anélkül hogy a Bizottság a versengő árösszehasonlító szolgáltatások hirdetéseinek a Shopping Unitsbe történő beépítésére vonatkozó másik módszert bemutatva bizonyítaná, hogy a szóban forgó magatartást nem lehetett műszaki kötöttségekkel igazolni. Ráadásul a Google nem bizonyította, hogy a Shopping Unitsen belül az egyenlő bánásmód biztosításának egyetlen eszköze az lenne, ha a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit a Google eredményeivé alakítanák át. Végül a Törvényszék által a megtámadott határozat végrehajtására vonatkozóan írásban feltett kérdésekre adott válaszában, összehasonlítva az általa kötelezettségvállalásokként javasoltakkal, a Google bemutatta, hogy képes beépíteni a Shopping Unitsbe a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit oly módon, hogy azokat ilyenként jelöli meg.
- 593 Végül hozzá kell tenni, hogy a megtámadott határozatban semmi nem enged arra következtetni, hogy a Bizottság végső soron közvetetten jóváhagyta volna a versengő árösszehasonlító szolgáltatások hirdetési Shopping Unitsbe történő beépítésének a Google által előterjesztett módszerét, mivel a Bing keresőmotor hasonló módon működik, illetve a Kelkoo hasonló megoldást javasolt.

- 594 Egyébiránt, amint az a fenti 353. pontban szerepel, a Google beadványaiban nem bizonyítja a Kelkoo által javasolt módszer alkalmazását.
- 595 A fentiekből következik, hogy a második jogalap Shopping Units megjelenítésének igazolására irányuló harmadik részét el kell utasítani.

5. Az elsődlegesen előterjesztett kereseti kérelmekre vonatkozó következtetés

- 596 Az EUMSZ 102. cikk megsértésének a megtámadott határozat 1. cikkében foglalt megállapítására vonatkozó jogalapok vizsgálatából következik, hogy e megállapítást helyben kell hagyni annyiban, amennyiben az az e rendelkezésben említett tizenhárom országban a nemzeti specializált termékkeresési piacokon történt erőfölénnyel való visszaélésre vonatkozik. Ezt a cikket ugyanakkor meg kell semmisíteni abban a részében, amely az ezen országokban a nemzeti általános keresési piacokon történt erőfölénnyel való visszaélésre vonatkozik, az ezen piacokon fennálló versenyellenes hatások alapján.
- 597 Tekintettel arra, hogy a Bizottság helyesen állapította meg, hogy a Google visszaélt erőfölényével a nemzeti specializált termékkeresési piacokon, a keresetet el kell utasítani annyiban, amennyiben az a megtámadott határozat 3–5. cikkének megsemmisítésére is irányul, amelyek arra kötelezik a Google-t, hogy szüntesse meg az 1. cikkben megállapított jogsértést, továbbá hogy tájékoztassa a Bizottságot az e célból hozott intézkedésekről, és e kötelezettségek be nem tartása esetére kényszerítő bírságot ír elő.

C. A bírság elvére és összegére vonatkozó, másodlagosan előterjesztett kereseti kérelmekről

1. A hatodik jogalap pénzügyi szankció kiszabásának lehetőségére vonatkozó első részéről

a) A felek érvei

- 598 A Google szerint, még ha a jogsértés megállapítását helyben is kellett hagyni, a Bizottságnak három okból tartózkodnia kellett volna a szankciók kiszabásától: első alkalommal minősített visszaélészerűnek egy, a minőség javítására irányuló magatartást, kötelezettséget vállalt arra, hogy az ügyet kötelezettségvállalások elfogadására irányuló eljárásban bírálja el, és a közigazgatási eljárás során elutasította az általa a megtámadott határozatban megkövetelt korrekciós intézkedéseket. A CCIA úgy véli, hogy egy olyan „rendkívül súlyos” pénzügyi szankció, mint amelyet a Google-lal szemben alkalmaztak, amely *prima facie* nem sérti a versenyszabályokat a korábbiakra és az ítélkezési gyakorlatra tekintettel, az ágazat egészét érintő problémát vet fel, és hátrányos hatásokat gyakorol a vállalkozások innovációra való ösztönzésére nézve.
- 599 Közelebbről, hangsúlyozva, hogy a vele szemben kiszabott bírság volt a legmagasabb a Bizottság által a versenyellenes magatartásokért kiszabott bírságok közül, a Google a CCIA-val együtt emlékeztet arra, hogy a Bizottság csak akkor szabhat ki bírságot valamely vállalkozással szemben, ha ez utóbbi szándékosan vagy gondatlanságból megsértette az EUMSZ 101. vagy EUMSZ 102. cikket. Ehhez kizártnak kellett volna lennie, hogy a Google ne tudjon a magatartása versenyellenes céljáról. E tekintetben különösen az 1989. július 11-i Belasco és társai kontra Bizottság ítéletre (246/86, EU:C:1989:301, 41. pont) hivatkozik. Márpedig a megtámadott határozat nem említ egyetlen olyan elemet sem, amely lehetővé tette volna a Google számára annak megállapítását, hogy a szolgáltatásaiban általa eszközölt javítások jogellenesek voltak, és

hogy ezért azokat meg kell szüntetni vagy a versenytársak előtt nyitva kell hagyni, annál is inkább, mivel a Bizottság egy, a megtámadott határozatot kísérő sajtóközleményben kijelentette, hogy e határozat „olyan precedens, amely meghatározza az ilyen típusú magatartás jogszerűségének értékelését lehetővé tevő keretet”. Nem róható fel tehát neki még csak a gondatlanság sem. E tekintetben a CCIA többek között az EUMSZ 101. cikk és az EGT-Megállapodás 53. cikke alkalmazására vonatkozó eljárásban (AT.40049 „MasterCard II” ügy) 2019. január 22-én hozott bizottsági határozatra hivatkozik, amelyben elismerték, hogy a MasterCard észszerűen nem lehetett tudatában magatartása versenyellenes jellegének, azt megelőzően, hogy a Bizottság elfogadta volna a másik kártyaalapú bankközi fizetési rendszer, a Visa hasonló magatartásra vonatkozó kötelezettségvállalásait. A Google előadja, hogy a Bizottság korábbi ügyekben úgy ítélte meg, hogy a szankciók nem voltak megfelelőek, ha új „visszaélési elméletet” állapítottak meg, vagy a nemzeti bíróságok ítélkezési gyakorlatában a szóban forgó magatartást illetően eltérések vannak. Márpedig a Google által említett több nemzeti közigazgatási hatósági, illetve bírósági határozat is megállapította magatartásának jogszerűségét. Az a tény, hogy a Bizottság a Google-nak felrótt magatartást a valamely piacon fennálló erőfölénnyel való, másik piacra irányuló visszaélésnek minősíti, amely az erőátviteli hatás útján történő visszaélés körébe tartozik, nem szünteti meg a megtámadott határozat újító jellegét, mivel e fogalom nagyon eltérő helyzetekre is kiterjedhet.

- 600 Az a tény, hogy a Bizottság először a kötelezettségvállalások elfogadására irányuló eljárás keretében vizsgálta az ügyet, azt jelenti, hogy az ügy nem volt alkalmas szankció kiszabására, amint az kitűnik az 1/2003 rendelet (13) preambulumbekzdéséből, az ilyen típusú eljárást bemutató bizottsági közleményből, valamint a Bizottság Versenypolitikai Főigazgatóságának a weboldalán hozzáférhető eljárási kézikönyvből. Nem szabad összekeverni a Bizottság azon lehetőségét, hogy visszatérjen klasszikus eljáráshoz, ha a kötelezettségvállalások elfogadására irányuló eljárás várhatóan nem lesz sikeres, azzal a kérdéssel, hogy a szóban forgó magatartás szankciót érdemel-e. Válaszában a Google hozzáteszi, hogy e tekintetben legalábbis magyarázatot kellett volna adni. A CCIA úgy véli, hogy a megtámadott határozat indokolása e tekintetben hiányos.
- 601 Végül a Bizottság először is kifejtette a közigazgatási eljárás résztvevői felé, hogy az uniós versenyszabályok alapján nem lehetett előírni a Google számára azt, amit végül a megtámadott határozatban előírt számára, azaz ugyanazon eljárások és módszerek használatát annak érdekében, hogy az általános eredményoldalain megjelenítse saját árösszehasonlító szolgáltatásának eredményeit és a versengő árösszehasonlító szolgáltatások eredményeit. Lényegében ez azt is mutatja, hogy a Google nem tudhatta, hogy megsérti az uniós versenyszabályokat, mivel a Bizottság bizonyos ideig azt mondta ki, hogy nem ez a helyzet.
- 602 Először is, a Bizottság a Németországi Szövetségi Köztársasággal együtt azt állítja, hogy a megtámadott határozat alapjául szolgáló jogi elemzésben semmilyen új elem nem található. Régi elem a piacon fennálló erőfölénnyel annak érdekében történő visszaélés megállapítása, hogy ezt az erőfölényt kiterjesszék a szomszédos piacokra, emellett a Google összekeveri az új elvek létrehozását és a bevett elvek új magatartásokra való alkalmazását. Az ilyen típusú visszaéléseket feltáró ügyek többségére összetett környezetben került sor, mint a jelen ügyben is, ami nem akadályozta meg az uniós bíróságokat abban, hogy helybenhagyják az ezen ügyekben kiszabott súlyos pénzügyi szankciókat. Ellentétben a CCIA által hivatkozott egyes ügyekben fennálló helyzettel, a jelen ügyben semmilyen bizonytalanság nem övezte a Google magatartásának értékelésére alkalmazandó jogi kritériumot a megtámadott határozat elfogadását megelőzően. Mindenesetre valamely magatartás visszaélészerű jellegének az azt tanúsító személy általi szubjektív ismerete nem feltétele annak, hogy szankciót szabhassanak ki vele szemben.

- 603 Ezt követően, mivel a Bizottság mérlegelési mozgástérrel rendelkezett a tekintetben, hogy valamely ügyet szankció nélkül, kötelezettségvállalások elfogadására irányuló eljárással vagy klasszikus eljárással kezeljen, és mivel több indoka volt arra, hogy az első eljárás megindítását követően visszatérjen a másodikhoz, amint azt a megtámadott határozat (123) és azt követő preambulumbekzdéseiben kifejtette, ismét megillette a pénzügyi szankciók kiszabására vonatkozó jogköre. Ráadásul a Google által a kötelezettségvállalások elfogadása érdekében folytatott levélváltás során előterjesztett elemek – az utóbbi állításával ellentétben – egyáltalán nem könnyítették meg a Bizottságnak a jogsértés minősítésére vonatkozó feladatát, ami ellenkező esetben befolyásolhatta volna a szankciót. A Google ugyanis kifejezetten tagadta a jogsértéseket.
- 604 Végül a Bizottság lényegében azt állítja, hogy az, amit a közigazgatási eljárás egyik szakaszában előzetes következtetésként úgy jelölt meg, mint ami nem írható elő a Google számára, azaz a termék-összehasonlítás szolgáltatások valamennyi eredményének – a sajátját is beleértve – ugyanolyan módon történő besorolása generikus eredményei között, nem azonos azzal, amit a Bizottság ezt követően megtiltott, mivel visszaélés szerűnek ítélte: saját árösszehasonlító szolgáltatásának előnyben részesítését más szolgáltatásokhoz képest általános eredményoldalain. Még ha másként is lehetne értelmezni a Bizottság versenypolitikáért felelős korábbi tagjának a Google által hivatkozott álláspontját, azok személyes álláspontok, és nem kötelezték a Bizottságot.

b) A Törvényszék álláspontja

- 605 Előzetesen emlékeztetni kell arra, hogy a Törvényszék korlátlan felülvizsgálati jogkörrel rendelkezik a Bizottság által az EUMSZ 101. és EUMSZ 102. cikk megsértése miatt kiszabott pénzügyi szankciók tekintetében, amely az EUMSZ 261. cikk alapján az 1/2003 rendelet 31. cikkén alapul. Ez a Törvényszék részére biztosított teljes körű felülvizsgálati jogkör az egyszerű jogszerűségi felülvizsgálaton kívül – amely csak a kereset elutasítását vagy a megtámadott aktus megsemmisítését teszi lehetővé – feljogosítja e bíróságot a megtámadott aktus megváltoztatására, még akkor is, ha megsemmisítésre nem kerül sor, figyelembe véve az ügy valamennyi körülményét, például a bíróság összegének módosítása – mérséklése, illetve növelése – érdekében (2009. szeptember 3-i Prym és Prym Consumer kontra Bizottság ítélet, C-534/07 P, EU:C:2009:50, 86. pont; lásd még ebben az értelemben: 1957. december 3-i ALMA kontra Főhatóság ítélet, 8/56, EU:C:1957:12, 191. o.; 2007. február 8-i Groupe Danone kontra Bizottság ítélet, C-3/06 P, EU:C:2007:88, 60–63. pont). E körülmények között a Törvényszék adott esetben eltérő értékeléseket rögzíthet a Bizottság által a megtámadott határozatban a Google-lal szemben kiszabott pénzügyi szankciót illetően kialakított értékelésekhez képest.
- 606 A Google a vele szemben kiszabott pénzügyi szankció vitatása érdekében első érvként lényegében előadja, hogy a megtámadott határozatban a neki felrótt magatartásra vonatkozó elemzés újszerű jellegére tekintettel nem sérthette meg szándékosan vagy gondatlanul az EUMSZ 102. cikket, ami kizárja, hogy vele szemben szankciót lehessen alkalmazni.
- 607 E tekintetben az 1/2003 rendelet 23. cikke (2) bekezdésének a) pontja úgy rendelkezik, hogy a Bizottság bíróságot szabhat ki a vállalkozásokra, amennyiben azok „akár szándékosan, akár gondatlanságból” megsértik az EUMSZ 102. cikk rendelkezéseit.
- 608 Azon kérdést illetően, hogy a jogsértéseket szándékosan vagy gondatlanságból követték-e el, az ítélkezési gyakorlatból kitűnik, hogy az előbbi helyzet áll fenn, ha az érintett vállalkozásnak tudatában kell lennie magatartása versenyellenes jellegének (lásd ebben az értelemben: 1978. február 1-jei Miller International Schallplatten kontra Bizottság ítélet, 19/77, EU:C:1978:19, 18. pont; 1983. november 8-i IAZ International Belgium és társai kontra Bizottság ítélet,

- 96/82–102/82, 104/82, 105/82, 108/82–110/82, EU:C:1983:310, 45. pont; 2014. július 10-i Telefónica és Telefónica de España kontra Bizottság ítélet, C-295/12 P, EU:C:2014:2062, 156. pont). Mindazonáltal valamely vállalkozás akkor is szankcionálható, ha gondatlanságból sérti meg az EUMSZ 102. cikket, mivel a szankció kiszabásának lehetőségét megnyitó második hipotézis és az első eset közötti választás alternatívának minősül (lásd ebben az értelemben: 1996. március 25-i SPO és társai kontra Bizottság végzés, C-137/95 P, EU:C:1996:130, 53–57. pont).
- 609 E tekintetben a megtámadott határozat (723)–(729) preambulumbekzdésében annak bizonyítása érdekében, hogy a Google szándékosan vagy gondatlanságból megsértette az EUMSZ 102. cikket, a Bizottság kifejtette, hogy tudnia kellett, hogy egyrészt erőfölényben van az érintett általános keresési piacokon, másrészt hogy magatartása ezen erőfölénnyel való visszaélésnek minősül. Hozzátette, hogy az a tény, hogy a szóban forgó magatartás pontos típusa nem képezte korábbi határozatok tárgyát, nem akadályozza meg bírság kiszabását. Azon állítást illetően, amely szerint a Google-nak tudnia kellett magatartása visszaélészerű jellegéről, a Bizottság azzal indokolta ezt az állítást, hogy a valamely piacon fennálló erőfölény egy vagy több kapcsolódó piacra való kiterjesztése érdekében történő alkalmazása a visszaélés bevett formájának minősül, amely eltér az érdemeken alapuló versenytől. A megtámadott határozat (334) preambulumbekzdésére utalva többek között az 1985. október 3-i CBEM-ítéletre (311/84, EU:C:1985:394, 27. pont), az 1996. november 14-i Tetra Pak kontra Bizottság ítéletre (C-333/94 P, EU:C:1996:436, 25. pont), a 2011. február 17-i TeliaSonera Sverige ítéletre (C-52/09, EU:C:2011:83, 85. pont), az 1999. október 7-i Irish Sugar kontra Bizottság ítéletre (T-228/97, EU:T:1999:246, 166. pont), valamint a 2007. szeptember 17-i Microsoft kontra Bizottság ítéletre (T-201/04, EU:T:2007:289, 1344. pont) hivatkozott. A Bizottság azt is hangsúlyozta, hogy 2013. március 13-án előzetes értékelést küldött a Google részére, amelyben kifejtette, hogy magatartása mennyiben sérti az EUMSZ 102. cikket.
- 610 Kétségtelen, hogy a fenti 209. pontban hivatkozott ítéletek szövegekörnyezetükben értelmezve – amint az a fenti 162. és 163. pontból kitűnik – nem teszik lehetővé annak megállapítását, hogy a valamely piacon fennálló erőfölény egy vagy több kapcsolódó piacra való kiterjesztése érdekében történő alkalmazása a visszaélés bevett formájának minősül. Az egyes szóban forgó ügyekben a magatartások olyan sajátos típusát tekintették az érdemeken alapuló versenytől eltérőnek, amely különbözik a Google által alkalmazottól, például a jogszabályi monopóliumot kiegészítő tevékenység fenntartását, az árukapcsolás és a felfaló árak alkalmazását, az „árprés” alkalmazását, a hátrányosan megkülönböztető árképzési gyakorlat vagy hűségengedmények érvényesítését, illetve a számítógépes rendszerek kölcsönös átjárhatóságának megtagadását. Ezenkívül ezen ítéletek Bizottság által hivatkozott pontjaiban csupán az szerepel, hogy az erőfölénnyel való visszaélés akkor is fennállhat, ha az az erőfölény által érintett piactól eltérő piacra hat, vagy hatással van az erőfölény által érintett piacra, miközben a szóban forgó magatartás más piacon valósult meg, vagy ha a szóban forgó magatartás és hatásai csak az erőfölény által érintett piactól eltérő piacon érvényesülnek. Márpedig annak lehetősége, hogy adott esetben az EUMSZ 102. cikk alapján az erőfölény létrejöttének helyétől eltérő piacon elkövetett visszaélést azonosítsanak, nem jelenti azt, hogy szükségszerűen versenyellenes minden olyan magatartás, amellyel valamely vállalkozás valamely piacon fennálló erőfölényét annak érdekében használja, hogy egy másik piacon terjeszkedjen. Amint ugyanis arra a Törvényszék a fenti 162. pontban emlékeztetett, a vállalkozás erőfölényének valamely szomszédos piacra való pusztán kiterjesztése önmagában nem bizonyíthatja a 2012. március 27-i Post Danmark ítélet (C-209/10, EU:C:2012:172, 24. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat) értelmében vett „rendes versenytől” eltérő magatartást, még akkor sem, ha az ilyen kiterjesztés a versenytársak eltűnéséhez vagy kiszorításához vezet.

- 611 Egyébiránt, mivel a Google jogsértését az érintett országok közül hétben 2013 márciusát megelőző időponttól kezdődően állapították meg, a Bizottság által előadott azon érv, amely szerint tájékoztatta a Google-t az általa neki megküldött előzetes értékelésben magatartásának versenyellenes jellegéről, időbeli szempontból elégtelen a 2013 márciusát megelőző időszak vonatkozásában.
- 612 Mindazonáltal az állandó ítélkezési gyakorlatból kitűnik, hogy a piacon fennálló erőfölényének okaitól függetlenül – még ha ez a piaci szereplő áruinak és szolgáltatásainak minőségéből következik is – az ilyen helyzetben lévő vállalkozás különös felelősséggel tartozik azért, hogy magatartása ne korlátozza a közös piacon a hatékony és torzításmentes versenyt (lásd ebben az értelemben: 1983. november 9-i *Nederlandsche Banden-Industrie-Michelin kontra Bizottság* ítélet, 322/81, EU:C:1983:313, 57. pont; 2011. február 17-i *TeliaSonera Sverige* ítélet, C-52/09, EU:C:2011:83, 24. pont).
- 613 Ily módon valamely erőfölényben lévő vállalkozásra az EUMSZ 102. cikk alkalmazása során bizonyos korlátozások vonatkoznak, amelyek más vállalkozásokra ebben a formában nem érvényesek, továbbá valamely olyan magatartás, amely a szokásos verseny feltételei mellett engedélyezhető lenne, visszaélészerű lehet, ha azt valamely erőfölényben lévő vállalkozás folytatja (Kokott főtanácsnok *Post Danmark* ügyre vonatkozó indítványa, C-23/14, EU:C:2015:343, 25. pont; lásd még ebben az értelemben: 2000. március 16-i *Compagnie maritime belge transports és társai kontra Bizottság* ítélet, C-395/96 P és C-396/96 P, EU:C:2000:132, 131. pont).
- 614 Ehhez hasonlóan az állandó ítélkezési gyakorlatból kitűnik, hogy – amint azt a Bizottság és a Németországi Szövetségi Köztársaság hangsúlyozza – a piacon fennálló erőfölény alapján megállapítható az azzal való visszaélés azon következmények miatt, amelyeket a szóban forgó erőfölényben lévő vállalkozás versenytorzító magatartása egy másik piacon okoz (lásd ebben az értelemben: 1974. március 6-i *Istituto Chemioterapico Italiano és Commercial Solvents kontra Bizottság* ítélet, 6/73 és 7/73, EU:C:1974:18, 25. pont; 1985. október 3-i *CBEM*-ítélet, 311/84, EU:C:1985:394, 25. és 26. pont).
- 615 A Bizottság a Bíróság és a Törvényszék számos ítéletére hivatkozva az EUMSZ 102. cikknek az erőfölényben lévő vállalkozások versenykorlátozó visszaélő magatartására történő alkalmazásával kapcsolatos bizottsági jogérvényesítési prioritásokról szóló iránymutatásában kitér az ilyen típusú helyzetekre (lásd többek között az 52. és azt követő pontokat). Ebben a közleményben a Bizottság például az árukapcsolás és a csomagban történő eladás esetével foglalkozik, kifejtve, hogy olyan bevett gyakorlatról van szó, amelynek általában az a célja, hogy jobb termékeket, illetve ajánlatokat juttasson el a vevőkhöz költséghatékonyabb módon. Ugyanakkor kifejti, hogy az erőfölényben lévő vállalkozás részéről az ilyen magatartás kárt okozhat a fogyasztóknak, ha az ilyen típusú értékesítés lezárja a piacot, és a versenytársak versenyellenes kiszorítását eredményezi.
- 616 A fentiekre tekintettel úgy tűnik, hogy a Google-nak – mivel tudott az EGT általános keresési piacain fennálló erőfölényéről, és az általános eredményoldalain előnyben részesítette a saját árösszehasonlító szolgáltatását a versenytársaival szemben, miközben e magatartás, amint azt a Törvényszék a fenti 179. pontban megállapította, egyfajta anomáliát hordozott magában, továbbá mivel ismerte ezen oldalak jelentőségét az árösszehasonlító szolgáltatások forgalmi forrásaként – tudnia kellett, hogy magatartása sérti a torzulásmentes versenyt garantáló (lásd a fenti 180. pont végén hivatkozott ítélkezési gyakorlatot) különböző gazdasági szereplők közötti esélyegyenlőséget, és hogy e magatartás alkalmas volt arra, hogy kiszorítsa versenytársait, vagy korlátozza részükről a versenyt az EGT-n belüli specializált termékkeresések egyes piacain. Ily módon szándékosan a fenti 608. pontban hivatkozott ítélkezési gyakorlat szerinti versenyellenes

magatartást tanúsított, amely erőfölénnyel való visszaélésnek minősülhet. Meg kell állapítani, hogy e jogsértést tehát szándékosan követték el, azt megelőzően is, hogy a Google 2013 márciusában kézhez vette azt az előzetes értékelést, amelyben a Bizottság kifejtette, hogy magatartása mennyiben sértheti az EUMSZ 102. cikket.

- 617 E kézhezvételt követően a jogsértés *a fortiori* szándékosan folytatódott. A Google ugyanis nem vitatja, hogy ezen értékelés során – amint azt a megtámadott határozat (63) preambulumbekzdése kifejti – a Bizottság jelezte számára, hogy az a kedvező bánásmód, amelyet általános eredményoldalain a saját specializált keresőszolgáltatásai felé mutató linkek számára biztosít a versengő specializált keresőszolgáltatásai felé mutató linkekhez képest, alkalmas az EUMSZ 102. cikk és az EGT-Megállapodás 54. cikkének megsértésére (lásd ebben az értelemben: 2011. április 14-i Visa Europe és Visa International Service kontra Bizottság ítélet, T-461/07, EU:T:2011:181, 250–252. pont). Miután figyelmen kívül hagyta az áösszehasonlító szolgáltatásával kapcsolatos bizottsági aggályokat, a Google még kevésbé állíthatta, hogy meggyőződött arról, hogy magatartása összeegyeztethető az EUMSZ 102. cikkben foglalt szabályokkal (lásd ebben az értelemben: 2003. december 17-i British Airways kontra Bizottság ítélet, T-219/99, EU:T:2003:343, 314. pont). A Bizottság tehát olyan helyzetben volt, amelyben szankciót szabhatott ki, kivéve ha ezt valamely különleges körülmény kizárja.
- 618 E tekintetben az a körülmény, hogy a Google-nak felrótt magatartás pontos típusa a megtámadott határozat előtt nem képezte az uniós versenyszabályok alkalmazására vonatkozó határozat tárgyát, amit a Bizottság is elismert azáltal, hogy a megtámadott határozatról értesítő sajtóközleményben nyilvánosan kifejtette, hogy e határozat „olyan precedens, amely lehetővé teszi az ilyen típusú magatartás jogszerűségének értékelését”, nem jelenti azt, hogy a Google által elkövetett jogsértés megállapítása, illetve a szankció nem volt előrelátható számára, figyelemmel a fenti 612–616. pontban hivatkozott körülményekre (lásd ebben az értelemben: 2016. szeptember 8-i Lundbeck kontra Bizottság ítélet, T-472/13, EU:T:2016:449, 761–767. pont).
- 619 Ugyanez vonatkozik a Bizottság által vitatott azon esetleges körülményre, hogy az eljárás egy bizonyos szakaszában a Bizottság esetleg azt jelezte, hogy nem kötelezheti a Google-t a magatartásának olyan módosítására, amelyet végül előírt vele szemben. Az eljárás e szakaszában, amely annak az időpontnak felel meg, amikor a Bizottság úgy tervezte, hogy elfogadja a Google kötelezettségvállalásait, és elutasítja a vele szemben benyújtott panaszokat, az ilyen állásfoglalás csak ideiglenes lehetett, és nem igazolhatja azt, hogy a Google által elkövetett jogsértés megállapítása, akárcsak a szankció, nem volt előrelátható a Google számára, figyelemmel a fenti 612–616. pontban hivatkozott körülményekre.
- 620 E tekintetben, jóllehet a bűncselekmények és büntetések törvényességének elve, amelyet többek között az Európai Unió Alapjogi Chartájának 49. cikke rögzít, érvényesül az 1/2003 rendelet EUMSZ 101. és 102. cikkben foglalt versenyszabályok megsértése miatt szankciókat előíró rendelkezéseinek alkalmazásával összefüggésben (lásd ebben az értelemben: 2014. július 10-i Telefónica és Telefónica de España kontra Bizottság ítélet, C-295/12 P, EU:C:2014:2062, 146–14. pont), ezt az elvet nem lehet úgy értelmezni, hogy az tiltja a büntetőjogi felelősség szabályainak esetről esetre bírói értelmezés útján történő fokozatos világossá tételét, feltéve hogy az eredmény a jogsértés elkövetésekor észszerűen előre látható, tekintettel különösen a szóban forgó jogi rendelkezéssel kapcsolatos ítélkezési gyakorlatban ebben az időszakban figyelembe vett értelmezésre (lásd ebben az értelemben: 2015. október 22-i AC-Treuhand kontra Bizottság ítélet, C-194/14 P, EU:C:2015:717, 41. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).

- 621 A Google, amelyet e tekintetben a CCIA támogat, lényegében a vele szemben kiszabott pénzügyi szankció vitatására irányuló második érvként előadja, hogy egyenlőtlen bánásmód áll fenn azon más ügyekhez képest, amelyekben a versenyszabályokat megsértő vállalkozásokat nem szankcionálták, mert nem tudtak arról, hogy megsértették e szabályokat, vagy azért, mert a különböző nemzeti hatóságok eltérő értékelései miatt a jogsértés fennállását illetően korábbi bizonytalanságok merültek fel.
- 622 Az egyenlő bánásmód elve az uniós jog általános jogelve, amelyet az Alapjogi Charta 20. és 21. cikke rögzít. Az állandó ítélkezési gyakorlat szerint ez az elv megköveteli, hogy hasonló helyzeteket ne kezeljenek eltérő módon, és hogy az eltérő helyzeteket ne kezeljék egyenlő módon, kivéve ha az ilyen bánásmód objektíven igazolható (2014. november 12-i Guardian Industries és Guardian Europe kontra Bizottság ítélet, C-580/12 P, EU:C:2014:2363, 51. pont; 2017. január 26-i Roca kontra Bizottság ítélet, C-638/13 P, EU:C:2017:53, 65. pont).
- 623 Mindazonáltal az ítélkezési gyakorlatból az is kitűnik, hogy a Bizottság más, bírságok tárgyában hozott határozataival való összehasonlítás csak akkor lehet releváns az egyenlő bánásmód elvének tiszteletben tartása szempontjából, ha bizonyítást nyer, hogy az ezen egyéb határozatokkal kapcsolatos ügyek körülményei – mint például a piacok, a termékek, az országok, a vállalkozások és az érintett időszakok – összehasonlíthatók a jelen ügy tényállásával. Az ítélkezési gyakorlatból az is kitűnik, hogy összehasonlítási célból aktuális határozatokra kell hivatkozni (2011. március 24-i IMI és társai kontra Bizottság ítélet, T-378/06, nem tették közzé, EU:T:2011:109, 42. pont; 2012. június 27-i YKK és társai kontra Bizottság ítélet, T-448/07, nem tették közzé, EU:T:2012:322, 151. pont).
- 624 Még e második, időbeli tényező figyelembevételével is meg kell jegyezni, hogy a Google, illetve a CCIA által hivatkozott, az [EUMSZ] 102. cikk és az EGT-Megállapodás 54. cikke alkalmazására vonatkozó eljárásban (AT.39985 – Motorola – A GPRS szabványba foglalt alapvető szabadalmak érvényesítése ügy) 2014. április 29-én hozott C(2014) 2892 final bizottsági határozat, amelynek címzettje a Motorola Mobility LLC volt, az EK-Szerződés 82. cikke alkalmazására vonatkozó eljárásban (COMP/38.096 – Clearstream [„klíring- és elszámolás”-] ügy) 2004. június 2-án hozott C (2004) 1958 végleges bizottsági határozat, az EK 82. cikk alkalmazására vonatkozó eljárásban (COMP/37.685 GVG/FS) 2003. augusztus 27-én hozott bizottsági határozat, az EUMSZ 101. cikk és az EGT-Megállapodás 53. cikke alkalmazására vonatkozó eljárásban (AT.40049 „MasterCard II” ügy) 2019. január 22-én hozott C(2019) 241 final bizottsági határozat, valamint az EK-Szerződés 82. cikke alkalmazására vonatkozó eljárásról szóló 2001. július 25-i bizottsági határozat (COMP/C-1/36.915. sz. ügy – Deutsche Post AG – „külföldről érkező küldemények visszatartása”-ügy) a jelen üggyől nagyon eltérő ágazatokra és kérdésekre vonatkoztak: a távközlési technológiai ágazatban egy szabadalom létezésével kapcsolatos kérdésre és egy ilyen technológia használatának megszüntetésére irányuló peres eljárásra, az értékpapír-elszámolási és kiegyenlítési ágazatban egy a szolgáltatásnyújtás megtagadásával és diszkriminatív árak alkalmazásával kapcsolatos kérdésre, a nemzetközi vasúti személyszállítási ágazatban egy a nemzetközi vasúti csoportosulás létrehozásával a hálózathoz való hozzáférést lehetővé tevő információszolgáltatás megtagadásával kapcsolatos kérdésre, az EGT különböző országai közötti bankkártyás fizetések ágazatában egy a bankközi díjakkal kapcsolatos tarifakérdésre, valamint a postai ágazatban egy a „nemzetközi újraperesztés” vagy az „átírányított belföldi levél” gyakorlatával kapcsolatos kérdésre. A Google által hivatkozott számos más határozat sem mutat a jelen ügy körülményeihez hasonló körülményeket, amit a Google nem vitathat érvényesen, mivel lényegében azt állítja, hogy a megtámadott határozat „első”.

- 625 Márpedig a nem összehasonlítható körülményekkel kapcsolatos határozatokat illetően a Bizottság határozathozatali gyakorlata nem szolgál jogi háttérként a versenyjogi bírságok összegének meghatározásához, mivel a Bizottság e területen mérlegelési jogkörrel rendelkezik, amelynek gyakorlása során nem kötik a korábbi értékelései (lásd ebben az értelemben: 2009. szeptember 24-i Erste Group Bank és társai kontra Bizottság ítélet, C-125/07 P, C-133/07 P, C-135/07 P és C-137/07 P, EU:C:2009:576, 123. pont).
- 626 Következésképpen az a tény, hogy bizonyos korábbi határozatokban a Bizottság az uniós versenyszabályok megsértésének megállapítását követően célszerűtlennek ítéltette meg bírság kiszabását, például azért, mert a szóban forgó magatartástípust első alkalommal azonosították, vagy mivel a közigazgatási hatóságok vagy a nemzeti bíróságok azt eltérően ítélték meg, nem köti a Bizottságot, és még kevésbé köti a Törvényszéket.
- 627 Ebben az összefüggésben hangsúlyozni kell, amint arra a Törvényszék a fenti 608. pontban emlékeztetett, hogy akkor tekinthető úgy, hogy az uniós versenyszabályok megsértését szándékosan követték el, ha a szóban forgó vállalkozásnak tudatában kellett lennie magatartása versenyellenes jellegének, ami ebben az esetben lehetővé teszi, hogy az elkövetett jogsértés miatt szankciót alkalmazzanak vele szemben.
- 628 Egyébiránt sem az 1/2003 rendeletben, sem az iránymutatásban nem utal semmi arra, hogy a Bizottságnak – mint azt a Google is állítja – tartózkodnia kellene attól, hogy „első” alkalommal szankcionálja az uniós versenyszabályokkal ellentétes magatartást, ha az jellegénél vagy céljánál fogva nem versenyellenes. Amint arra a fenti 607. pont emlékeztet, a releváns jogi kritérium az, hogy a megállapított jogsértést szándékosan vagy gondatlanságból követték-e el.
- 629 Ily módon az, hogy az azonosított visszaélés olyan helyzethez tartozik, amelynek tekintetében az uniós versenyszabályokat soha nem alkalmazták, olyan körülmény, amelyet figyelembe kell venni a szankció értékelése során, de amely nem képezi akadályát annak (lásd ebben az értelemben: 1991. július 3-i AKZO kontra Bizottság ítélet, C-62/86, EU:C:1991:286, 163. pont).
- 630 E körülmények között a Google és a CCIA által hivatkozott korábbi bizottsági határozatok, vagy akár a megtámadott határozat tárgyát képező magatartással kapcsolatos, általuk a Google „javára szólóként” megjelölt nemzeti ítéletek vagy közigazgatási határozatok sem vezethetnek annak megállapításához, hogy nem szabható ki pénzügyi szankció a Google-lal szemben.
- 631 A Google, amelyet e tekintetben továbbra is támogat a CCIA, lényegében a vele szemben kiszabott pénzügyi szankció vitatására irányuló harmadik érvként előadja, hogy a Bizottság azáltal, hogy az ügyet kötelezettségvállalások elfogadására irányuló eljárás keretében vizsgálta, ami azt feltételezi, hogy az ügy nem alkalmas szankció kiszabására, végső soron nem szabhatott volna ki vele szemben ilyen szankciót, még akkor sem, ha úgy döntött, hogy visszatér a jogsértés megállapítására irányuló klasszikus eljáráshoz.
- 632 A Bizottság erre az érvre a közigazgatási eljárás során a megtámadott határozat (730)–(734) preambulumbekzdésében válaszolt. E tekintetben a Bizottság kifejtette, hogy diszkrecionális jogkörrel rendelkezik arra, hogy vagy az 1/2003 rendelet 9. cikke alapján a kötelezettségvállalásokat elfogadó határozatot, vagy ugyanezen rendelet 7. cikke alapján a jogsértést megállapító határozatot fogadjon el. A Bizottság a 2010. június 29-i Bizottság kontra Alrosa ítéletre (C-441/07 P, EU:C:2010:377, 40. pont) és a 2016. június 30-i CB kontra Bizottság ítéletre (T-491/07 RENV, nem tették közzé, EU:T:2016:379, 470. pont) hivatkozott. Ezt követően a megtámadott határozat (123)–(137) preambulumbekzdésére hivatkozva emlékeztetett azokra

az okokra, amelyek arra vezették, hogy visszatérjen a jogsértés megállapítására irányuló klasszikus eljárásához, azaz lényegében az azonosított versenyproblémák kiküszöbölése érdekében felajánlott kötelezettségvállalások elégtelen voltára, és kifejtette, hogy mivel visszatért ehhez a kerethez, megillette az ehhez kapcsolódó valamennyi jogkör, ideértve a pénzügyi szankció kiszabását is. Hozzátette, hogy a szankció alóli mentességet csak kivételes körülmények között fogadták el, mint például a vállalkozás döntő hozzájárulása a jogsértés megállapításához, amit a Google által tett kötelezettségvállalások egyáltalán nem szolgáltak.

- 633 Amint arra a Törvényszék a Bizottság által a megtámadott határozatban hivatkozott 2016. június 30-i CB kontra Bizottság ítéletben (T-491/07 RENV, nem tették közzé, EU:T:2016:379, 470. pont) rámutatott, az 1/2003 rendelet szövegéből az következik, hogy a Bizottság mérlegelési mozgástérrel rendelkezik annak eldöntése során, hogy az e rendelet 7. cikkén alapuló határozatot vagy az e rendelet 9. cikkén alapuló határozatot hoz. A „-hat/-het” képző ez utóbbi cikkben – amely szerint „[h]a [...] az érintett vállalkozások olyan kötelezettségvállalásokat ajánlanak fel, hogy a Bizottság által számukra [...] kifejezett elvárásoknak eleget tesznek [helyesen: aggályaira választ nyújtanak], a Bizottság határozatával ezeket a kötelezettségvállalásokat [...] kötelezővé teheti” – való használatából az is következik, hogy a Bizottság nem köteles lefolytatni a kötelezettségvállalások elfogadására irányuló, általa indított eljárást, és visszatérhet a jogsértés megállapítására irányuló klasszikus eljárásához. A Bizottság ezt megteheti például azért, mert úgy ítéli meg, hogy a felajánlott kötelezettségvállalások elégtelenek az azonosított versenyproblémák megoldásához, mivel kiderül, hogy a tények vagy e problémák terjedelme nagyobb, mint az eredetileg felvázolt tények vagy problémák terjedelme, vagy akár azért, mert végeredményben a Bizottság általános versenypolitikai okokból szükségesnek tartja a jogsértés megállapítását, amelyet adott esetben bírósági felülvizsgálatnak vetnek alá.
- 634 Amint azt a Bizottság előadja, a jogsértés megállapítására irányuló klasszikus eljárásra való visszatérés a kötelezettségvállalások elfogadására irányuló eljárás megindítását követően önmagában nem zárja ki, hogy a Bizottság pénzügyi szankciót szabjon ki, mivel a klasszikus eljárás tartalmaz ilyen hatáskört, amint az az 1/2003 rendelet 7. cikke (1) bekezdésének és 23. cikke (2) bekezdése a) pontjának együttes értelmezéséből következik. A Bizottság lényegében ezt fejtette ki a megtámadott határozat (730)–(733) preambulumbekkezdésében, amely e tekintetben – a CCIA által előadottakkal ellentétben – nem sérti az indokolási kötelezettséget.
- 635 Úgy tűnik, hogy a Google és a CCIA úgy véli, hogy a jelen ügyben a Bizottság megsértette a bizalomvédelem elvét azáltal, hogy szankciót szabott ki, miután eredetileg a kötelezettségvállalások elfogadására irányuló eljárást indított. A *contrario* kiemelik az 1/2003 rendelet (13) preambulumbekkezdését, a kötelezettségvállalások elfogadására vonatkozó eljárást bemutató bizottsági közleményt és a Bizottság Versenypolitikai Főigazgatóságának eljárási kézikönyvét, amelyekben az szerepel, hogy ez az eljárás nem célszerű, ha az ügy jellege alapján szankció alkalmazása szükséges.
- 636 E tekintetben emlékeztetni kell arra, hogy az uniós jog általános jogelvét képező bizalomvédelem elvének megsértése azt feltételezi, hogy az arra hivatkozó személy számára az érintett intézmény olyan konkrét biztosítékokat nyújtott, amelyek megalapozott várakozásokat keltettek benne (lásd ebben az értelemben: 2005. november 24-i Németország kontra Bizottság ítélet, C-506/03, nem tették közzé, EU:C:2005:715, 58. pont; 2006. június 22-i Belgium és Forum 187 kontra Bizottság ítélet, C-182/03 és C-217/03, EU:C:2006:416, 147. pont; 2011. július 21-i Alcoa Trasformazioni kontra Bizottság ítélet, C-194/09 P, EU:C:2011:497, 71. pont).

- 637 Márpedig, még ha igaz is, hogy a Google és a CCIA által hivatkozott sajtóközleményen és eljárási kézikönyvön kívül az 1/2003 rendelet (13) preambulumbekzdése is kimondja, hogy a kötelezettségvállalásokat elfogadó határozatok nem megfelelőek akkor, ha a Bizottság bírságot kíván kiszabni, az a tény, hogy a Bizottság az EUMSZ 101. és EUMSZ 102. cikk esetleges megsértése esetén folytatott vizsgálat bizonyos szakaszában a kötelezettségvállalások elfogadására irányuló eljárást indít, csupán előzetes és nem végleges eljárási lehetőséget jelent. Az ilyen eljárási választás nem minősülhet arra vonatkozó konkrét biztosítéknak, hogy a Bizottság nem tér vissza a jogsértés megállapítására irányuló hagyományos eljárásra, és nem szab ki szankciót. E tekintetben vissza kell utalni a fenti 633. és 634. pontban ismertetett indokokra (lásd ebben az értelemben analógia útján: 2003. október 23-i Van den Bergh Foods kontra Bizottság ítélet, T-65/98, EU:T:2003:281, 192–194. pont; 2011. április 14-i Visa Europe és Visa International Service kontra Bizottság ítélet, T-461/07, EU:T:2011:181, 223. és 224. pont).
- 638 Következésképpen az a körülmény, hogy a Bizottság az eljárás egy bizonyos szakaszában úgy vélte, hogy az ügyet adott esetben a kötelezettségvállalások elfogadására irányuló eljárás keretében lehet elbírálni, nem akadályozza annak, hogy végül pénzügyi szankciót szabjon ki a Google-lal szemben, azt követően, hogy visszatért a jogsértés megállapítására irányuló klasszikus eljáráshoz.
- 639 A fentiekből tehát az következik, hogy a Bizottság jogosult volt arra, hogy bírságot szabjon ki a Google-lal szemben.

2. A hatodik jogalap bírság összegére vonatkozó második részéről

- 640 Előzetesen emlékeztetni kell arra, hogy az iránymutatásban a Bizottság kifejti, hogy az uniós versenyszabályok megsértését szankcionálni hivatott bírság összege számításának tényezőjeként a jogsértéssel összefüggő áruk vagy szolgáltatások eladásai értékének egy bizonyos hányadát, valamint a jogsértés időtartamát veszi figyelembe. A jogsértéshez közvetlenül vagy közvetve kapcsolódó eladások értékét tehát egy adott referenciaévben 30%-ig terjedő súlyossági együtthatóval kell növelni (0,3-es szorzótényező). A kapott összeget a „bírság alapösszegének” meghatározása érdekében ezt követően meg kell szorozni a jogsértés években kifejezett időtartamával, majd adott esetben elrettentés céljából az eladások említett éves értéke 15–25%-ának megfelelő kiegészítő összeggel kell növelni. A Bizottság kifejti, hogy az eladások értékének meghatározásához főszabály szerint a jogsértésben való részvétel utolsó teljes üzleti évét veszi alapul (az iránymutatás 5–25. pontja). A Bizottság arra is rámutat, hogy a súlyosító vagy enyhítő körülmények a bírság alapösszegének módosításához vezethetnek, és végül ezt – többek között elrettentő céllal – növelheti azon vállalkozások esetében, amelyek a jogsértés által érintett áruk és szolgáltatások értékesítésén túl különösen jelentős forgalmat bonyolítanak, feltéve hogy tiszteletben tartja a bírságot megelőző üzleti év globális forgalma 10%-ának megfelelő jogszabályi felső határt (az iránymutatás 27–33. pontja).
- 641 Amint azt a Törvényszék a fenti 75–77. pontban részletesebben ismertette, a Bizottság a jelen ügyben 10%-os súlyossági együtthatót állapított meg, amelyet a Shopping Unitsben, valamint a Google Shopping specializált oldalon szereplő termékhirdetések, illetve az említett oldalon szintén szereplő szöveges hirdetések által 2016-ban azon tizenhárom országban elért bevételekre alkalmazott, amelyek vonatkozásában a kifogásolt magatartást azonosította. A Bizottság megszorozta ezt az összeget a Product Universals, illetve ennek hiányában a Shopping Units bevezetését követően megállapított jogsértési évek számával, és a szankció elrettentő hatásának biztosítása érdekében a fent említett bevételek 10%-ának megfelelő kiegészítő összeget állapított meg, valamint súlyosító vagy enyhítő körülmények figyelembevételével is 1,3-es szorzótényezőt alkalmazott a fentiek szerint elért összegre.

a) A felek érvei

- 642 A Google előadja, hogy elismerve, hogy a Bizottság jogosult volt vele szemben bírságot kiszabni, azt mindenképpen tévesen számították ki. Az iránymutatásra hivatkozva a Google úgy véli, hogy a Bizottság az eladások értékét pontatlan összegben, a jogsértést pedig túl hosszú időtartamban rögzítette, túlzott súlyossági együtthatót állapított meg, a rendesen a versenyellenes kartellek elrettentésére alkalmazott indokolatlan növelést, valamint egy szintén indokolatlan további elrettentési együtthatót alkalmazott, továbbá rossz árfolyamot állapított meg, és ezzel szemben nem vett figyelembe enyhítő körülményeket.
- 643 A Google mindenekelőtt vitatja azt a döntést, hogy a 2016. évet kell referenciaévnak tekinteni az eladások értékének értékelése során. Álláspontja szerint a kifogásolt magatartás időtartama alatt az átlagos bevételt kellett volna figyelembe venni, ami a gazdasági valóságot és helyzetét is tükrözte volna. A Bizottság ezt egyébként a kifogásközlésben is bejelentette, és így járt el több ügyben is.
- 644 Ezt követően a Bizottság minden érintett ország tekintetében túl hosszú jogsértési időszakot állapított meg. A 2011-et megelőző évek tekintetében nem került sor versenyelemzésre, csak a franciaországi, németországi és egyesült királysági keresési forgalmat elemezték, továbbá a Google Shopping, amelyet a megtámadott határozat a Google termék-összehasonlítási szolgáltatásaként azonosított, több államban csak 2016 szeptemberében kezdett működni, noha a Shopping Units már működött ott. A Google esetleges kötelezettségvállalásaival kapcsolatban a Bizottsággal 2012 májusa és 2015 márciusa között folytatott tárgyalásokat sem kellett volna figyelembe venni, ellentétben azzal, ahogy az bármilyen indokolás nélkül történt.
- 645 Az elfogadott 10%-os súlyossági együttható túl magas. Az EUMSZ 102. cikk megsértése esetén alkalmazott legmagasabb súlyossági együtthatóról van szó (egy másik, olyan ügyben alkalmazott együtthatóval együtt, amelyben egyébként a versenyellenes magatartás sokkal súlyosabb volt). Még az EUMSZ 101. cikk által tiltott kartellekre vonatkozó legsúlyosabb esetekben is csak ritkán haladja meg ez az együttható a 20%-ot. Ezt az indokolás, vagyis a Google jelentős piaci részesedésével és az érintett piacok gazdasági súlyával való kapcsolat nem igazolja. Ezek a tényezők ugyanis a piaci helyzethez kapcsolódnak, nem a szankcionált magatartás súlyához. Az EK-Szerződés 82. cikkének és az EGT-Megállapodás 54. cikkének alkalmazására vonatkozó eljárásban (COMP/C-3/37.990 – Intel-ügy) 2009. május 13-án hozott D(2009) 3726 végleges bizottsági határozat alapjául szolgáló ügyben, amelyet hasonló piaci helyzet jellemzett, 5%-os együtthatót alkalmaztak, holott a kifogásolt magatartás – amint azt maga a Bizottság is részletesen kifejtette az ezen ügyben hozott határozatban – jellegénél fogva visszaélészerű, összetett és titkos, az azonosított kizárási stratégia pedig világméretű volt.
- 646 Az éves bevételek 10%-ának megfelelő, több mint 200 millió eurónak megfelelő kiegészítő összeg alkalmazására nincs precedens az EUMSZ 102. cikk megsértése kapcsán, míg az iránymutatás azt mondja ki, hogy az ilyen típusú növelés célja az EUMSZ 101. cikk hatálya alá tartozó kartellek elrettentése. Semmilyen indokolás nem ad magyarázatot e növelés alkalmazásának okára. Az ellenkérelemben hivatkozott, más vállalkozások elrettentésére irányuló cél nem igazolja aránytalan szankció kiszabását egy olyan magatartás miatt, amelyet a Google versenytársai is tanúsítottak, amelyek esetében végeredményben a megtámadott határozatban bemutatott piacelemzésre tekintettel kevésbé volt valószínű az erőfölény fennállása.
- 647 Ugyanígy indokolatlan a végül elfogadott 1,3-as szorzótényező, amely több mint 500 millió eurós növelést eredményez. E tekintetben a megtámadott határozatban szereplő, az elrettentés szükségességére és az Alphabet globális forgalmára vonatkozó általános jellegű indokolás

- elégtelen. E növelést eddig csak egyszer alkalmazták az EUMSZ 102. cikk megsértése miatt, anélkül hogy a fentiekben hivatkozott kiegészítő összeget egyidejűleg alkalmazták volna. E jogsértés egy nélkülözhetetlen elem nyújtásának megtagadására és az árpréshatásra vonatkozott. Ráadásul a jelen ügyben a Google konstruktív módon együttműködött a Bizottsággal, anélkül hogy eltitkolta volna a kifogásolt magatartást, ami kizárja a sajátos elrettentési tényező alkalmazásának szükségességét a bírság kapcsán, amely végeredményben e tekintetben már elegendő.
- 648 A Bizottság a jogsértéshez kapcsolódó áruk és szolgáltatások eladásai értékének euróban történő meghatározásához a Google által szolgáltatott, USA-dollárban (USD) kifejezett adatok alapján szintén tévesen alkalmazta a 2016. évi átlagos árfolyamot, holott minden egyes érintett év átlagos árfolyamát kellett volna alkalmaznia.
- 649 Végül a Bizottságnak enyhítő körülményként figyelembe kellett volna vennie a Google által a kötelezettségvállalások megtárgyalása érdekében jóhiszeműen tett erőfeszítéseket, a jogsértés fennállását alátámasztó elmélet újdonságát, ami azt jelenti, hogy az esetleges jogsértést nem szándékosan követték el, a fogyasztók és a kereskedők számára a szóban forgó magatartásokból származó előnyöket, valamint azt, hogy e magatartásokat nem leplezték.
- 650 A fentiekből az következik – különösen a megtámadott határozatban alkalmazott 10% helyett a 2,5%-os súlyossági együttható alkalmazásával (amely a fele annak, amit az EK-Szerződés 82. cikkének és az EGT-Megállapodás 54. cikkének alkalmazására vonatkozó eljárásban [COMP/C-3/37.990 – Intel-ügy] 2009. május 13-án hozott D(2009) 3726 végleges bizottsági határozat alapjául szolgáló ügyben alkalmaztak) –, hogy a kiszabott bírság még az enyhítő körülmények figyelembevételével nélkül sem haladhatta volna meg a 91 millió eurót. A Google tehát azt kéri, hogy a Törvényszék korlátlan felülvizsgálati jogkörében eljárva, amennyiben helyben hagyja a bírság kiszabását, vegye figyelembe a fentiek összességét.
- 651 Azzal kapcsolatban, hogy a 2016. évet alkalmazták referenciaévként a jogsértéshez kapcsolódó áruk és szolgáltatások eladásai értékének meghatározásánál, a Bizottság kifejti, hogy ez összhangban áll az iránymutatás 13. pontjában foglaltakkal, és hogy a jogsértés megállapítását megelőző utolsó teljes év tükrözi a gazdasági valóságot, többek között a jogsértés terjedelmét, és lényegében azt az eredményt, amelyet az az érintett piacokon okozott, vagyis azt, hogy a Google termék-összehasonlítási szolgáltatása hogyan fejlődött a versenytársak szolgáltatásai kárára. A Google által előterjesztett egyetlen elem sem ellentétes ezzel. Közelebbről, a jelen ügyben nem fennálló sajátos körülmények indokolhatták a Google által hivatkozott egyes ügyekben az egyenlő bánásmód elvére tekintettel a Bizottság részéről a több évre vonatkozó átlagokra való támaszkodást.
- 652 A megállapított jogsértés időtartamát illetően a Bizottság emlékeztet arra, hogy az ezt alátámasztó konkrét bizonyítékok alapján állapította meg a kifogásolt magatartás 2011 előtti fennállását Franciaországban, Németországban és az Egyesült Királyságban, amely időszak tekintetében csak e három országban állapította meg a jogsértést. E tekintetben a Google általános eredményoldaláról az árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló adatáramlások vizsgálata releváns volt. Azon többi országot illetően, amelyek tekintetében a megállapított jogsértés a későbbiekben kezdődött, a Bizottság hangsúlyozza, hogy a Google árösszehasonlító szolgáltatása nem csak a specializált oldalról, hanem az általános keresési eredmények oldalain azt megelőzően megjelenő termékhirdetésekből és specializált keresési eredményekből is áll, hogy e specializált oldal bizonyos országokban elérhetővé vált volna. Közelebbről, a megtámadott határozat Google által hivatkozott (412) preambulumbekzdése nem mond semmi mást. Ily

módon a Shopping Units és termékhirdetési különböző országokban való megjelenését lehetett a Google árösszehasonlító szolgáltatása előnyben részesítésére irányuló magatartás kezdetének tekinteni. Végül a Bizottság kifejti, hogy semmi oka nem volt arra, hogy ne vegye figyelembe az esetleges kötelezettségvállalások tárgyalási időszakát, mivel a szóban forgó magatartások ebben az időszakban nem szűntek meg.

- 653 Ami az elfogadott 10%-os súlyossági együtthatót illeti, a Bizottság hangsúlyozza, hogy az jóval alacsonyabb az iránymutatásban említett 30%-os maximális együtthatónál, hogy az a kifogásolt magatartással érintett piacok jelentőségét, valamint azok jellegét és földrajzi kiterjedését tükrözi, továbbá hogy az ilyen együtthatót a Törvényszék soha nem kérdőjelezte meg az EUMSZ 102. cikk alkalmazására vonatkozó ügyben. Ezenkívül a Google nem bizonyította, hogy az általa hivatkozott többi ügy körülményei, különösen az EK-Szerződés 82. cikkének és az EGT-Megállapodás 54. cikkének alkalmazására vonatkozó eljárásban (COMP/C-3/37.990 – Intel-ügy) 2009. május 13-án hozott D(2009) 3726 végleges bizottsági határozat alapjául szolgáló ügy körülményei összehasonlíthatók a jelen ügy körülményeivel. A Bizottság kiemeli a termékek és a piacok, az érintett vállalkozások, valamint az azon időszakok tekintetében fennálló különbségeket, amelyek során a magatartásokat vizsgálta.
- 654 Az éves bevételek 10%-ának megfelelő kiegészítő összeg szintén indokolt volt. Az iránymutatás 25. pontja nem utal arra, hogy az ilyen kiegészítő összeg az EUMSZ 101. cikkben tiltott kartellek esetére korlátozódik, hanem azt annak érdekében írja elő, hogy más vállalkozásokat elrettentsenek attól, hogy a szankcionálthoz hasonló jogsértő magatartást tanúsítsanak, ideértve más termékpiacon is. A Google azt sem bizonyította, hogy azok az esetek, amelyekben a Bizottság ilyen összeget nem foglalt bele a szankcióba, összehasonlíthatóak a jelen üggyel. Ennélfogva nem volt szükség az ilyen összeg alkalmazásának különös megindolására.
- 655 A végül elfogadott 1,3-as szorzótényező célja – amint az az iránymutatás 30. pontjából kitűnik – az volt, hogy figyelembe vegye a Google tevékenységének terjedelmét a kifogásolt magatartás által érintett piacokon túl. A Bizottság a Google negyvenszer nagyobb globális forgalmára utal. Ez tette lehetővé az ilyen vállalkozással szemben kellően jelentős szankciós szint elérését, amely alkalmas arra, hogy vele szemben megőrizze az elrettentő hatást. A Google által az eljárás során tanúsított, az ügy kötelezettségvállalások útján történő rendezésére irányuló magatartás tekintetben nem releváns tényező.
- 656 Ezenkívül nem téves az Európai Központi Bank (EKB) kiadványaiban a 2016. év vonatkozásában megadott 0,9039 euró/dollár átlagos árfolyam, amelyet a megtámadott határozatban használtak.
- 657 Végül a Bizottság úgy véli, helyesen járt el, amikor nem vett figyelembe enyhítő körülményeket. E körülményekre egyébként nem hivatkoztak a megtámadott határozat elfogadásához vezető eljárás során, ami igazolja azt, hogy a megtámadott határozat nem jelöli meg, hogy azokat miért nem fogadták el. Erdemben a Bizottság több érvet hoz fel. Az, hogy a Google kötelezettségvállalásokat javasolt, magatartása tekintetében nem jelent enyhítő körülményt, mivel a felajánlott kötelezettségvállalások többek között nem segítették a jogsértés megállapítását. Még ha a Google által tanúsított hasonló magatartás szankcionálása újszerű is lenne, ez sem jelent enyhítő körülményt, ugyanúgy, ahogy a jogsértés valamely magatartástípusra vonatkozó megállapításának újszerű jellege sem képezi akadályát annak, hogy azt szankcionálják. A megtámadott határozat megállapítja, hogy a Google nem pusztán gondatlanságból, hanem szándékosan járt el. Még ha a fogyasztók vagy kereskedők értékelték is a Google árösszehasonlító szolgáltatása eredményeinek megjelenítését, ez sem minősülhet enyhítő körülménynek, mivel a versengő árösszehasonlító

szolgáltatások eredményei megjelenítésének elmaradása hátrányos is lehetett számukra. Végül, bár a jogsértő magatartás rejtett jellege súlyosító körülménynek minősült volna, az a tény, hogy az ismert volt, nem minősül enyhítő körülménynek.

b) A Törvényszék álláspontja

- 658 Mielőtt a felek érveiről határozna, a Törvényszék emlékeztet arra, hogy a fenti 605. pontban kifejtett feltételek mellett korlátlan felülvizsgálati jogkörrel rendelkezik.
- 659 A Google először is vitatja a 2016. évi eladásoknak a megtámadott határozatban a bírság alapösszegének meghatározásához alapul vett értékét. Álláspontja szerint a kifogásolt magatartás időtartama alatt az átlagos bevételek jobban reprezentálták volna a gazdasági valóságot és a saját helyzetét.
- 660 Meg kell jegyezni, hogy – amint az a megtámadott határozat (738) preambulumbekzdésében szerepel – a Bizottság az eladások értékeként csak a specializált termékkeresési piacokhoz kapcsolódó (a Shopping Units termékhirdetéseivel, a Google Shopping specializált oldalon szereplő termékhirdetésekhöz és az ugyanezen specializált oldalon szereplő szöveges hirdetésekhez kötődő) reklámbevételeket vette figyelembe, az általános keresési piacokhoz kapcsolódó reklámbevételeket viszont nem. Ennélfogva a megtámadott határozat azon okból történő részleges megsemmisítése, hogy a Bizottság tévesen állapította meg az erőfölénnyel való visszaélés fennállását a nemzeti általános keresési piacokon, nem befolyásolja az eladások megállapított értékét.
- 661 A figyelembe veendő referenciaévet illetően a Bizottság helyesen jelölte meg a 2016. évet, mint azon utolsó teljes évet, amelynek során a jogsértést megállapította, az iránymutatás 13. pontjában foglaltaknak megfelelően. Különleges körülmények hiányában az ilyen hivatkozás éppen a megállapított jogsértés hatásának lehető legpontosabb figyelembevételét teszi lehetővé (lásd ebben az értelemben: 2013. december 5-i Caffaro kontra Bizottság ítélet, C-447/11 P, nem tették közzé, EU:C:2013:797, 51. pont). Hangsúlyozni kell, hogy a kifogásközlésben, amint arra maga a Google is rámutat a keresetlevél 404. lánjegyzetében, a Bizottság kifejtette, hogy csak akkor állapítja meg több évre vonatkozóan az eladások átlagos értékét, ha az utolsó üzleti év nem tűnik kellően reprezentatívnak.
- 662 Ezt követően meg kell vizsgálni a Google azon kifogását, amelyet a megtámadott határozat céljából használt USA dollár / euró átváltási árfolyamra vonatkozóan fogalmazott meg. Amint az ugyanis a megtámadott határozat (739) preambulumbekzdéséből és 839. lánjegyzetéből kitűnik, a Bizottság ezt a 2016. évi átlagos átváltási árfolyamot alkalmazta annak érdekében, hogy euróban határozza meg a 2016. évi eladások értékét, mivel a Google az e szempontból releváns információkat USA dollárban kifejezve adta meg neki.
- 663 Mindenekelőtt tekintettel arra, hogy a Bizottság jogosan vehette alapul referenciaként a 2016. évi eladások értékét a bírság alapösszege szempontjából, el kell utasítani a Google azon kifogását, amely szerint a Bizottságnak a jogsértéssel érintett minden egyes év átlagos átváltási árfolyamát kellett volna alkalmaznia.
- 664 Amennyiben a 2016. év eladásainak értékét figyelembe kell venni, a Google az EKB olyan statisztikai hírlevelére hivatkozik (a keresetlevél A173. melléklete), amely a 2016. évre vonatkozóan 1,1069 euró / USD átváltási árfolyamot tüntet fel, ami fordított számítással 0,9034 USD / euró átváltási árfolyamot eredményez. A Bizottság a maga részéről a

0,9039 USD/euró átváltási árfolyamot használta, amelyet az EKB weboldalának átváltási árfolyamokra vonatkozó interaktív statisztikájából vett át. Úgy tűnik, hogy a Bizottság által használt interaktív oldalt a Bizottság 2017. április 27-én, vagyis logikusan a megtámadott határozat elfogadását megelőzően tekintette meg, míg a Google által hivatkozott statisztikai hírlevél 2017. július 31-én, vagyis a megtámadott határozat 2017. június 27-i elfogadását követően jelent meg. Nem kifogásolható tehát a Bizottsággal szemben, hogy az EKB megbízható és rövid idővel a megtámadott határozat elfogadása előtt elérhető információját használta fel (lásd ebben az értelemben: 2016. szeptember 7-i Pilkington Group és társai ítélet, C-101/15 P, EU:C:2016:631, 43. pont).

- 665 A Google ezt követően vitatja a jogsértés különböző érintett országokban megállapított időtartamát. Úgy véli, hogy a jogsértést 2011 előtt versenyelemzés hiányában nem bizonyították. Hangsúlyozza, hogy a Google Shopping specializált oldalt bizonyos érintett országokban csak 2016-ban vezették be. Azt is állítja, hogy a kötelezettségvállalásokra tett javaslatok tárgyalási időszaka nem számítható bele a jogsértés időszakába.
- 666 A megtámadott határozatban a jogsértést 2008 januárjától kezdve azonosították Németországban és az Egyesült Királyságban, 2010 októberétől Franciaországban, 2011 májusától Olaszországban, Hollandiában és Spanyolországban, 2013 februárjától a Cseh Köztársaságban, 2013 novemberétől Ausztriában, Belgiumban, Dániában, Norvégiában, Lengyelországban és Svédországban. A Google által a verseny 2011 előtti elemzésének hiányával kapcsolatban megfogalmazott kifogás tehát csak Németországra, az Egyesült Királyságra és Franciaországra vonatkozik.
- 667 E tekintetben a fenti 383–388. pontban említett körülmények vizsgálatából kitűnik, hogy a Google általános eredményoldalairól a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom csökkenései összességében jelentős voltak az Egyesült Királyságban, Németországban és Franciaországban 2011-től kezdve, jóllehet ezen árösszehasonlító szolgáltatások közül néhány korábban is csökkenést tapasztalt. A fenti 402. és 403. pontban említett elemek vizsgálatából kitűnik, hogy a Google általános eredményoldalairól a saját árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalom 2008 januárjától kezdve Németországban és az Egyesült Királyságban, illetve 2010 októberétől Franciaországban jelentősen növekedett; ezek az időpontok megfelelnek a Product Universals ezen országokban történt piacra dobásának. Végül a Google negyedik megsemmisítési jogalapja három részének vizsgálatából kitűnik, hogy a nemzeti általános keresési piacokat kivéve a Bizottság helyesen bizonyította a Google azon tizenhárom országban tanúsított magatartásának potenciális versenyellenes hatásait, amelyek tekintetében erőfölénnyel való visszaélést állapított meg. Egyébiránt a Google nem vitatja, hogy az Egyesült Királyságban, Németországban és Franciaországban a felrótt magatartást követte, amely a Product Universals piacra dobásával valósult meg, miközben a versengő árösszehasonlító szolgáltatások 2008 januárja és 2010 októbere között a generikus eredményekre korlátozódtak. Ennélfogva, noha e magatartásnak a Google általános eredményoldalairól származó forgalomra gyakorolt jelentős hatásainak a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalmat érintő egyik részét általában csak 2011-től észlelték, a Bizottság helyesen állapította meg, hogy a jogsértés a szóban forgó magatartás elkövetésekor kezdődött, és hogy a jogsértés időtartama megfelelt e magatartás elkövetése időszakának. E tekintetben megjegyezhető, hogy az iránymutatás 22. pontjában említett, arra vonatkozó tényező, hogy „a jogsértés megvalósult-e”, a jogsértésben részt vevő felek magatartására, és nem a jogsértés piacra gyakorolt hatásaira vonatkozik (2018. december 12-i Servier és társai kontra Bizottság ítélet, T-691/14, fellebbezés alatt, EU:T:2018:922, 1805. pont).

- 668 Ugyanezen okból el kell utasítani az arra vonatkozó érvet, hogy a Google Shopping specializált oldalt csak 2016-ban vezették be egyes érintett országokban. A Bizottság által a Google-nak felrót magatartás nem az, hogy létrehozott egy kereső- és a termékek összehasonlítására specializálódott eredményoldalt, hanem az, hogy általános eredményoldalán a saját eredményeinek a Product Universalsban, majd a Shopping Unitsben való előnyösebb elhelyezése és megjelenítése révén eltérően kezelte saját árösszehasonlító szolgáltatását és a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokat.
- 669 Ugyanez az indok a Google azon érvének elutasítását is magában foglalja, amely szerint a kötelezettségvállalási javaslatok megtárgyalásának időszaka nem számítható bele a jogsértés időszakába. Ezen időszak alatt ugyanis a Google nem szüntette meg a szóban forgó magatartást. E körülmények között a Google által előadottakkal ellentétben a Bizottságnak ezen időszaknak a jogsértés időszakába való beszámítását illetően nem kellett külön indokolást sem szolgáltatnia.
- 670 A fentiekből következik, hogy a jogsértés időtartama, amelyet a szankció összegének kiszámítása céljából az érintett országok mindegyike tekintetében figyelembe vettek, nem vonható kétségbe.
- 671 A Google ezt követően úgy véli, hogy a Bizottság által megállapított 10%-os súlyossági együttható indokolatlanul magas. Többek között az EK-Szerződés 82. cikkének és az EGT-Megállapodás 54. cikkének alkalmazására vonatkozó eljárásban (COMP/C-3/37.990 – Intel-ügy) 2009. május 13-án hozott D(2009) 3726 végleges bizottsági határozatra hivatkozik, amelyben a Bizottság csak 5%-os súlyossági együtthatót állapított meg, holott a szóban forgó magatartás jóval súlyosabb volt, mint amit neki felrótak.
- 672 Mindenekelőtt emlékeztetni kell arra, hogy – amint az a fenti 623. pontban szerepel – a Bizottság más, bírságok tárgyában hozott határozataival való összehasonlítás csak akkor lehet releváns az egyenlő bánásmód elvének tiszteletben tartása szempontjából, ha bizonyítást nyer, hogy az ezen egyéb határozatokkal kapcsolatos ügyek körülményei – mint például a piacok, a termékek, az országok, a vállalkozások és az érintett időszakok – összehasonlíthatók a jelen ügy tényállásával, továbbá hogy összehasonlítási célból aktuális határozatokra kell hivatkozni. E tekintetben megállapítást nyert, hogy az a tény, hogy a Bizottság a múltban bizonyos mértékű bírságokat szabott ki, nem fosztja meg attól a lehetőségtől, hogy ezt a szintet a releváns rendeletben és az általa elfogadott iránymutatásban jelzett korlátok között felemelje, amennyiben ez szükségesnek bizonyul az uniós versenypolitika végrehajtásának biztosítása érdekében. Többek között elrettentő hatásuk megerősítése érdekében emelheti a bírságok szintjét. A Bizottság korábbi határozathozatali gyakorlata tehát önmagában nem szolgál jogi háttérként a versenyjogi bírságok összegének meghatározásához, mivel azt immár kizárólag az 1/2003 rendelet és az iránymutatás határozza meg (2003. szeptember 30-i Michelin kontra Bizottság ítélet, T-203/01, EU:T:2003:250, 254. pont; lásd még ebben az értelemben: 1983. június 7-i Musique Diffusion française és társai kontra Bizottság ítélet, 100/80–103/80, EU:C:1983:158, 109. pont; 2008. szeptember 11-i Coats Holdings és Coats kontra Bizottság végzés, C-468/07 P, nem tették közzé, EU:C:2008:503, 30. pont).
- 673 Az iránymutatás 19–22. pontjában lényegében az szerepel, hogy – anélkül, hogy figyelembe vennék a jogsértés időtartamát és az elrettentés céljából esetlegesen alkalmazott kiegészítő összeget – a bírság alapösszege a jogsértéshez kapcsolódó áruk és szolgáltatások szóban forgó vállalkozás által elért eladásai éves értékének olyan (általában súlyossági együtthatónak nevezett) hányadából áll, amely általában 30%-ig terjedhet, és amelyet a jogsértés súlyától függően határoznak meg, a súlyosságot pedig esetenként állapítják meg, valamennyi releváns körülmény figyelembevételével, bizonyos számú olyan tényező alapján, mint a jogsértés jellege, az érintett

- vállalkozások összesített piaci részesedése, a jogsértés földrajzi kiterjedése, valamint az, hogy a jogsértés megvalósult-e. Az iránymutatás 23. pontja kifejti, hogy az árak rögzítéséről, a piacok felosztásáról és a termelés korlátozásáról szóló horizontális megállapodások a legsúlyosabb versenykorlátozások közé számítanak, amelyeket szigorúan kell szankcionálni, ami azt jelenti, hogy ezekben az esetekben az eladások arányát általában a legmagasabb szinten állapítják meg.
- 674 Egyébiránt az állandó ítélkezési gyakorlatból kitűnik, hogy a versenyjogi szabályok megsértésének súlyát számos tényező alapján kell meghatározni – mint például az ügy sajátos körülményei, az ügy háttere, a bírságok elrettentő hatása –, azonban nincs olyan felsorolás, amely kimerítő vagy kötelező módon tartalmazná a mérlegelendő tényezőket (2010. október 14-i Deutsche Telekom kontra Bizottság ítélet, C-280/08 P, EU:C:2010:603, 273. pont; 2012. április 19-i Tomra Systems és társai kontra Bizottság ítélet, C-549/10 P, EU:C:2012:221, 107. pont; lásd ebben az értelemben: 2018. szeptember 26-i Infineon Technologies kontra Bizottság ítélet, C-99/17 P, EU:C:2018:773, 198. pont).
- 675 A jelen ügyben a megtámadott határozat (743) preambulumbekzdésében a Bizottság az eladások értékének 10%-át azzal igazolta, hogy kifejtette, hogy a specializált termék-összehasonlítási keresés és az általános keresés érintett nemzeti piaci nagy gazdasági jelentőséggel bírnak, ami azt jelenti, hogy az e piacokon tanúsított bármely versenyellenes magatartás jelentős hatást gyakorolhat, és hogy a jogsértés időszakában a Google nemcsak erőfölényben volt az általános keresés tizenhárom érintett nemzeti piacán, hanem ott versenytársainál jóval nagyobb piaci részesedéssel is rendelkezett.
- 676 Meg kell állapítani, hogy a megtámadott határozat (743) preambulumbekzdése az iránymutatás alapján önmagában nem teszi lehetővé az elfogadott 10%-os súlyossági együttható igazolását, amint azt lényegében a Google állítja. A Bizottság ugyanis e preambulumbekzdésben nem hivatkozik elegendő releváns körülményre. E preambulumbekzdésben csak az iránymutatás 22. pontjában említett négy tényező egyikére, vagyis az érintett vállalkozás piaci részesedésére hivatkoznak, és a többi tényező – mint például a jogsértés jellege vagy földrajzi kiterjedése – közül egyiket sem tárgyalják. A Bizottság közelebbről nem fogalmaz meg kifejezett és részletes értékelést a Google-nak felrótt magatartás valódi súlyát, másként fogalmazva a jogsértés jellegének súlyosságát illetően, holott olyan tényezőről van szó, amelyet az iránymutatás 22. pontja kifejezetten említ, és amelynek vizsgálata elengedhetetlennek tűnik a jogsértés átfogó súlyának értékeléséhez, amely egyéb tényezőket is figyelembe vesz.
- 677 A Törvényszék korlátlan felülvizsgálati jogkörében eljárva a Google magatartásának súlyát a fenti 673. és 674. pontban hivatkozott további tényezők figyelembevételével értékeli a fenti 675. pontban kifejtettekhez képest.
- 678 E tekintetben, amint arra a Törvényszék a fenti 614. és 615. pontban emlékeztetett, számos ügy készítette a Bizottságot és az uniós bíróságot arra, hogy versenyellenesnek tekintsék az erőfölényben lévő vállalkozások kizorításra irányuló magatartásait, és szankcionálják azokat. E versenyellenes magatartások főszabály szerint súlyosnak tekintendők (lásd ebben az értelemben: 1991. július 3-i AKZO kontra Bizottság ítélet, C-62/86, EU:C:1991:286, 162. pont). Ezek eredménye ugyanis az, hogy elkerülik a versenytársak piacra lépését, vagy csökkentik a versenytársak számát, vagy legalábbis a tőlük származó versenynyomást, és nem csupán korlátozzák magatartási szabadságukat. E tekintetben e magatartások bizonyos körülmények között olyan súlyosak lehetnek, mint az árak rögzítésére, a piac felosztására vagy a termelés korlátozására irányuló kartellek, amelyek az iránymutatás 23. pontja szerint általában „a legmagasabb szinten” megállapított súlyossági együtthatót tesznek indokolttá, mivel ugyanolyan

módon érintik a versenyt, abban az értelemben, hogy az érintett piacokon a keresleti oldal mindkét típusú jogsértés bekövetkezését követően monopolhelyezettel vagy oligopol helyzettel, vagy pedig a verseny szempontjából ezekkel egyenértékű helyzettel szembesülhet, vagyis legalábbis olyan szituációval, amelyben a verseny jelentősen csökkent.

- 679 Ugyanakkor az erőfölényben lévő vállalkozás kizorításra irányuló magatartásának súlyossága nagyobb vagy kisebb is lehet. E tekintetben figyelembe vehető az a tény, hogy e magatartásnak egyértelműen az-e a célja, hogy kizorítsa a versenytársakat, mint például a felfaló árazás, az alapvető szolgáltatás nyújtásának megtagadása vagy az árprés esetében. Ugyanígy figyelembe lehet venni a vitatott magatartás által lefedett piac mértékét is. Ez az adat ugyanis nem csak a magatartás jogsértőnek minősítése szempontjából lehet szükséges (lásd ebben az értelemben: 2017. szeptember 6-i Intel kontra Bizottság ítélet, C-413/14 P, EU:C:2017:632, 139. pont), hanem relevánsnak bizonyulhat a jogsértés súlyának mérése szempontjából is.
- 680 A jelen ügyben, amint az a fenti 616. pontból kitűnik, a Google kifogásolt magatartását szándékosan tanúsították, annak tudatában, hogy az a versenytársak kizorításához és a verseny korlátozásához vezethet. Az a tény, hogy a Bizottság először kötelezettséget vállalt arra, hogy az ügyet kötelezettségvállalások elfogadására irányuló eljárás keretében folytatja le, és hogy ezek az eljárások főszabály szerint nem célszerűek, ha a jogsértés jellege eleve szankció kiszabását látszik igazolni, hogy több közigazgatási hatóság, illetve nemzeti bíróság nem minősítette jogellenesnek a Google magatartását, valamint hogy a Bizottság a megtámadott határozatban nem bizonyította, hogy a versenytársak kizorítására irányuló valódi szándékról és az e célból kidolgozott stratégiáról van szó, nem alkalmas az említett értékelés megkérdőjelezésére. A vizsgált magatartások kizorításra irányuló magatartások maradnak, amelyek ugyanolyan károsak lehetnek a versenyre, mint az árkartell vagy a piacok felosztása. Látható, amint azt a Törvényszék a fenti 383–387. pontban kifejtette, hogy a Google-lal versengő egyes árösszehasonlító szolgáltatások rendkívül nagy, annak általános eredményoldaláról származó forgalmat vesztek. A Google a szóban forgó magatartásokat az EGT tizenhárom országában fokozatosan fejtette ki közel tíz évig, sőt hat ilyen országban azt követően is, hogy 2013 márciusában kézhez kapta a Bizottság előzetes értékelését.
- 681 Azt is figyelembe kell venni egyrészt, hogy a Bizottság nem bizonyította érvényesen a visszaélés fennállását az internetes általános keresési piacon (lásd a fenti 596. pontot), valamint hogy a szóban forgó magatartásokat nem leplezték, ami lehetővé teszi ezen, jellegénél fogva a jogsértés súlyát kiemelő tényező elutasítását (lásd ebben az értelemben: 2006. december 14-i Raiffeisen Zentralbank Österreich és társai kontra Bizottság ítélet, T-259/02–T-264/02 és T-271/02, EU:T:2006:396, 252. pont). Másrészt figyelembe kell venni, hogy a Törvényszék – amint arra a fenti 680. pontban emlékeztetett – úgy véli, hogy a szóban forgó magatartásokat szándékosan, nem pedig gondatlanságból tanúsították. Míg az első megfontolás az alkalmazandó súlyossági együttható csökkentése mellett szól, addig a második ezen együttható növelése mellett.
- 682 Ennélfogva a Törvényszék az iránymutatás fenti 673. pontban felidézett elveit követve, még ha azok nem is kötelezik őt (lásd ebben az értelemben: 2016. január 21-i Galp Energía España és társai kontra Bizottság ítélet, C-603/13 P, EU:C:2016:38, 90. pont; 2011. október 5-i Romana Tabacchi kontra Bizottság ítélet, T-11/06, EU:T:2011:560, 266. pont; 2014. december 12-i H & R ChemPharm kontra Bizottság ítélet, T-551/08, EU:T:2014:1081, 221. pont), úgy véli, hogy 10%-os súlyossági együtthatót (vagyis az eladások értékének ilyen hányadát) kell alkalmazni.

- 683 A Google ezt követően előadja, hogy az eladások értéke 10%-ának megfelelő kiegészítő összeg, amelyet a Bizottság első alkalommal állapított meg a bírság alapösszegében egy kartellhez nem kapcsolódó, erőfölénnyel való visszaélés miatt, szintén nem volt indokolt.
- 684 A megtámadott határozat (750) preambulumbekzdésében a Bizottság e kiegészítő összeg alkalmazását azon elemekre hivatkozva indokolta, amelyeket e határozat (743) preambulumbekzdésében a magatartás súlyának értékelésénél vett figyelembe (lásd a fenti 675. pontot). Hozzátette, hogy ez az összeg annak a követelménynek felel meg, hogy biztosítani kell, hogy a bírság kellő elrettentő erővel rendelkezzen a Google-hoz hasonló méretű és hasonló forrásokkal rendelkező vállalkozások tekintetében.
- 685 Ilyen kiegészítő összeget ír elő az iránymutatás 25. pontja, amely egyébiránt kimondja, hogy ez az összeg az eladások értéke 15 és 25%-a közötti összegnek felel meg. Ugyanezen pont kifejti, hogy ez az összeg különösen annak a követelménynek felel meg, hogy a vállalkozásokat elrettentsék attól, hogy egyáltalán árrogzításról, piacfelosztásról és termeléskorlátozásról szóló horizontális megállapodásokat kössenek, és hogy a Bizottság más jogsértések esetén is alkalmazhatja azt. E tekintetben a kitűzött célt az iránymutatás 7. pontja ismerteti, amely kimondja, hogy „[a] bírságba szükséges olyan speciális, a jogsértés időtartamától független összeget is beépíteni, mely a vállalkozások még meg nem kezdett jogellenes magatartástól való elrettentésére szolgál”. Következésképpen az iránymutatásból kitűnik, hogy ez az összeg bizonyos jogsértések esetében a bírság olyan „átalányát” jelenti, amely – a jogsértés időtartamának figyelembevételével nélkül – pusztán a jogsértés elkövetésének tényén alapulhat.
- 686 Az ilyen összeg kétségkívül elrettentő erővel bír valamennyi vállalkozás tekintetében, azonban – ellentétben azzal, amit a Bizottság a megtámadott határozat (750) preambulumbekzdésének második tagmondatában láthatóan kiemelt – nem kifejezetten arra irányul, hogy biztosítsa a bírságok kellően elrettentő jellegét a nagyvállalatok tekintetében, ami az iránymutatás egy másik rendelkezésének hatálya alá tartozik, amelyet a Bizottság a jelen ügyben együttesen alkalmazott, amint az a megtámadott határozat (753) preambulumbekzdéséből kitűnik, vagyis azon, az iránymutatás 30. pontjában szereplő rendelkezés alá, amely az alapösszeg meghatározását, valamint a súlyosító és enyhítő körülmények figyelembevételét követően a bírság összegének esetleges utolsó emelésére irányul.
- 687 A Törvényszék tehát megállapítja, hogy a Bizottságnak a megtámadott határozatban a 10%-os kiegészítő összeg alkalmazásának igazolása érdekében kifejtett indokai részlegesek, amennyiben a jogsértés súlyához kapcsolódnak, figyelemmel a fenti 676. pontban kifejtettekre, és felvethetnek kérdést, amennyiben azok az iránymutatásban kifejtett célkitűzéshez kapcsolódnak.
- 688 A korlátlan felülvizsgálati jogkör gyakorlása keretében mindenesetre újból értékelni kell annak lehetőségét, hogy a Google-lal szemben kiszabott bírság alapösszegében kiegészítő összeg kerüljön rögzítésre, mivel a jelen ügyben a Törvényszék továbbra is az iránymutatásban meghatározott sémát követi, amint azt már a fenti 682. pontban is tette.
- 689 Az iránymutatás 25. pontjában elsődlegesen említett jogsértésből, vagyis az árak rögzítéséről, a piac felosztásáról és a termelés korlátozásáról szóló horizontális megállapodásokban való részvételből következik, hogy a kiegészítő összeg indokolt a különösen súlyos jogsértések esetében (lásd ebben az értelemben: 2018. december 12-i Servier és társai kontra Bizottság ítélet, T-691/14, fellebbezés alatt, EU:T:2018:922, 1883. pont). E kiegészítő összeg arra irányul, hogy visszatartsa a vállalkozásokat attól, hogy ilyen jogsértéseket kövessenek el, függetlenül az azokban való részvételük időtartamától.

- 690 A fenti 678–680. pontból kitűnik, hogy a Google magatartása különösen súlyos jogsértésnek minősült. E körülmények között a Törvényszék nem vonja kétségbe az eladások értékének a Bizottság által megállapított, a bírság alapösszegébe beépítendő, a 2016. évi eladások értéke 10%-ának megfelelő kiegészítő összeget.
- 691 A bírság Törvényszék által korlátlan felülvizsgálati jogkörének gyakorlása során értékelt alapösszege tehát ugyanaz, mint amelyet a Bizottság a megtámadott határozatban megállapított, vagyis az megegyezik a megtámadott határozat (748) preambulumbekzdésében szereplő 29. táblázatában hivatkozott 2016. évi eladások 10%-os együtthatóval érintett értékének minden egyes érintett ország tekintetében a megtámadott határozatban ugyanezen táblázatban a napok száma formájában megállapított éves időtartammal való szorzatával, amelyet a 2016. évi eladások 10%-ának megfelelő kiegészítő összeggel növeltek meg. Ez az alapösszeg 1 866 424 914 euró.
- 692 A Google több érvet is felhozott annak vitatása érdekében, hogy vele szemben bírságot szabhattak ki, amelyeket a Törvényszék elutasított, miután e szempontból megvizsgálta azokat. Mindazonáltal, mivel a Törvényszék megkezdte a megtámadott határozat megváltoztatását, és figyelembe kell vennie az ügy körülményeit, úgy véli, hogy ezen érvek némelyikét az enyhítő körülmények esetleges elismerése címén újból meg kell vizsgálnia.
- 693 E tekintetben a Google arra hivatkozott, hogy a Bizottság a kötelezettségvállalások elfogadására irányuló eljárás keretében kezdte elbírálni az ügyet, valamint arra, hogy jóhiszeműen három kötelezettségvállalás-csoportot ajánlott fel. Amint az a fenti 638. pontban megállapítást nyert, a Bizottság először is úgy ítélte meg, hogy a harmadik ilyen csoport eloszthatja az előzetes értékelésében megfogalmazott, versennyel kapcsolatos aggályait, mivel erről tájékoztatta a panaszosokat, jelezve, hogy szándékában áll a panaszait elutasítani. Amint arra a Törvényszék a fenti 632–638. pontban rámutatott, ezen ideiglenes értékelés az eljárás egy bizonyos szakaszában nem volt akadálya annak, hogy a Bizottság visszatérjen a jogsértés megállapítására irányuló eljáráshoz, és szankciót alkalmazzon a Google-lal szemben. Mindazonáltal, ha bebizonyosodna, hogy a Google, miután a Bizottság az ügyet a kötelezettségvállalások elfogadásával kezdte el megoldani, ténylegesen olyan komoly kötelezettségvállalásokat javasolt, amelyek véget vethettek a Bizottság által azonosított versenyproblémáknak, ez enyhítő körülménynek minősülhet.
- 694 Ugyanakkor a Törvényszék egyik kérdésére válaszolva a Google lényegében kifejtette, hogy az általa végül a Bizottságnak felajánlott kötelezettségvállalások jelentősen eltértek attól, amit a megtámadott határozat végrehajtása érdekében teljesíteni kellett volna. A Google magyarázatai szerint e kötelezettségvállalások nem ahhoz vezettek volna, hogy a Shopping Unitsben való megjelenés érdekében ugyanazokat az eljárásokat és módszereket alkalmazzák a versengő árösszehasonlító szolgáltatások tekintetében, amint azt a megtámadott határozat megköveteli, hanem más mechanizmusok alkalmazásához. Ezenkívül, amint azt a Törvényszék a fenti 26. pontban megállapította, e kötelezettségvállalási felajánlások jelentős számú panaszos részéről negatív fogadtatásban részesültek, amint az kitűnik a megtámadott határozat (73) preambulumbekzdéséből. E körülmények között a Törvényszék úgy ítéli meg, hogy nem áll fenn olyan enyhítő körülmény, amelyet a Google javára figyelembe kellene venni az általa felajánlott kötelezettségvállalások miatt.
- 695 Végül a Google úgy véli, hogy a Bizottság által végül elfogadott 1,3-es szorzótényező szintén indokolatlan. A Google többek között a közigazgatási eljárás során tanúsított konstruktív hozzáállására és az ilyen tényezőnek az erőfölénnyel való visszaéléssel kapcsolatos egyetlen ügyben történt korábbi alkalmazására hivatkozik, amely sokkal súlyosabb magatartásra vonatkozott.

- 696 Mindazonáltal először is, a Törvényszék a Google által a közigazgatási eljárás során tanúsított magatartást már megvizsgálta esetleges enyhítő körülmény címén, és mint ilyet kizárta.
- 697 Másodszor, amint arra a Törvényszék a fenti 672. pontban már emlékeztetett, e területen a precedensek csak hasonló körülmények között kötik a Bizottságot, vagyis *a contrario a fortiori* nem kötik. A jelen esetben az EUMSZ 102. cikk és az EGT-Megállapodás 54. cikke alkalmazására vonatkozó eljárásban (AT.39523 – Slovak Telekom ügy) 2014. október 15-én hozott bizottsági határozat alapjául szolgáló, a Google által hivatkozott ügy nem ugyanazon termékpiacon, illetve földrajzi kiterjedésre vonatkozott, mint a jelen ügy, és az azonosított magatartások is eltérő jellegűek voltak, noha szintén kizorításra irányuló magatartásokról volt szó.
- 698 Harmadszor, amint az az iránymutatás 30. pontjából kitűnik, a szóban forgó növelés arra irányul, hogy biztosítsa a bírságok elrettentő jellegét azon hatalmas méretű vállalkozásokkal szemben, amelyek a jogsértés által érintett áruk és szolgáltatások értékesítésén túl különösen jelentős forgalmat bonyolítanak. Az ilyen vállalkozások esetében ugyanis, ha a Bizottság az iránymutatás korábbi pontjaiban meghatározott bírságok kiszámítására szorítkozna, a bírságnak kizárólag az érintett termék vagy szolgáltatás közvetlen és közvetett forgalma alapján kiszámított mértéke elégtelen lehetne ahhoz, hogy e vállalkozások tevékenységének és teljesítményének egészére tekintettel elrettentő hatású legyen (lásd ebben az értelemben: 2014. szeptember 4-i YKK és társai kontra Bizottság ítélet, C-408/12 P, EU:C:2014:2153, 84–86., valamint 93. pont).
- 699 A jelen ügyben a Bizottság a megtámadott határozat (753) preambulumbekzdésében kifejtette, hogy az Alphabet 2016. évi, több mint 80 milliárd eurós forgalma jelentősen meghaladta a termékösszehasonlítási szolgáltatásából származó bevételeket, és hogy következésképpen az 1,3-es szorzótényező indokolt annak érdekében, hogy a bírság ne csupán a Google, hanem az azonos méretű vállalkozások tekintetében is kellően elrettentő jellegű legyen.
- 700 A Törvényszék úgy véli, hogy ez a megközelítés megalapozott, és azt korlátlan felülvizsgálati jogkörének gyakorlása keretében átveszi. Az érintett szolgáltatások tekintetében az eladások 2016-ban megállapított értéke ugyanis 2 045 300 588 euró volt, vagyis körülbelül 40-szer kevesebb, mint az Alphabet fenti 699. pontban említett forgalma.
- 701 A Google-lal szemben kiszabott pénzbírság összegére vonatkozó ezen értékelésből kitűnik, hogy ezt az összeget nem kell módosítani. Következésképpen, még ha a tárgyaláson meg is vitatták azt a kérdést, hogy a Törvényszék növelheti-e az e határozatban kiszabott szankciót erre vonatkozó indítvány hiányában, e kérdésről nem szükséges határozni.
- 702 A hatodik jogalap vizsgálatából tehát az következik, hogy a Törvényszék a kiszabott bírság összegét 2 424 495 000 euróban állapítja meg. Mivel – amint arra a megtámadott határozat (735) és (736) preambulumbekzdése emlékeztet – az Alphabet 2015. október 2-i létrehozása óta a Google LLC-vel együttes és egyetemleges felelősséget visel, amit ez utóbbiak nem is vitattak, azt is helyben kell hagyni, hogy 2 424 495 000 euró összegű bírság került kiszabásra a Google LLC-vel szemben, amelyből 523 518 000 euró az Alphabettel együttesen és egyetemleges.

D. Általános következtetés

- 703 Az elsődlegesen előterjesztett kérelem alátámasztása érdekében előterjesztett első–ötödik jogalap vizsgálatából (lásd a fenti 566. pontot) az következik, hogy a Bizottság helyesen állapította meg a megtámadott határozat 1. cikkében, hogy azáltal, hogy visszaélt az általános keresés nemzeti piacán fennálló erőfölényével, a Google megsértette az EUMSZ 102. cikket és az

EGT-Megállapodás 54. cikkét a fenti 55. pontban említett tizenhárom országban található nemzeti specializált keresési piacok tekintetében, a specializált termékeredmények vagy termék hirdetések Google általános eredményoldalain való bevezetésének megfelelő különböző időpontoktól. Ezzel szemben e cikket részlegesen meg kell semmisíteni annyiban, amennyiben a Bizottság abban a fent említett jogsértés fennállását a visszaélés által az e tizenhárom országban található nemzeti általános keresési piacokra gyakorolt hatások alapján állapította meg.

- 704 A hatodik jogalap vizsgálatából (lásd a fenti 702. pontot) az következik, hogy a megtámadott határozatban kiszabott bírság összegét helyben kell hagyni. Ennélfogva el kell utasítani a másodlagosan előterjesztett, a bírság törlésére vagy összegének csökkentésére irányuló kereseti kérelmet.

V. A költségekről

- 705 Az eljárási szabályzat 134. cikkének (1) bekezdése értelmében a Törvényszék a pervesztes felet kötelezi a költségek viselésére, ha a pernyertes fél ezt kérte. Az eljárási szabályzat 138. cikkének (1) és (2) bekezdése értelmében a tagállamok, valamint az EFTA Felügyeleti Hatóság az eljárásba való beavatkozásuk esetén maguk viselik saját költségeiket. Az eljárási szabályzat 138. cikkének (3) bekezdése értelmében a Törvényszék úgy határozhat, hogy az e cikk (1) és (2) bekezdésében nem említett beavatkozó felek maguk viseljék saját költségeiket.
- 706 A jelen ügyben, a Google és a Bizottság, valamint a CCIA, a BEUC, a Foundem, a VDZ, a BDZV, a Visual Meta, a Twenga és a Kelkoo által előterjesztett költségekre vonatkozó, a fenti 113–118. pontban hivatkozott kérelmekre tekintettel, mivel a Google lényegében pervesztes lett, saját költségeinek viselésén kívül kötelezni kell a Bizottság költségeinek viselésére is, kivéve a nála a CCIA beavatkozása folytán felmerült költségeket, amelyek viselésére ez utóbbit kell kötelezni. Egyébiránt a BEUC, a Foundem, a VDZ, a BDZV, a Visual Meta, a Twenga, az EFTA Felügyeleti Hatóság, a Kelkoo és a Németországi Szövetségi Köztársaság maguk viselik saját költségeiket.

A fenti indokok alapján

A TÖRVÉNYSZÉK (kibővített kilencedik tanács)

a következőképpen határozott:

- 1) **A Törvényszék az EUMSZ 102. cikk és az EGT-Megállapodás 54. cikke alkalmazására vonatkozó eljárásban (AT.39740 – „Google Search [Shopping]” ügy) 2017. június 27-én hozott C(2017) 4444 final bizottsági határozat 1. cikkét megsemmisíti egyedül annyiban, amennyiben a Bizottság e cikkben azon az alapon állapította meg e rendelkezéseknek a Google LLC és az Alphabet, Inc. által az Európai Gazdasági Térségen (EGT) belül az általános keresés tizenhárom nemzeti piacán történő megsértését, hogy e piacokon versenyellenes hatások álltak fenn.**
- 2) **A Törvényszék a keresetet az ezt meghaladó részében elutasítja.**
- 3) **A Google és az Alphabet maga viseli saját költségeit és a Bizottság részéről felmerült költségeket, azon költségek kivételével, amelyek a Bizottság részéről a Computer & Communications Industry Association beavatkozása folytán merültek fel.**
- 4) **A Computer & Communications Industry Association maga viseli saját költségeit, valamint a beavatkozása folytán a Bizottság részéről felmerült költségeket.**
- 5) **A Németországi Szövetségi Köztársaság, az EFTA Felügyeleti Hatóság, a Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC), az Infederation Ltd, a Kelkoo, a Verband Deutscher Zeitschriftenverleger eV, a Visual Meta GmbH, a BDZV – Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger eV és a Twenga maga viseli saját költségeit.**

Gervasoni

Madise

da Silva Passos

Kowalik-Bańczyk

Mac Eochaidh

Kihirdetve Luxembourgban, a 2021. november 10-i nyilvános ülésen.

Aláírások

Tartalomjegyzék

I.	A jogvita előzményei	3
	A. Előzmények	3
	B. Közigazgatási eljárás	8
	C. A megtámadott határozat	9
II.	Az eljárás	18
III.	A felek kérelmei	22
IV.	A jogkérdésről	23
	A. Előzetes megfontolások	23
	1. A jelen ügyben felhozott jogalapok és érvek vizsgálatának sorrendjéről	23
	2. A Törvényszék által a jelen ügyben gyakorolt felülvizsgálat terjedelméről	24
	B. Az elsődlegesen benyújtott, a megtámadott határozat megsemmisítése iránti kérelmekről .	26
	1. Az ötödik jogalapról és az első jogalap első részéről, amelyek azon alapulnak, hogy a szóban forgó magatartások megfelelnek az érdemeken alapuló versenynek	26
	a) Az ötödik jogalap első részéről, amely szerint a szóban forgó magatartások az érdemeken alapuló versenyhez tartozó minőségi javulásnak minősülnek, és nem minősíthetők visszaélészerűnek	26
	1) A felek érvei	26
	2) A Törvényszék álláspontja	28
	b) Az ötödik jogalap második részéről, amely szerint a Bizottság az ítélkezési gyakorlatban meghatározott feltételeknek való megfelelés nélkül követeli meg a Google-tól, hogy biztosítson hozzáférést a versengő árösszehasonlító szolgáltatások számára a javított szolgáltatásaihoz	37
	1) A felek érvei	37
	2) A Törvényszék álláspontja	40
	c) Az első jogalap első részéről, amely szerint a tényeket tévesen mutatták be, mivel a Google szolgáltatása minőségének javítása, és nem a forgalom saját árösszehasonlító szolgáltatásai felé irányítása érdekében vezette be a termékeredmény-csoportokat	48
	1) A felek érvei	48
	2) A Törvényszék álláspontja	49

2. Az első és a második jogalapnak a szóban forgó magatartások hátrányos megkülönböztetéstől mentes jellegére alapított elemeiről	51
a) Az első jogalap azon elemeiről, amelyek szerint a Bizottság tévesen állapította meg, hogy a Google a Product Universals megjelenítése révén előnyben részesítette saját termék-összehasonlítási szolgáltatását	51
1) A felek érvei	51
2) A Törvényszék álláspontja	53
b) A második jogalap azon elemeiről, amelyek szerint a Bizottság tévesen állapította meg, hogy a Google előnyben részesítette saját termék-összehasonlítási szolgáltatását a Shopping Units megjelenítése révén	57
1) A második jogalap első részéről, amely szerint a Bizottság tévesen állapította meg, hogy a termékhirdetések és a generikus eredmények eltérő kezelése részrehajló cselekménynek minősül, holott az semmilyen hátrányos megkülönböztetést nem von maga után	58
i) A felek érvei	58
ii) A Törvényszék álláspontja	59
2) A második jogalap második részéről, amely szerint a Bizottság tévesen állapította meg, hogy a Shopping Unitsben szereplő termékhirdetések a Google termék-összehasonlítási szolgáltatásának körébe tartoznak	61
i) A felek érvei	61
ii) A Törvényszék álláspontja	63
c) A második jogalap harmadik részének azon elemeiről, amelyek szerint a Google már integrálja a versengő árösszehasonlító szolgáltatásokat a Shopping Unitsbe, így nem állhat fenn részrehajlás	65
1) A felek érvei	65
2) A Törvényszék álláspontja	66
3. Az arra alapított harmadik és negyedik jogalapról, hogy a szóban forgó magatartásoknak nem voltak versenyellenes hatásai	68
a) A harmadik jogalap első részéről, amely szerint a Bizottság nem bizonyította, hogy a szóban forgó magatartások a Google általános eredményoldalairól a versengő árösszehasonlító szolgáltatások felé irányuló forgalom csökkenését eredményezték	69
1) A felek érvei	69
2) A Törvényszék álláspontja	72
b) A harmadik jogalap második részéről, amely szerint a Bizottság nem bizonyította, hogy a szóban forgó magatartások a Google általános eredményoldalairól a saját árösszehasonlító szolgáltatása felé irányuló forgalom növekedését eredményezték	79

1) A felek érvei	79
2) A Törvényszék álláspontja	81
c) A negyedik jogalap első részéről, amely szerint a Bizottság feltételezésekbe bocsátkozott a szóban forgó magatartások versenyellenes hatásait illetően	85
1) A felek érvei	85
2) A Törvényszék álláspontja	88
d) A negyedik jogalap második részéről, amely szerint a hatások elemzése során nem vették figyelembe a kereskedelmi platformok szerepét	94
1) A negyedik jogalap második részének azon elemeiről, amelyek szerint a termékpiac meghatározása téves	94
i) A felek érvei	94
ii) A Törvényszék álláspontja	97
2) A negyedik jogalap második részének azon elemeiről, amelyek szerint a kereskedelmi platformok versenynyomását mindenféleképpen figyelmen kívül hagyták	103
i) A felek érvei	103
ii) A Törvényszék álláspontja	104
e) A negyedik jogalap harmadik részéről, amely szerint a Bizottság nem bizonyította a versenyellenes hatások fennállását	107
1) A felek érvei	107
2) A Törvényszék álláspontja	110
4. Az első jogalap harmadik részéről és a második jogalap harmadik részéről, amelyek objektív igazolások fennállására vonatkoznak	117
a) A Google Product Universals megjelenítésére vonatkozó igazolásairól (az első jogalap harmadik része)	117
1) A felek érvei	117
2) A Törvényszék álláspontja	118
b) A Google Shopping Units megjelenítésére vonatkozó igazolásairól (a második jogalap harmadik része)	124
1) A felek érvei	124
2) A Törvényszék álláspontja	125

5. Az elsődlegesen előterjesztett kereseti kérelmekre vonatkozó következtetés	127
C. A bírág elvére és összegére vonatkozó, másodlagosan előterjesztett kereseti kérelmekről .	127
1. A hatodik jogalap pénzügyi szankció kiszabásának lehetőségére vonatkozó első részéről	127
a) A felek érvei	127
b) A Törvényszék álláspontja	129
2. A hatodik jogalap bírág összegére vonatkozó második részéről	136
a) A felek érvei	137
b) A Törvényszék álláspontja	140
D. Általános következtetés	147
V. A költségekről	148