



## Teismo praktikos rinkinys

### BENDROJO TEISMO (devintoji išplėstinė kolegija) SPRENDIMAS

2021 m. lapkričio 10 d.\*

„Konkurencija – Piktnaudžiavimas dominuojančia padėtimi – Bendroji ir specialioji prekių paieška internete – Sprendimas, kuriuo konstatuojamas SESV 102 straipsnio ir EEE susitarimo 54 straipsnio pažeidimas – Piktnaudžiavimas svertu poveikiu – Konkuravimas remiantis nuopelnais arba antikonkurenciniai veiksmai – Konkurentų galimybės naudotis dominuojančios įmonės teikiama paslauga, naudojimosi kuria neįmanoma veiksmingai pakeisti, sąlygos – Dominuojančios įmonės pranašumo suteikimas savo pačios specialiosios paslaugos rezultatų rodymui – Poveikis – Būtinybė parengti priešingos padėties scenarijų – Nebuvimas – Objektīvūs pateisinimai – Nebuvimas – Galimybė skirti baudą atsižvelgus į tam tikras aplinkybes – Baudų nustatymo metodo gairės – Neribota jurisdikcija“

Byloje T-612/17

**Google LLC**, anksčiau – *Google Inc.*, įsteigta Mauntin Vju, Kalifornija (Jungtinės Amerikos Valstijos),

**Alphabet, Inc.**, įsteigta Mauntin Vju,

atstovaujamos advokatų T. Graf, R. Snelders, C. Thomas, K. Fountoukakos-Kyriakakos, R. O'Donoghue, M. Pickford, QC, ir baristerio D. Piccinin,

ieškovės,

palaikomos

**Computer & Communications Industry Association**, įsteigtos Vašingtone (Jungtinės Amerikos Valstijos), atstovaujamos advokatų J. Killick ir A. Komninos,

įstojusios į bylą šalies,

prieš

**Europos Komisiją**, atstovaujamą T. Christoforou, N. Khan, A. Dawes, H. Leupold ir C. Urraca Cavedes,

atsakovę,

palaikomą

\* Proceso kalba: anglų.

**Vokietijos Federacinės Respublikos**, atstovaujamos J. Möller, S. Heimerl ir S. Costanzo,

**ELPA priežiūros institucijos**, atstovaujamos C. Zatschler ir C. Simpson,

**Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC)**, įsteigto Briuselyje (Belgija), atstovaujamo advokato A. Fratini,

**Infederation Ltd**, įsteigtos Kroutorne (Jungtinė Karalystė), atstovaujamos solisitorių A. Morfey, S. Gartagani, L. Hannah, A. D'heygere, K. Gwilliam ir advokato T. Vinje,

**Kelkoo**, įsteigtos Paryžiuje (Prancūzija), atstovaujamos advokatų J. Koponen ir B. Meyring,

**Verband Deutscher Zeitschriftenverleger eV**, įsteigtos Berlyne (Vokietija), atstovaujamos profesoriaus T. Höppner ir advokatų P. Westerhoff ir J. Weber,

**Visual Meta GmbH**, įsteigtos Berlyne, atstovaujamos profesoriaus T. Höppner ir advokato P. Westerhoff,

**BDZV – Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger eV** (anksčiau – *Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger eV*), įsteigtos Berlyne, atstovaujamos profesoriaus T. Höppner ir advokato P. Westerhoff,

ir

**Twenga**, įsteigtos Paryžiuje, atstovaujamos advokatų L. Godfroid, S. Hautbourg ir S. Pelsy,

įstojusių į bylą šalių,

dėl pagal SESV 263 straipsnį pateikto prašymo panaikinti 2017 m. birželio 27 d. Komisijos sprendimą C(2017) 4444 *final* dėl procedūros pagal SESV 102 straipsnį ir EEE susitarimo 54 straipsnį (byla AT.39740 – Paieškos sistema *Google (Shopping)*) arba, nepatenkinus šio prašymo, panaikinti arba sumažinti ieškovėms skirtos baudos dydį

#### BENDRASIS TEISMAS (devintoji išplėstinė kolegija)

kurį sudaro pirmininkas S. Gervasoni, teisėjai L. Madise (pranešėjas), R. da Silva Passos, K. Kowalik-Bańczyk ir C. Mac Eochaidh,

posėdžio sekretorė E. Artemiou, administratorė,

atsižvelgęs į rašytinę proceso dalį ir įvykus 2020 m. vasario 12, 13 ir 14 d. posėdžiui,

priima šį

## Sprendimą

### I. Ginčo aplinkybės

#### A. Kontekstas

- 1 Google LLC (anksčiau – *Google Inc.*) yra JAV bendrovė, kurios specializacija – su interneto naudojimu susijusios prekės ir paslaugos. Ji daugiausia žinoma dėl savo paieškos sistemos, kuri leidžia internautams (toliau pagal kontekstą taip pat vadinami interneto naudotojais arba vartotojais) pasitelkus jų naudojamą naršyklę ir hiperteksto saitus rasti ir pasiekti jų poreikius atitinkančias interneto svetaines. Nuo 2015 m. spalio 2 d. *Google LLC* yra pagrindinei įmonių grupės bendrovei *Alphabet, Inc.* visiškai priklausanti patronuojamoji bendrovė (toliau kartu – *Google*).
- 2 *Google* paieškos sistema, prieinama adresu [www.google.com](http://www.google.com) arba panašiais adresais su nacionaliniu plėtiniu, leidžia gauti paieškos rezultatus, pateikiamus interneto naudotojų ekranuose matomuose tinklalapiuose. Ši paieškos sistema atrenka tokius rezultatus pagal bendruosius kriterijus ir interneto svetainės, į kurias nukreipiama šiuose rezultatuose, nemoka *Google* už jų rodymą (toliau – bendrosios paieškos rezultatai arba bendrieji rezultatai), arba atrenka juos pagal specifinę konkrečiai atliekamos paieškos rūšies logiką (toliau – specialiosios paieškos rezultatai). Tam tikrais atvejais specialiosios paieškos rezultatai gali būti rodomi, internautui neatliekant jokio konkretaus veiksmo su bendrosios paieškos rezultatais tame pačiame tinklalapyje (toliau – bendrųjų rezultatų tinklalapis (-iai)“), arba rodomi vieni tik po to, kai internautas pateikia užklausą *Google* specialiosios paieškos sistemos tinklalapyje ar aktyvavus tam tikrose *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių vietose esančias nuorodas. *Google* išvystė įvairias specialiosios paieškos paslaugas, pavyzdžiui, taikomas žinioms, informacijai ir vietos komerciniams pasiūlymams, kelionėms lėktuvu arba prekių pirkimui. Šioje byloje nagrinėjama būtent pastaroji kategorija.
- 3 Specialiosios paieškos paslaugos, skirtos prekėms pirkti (toliau – prekių palyginimo paslaugos), teikiamos neparduodant prekių, tačiau teikiant šias paslaugas lyginami ir atrenkami ieškomą prekę siūlančių internetu prekiaujančių pardavėjų pasiūlymai. Tai gali būti tiesioginiai pardavėjai arba prekybos platformos, kuriose pateikiami daugelio pardavėjų pasiūlymai ir kuriose galima nedelsiant užsisakyti ieškomą prekę (žinomiausios prekybos platformos yra *eBay*, *Amazon*, *Price Minister* arba *Fnac*).
- 4 Kaip ir bendrosios paieškos rezultatai, specialiosios paieškos rezultatai gali būti „natūralūs“, t. y. jie nėra apmokami interneto svetainių, į kurias šie rezultatai nukreipia, net jei tai yra prekeivių interneto svetainės. Šių natūralių rezultatų pateikimo tvarka rezultatų tinklalapiuose taip pat nepriklauso nuo mokėjimo.
- 5 *Google* rezultatų tinklalapiuose, kaip ir kitų paieškos sistemų rezultatų tinklalapiuose, taip pat rodomi rezultatai, už kuriuos interneto svetainės, į kurias nukreipia šie rezultatai, sumoka. Šie rezultatai, paprastai vadinami „skelbimais“ (anglų k. santrumpa „ads“), taip pat susiję su internauto atlikta paieška ir išskiriami iš natūralių bendrosios arba specialiosios paieškos rezultatų, pavyzdžiui, žodžiais „skelbimas“ arba „remiama“. Jie rodomi konkrečiose rezultatų tinklalapių vietose arba tarp kitų rezultatų. Tai gali būti specialiosios paieškos rezultatai, ir iš tiesų kai kurios *Google* specialiosios paieškos paslaugos grindžiamos mokamo įtraukimo sistema. Šių rezultatų rodymas susietas su reklamos užsakovų įsipareigojimais, kuriuos jie prisiima

aukcionuose. Tam tikrais atvejais taikomi papildomi atrankos kriterijai. Reklamos užsakovai sumoka *Google*, kai internautas spusteli (taigi, aktyvuoja) jų skelbime esantį hiperteksto saitą, kuris nukreipia į jų interneto svetainę.

- 6 *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapiuose gali būti arba yra rodomi visų šio sprendimo 2–5 punktuose nurodytų rūšių rezultatai. Be to, kaip paaiškinta šio sprendimo 2 punkte, specialiosios paieškos rezultatai, nesvarbu, ar tai būtų natūralūs rezultatai, ar skelbimai, taip pat gali būti rodomi vieni specialiųjų rezultatų tinklalapyje, internautui pateikus užklausą viename iš *Google* paieškos sistemos specialiosios paieškos tinklalapių arba aktyvavus tam tikrose *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių vietose esančias nuorodas.
- 7 Kitos paieškos sistemos nei *Google* siūlo arba yra siūliusios bendrosios ir specialiosios paieškos paslaugas, kaip antai *Alta Vista*, *Yahoo*, *Bing* arba *Qwant*. Be to, yra ir specifinių paieškos sistemų, skirtų prekių palyginimui, kaip antai *Bestlist*, *Nextag*, *IdealPrice*, *Twenga*, *Kelkoo* arba *Prix.net*.
- 8 Remiantis *Google* pateiktais paaiškinimais, kurie nebuvo ginčijami, ji pradėjo teikti prekių palyginimo paslaugą internautams 2002 m., po to arba tuo pat metu kaip ir kitos paieškos sistemos, kaip antai *Alta Vista*, *Yahoo*, *AskJeeves* ar *America On Line* (AOL). Šių iniciatyvų imtasi reaguojant į tai, kad paieškos sistemų iki tol naudoti procesai nebūtinai davė konkrečią paiešką atitinkančius reikšmingiausius rezultatus, pavyzdžiui, susijusius su naujienomis arba prekėmis. Todėl nuo 2002 m. *Google* ėmė teikti prekių palyginimo rezultatus (toliau – prekių rezultatai) Jungtinėse Amerikos Valstijose, o maždaug po dvejų metų laipsniškai – ir kai kuriose Europos šalyse. Šie rezultatai buvo ne įprastų jos bendrosios paieškos algoritmų, taikomų interneto svetainėse pateikiamai informacijai, rezultatai (iš pradžių ši informacija buvo gaunama naudojant vadinamąjį „crawling“ procesą, kurį naudodama *Google* tyrinėja interneto turinį indeksavimo tikslais ir tada atrenka jį tikslu įtraukti į *Google* „internetu rodyklę“, ir galiausiai išrūšiuoja šį turinį pagal rodymo svarbą reaguojant į internauto užklausą), o specialiųjų algoritmų, taikomų pačių pardavėjų pildomoje duomenų bazėje, vadinamojoje „prekių rodyklėje“ esančiai informacijai, rezultatai. Iš pradžių šie rezultatai buvo pateikiami naudojant specialiosios paieškos tinklalapį *Froogle*, kuris buvo atskiras nuo paieškos sistemos bendrosios paieškos tinklalapio, bet vėliau, Jungtinėse Amerikos Valstijose nuo 2003 m., o kai kuriose Europos šalyse nuo 2005 m. – naudojant ir paieškos sistemos bendrosios paieškos tinklalapį. Pastaruoju atveju prekių rezultatai buvo rodomi sugrupuoti bendrųjų rezultatų tinklalapiuose vadinamajame *Product OneBox* (toliau – *Product OneBox*) žemiau tinklalapio viršuje arba šone esančių skelbimų arba lygiagrečiai jiems ir virš bendrosios paieškos rezultatų, kaip parodyta toliau *Google* pateiktame pavyzdyje su paaiškinimais:

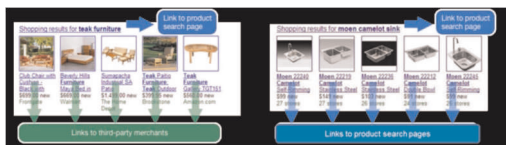


- 9 Jei internautas naudojo bendrosios paieškos tinklalapį užklausa dėl prekės suformuluoti, paieškos sistemos pateikti atsakymai apėmė ir atsakymus pagal specialiąją paiešką, ir atsakymus pagal bendrąją paiešką. Spustelėjęs *Product OneBox* rezultato nuorodą, internautas buvo tiesiogiai nukreipiamas į atitinkamą ieškomos prekės pardavėjo interneto svetainės tinklalapį, kurioje buvo galima nusipirkti šią prekę. Be to, *Product OneBox* esanti speciali nuoroda leido nukreipti interneto naudotoją į *Froogle* rezultatų tinklalapį, kuriame buvo pateikiamas platesnis su prekėmis susijusių specialiųjų rezultatų pasirinkimas. *Google* paaiškina, kad *Froogle* rezultatai niekada nebuvo rodomi bendrosios paieškos rezultatuose, bet kitų specialiųjų prekių palyginimo paieškos sistemų rezultatai vis dėlto galėjo būti rodomi tame tinklalapyje.
- 10 *Google* teigia, kad nuo 2007 m. ji pakeitė prekių rezultatų pateikimo būdą.
- 11 Po šių pakeitimų *Google* vietoj pavadinimo *Froogle* savo prekių palyginimo specialiosios paieškos ir rezultatų tinklalapiams ėmė naudoti pavadinimą *Product Search*.
- 12 Kalbant apie bendrosios paieškos tinklalapio prekių rezultatus, rodomus bendrųjų rezultatų tinklalapiuose pirma, *Google* papildė *Product OneBox* turinį, pridėdama nuotraukas. Šiuo tikslu *Google* pateikė toliau nurodytą pirmojo tipo nuotraukų pridėjimo pavyzdį:

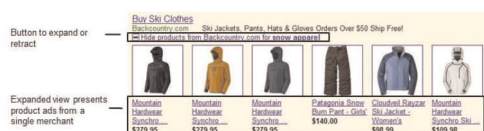


- 13 *Google* taip pat diversifikavo galimas spustelėjimo ant rodomos rezultato nuorodos baigtis: nelygu atvejis, internautai, kaip ir anksčiau, buvo tiesiogiai nukreipiami į atitinkamą ieškomos prekės pardavėjo interneto svetainės tinklalapį, kuriame šią prekę galima nusipirkti, arba nukreipiami į specializuotą *Product Search* rezultatų tinklalapį, kuriame buvo galima rasti daugiau tos pačios prekės pasiūlymų. Ilgainiui *Product Onebox* įvairiose šalyse buvo pervadintas į *Product Universal*

(toliau – *Product Universal*) (pavyzdžiui, 2008 m. Jungtinėje Karalystėje ir Vokietijoje), kartu didinant jo patrauklumą. *Google* pateikė tokius dviejų *Product Universal* variantų pavyzdžius su paaiškinimais:



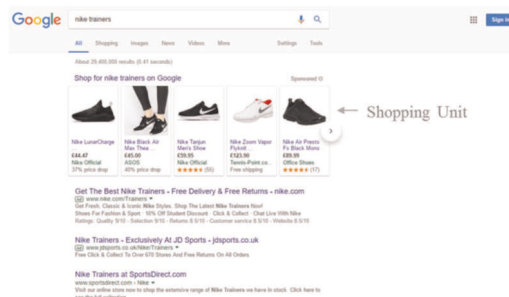
- 14 Antra, *Google* įdiegė vadinamąjį *Universal Search* mechanizmą, kuris, identifikavus prekės pirkimo paiešką, leido bendrųjų rezultatų tinklalapyje pagal hierarchiją išrūšiuoti į *Product Onebox*, o vėliau – į *Product Universal* įtrauktas prekes, palyginti su bendrosios paieškos rezultatais.
- 15 Kalbant apie mokamus prekių rezultatus, rodomus *Google* rezultatų tinklalapiuose, pažymėtina, kad nuo 2010 m. rugsėjo mėn. vietoj iki tol rodytų skelbimų, kuriuos sudarė tik tekstas (anglų k. „text ads“, toliau – tekstiniai skelbimai), *Google* Europoje pradėjo naudoti raiškųjį formatą. Jeigu to pageidavo reklamos užsakovas, spustelėjęs ant teksto, internautas galėjo didesniu už pradinį skelbimo tekstą formatu matyti ieškomų prekių nuotraukas ir reklamos užsakovo siūlomas jų kainas. *Google* pateikė tokio tekstinio skelbimo pavyzdį su paaiškinimais:



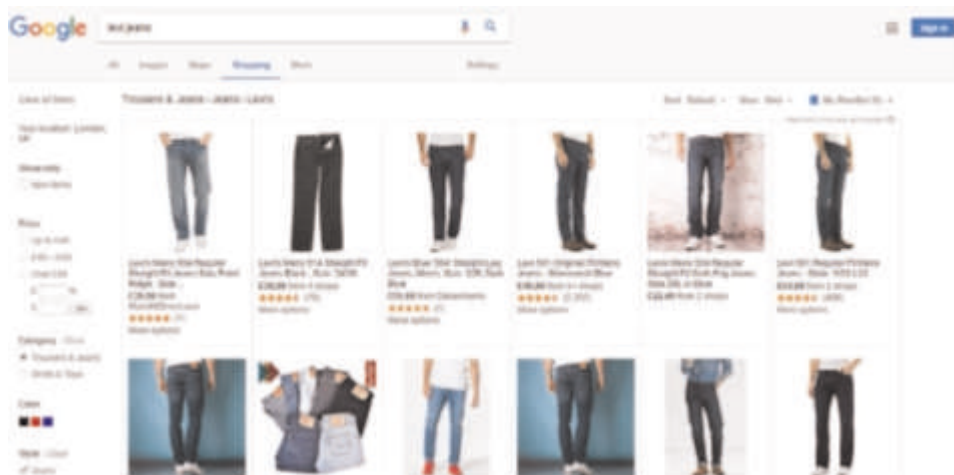
- 16 Nuo 2011 m. lapkričio mėn. Europoje *Google* papildė šį tekstinių skelbimų išplėtimo mechanizmą tiesioginiu kelių reklamos užsakovų skelbimų grupių rodymu bendrųjų rezultatų tinklalapyje kartu su nuotraukomis ir kainomis, pavadindama jį „sugrupuotais prekių skelbimais“ arba „prekių skelbimais“ (toliau – prekių skelbimai), ir šie skelbimai buvo rodomi rezultatų tinklalapio dešinėje pusėje arba viršuje. Spustelėjus ant tokio grupės skelbimo, internautas buvo nukreipiamas į reklamos užsakovo interneto svetainę. *Google* pateikė tokio prekių skelbimo pavyzdį:



- 17 Vėliau *Google* nustojo savo bendrųjų rezultatų tinklalapiuose vienu metu rodyti sugrupuotus natūralius specialiosios prekių paieškos rezultatus (*Product Universal*), sugrupuotus prekių skelbimus („product ads“), tekstinius skelbimus („text ads“), taip pat bendrosios paieškos rezultatus, nusprendusi, kad toliau tokia situacija nėra pageidautina. Po to *Google* 2013 m. Europoje nutraukė *Product Universal* ir išplėstinių tekstinių skelbimų rodymą bendrųjų rezultatų tinklalapiuose. Todėl nuo to laiko tuose tinklalapiuose buvo rodomi tik sugrupuoti prekių skelbimai, pervadinti į „Shopping Commercial Units“ arba „Shopping Units“ (toliau – *Shopping Units*), tekstiniai skelbimai ir bendrosios paieškos rezultatai. *Google* pateikė tokį *Shopping Unit*, rodomo virš tekstinių skelbimų ir bendrosios paieškos rezultato, pavyzdį su paaiškinimais:



- 18 Todėl internautas, spustelėjęs ant *Shopping Unit* esančio skelbimo, buvo visada nukreipiamas į reklamos užsakovo prekybos interneto svetainę. Jis galėjo iš bendrųjų rezultatų tinklalapio patekti į *Google* specialiosios paieškos ir prekių palyginimo rezultatų tinklalapį su daugiau skelbimų tik spustelėjęs konkrečią nuorodą virš *Shopping Unit* arba bendrajame naršymo meniu pateiktą nuorodą („Shopping“ meniu nuoroda).
- 19 *Google* patikslina, kad *Shopping Unit* skirti skelbimai buvo atrenkami ne tik pagal šio sprendimo 5 punkte nurodytą aukcionų mechanizmą, bet ir pagal kriterijus, panašius į tuos, kuriuos ji taikė siekdama sugeneruoti natūralius prekių rezultatus, kaip nurodytieji šio sprendimo 8 punkte. *Google* paaiškina (ir to niekas neginčija), kad vykdant tokią atranką tam tikrais atvejais tekstiniai skelbimai galėjo būti rodomi bendrųjų rezultatų tinklalapyje pirmiau už *Shopping Units*, arba atvirkščiai, ar *Shopping Units* galėjo būti išvis nerodomi, jei nepakakdavo aukštos kokybės skelbimų.
- 20 Kai *Google* pašalina *Product Universal* iš savo bendrųjų rezultatų tinklalapio, ji tuo pat metu nustojo rodyti natūralius prekių rezultatus specializuotame *Product Search* rezultatų tinklalapyje, virtusiame tik skelbimų tinklalapiu, pavadintu *Google Shopping*. *Google* pateikė tokį *Google Shopping* tinklalapio pavyzdį:



## B. Administracinė procedūra

- 21 Ši byla buvo iškelta po to, kai 2009 m. lapkričio mėn. ir vėliau Europos Komisija gavo kelis įmonių, įmonių asociacijų ir vartotojų asociacijų skundus, taip pat kai Komisijai buvo perduotos nacionalinių konkurencijos institucijų (konkrečiai *Bundeskartellamt* (Federalinė kartelių tarnyba, Vokietija) bylos.

- 22 2010 m. lapkričio 30 d. Komisija, remdamasi 2004 m. balandžio 7 d. Komisijos reglamento (EB) Nr. 773/2004 dėl bylų nagrinėjimo Komisijoje pagal [SESV 101 ir 102] straipsnius tvarkos (OL L 123, 2004, p. 18; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 8 sk., 3 t., p. 81) 2 straipsnio 1 dalimi, pradėjo procedūrą prieš *Google*.
- 23 2013 m. kovo 13 d. Komisija, remdamasi 2002 m. gruodžio 16 d. Tarybos reglamento (EB) Nr. 1/2003 dėl konkurencijos taisyklių, nustatytų [SESV 101 ir 102] straipsniuose, įgyvendinimo (OL L 1, 2003, p. 1; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 8 sk., 2 t., p. 205) 9 straipsniu, parengė išankstinį vertinimą dėl galimo *Google* įsipareigojimų, kurie atlieptų susirūpinimą Komisijai keliančius klausimus, priėmimo. Išankstiniame vertinime Komisija, be kita ko, nusprendė, kad pranašumo suteikimas *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapiuose esančioms nuorodomis, nukreipiančioms į pačios *Google* specialiosios paieškos paslaugas, palyginti su nuorodomis, kuriomis nukreipiama į konkurentų specialiosios paieškos paslaugas, gali pažeisti SESV 102 straipsnį ir Europos ekonominės erdvės susitarimo (EEE) 54 straipsnį.
- 24 Nurodžiusi, kad nepitaria išankstiniame vertinime pateiktai teisinei analizei, ir ginčydama teiginį, kad Komisijos apibūdintais veiksmais pažeidžiamas SESV 102 straipsnis, *Google* pateikė tris įsipareigojimų grupes: pirmąją – 2013 m. balandžio 3 d., antrąją – 2013 m. spalio 21 d. ir trečiąją – 2014 m. sausio 31 d.
- 25 Nuo 2014 m. gegužės 27 d. iki 2014 m. rugpjūčio 11 d. Komisija, remdamasi Reglamento Nr. 773/2004 7 straipsnio 1 dalimi, išsiuntė raštus skundo pateikėjams, kurie skundą pateikė iki 2014 m. gegužės 27 d., juose nurodžiusi, kad ketina atmesti jų skundus. Tuose raštuose buvo pateiktas pirminis Komisijos vertinimas, kad *Google* pateikta trečia įsipareigojimų grupė galėjo išspręsti išankstiniame vertinime nurodytas konkurencijos problemas.
- 26 Atsakymuose į šiuos raštus 19 skundo pateikėjų pateikė pastabas. Išnagrinėjusi šias pastabas, 2014 m. rugsėjo 4 d. Komisija pranešė *Google*, kad galiausiai negali priimti sprendimo dėl įsipareigojimų priėmimo pagal Reglamento Nr. 1/2003 9 straipsnį.
- 27 2015 m. balandžio 15 d. Komisija grįžo prie Reglamento Nr. 1/2003 7 straipsnio 1 dalyje numatytos pažeidimo konstatavimo procedūros ir priėmė *Google* skirtą pranešimą apie kaltinimus, kuriame padarė preliminarį išvadą, kad nagrinėjami veiksmai yra piktnaudžiavimas dominuojančia padėtimi, todėl jais pažeidžiamas SESV 102 straipsnis.
- 28 2015 m. balandžio 27 d. Komisija suteikė *Google* galimybę susipažinti su bylos medžiaga.
- 29 Nuo 2015 m. birželio iki rugsėjo mėn. Komisija išsiuntė nekonfidencialią pranešimo apie kaltinimus versiją 24 skundo pateikėjams ir 10 suinteresuotųjų asmenų. Pastabas iš viso pateikė 20 skundo pateikėjų ir 7 suinteresuotieji asmenys.
- 30 2015 m. rugpjūčio 27 d. *Google* pateikė atsakymą į pranešimą apie kaltinimus.
- 31 2015 m. spalio–lapkričio mėn. Komisija išsiuntė nekonfidencialią pranešimo apie kaltinimus versiją 23 skundo pateikėjams ir 9 suinteresuotiesiems asmenims. Pastabas pateikė 14 skundo pateikėjų ir 7 suinteresuotieji asmenys.
- 32 2016 m. liepos 14 d. Komisija priėmė papildomą pranešimą apie kaltinimus.
- 33 2016 m. liepos 27 d. Komisija suteikė *Google* naują galimybę susipažinti su bylos medžiaga.

- 34 2015 m. birželio–rugsėjo mėn. Komisija išsiuntė nekonfidencialią pranešimo apie kaltinimus versiją 20 skundo pateikėjų ir 6 suinteresuotiesiems asmenims. Pastabas dėl papildomo pranešimo apie kaltinimus pateikė 9 skundo pateikėjai ir 3 suinteresuotieji asmenys.
- 35 2016 m. lapkričio 3 d. *Google* pateikė atsakymą į papildomą pranešimą apie kaltinimus.
- 36 2017 m. vasario 28 d. Komisija nusiuntė *Google* „rašta“, kuriame išdėstytos faktinės aplinkybės“, atkreipdama jos dėmesį į įrodymus, kuriais nebuvo aiškiai remiamasi pranešime apie kaltinimus ir papildomame pranešime apie kaltinimus, tačiau kurie, išanalizavus bylos medžiagą, galėjo būti potencialiai svarbūs siekiant pagrįsti šiuose dokumentuose padarytą pirminę išvadą.
- 37 2017 m. kovo 1 d. Komisija ir vėl suteikė *Google* galimybę susipažinti su bylos medžiaga.
- 38 2017 m. balandžio 18 d. *Google* atsakė į „rašta“, kuriame išdėstytos faktinės aplinkybės“.
- 39 2017 m. birželio 27 d. Komisija priėmė sprendimą C(2017) 4444 *final* dėl procedūros pagal SESV 102 straipsnį ir EEE susitarimo 54 straipsnį (byla AT.39740 – Paieškos sistema *Google* (*Shopping*)) (toliau – ginčijamas sprendimas).

### **C. Ginčijamas sprendimas**

- 40 Ginčijamame sprendime išdėsčiusi sprendimo priėmimo procedūros etapus ir atmetusi *Google* priekaištus dėl šios procedūros vykdymo, Komisija pirmiausia apibrėžė atitinkamas rinkas, kaip tai suprantama pagal konkurencijos taisykles.
- 41 Komisija priminė, kad, nustatydamą galimą dominuojančią įmonės padėtį rinkoje, ji turi atsižvelgti ne tik į atitinkamų prekių ar paslaugų savybes, bet ir į pasiūlos ir paklausos struktūrą, kad nustatytų atitinkamą rinką ar rinkas. Jis pabrėžė, kad klausimas, ar šiomis aplinkybėmis prekės ar paslaugos skiriasi, turi būti vertinamas atsižvelgiant į vartotojų paklausą.
- 42 Komisija nusprendė, kad atitinkamos prekių rinkos yra, pirma, bendrosios paieškos internete paslaugų rinka ir, antra, prekių palyginimo internete paslaugų rinka.
- 43 Pirma, dėl bendrosios paieškos internete paslaugų rinkos Komisija nurodė, kad tokios paslaugos siūlymo veikla yra ekonominė veikla, nes nors interneto vartotojai naudojami šia paslauga nemokamai, jie sutinka, kad paieškos sistemos valdytojas rinktų duomenis apie juos, iš kurių jis vėliau gali pasipelnyti, be kita ko, gaudamas užmokestį iš reklamos užsakovų, pageidaujančių, kad jų reklama būtų rodoma rezultatų tinklalapiuose. Apskritai „dvilypėse“ platformose vienos grupės naudotojai (šiuo atveju – interneto naudotojai), jeigu platforma gerai veikia, gauna nemokamą paslaugą, ir tai leidžia sustiprinti kitos šios platformos pusės, kurios naudotojai turi mokėti (šiuo atveju tai yra reklamos užsakovai, norintys pasiekti kuo daugiau interneto naudotojų), paklausą. Todėl įvairios bendrosios paieškos internete paslaugos konkuruoja tarpusavyje, kad dėl savo paieškos sistemos kokybės pritrauktų ir interneto naudotojus, ir reklamos užsakovus.
- 44 Tada Komisija nusprendė, kad, vertinant pagal interneto naudotojų paklausą, bendrosios paieškos paslaugos ir kitos internete siūlomos paslaugos yra sunkiai pakeičiamos.
- 45 Konkrečiai Komisija nurodė, kad specialiosios paieškos paslaugos sunkiai pakeičiamos bendrosios paieškos paslaugomis, nes jos apima tik specializuotą sritį. Be to, teikiant specialiosios paieškos paslaugas dažniausia rodomi tik komerciniai pasiūlymai, o bendrosios paieškos paslaugos

susijusios su visų rūšių paslaugomis internete. Taip pat skiriasi šių įvairių paieškos paslaugų atsakymų pateikimo būdas, bent kiek tai susiję su jų duomenų bazių turiniu. Skiriasi ir jų finansiniai modeliai, nes bendrosios paieškos paslaugos finansuojamos tik iš užmokesčio už skelbimų rodymą rezultatų tinklalapiuose, o specialiosios paieškos paslaugos dar finansuojamos iš įmonių, kurių interneto svetainės nurodomos paieškos rezultatuose, mokėjimų, jeigu internautai toliau naudoja šias nuorodas (mokėjimai, susieti su spustelėjimais arba paskesniais sandoriais). Konkretūs pavyzdžiai, visų pirma *Google* pavyzdys, patvirtina šiuos skirtumus. Taigi daugelis įmonių, siūlančių specialiosios paieškos paslaugas, kaip antai *Shopzilla* (prekių palyginimo paslauga) arba *Kayak* (kelionių kainų palyginimo paslauga), nesiūlo bendrosios paieškos paslaugų. Pati *Google* aiškiai atskiria abiejų rūšių paieškos paslaugas ir savo specialiosios paieškos paslaugoms teikti nuolat naudoja paieškos tinklalapius ir specialiųjų rezultatų tinklalapius. Šio sektoriaus analitikai taip pat išskiria dviejų rūšių paslaugas. Komisija dar pažymi kitus skirtumus, susijusius su abiejų rūšių paslaugų funkcijomis arba naudojimu, nors kiekviena iš jų kartais gali pateikti atsakymus į tą pačią užklausą.

- 46 Dėl pasiūlos pakeičiamumo Komisija taip pat nurodė, kad bendrosios paieškos paslaugos ir kitos internete siūlomos paslaugos yra sunkiai pakeičiamos. Šiuo klausimu ji rėmėsi tuo, kad kitų paslaugų teikėjai patiria patekimo į rinką kliūčių, kiek tai susiję su bendrosios paieškos paslaugomis kitų internete teikiamų paslaugų teikėjams, siekdama įrodyti, kad jiems sunku per trumpą laiką ir nepatiriant išlaidų ar didelės rizikos konkuruoti su esamais bendrosios paieškos paslaugų teikėjais.
- 47 Iš esmės, Komisijos teigimu, internete veikiantis paslaugų teikėjas, kuris norėtų pasiūlyti naują bendrosios paieškos paslaugą, turėtų labai daug investuoti. Kelios didelės interneto įmonės šiuo klausimu pažymėjo, kad yra rimtų patekimo į rinką kliūčių. Tam, kad bendrosios paieškos paslauga veiktų sklandžiai ir apsimokėtų, ji turi gauti daug paieškos užklausų. Kadangi labai pasikeitė atsakymų į internautų užklausas kokybė, dabar maža tikimybė, kad įvyks tokių rinkos padėties pasikeitimų, kokių būta anksčiau, kai *Google* perėmė kažkada buvusias svarbiausias paieškos sistemas *Alta Vista* ir *Lycos*. Be to, reklamos plėtra bendrųjų rezultatų tinklalapiuose taip pat yra naudinga rinkos lyderiui, kuris pritraukia daugiau reklamos užsakovų, atsižvelgiant į jo bendrosios paieškos paslaugos naudotojų skaičių. Dėl to naujiems ekonominės veiklos vykdytojams dar sunkiau atsirasti, ir netgi yra priešingai, nes pastebėta, kad nuo 2007 m. nemažai veiklos vykdytojų nutraukė savo veiklą arba kai kurie veiklos vykdytojai ėmė vykdyti veiklą tik nacionalinėje rinkoje arba konkrečioje kalbinėje zonoje. Tik *Microsoft* pavyko prasmingai vykdyti šią veiklą naudojant savo paieškos sistemą *Bing*, tačiau nė vienoje EEE šalyje jos rinkos dalis neviršija 10 %.
- 48 Komisija nusprendė, kad bendrosios paieškos internete paslaugos neturi būti skirstomos pagal tai, ar internautai naudojami jomis iš kompiuterių, ar naudodami kitą įrangą, kaip antai planšetinius kompiuterius arba išmaniuosius telefonus. Taigi ji padarė išvadą, kad egzistuoja bendrosios internetinės paieškos paslaugų rinka.
- 49 Antra, kalbant apie prekių palyginimo internete paslaugų rinką, reikia pažymėti, kad Komisija motyvavo jos buvimą taip, kaip nurodyta toliau. Prekių palyginimo paslaugos skiriasi nuo kitų specialiosios internetinės paieškos paslaugų. Vertinant pagal paklausą, kiekviena specialiosios paieškos paslauga tenkina užklausas, sutelktas į konkretų dalyką, ir atsakymai pateikiami tik dėl šio dalyko, todėl skirtingos specialiosios paieškos paslaugos negali būti pakeičiamos tarpusavyje. Vertinant pagal pasiūlą, atsakymų atrankos kriterijai, duomenų bazių turinys, interneto svetainių, į kurias gali nukreipti specialiosios paieškos paslauga, operatorių pobūdis ir dydis ir sutartiniai santykiai su jais yra tokie įvairūs, nelygu specialiosios paieškos paslaugų rūšis, kad specialiosios

paieškos paslaugos teikėjui būtų sunku per trumpą laiką ir be didelių papildomų išlaidų pasiūlyti kitokią specialiosios paieškos paslaugą, taigi ir konkuruoti šioje srityje. Taigi tarp skirtingų rūšių specialiosios paieškos paslaugų nėra ir pasiūlos pakeičiamumo.

- 50 Bendro pobūdžio skelbimų rodymo bendrųjų rezultatų tinklalapiuose paslaugos (ginčijamame sprendime jos anglų k. vadinamos *online search advertising platforms*) dėl įvairių priežasčių taip pat sunkiai pakeičiamos prekių palyginimo paslaugomis. Komisija iš esmės nurodė priežastis, susijusias su abiejų rūšių paslaugų kūrimo ir veikimo ypatumais, be kita ko, tuo, kad internautas konkrečiai neieško reklamos, tačiau sąmoningai siekia pasinaudoti prekių palyginimo paslauga, kad gautų rezultatus.
- 51 Tiesiogiai internetu prekiaujančių pardavėjų teikiamos paslaugos taip pat beveik nepakeičia prekių palyginimo paslaugų. Šiuo klausimu Komisija iš esmės pabrėžė, kad tiesioginiai pardavėjai daugiausia susitelkę į prekes ar paslaugas, kurias jie parduoda patys, ir kad tai, jog internautas gali pirkti iš tokių pardavėjų, prieš tai nepraeidamas prekių palyginimo paslaugos etapo, nereiškia, kad šių dviejų rūšių paslaugos, kurios labai skiriasi, yra pakeičiamos tarpusavyje.
- 52 Elektroninės prekybos platformų paslaugų (vadinamosios „prekybos platformos“) ir prekių palyginimo paslaugų tarpusavio pakeičiamumas yra menkas. Komisija, atsakydama, be kita ko, į įvairius priešingus *Google* argumentus, pateikė išsamią analizę dėl to, kokie, jos manymu, yra šių dviejų rūšių paslaugų skirtumai, visų pirma susiję su tuo, kad, Komisijos nuomone, šių dviejų rūšių paslaugos tenkina skirtingus internautų ir internetu prekiaujančių pardavėjų poreikius, įskaitant tai, kad, priešingai nei šiose platformose, teikiant prekių palyginimo paslaugas prekės nėra parduodamos, todėl neteikiamos jokios su prekyba susijusios paslaugos ir neprisiimami su tuo susiję įsipareigojimai.
- 53 Dėl nagrinėjamų rinkų geografinės aprėpties Komisija padarė išvadą, kad tiek bendrosios paieškos rinkos, tiek specialiosios prekių palyginimo paieškos rinkos yra nacionalinio dydžio. Nepaisant galimybės apsilankyti interneto svetainėje iš bet kurios vietos, tokią išvadą, kurios, beje, *Google* neginčijo, lėmė veiksniai, susiję su nacionaliniu rinkų padalijimu, be kita ko, kalbiniu pagrindu, ir „nacionalinių“ paieškos sistemų buvimas.
- 54 Toliau Komisija nurodė, kad nuo 2008 m. *Google* užima dominuojančią padėtį bendrosios paieškos rinkoje kiekvienoje EEE šalyje, išskyrus Čekiją, kur ji užima dominuojančią padėtį nuo 2011 m. Komisija rėmėsi įvairiais veiksniais. Ji atkreipė dėmesį į tai, kad *Google* priklauso labai didelės ir pastovios rinkos dalys, pažymimos įvairiuose tyrimuose, ir nuo 2008 m. jos beveik visada viršija 80 %, išskyrus Čekiją, kur *Google* tapo neginčijama rinkos lydere nuo 2011 m. sausio mėn., kai jos rinkos dalis viršijo 70 %. Komisija pabrėžė, kad *Google* konkurentams, kaip antai *Bing* arba *Yahoo*, priklauso tik nedidelės rinkos dalys. Ji pakartojo argumentus dėl patekimo į rinką kliūčių, jau anksčiau pateiktus jos analizėje dėl rinkos apibrėžimo, ir nurodė, kad mažai internautų naudoja daugiau negu vieną bendrosios paieškos sistemą, kad *Google* turi tvirtą reputaciją ir kad vieni nuo kitų nepriklausomi internautai nedaro kompensacinės pirkėjo įtakos. Komisija atmetė *Google* argumentus, kad nemokamas paslaugos pobūdis internautams keičia padėtį, ir nurodė, kad *Google* užima dominuojančią padėtį ir paieškos, vykdomos ir iš stalinių kompiuterių, ir iš mobiliųjų įrenginių srityje.
- 55 Tada Komisija nusprendė, kad įvairiais laiko momentais, skaičiuojant dar nuo 2008 m. sausio mėn., *Google* piktnaudžiavo dominuojančia padėtimi trylikoje nacionalinių bendrosios paieškos rinkų EEE, mažindama duomenų srautą iš savo bendrųjų rezultatų tinklalapių į konkurentų prekių palyginimo paslaugas ir didindama šį srautą savo pačios prekių palyginimo paslaugoms, o

tai galėjo turėti arba, tikėtina, turėjo antikonkurencinį poveikį trylikoje atitinkamų nacionalinių specialiosios prekių palyginimo paieškos ir bendrosios paieškos rinkų. Paveiktos valstybės yra Belgija, Čekija, Danija, Vokietija, Ispanija, Prancūzija, Italija, Nyderlandai, Austrija, Lenkija, Švedija, Jungtinė Karalystė ir Norvegija.

- 56 Komisija apibūdino piktnaudžiavimą, kuriuo kaltinama *Google*, taip, kaip nurodyta toliau. Dėl principų Komisija nurodė, kad SESV 102 straipsnyje ir EEE susitarimo 54 straipsnyje nustatyti draudimai gali būti susiję ne tik su įmonės, ketinančios sustiprinti savo padėtį rinkoje, kurioje ji jau užima dominuojančią padėtį, elgesiu, bet ir su elgesiu dominuojančią padėtį konkrečioje rinkoje užimančios įmonės, siekiančios išplėsti savo padėtį gretimoje rinkoje, iškraipant konkurenciją. Komisija priminė, kad piktnaudžiavimas dominuojančia padėtimi draudžiamas neatsižvelgiant į šiuo tikslu naudojamas priemonės ar būdus ir nepaisant kaltės, ir kad atitinkama įmonė vis dėlto galėjo pateikti pateisinimą, įrodydama, kad jos elgesys buvo objektyviai būtinas, ar kad išstūmimo iš rinkos poveikį gali nusverti nauda, susijusi su padidėjusiu veiksmingumu, kurią taip pat gauna vartotojai.
- 57 Ginčijamo sprendimo 7.2 dalyje Komisija nurodė, kad šioje byloje konstatuotą piktnaudžiavimą sudarė palankesnis pačios *Google* teikiamos prekių palyginimo paslaugos išdėstymas ir rodymas *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapiuose, palyginti su jos konkurentų prekių palyginimo paslaugomis.
- 58 Siekdama įrodyti, kodėl šie veiksmai buvo piktnaudžiavimas ir kad jie nepriskiriami konkuravimui remiantis nuopelnais, Komisija ginčijamo sprendimo 7.2.1 punkte nurodė, kaip *Google* palankiau išdėsto ir pateikia savo pačios prekių palyginimo paslaugą, palyginti su konkurentų teikiamomis prekių palyginimo paslaugomis. Komisija visų pirma išnagrinėjo, kaip *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapiuose išdėstomos ir pateikiamos konkurentų teikiamos prekių palyginimo paslaugos, ir tada analizavo, kaip *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapiuose išdėstoma ir pateikiama jos pačios prekių palyginimo paslauga.
- 59 Pirma, dėl konkurentų prekių palyginimo paslaugų išdėstymo Komisija pažymėjo, kad jos rodomos bendrųjų rezultatų tinklalapiuose, t. y. pateikiant nuorodas į jų rezultatų tinklalapius, galinčius atitikti užklausą, bet kartu šiuos rezultatus buvo linkstama nukelti į blogesnę padėtį bendrųjų rezultatų sąrašė, naudojant vadinamuosius rezultatų „tikslinimo“ algoritmus, konkrečiai – algoritmą *Panda*, atsižvelgiant, be kita ko, į prekių palyginimo paslaugų savybes ir ypač į tai, kad jos stokoja originalaus turinio. Komisija, be kita ko, nurodė, kad nuo to laiko, kai buvo pradėti naudoti šie algoritmai, jie buvo taikomi daugumai iš 361 prekių palyginimo paslaugos, kurias *Google* nurodė atsakyme į pranešimą apie kaltinimus (toliau – *Google* nurodyta konkurentų teikiama 361 prekių palyginimo paslauga), ir kad Jungtinėje Karalystėje, Vokietijoje, Prancūzijoje, Italijoje ir Ispanijoje nuo 2010 m. rugpjūčio 2 d. iki 2016 m. gruodžio 2 d. konkurentų teikiamų prekių palyginimo paslaugų matomumas *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapiuose, kuris 2010 m. pabaigoje ir 2011 m. pradžioje buvo didžiausias, staigiai sumažėjo po to, kai buvo pradėtas naudoti algoritmas *Panda*, ir vėliau padėtis nebepagerėjo.
- 60 Antra, dėl konkurentų teikiamų prekių palyginimo paslaugų pateikimo Komisija pažymėjo, kad jos galėjo būti rodomos tik kaip bendrieji rezultatai *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapiuose, t. y. kaip paprastos mėlynos spalvos nuorodos, ir kad todėl jos negalėjo būti rodomos rašikiniu formatu su nuotraukomis ir papildoma informacija apie prekes, kainas ir pardavėją, nors tokia informacija didino spustelėjimų rodiklį (nuorodos aktyvavimo rodiklį). Grįsdama šį teiginį Komisija paminėjo tam tikrus įrodymus, be kita ko, tyrimus ir patirtį.

- 61 Paskui Komisija išnagrinėjo, kaip bendrųjų rezultatų tinklalapiuose buvo išdėstomos ir pateikiamos *Google* prekių palyginimo paslaugos. Kiek tai susiję su išdėstymu, Komisija nurodė du skirtumus, palyginti su konkurentų prekių palyginimo paslaugos išdėstymu, t. y. pirma, *Google* prekių palyginimo paslaugai nebuvo taikomi tie patys rezultatų rikiavimo mechanizmai ir, be kita ko, tikslinimo algoritmai, kaip antai *Panda* ir, antra, kai *Google* prekių palyginimo paslauga buvo rodoma „box“, ji buvo labai gerai matomoje vietoje. Dėl tikslinimo mechanizmų taikymo Komisija pažymėjo, kad šie algoritmai nebuvo taikomi *Google* prekių palyginimo paslaugai, nepaisant to, kad ji turėjo daug konkurentų prekių palyginimo paslaugoms būdingų savybių, kurios būtų lėmusios tokį patį polinkį nukelti į blogesnę padėtį bendrųjų rezultatų sąrašė. Kiek tai susiję su *Google* prekių palyginimo paslaugos matomumu bendrųjų rezultatų tinklalapiuose, Komisija konkrečiai nurodė, kad nuo tada, kai buvo paleista *Product Universal* technologija, *Google* savo prekių palyginimo paslaugos rezultatus daugeliu atvejų išdėstydamo arba virš visų bendrųjų rezultatų, arba pirmųjų bendrųjų rezultatų lygyje, nes, remiantis *Google* vidaus e. laišku, tikslas buvo „smarkiai padidinti duomenų srautą“. Komisija, apibūdinusi *Product Universal* raidą 2007–2012 m., išanalizavo *Shopping Unit* išdėstymą ir nustatė, kad šis visada buvo rodomas virš pirmųjų bendrųjų *Google* rezultatų. Šiuo klausimu Komisija, atsakydama į *Google* argumentą, kad *Shopping Unit* paleidimo rodiklis (atsiradimo rodiklis) buvo žemas, pabrėžė, kad *Shopping Unit* paleidimo rodiklis daugeliu atvejų viršijo *Google* nustatytos 361 prekių palyginimo paslaugos paleidimo rodiklį tiek kalbant apie pirmus keturis bendruosius rezultatus, tiek apie pirmą bendrąjį rezultatą. Grįsdama šį teiginį Komisija pateikė trylikos nagrinėjamų rinkų duomenis.
- 62 Dėl *Google* prekių palyginimo paslaugos pateikimo Komisija konstatavo, kad pagrindinis pateikimo skirtumas, palyginti su konkurentų prekių palyginimo paslaugomis, yra tas, kad *Google* prekių palyginimo paslauga buvo rodoma naudojant raiškesnę grafiką, įskaitant vaizdus ir dinaminę informaciją. Komisijos teigimu, šios raiškesnės grafinės savybės lėmė didesnę spustelėjimų rodiklį *Google*, vadinasi, ir daugiau pajamų jai. Komisija išvardijo kelis aspektus, susijusius su pačios *Google* paaiškinimais ir kitos įmonės indėliu į administracinę procedūrą.
- 63 Vėliau Komisija atsakė į *Google* argumentus, kuriais ji siekė ginčyti favoritizmą, kuriuo ji kaltinama. Visų pirma ji nurodė įvairias priežastis, dėl kurių *Product Universals* ir *Shopping Units* rodymas ir naudojimas buvo palankus *Google* prekių palyginimo paslaugai. Ji taip pat nusprendė, kad argumentas, jog *Google* taikė tuos pačius svarbos kriterijus, viena vertus, *Product Universal* ir bendriesiems rezultatams ir, kita vertus, *Shopping Unit* ir kitiems su prekėmis susijusiems skelbimams, neturi reikšmės.
- 64 Antra, siekdama įrodyti piktnaudžiaujamą nagrinėjamų veiksmų pobūdį, Komisija ginčijamo sprendimo 7.2.2 dalyje išnagrinėjo prekių palyginimo paslaugoms tenkančio duomenų srauto dydžio reikšmę. Šiuo klausimu Komisija pažymėjo, kad duomenų srauto dydis daugeliu aspektų buvo svarbus prekių palyginimo paslaugos gebėjimui konkuruoti. Pacitavusi kelis prekių palyginimo paslaugų teikėjus, kurių teigimu, duomenų srautas yra didžiausias specialiosios paieškos sistemos privalumas, nes dėl kelių priežasčių nuo šio srauto dydžio priklauso paieškos paslaugų svarba, Komisija, remdamasi įvairiais pareiškimais, be kita ko, patvirtino, kad specialiosios paieškos paslaugos svarba buvo susijusi su pateiktos informacijos apimtimi ir naujumu. Didelis duomenų srautas leido prekių palyginimo paslaugų teikėjams įtikinti pardavėjus pateikti jiems daugiau duomenų apie savo prekes ir taip padidinti savo prekių palyginimo paslaugų pasiūlą internete, taigi ir pajamas. Komisija, nurodydama įvairius pareiškimus, taip pat pažymėjo, kad duomenų srautas turėjo mokymosi poveikį, kuris leido didinti paieškos rezultatų aktualumą, taigi ir internautams siūlomos prekių palyginimo paslaugos

naudingumą. Galiausiai Komisija paaiškino, kad duomenų srautas leido prekių palyginimo paslaugų teikėjams atlikti eksperimentus siekiant pagerinti savo paieškos paslaugas ir siūlyti papildomas paieškas šiomis paslaugomis besinaudojantiems internautams.

- 65 Trečia, siekdama įrodyti, kad nagrinėjami veiksmai buvo piktnaudžiavimas, ginčijamo sprendimo 7.2.3 dalyje Komisija nurodė, kad šiais veiksmais buvo mažinamas duomenų srautas iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į konkurentų prekių palyginimo paslaugas ir didinamas duomenų srautas iš šių tinklalapių į *Google* prekių palyginimo paslaugą. Komisija šią išvadą grindė trimis argumentais. Visų pirma, remdamasi internautų elgsenos analize, Komisija padarė išvadą, kad bendrieji rezultatai lemia didelį duomenų srautą į interneto svetainę, kai tai yra pirmieji trys–penki bendrieji rezultatai pirmajame bendrųjų rezultatų tinklalapyje, o internautai nekreipia jokio dėmesio arba kreipia mažai dėmesio į paskesnius rezultatus, kurie dažnai nėra rodomi tiesiai ekrane. Komisija pridūrė, kad pirmai dešimčiai rezultatų tekdavo maždaug 95 % internautų spustelėjimų. Remdamasi *Microsoft* atliktais tyrimais, Komisija pažymėjo, kad tam tikros nuorodos padėtis bendruosiuose rezultatuose turėjo didelį poveikį šios nuorodos spustelėjimų rodikliui, neatsižvelgiant į interneto tinklalapio, į kurį buvo daroma nuoroda, svarbą, ir kad paieškos rezultato vietos koregavimas *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapyje rodomame rezultatų sąrašė turėjo didelį poveikį duomenų srautui, kurį lėmė *Google* bendrosios paieškos rezultatai. Toliau Komisija nurodė, kad dėl nagrinėjamų veiksmų duomenų srautas iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių reikšmingą laikotarpį mažėjo beveik visoms konkurentų teikiamoms prekių palyginimo paslaugoms kiekvienoje iš trylikos EEE šalių, kuriose šie veiksmai buvo įgyvendinami. Galiausiai Komisija konstatavo, kad dėl nagrinėjamų veiksmų padidėjo *Google* duomenų srautas į jos pačios prekių palyginimo paslaugas. Komisija rėmėsi įvairiais įrodymais šioms išvadoms pagrįsti. Ji atmetė argumentus, kuriuos *Google* pateikė siekdama ginčyti nustatytus duomenų srauto pokyčius arba priežastinį ryšį tarp jos elgesio ir šių pokyčių.
- 66 Ketvirta, siekdama įrodyti, kad nagrinėjami veiksmai buvo piktnaudžiaujamo pobūdžio, Komisija ginčijamo sprendimo 7.2.4 dalyje nurodė, kad dėl šių veiksmų nukreipiamas duomenų srautas sudarė didelę dalį duomenų srauto į konkurentų prekių palyginimo paslaugas ir kad jo nebuvo galima veiksmingai pakeisti kitais konkurentų prekių palyginimo paslaugoms prieinamais duomenų srauto šaltiniais, t. y. *AdWords* tekstiniais skelbimais, mobiliosiomis programėlėmis, tiesioginiu srautu, nukreipimais iš kitų partnerių interneto svetainių, socialinių tinklų ir kitų bendrosios paieškos sistemų.
- 67 Penkta, siekdama įrodyti, kad nagrinėjami veiksmai buvo piktnaudžiavimas, Komisija ginčijamo sprendimo 7.3 dalyje nurodė, kad šie veiksmai turėjo potencialų antikonkurencinį poveikį trylikoje nacionalinių specialiosios prekių palyginimo paieškos rinkų ir trylikoje nacionalinių bendrosios paieškos rinkų, nurodytų šio sprendimo 55 punkte. Dėl nacionalinių specialiosios prekių palyginimo paieškos rinkų Komisija siekė įrodyti, kad nagrinėjami veiksmai galėjo priversti prekių palyginimo paslaugas teikiančius konkurentus nutraukti savo veiklą, kad jie galėjo turėti neigiamą poveikį inovacijoms ir kad todėl šie veiksmai galėjo sumažinti vartotojų galimybes gauti kokybiškiausias paslaugas. Taip būtų paveikta šių rinkų konkurencinė struktūra. Komisija nusprendė, kad tuo atveju, jei į šias rinkas reikėtų įtraukti prekybos platformas, tas pats poveikis pasireikštų artimiausioms *Google* konkurentėms, t. y. konkurentų prekių palyginimo paslaugoms. Dėl nacionalinių bendrosios paieškos rinkų Komisija laikosi nuomonės, kad nagrinėjamų veiksmų antikonkurencinis poveikis atsirado dėl to, kad papildomi ištekliai, gaunami dėl *Google* prekių palyginimo paslaugos iš jos bendrųjų rezultatų tinklalapių leido šiai bendrovei sustiprinti savo bendrosios paieškos paslaugą.

- 68 Apibendrinant pažymėtina, jog ginčijamame sprendime Komisija siekė įrodyti, kad *Google* išdėstė ir reklamavo savo prekių palyginimo paslaugą savo bendrųjų rezultatų tinklalapiuose palankiau nei konkurentų prekių palyginimo paslaugas (ginčijamo sprendimo 7.2.1 dalis), kad esminę reikšmę prekių palyginimo paslaugoms turėjo didelis duomenų srautas, kitaip tariant, didelis apsilankymų skaičius (ginčijamo sprendimo 7.2.2 dalis), kad dėl *Google* veiksmų padidėjo duomenų srautas į jos pačios prekių palyginimo paslaugą ir sumažėjo duomenų srautas į konkurentų prekių palyginimo paslaugas (ginčijamo sprendimo 7.2.3 dalis), kad duomenų srautas iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių sudarė didelę dalį šioms konkurentų prekių palyginimo paslaugoms tenkančio duomenų srauto ir kad jo nebuvo įmanoma veiksmingai pakeisti kitais srauto šaltiniais (ginčijamo sprendimo 7.2.4 dalis), kad dėl nagrinėjamo elgesio *Google* dominuojanti padėtis galėjo išsiplėsti ir į kitas rinkas nei ta, kurioje ji jau užėmė šią padėtį, t. y. specialiosios prekių palyginimo paieškos rinkas (ginčijamo sprendimo 7.3.1 dalis), kad net jei prekių palyginimo paslaugos būtų įtrauktos į didesnes rinkas, apimančias ir interneto prekybos platformas, tas pats antikonkurencinis poveikis pasireikštų šių rinkų segmente, apimančiame prekių palyginimo paslaugas (ginčijamo sprendimo 7.3.2 dalis) ir kad tokiais veiksmais taip pat buvo saugoma *Google* dominuojanti padėtis bendrosios paieškos rinkose (ginčijamo sprendimo 7.3.3 dalis). Komisija atkreipė dėmesį, be kita ko, į dėl tokios situacijos galėjusią kilti žalą vartotojams. Ji ginčijo *Google* argumentus, kuriais ši bendrovė siekė paneigti tokią analizę, t. y. kad buvo naudojami netinkami teisiniai kriterijai (ginčijamo sprendimo 7.4 dalis). Komisija taip pat atmetė *Google* argumentus, pateiktus siekiant įrodyti, kad jos elgesys nereiškė piktnaudžiavimo (ginčijamo sprendimo 7.5 dalis), susijusius su tuo, kad toks elgesys buvo objektyviai būtinas ar kad jo nulemti galimi konkurencijos ribojimai buvo kompensuojami padidėjusiu veiksmingumu, kuris buvo naudingas vartotojams.
- 69 Kaip matyti, be kita ko, iš ginčijamo sprendimo 344 ir 512 konstatuojamųjų dalių, veiksmai, kuriuos Komisija nurodė būtent kaip *Google* piktnaudžiavimo šaltinį, iš esmės yra tokie, kad ji savo prekių palyginimo paslaugą savo bendrųjų rezultatų tinklalapiuose rodė akivaizdžiu ir patraukliu būdu specialiose „boxes“, netaikydama šiai savo paslaugai tikslinimo algoritmų, kuriuos ji naudojo bendrajai paieškai, nors kartu konkurentų prekių palyginimo paslaugos galėjo būti rodomos šiuose tinklalapiuose tik kaip bendrosios paieškos rezultatai (mėlynos spalvos nuorodos), kurie dėl šių tikslinimo algoritmų paprastai būdavo nukeliami į blogesnę padėtį. Ginčijamo sprendimo 440 ir 537 konstatuojamosiose dalyse Komisija pabrėžė, kad kvestionuoja ne pačius *Google* pasirinktus skirtingus atrankos kriterijus, kurie buvo laikomi svarbos kriterijais, o tai, kad pačios *Google* prekių palyginimo paslaugai ir konkurentų prekių palyginimo paslaugoms nebuvo taikomi tie patys išdėstymo ir pateikimo kriterijai. Be to, ginčijamo sprendimo 538 konstatuojamojoje dalyje ji patikslino, kad ginčija ne patį specialiųjų prekių palyginimo rezultatų, kuriuos *Google* laikė svarbiais, išskyrimą, o tai, kad toks pat išskyrimas kartu nebuvo taikomas ir jos prekių palyginimo paslaugai, ir konkurentų prekių palyginimo paslaugoms.
- 70 Pateikusi tokius įrodymus, Komisija ginčijamo sprendimo 1 straipsnyje pripažino, kad *Google Inc.* ir *Alphabet* nuo to laiko, kai ši bendrovė perėmė *Google Inc.*, pažeidė SESV 102 straipsnį ir EEE susitarimo 54 straipsnį trylikoje šio sprendimo 55 punkte nurodytų valstybių, kurios buvo arba Sąjungos valstybės narės, arba EEE susitarimo šalys, skaičiuojant nuo skirtingų datų, kai *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapyje buvo pradėti rodyti specialieji prekių rezultatai arba prekių skelbimai.
- 71 Komisija nusprendė, jog situacija yra tokia, kad reikėtų įpareigoti *Google* per 90 dienų nutraukti veiksmus, kuriais ji kaltinama, ir nesiimti lygiaverčių veiksmų, kurių tikslas ar poveikis yra toks pat. Komisija pabrėžė, kad nors *Google* gali įvykdyti šį įpareigojimą skirtingais būdais, turi būti laikomasi tam tikrų principų, nesvarbu, ar *Google* nuspręstų palikti *Shopping Units* ar kitas prekių

palyginimo paieškos rezultatų grupes savo bendrųjų rezultatų tinklalapiuose. Vienas iš šių principų iš esmės buvo nediskriminacinis *Google* prekių palyginimo paslaugos ir konkurentų prekių palyginimo paslaugų vertinimas. Įpareigojimas nutraukti elgesį, kuriuo kaltinama, įtvirtintas ginčijamo sprendimo rezoliucinės dalies 3 straipsnyje.

- 72 Galiausiai Komisija nusprendė, kad yra pagrįsta *Google* skirti piniginę baudą. Ji priminė, kad pagal Reglamento Nr. 1/2003 23 straipsnio 2 dalies a punktą ir 1994 m. lapkričio 28 d. Tarybos reglamento (EB) Nr. 2894/94 dėl tam tikrų Europos ekonominės erdvės susitarimo įgyvendinimo taisyklių (OL L 305, 1994, p. 6) 5 straipsnį ji galėjo skirti tokią baudą įmonėms, kurios tyčia ar dėl neatsargumo pažeidė SESV 102 straipsnį ir EEE 54 straipsnį. Ji taip pat priminė bendruosius piniginių baudų nustatymo kriterijus, nurodytus Reglamento Nr. 1/2003 23 straipsnio 3 dalyje, t. y. pažeidimo sunkumą ir trukmę, taip pat pačios Komisijos nustatytą šių kriterijų taikymo tvarką Pagal Reglamento Nr. 1/2003 23 straipsnio 2 dalies a punktą skirtų baudų apskaičiavimo gairėse (OL C 210, 2006, p. 2, toliau – gairės).
- 73 Komisija nusprendė, kad *Google* negalėjo nežinoti nei apie savo dominuojančią padėtį nacionalinėse bendrosios paieškos rinkose, nei apie piktnaudžiaujamą savo elgesio pobūdį, net jei kai kurie situacijos aspektai nebuvo išnagrinėti ankstesnėse bylose. Taigi *Google* veikė tyčia arba aplaidžiai. Komisija nusprendė, kad tai, jog vienu procedūros etapu vyko aptarimas dėl nustatytos konkurencijos problemos išsprendimo *Google* prisiimant įsipareigojimus, netrukdė paskirti baudos.
- 74 Toliau Komisija nurodė, jog, atsižvelgiant į tai, kad nuo 2015 m. spalio 2 d. *Alphabet* kontroliuoja bendrovę *Google Inc.*, *Alphabet* turėtų būti laikoma solidariai atsakinga už paskirtos baudos sumokėjimą už laikotarpį, skaičiuojamą nuo šios datos.
- 75 Toliau Komisija kaip piniginės baudos apskaičiavimo pagrindą, kuris gairių 12–19 punktuose apibrėžiamas kaip „pardavimo vertė“, nustatė pajamas, gautas 2016 m. iš *Shopping Units* arba specializuotame *Google Shopping* tinklalapyje talpinamų prekių skelbimų ir tame pačiame tinklalapyje esančių tekstinių skelbimų trylikoje valstybių, kuriose ji nustatė veiksmus, kuriais kaltinama.
- 76 Komisija nusprendė, kad, atsižvelgiant į trylikos nacionalinių prekių palyginimo paslaugų rinkų ekonominę svarbą ir į tai, kad *Google* ne tik užėmė dominuojančią padėtį atitinkamose šalyse bendrosios paieškos paslaugų rinkoje, bet ir pagal rinkos dalis buvo daug pranašesnė už savo konkurentus, gairių 20–23 punktuose numatytas koeficientas už pažeidimo sunkumą, taikomas nustatant piniginę baudą, turi sudaryti 10 % šio sprendimo 75 punkte apibūdinto bazinio dydžio. Paskui Komisija, kaip numatyta gairių 24 punkte, kiekvienai iš trylikos valstybių, kuriose konstatuotas pažeidimas, šią sumą padaugino iš pažeidimo metų, praėjusių nuo to laiko, kai buvo paleistas *Product Universal*, arba, jo nesant, *Shopping Unit*. Tuo remdamasi Komisija nustatė, kad, atsižvelgiant į konkrečią valstybę, pažeidimas truko 1 305–3 435 dienas.
- 77 Siekdama iš esmės užtikrinti atgrasomąją sankcijos poveikį, be kita ko, tokio pat kaip *Google* dydžio ir finansinio pajėgumo įmonėms, pabrėždama, kad šios bendrovės pasaulinė apyvarta 2016 m. buvo 81 597 000 000 EUR, Komisija pridėjo papildomą sumą, kaip numatyta gairių 25 punkte, atitinkančią 10 % šio sprendimo 75 punkte nurodyto bazinio dydžio, ir pritaikė gautai sumai daugiklį 1,3. Ji nenustatė atsakomybę sunkinančių ar lengvinančių aplinkybių, kurios būtų pateisinusios baudos padidinimą ar sumažinimą.

- 78 Taigi ginčijamo sprendimo 2 straipsnyje Komisija skyrė *Google Inc.* 2 424 495 000 EUR piniginę baudą, iš kurių 523 518 000 EUR buvo skirta solidariai su *Alphabet*.

## II. Procesas

- 79 2017 m. rugsėjo 11 d. Bendrojo Teismo kanceliarija gavo šį *Google* ieškinį.
- 80 2017 m. lapkričio 28 d. Bendrojo Teismo kanceliarija gavo *Bureau européen des unions de consommateurs* (BEUC) prašymą leisti įstoti į bylą palaikyti Komisijos reikalavimų.
- 81 2017 m. gruodžio 4 d. Bendrojo Teismo kanceliarija gavo dokumentą, kuriuo *Connexity Inc.*, *Connexity UK Ltd*, *Connexity Europe GmbH* ir *Pricegrabber.com* paprašė leisti įstoti į bylą palaikyti Komisijos reikalavimų.
- 82 2017 m. gruodžio 7 d. Bendrojo Teismo kanceliarija gavo *Infederation Ltd* (toliau – *Foundem*) prašymą leisti įstoti į bylą palaikyti Komisijos reikalavimų.
- 83 2017 m. gruodžio 11 d. Bendrojo Teismo kanceliarija gavo ELPA priežiūros institucijos ir *Initiative for a Competitive Online Marketplace* prašymus leisti įstoti į bylą palaikyti Komisijos reikalavimų.
- 84 2017 m. gruodžio 19 d. Bendrojo Teismo kanceliarija gavo *Prestige Gifting Ltd* prašymą leisti įstoti į bylą palaikyti *Google* reikalavimų.
- 85 2017 m. gruodžio 19 d. Bendrojo Teismo kanceliarija gavo *Kelkoo* prašymą leisti įstoti į bylą palaikyti Komisijos reikalavimų.
- 86 2017 m. gruodžio 20 d. Bendrojo Teismo kanceliarija gavo *Computer & Communication Industry Association* (toliau – CCIA) prašymą leisti įstoti į bylą palaikyti *Google* reikalavimų.
- 87 2017 m. gruodžio 20 d. Bendrojo Teismo kanceliarija gavo *Consumer Watchdog*, *Yelp Inc.*, *Verband Deutscher Zeitschriftenverleger eV* (toliau – VDZ), *Visual Meta GmbH*, BDZV – *Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger eV* (anksčiau – *Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger eV*, toliau – BDZV), Vokietijos Federacinės Respublikos, *Open Internet Project* (OIP) ir *Twenga* prašymus leisti įstoti į bylą palaikyti Komisijos reikalavimų.
- 88 2017 m. gruodžio 21 d. Bendrojo Teismo kanceliarija gavo *FairSearch* prašymą leisti įstoti į bylą palaikyti Komisijos reikalavimų.
- 89 2018 m. sausio 31 d. Komisija pateikė atsiliepimą į ieškinį.
- 90 2018 m. kovo 20 d. Bendrojo Teismo kanceliarija gavo dokumentą, kuriuo *StyleLounge GmbH* paprašė leisti įstoti į bylą palaikyti Komisijos reikalavimų.
- 91 2018 m. kovo 23 d. rašte *Google* ir Komisija, remdamosi Bendrojo Teismo procedūros reglamento 144 straipsniu, paprašė įstojusioms į bylą šalims dėl konfidencialumo neatskleisti tam tikros bylos medžiagos. Šiuo tikslu *Google* ir Komisija pateikė vienodo turinio prašymus dėl visų prašymą leisti įstoti į bylą pateikusių asmenų, įskaitant ELPA priežiūros instituciją.

- 92 2018 m. gegužės 7 d. *Google* pateikė dubliką.
- 93 2018 m. gegužės 16 d. Nutartimi *Google ir Alphabet / Komisija* (T-612/17, nepaskelbta Rink., EU:T:2018:292) Bendrojo Teismo devintosios kolegijos pirmininkas atmetė *StyleLounge* prašymą leisti įstoti į bylą palaikyti Komisijos reikalavimų, dėl to, kad jis buvo pateiktas pavėluotai.
- 94 2018 m. liepos 20 d. Komisija pateikė tripliką.
- 95 Bendrajam Teismui pritaikius proceso organizavimo priemonę, kuria siekiama sumažinti prašymų užtikrinti bylos medžiagos konfidencialumą apimtį, *Google* ir Komisija pateikė patikslintus prašymus užtikrinti konfidencialumą dėl visų prašymus leisti įstoti į bylą pateikusių asmenų, susijusių su 2018 m. rugsėjo 28 d. ieškiniu ir atsiliepimu į ieškinį, o vėliau 2018 m. spalio 12 d. – prašymus užtikrinti konfidencialumą dėl dubliko ir tripliko. Šių prašymų turinys taip pat buvo identiškas dėl visų prašymus leisti įstoti į bylą pateikusių asmenų.
- 96 2018 m. gruodžio 7 d. Nutartimi *Google ir Alphabet / Komisija* (T-612/17, nepaskelbta Rink., EU:T:2018:978), 2018 m. gruodžio 7 d. Nutartimi *Google ir Alphabet / Komisija* (T-612/17, nepaskelbta Rink., EU:T:2018:982), 2018 m. gruodžio 7 d. Nutartimi *Google ir Alphabet / Komisija* (T-612/17, nepaskelbta Rink., EU:T:2018:996), 2018 m. gruodžio 7 d. Nutartimi *Google ir Alphabet / Komisija* (T-612/17, nepaskelbta Rink., EU:T:2018:1001) ir 2018 m. gruodžio 7 d. Nutartimi *Google ir Alphabet / Komisija* (T-612/17, nepaskelbta Rink., EU:T:2018:1002) Bendrojo Teismo devintosios kolegijos pirmininkas atmetė atitinkamus *Prestige Gifting*, *FairSearch*, *Consumer Watchdog*, *Yelp*, *Connexity*, *Connexity UK*, *Connexity Europe*, *Pricegrabber.com* ir *Initiative for a Competitive Online Marketplace* prašymus leisti įstoti į bylą.
- 97 2018 m. gruodžio 17 d. Nutartimi *Google ir Alphabet / Komisija* (T-612/17, nepaskelbta Rink., EU:T:2018:1007), 2018 m. gruodžio 17 d. Nutartimi *Google ir Alphabet / Komisija* (T-612/17, nepaskelbta Rink., EU:T:2018:1008), 2018 m. gruodžio 17 d. Nutartimi *Google ir Alphabet / Komisija* (T-612/17, nepaskelbta Rink., EU:T:2018:1009), 2018 m. gruodžio 17 d. Nutartimi *Google ir Alphabet / Komisija* (T-612/17, nepaskelbta Rink., EU:T:2018:1010), 2018 m. gruodžio 17 d. Nutartimi *Google ir Alphabet / Komisija* (T-612/17, nepaskelbta Rink., EU:T:2018:1011), 2018 m. gruodžio 17 d. Nutartimi *Google ir Alphabet / Komisija* (T-612/17, nepaskelbta Rink., EU:T:2018:1028) ir 2018 m. gruodžio 17 d. Nutartimi *Google ir Alphabet / Komisija* (T-612/17, nepaskelbta Rink., EU:T:2018:1029) Bendrojo Teismo devintosios kolegijos pirmininkas atitinkamai patenkino BEUC, *Foundem*, CCIA, VDZ, BDZV, *Visual Meta*, *Twenga*, ELPA priežiūros institucijos, *Kelkoo* ir Vokietijos Federacinės Respublikos prašymus leisti įstoti į bylą. Šiose nutartyse sprendimas dėl bylinėjimosi išlaidų, susijusių su įstojimu į bylą, buvo atidėtas.
- 98 2018 m. gruodžio 17 d. Nutartimi *Google ir Alphabet / Komisija* (T-612/17, nepaskelbta Rink., EU:T:2018:1005) Bendrojo Teismo devintosios kolegijos pirmininkas atmetė OIP prašymą leisti įstoti į bylą, nes ji neįrodė suinteresuotumo bylos baigtimi.
- 99 Nutartyse, kuriomis patenkinti prašymai leisti įstoti į bylą, sprendimas dėl prašymų užtikrinti konfidencialumą pagrįstumo buvo atidėtas ir BEUC, *Foundem*, CCIA, VDZ, BDZV, *Visual Meta*, *Twenga*, ELPA priežiūros institucijai, *Kelkoo* ir Vokietijos Federacinei Respublikai buvo pateikta nekonfidenciali procesinių dokumentų versija, kol bus pateiktos galimos jų pastabos dėl prašymų užtikrinti konfidencialumą.
- 100 2019 m. sausio 15 d. *Foundem* iš dalies ginčijo *Google* prašymus užtikrinti konfidencialumą.

- 101 2019 m. sausio 15 d. ir vėliau tų pačių metų sausio 25 d. ELPA priežiūros institucija pareiškė mananti, kad, kiek tai susiję su ja, Komisijos ir *Google* prašymai užtikrinti konfidencialumą visiškai arba iš dalies neturi prasmės arba yra nepagrįsti. Vis dėlto ji patikslino, jog neprašo, kad jai būtų pateiktos konfidencialios bylos dokumentų versijos.
- 102 2019 m. balandžio 11 d. Nutartimi *Google ir Alphabet / Komisija* (T-612/17, nepaskelbta Rink., EU:T:2019:250) Bendrojo Teismo devintosios kolegijos pirmininkas patenkino, pirma, kai kuriuos patikslintus prašymus užtikrinti konfidencialumą dėl ieškinyje ir atsiliepime į ieškinį pateiktos informacijos ir, antra, kai kuriuos prašymus užtikrinti konfidencialumą, kiek jie susiję su dublike ir triplike esančia informacija. Jis atmetė likusias prašymų užtikrinti konfidencialumą dalis. Todėl *Google* ir Komisijai buvo nustatytas terminas pateikti naujas nekonfidencialias tam tikrų bylos dokumentų versijas, o *Foundem* buvo nustatytas terminas, per kurį ji galėtų papildyti savo įstojo į bylą paaiškinimą, atsižvelgdama į informaciją, kuri pripažinta nekonfidencialia. Atsakydamas į ELPA priežiūros institucijos pastabas, kuriose ji rėmėsi savo ypatinga padėtimi administracinėse procedūrose, per kurias priimami Komisijos sprendimai, kaip antai ginčijamas sprendimas, kuriais konstatuojamas EEE susitarime nustatytų konkurencijos taisyklių pažeidimas, Bendrojo Teismo devintosios kolegijos pirmininkas nurodė, kad vykstant procesui Bendrajame Teisme šiai institucijai taikomi tie patys reikalavimai kaip ir kitoms įstojusioms į bylą šalims ir kad šios bylos aplinkybėmis nėra galimybės atsižvelgti į ELPA priežiūros institucijos pastabas.
- 103 2019 m. kovo 15 d. BEUC, *Foundem*, CCIA, VDZ, BDZV, *Visual Meta*, *Twenga*, ELPA priežiūros institucija, *Kelkoo* ir Vokietijos Federacinė Respublika pateikė savo įstojo į bylą paaiškinimus, o 2019 m. birželio 11 d. *Foundem* pateikė papildomą įstojo į bylą paaiškinimą. 2019 m. gegužės 20 d. Komisija pateikė pastabas dėl CCIA įstojo į bylą paaiškinimo, o 2019 m. birželio 21 d. *Google* – pastabas dėl BEUC, CCIA, VDZ, VDZV, *Visual Meta*, *Twenga*, ELPA priežiūros institucijos, *Kelkoo* ir Vokietijos Federacinės Respublikos įstojo į bylą paaiškinimų, išskyrus *Foundem* įstojo į bylą paaiškinimus, o 2019 m. liepos 1 d. ji pateikė pastabas dėl *Foundem* įstojo į bylą paaiškinimo.
- 104 Devintosios kolegijos siūlymu Bendrasis Teismas, remdamasis Procedūros reglamento 28 straipsniu, 2019 m. liepos 10 d. nusprendė perduoti bylą nagrinėti išplėstinei kolegijai.
- 105 2019 m. rugpjūčio 9 d. ir 23 d. raštais Komisija ir *Google* atitinkamai paprašė, kad tam tikra *Google* pastabų dėl kelių įstojo į bylą paaiškinimų dalis konfidencialumo sumetimais nebūtų pateikta BEUC, *Foundem*, CCIA, VDZ, BDZV, *Visual Meta*, *Twenga*, ELPA priežiūros institucijai, *Kelkoo* ir Vokietijos Federacinei Respublikai.
- 106 2019 m. rugsėjo 5 ir 10 d. BEUC ir *Kelkoo* ginčijo tam tikrus *Google* prašymus užtikrinti konfidencialumą, susijusius su jos pastabomis dėl jų įstojo į bylą paaiškinimų.
- 107 2019 m. spalio 8 d. Nutartyje *Google ir Alphabet / Komisija* (T-612/17, nepaskelbta Rink., EU:T:2019:770) Bendrojo Teismo devintosios išplėstinės kolegijos pirmininkas konstatavo, kad nereikia priimti sprendimo dėl šio sprendimo 105 punkte nurodytų neginčytų prašymų užtikrinti konfidencialumą, o kiek tai susiję su kitais prašymais užtikrinti konfidencialumą, kurie buvo ginčijami, jis patenkino kai kuriuos prašymus, susijusius su BEUC, CCIA, VDZ, BDZV, *Visual Meta*, *Twenga*, ELPA priežiūros institucija, *Kelkoo* ir Vokietijos Federacine Respublika, taip pat patenkino kai kuriuos kitus prašymus, išskyrus prašymą dėl *Kelkoo*, o likusius atmetė.

- 108 Remdamasis teisėjo pranešėjo pranešimu Bendrasis Teismas (devintoji išplėstinė kolegija) nusprendė pradėti žodinę proceso dalį ir pagal Procedūros reglamento 89 straipsnio 2 ir 3 dalis paprašė pagrindinių šalių raštu arba per teismo posėdį atsakyti į kelis klausimus.
- 109 2020 m. sausio 21 ir 22 d. atitinkamai Komisija ir *Google* atsakė į Bendrojo Teismo klausimus, į kuriuos reikėjo atsakyti raštu. *Google* paprašė, kad dėl konfidencialumo jos atsakymo dalys nebūtų pateiktos BEUC, *Foundem*, CCIA, VDZ, BDZV, *Visual Meta*, *Twenga*, ELPA priežiūros institucijai, *Kelkoo* ir Vokietijos Federacinei Respublikai.
- 110 2020 m. vasario 5 d. BDZV ginčijo kai kuriuos *Google* prašymus užtikrinti konfidencialumą, susijusius su jos rašytiniu atsakymu į Bendrojo Teismo klausimus, taip pat su atsiliepimo į ieškinį ir dubliko priedais.
- 111 2020 m. vasario 10 d. Nutartyje *Google ir Alphabet / Komisija* (T-612/17, nepaskelbta Rink., EU:T:2020:69) Bendrojo Teismo devintosios išplėstinės kolegijos pirmininkas atmetė kaip nepriimtinus BDZV pateiktus prašymus panaikinti konfidencialumą, susijusius su atsiliepimo į ieškinį ir dubliko priedais, ir nusprendė, kad nereikia priimti sprendimo dėl šio sprendimo 109 punkte minėtų neginčytų prašymų užtikrinti konfidencialumą, o kiek tai susiję su ginčytais prašymais, juos patenkino.
- 112 2020 m. vasario 12–14 d. įvyko teismo posėdis, po to, kai 2020 m. sausio 15 d. įvykus parengiamajam kolegijos pirmininko ir teisėjo pranešėjo susitikimui su pagrindinėmis šalimis, remiantis Procedūros reglamento 89 straipsniu, pagrindinės šalys sutiko panaikinti tam tikrų bylos medžiagos dalių konfidencialumą BEUC, *Foundem*, CCIA, VDZ, BDZV, *Visual Meta*, *Twenga*, ELPA priežiūros institucijos, *Kelkoo* ir Vokietijos Federacinės Respublikos ir visuomenės atžvilgiu.

### III. Šalių reikalavimai

- 113 *Google* Bendrojo Teismo prašo:
- pirmiausia panaikinti ginčijamą sprendimą;
  - nepatenkinus pirmojo reikalavimo, Bendrajam Teismui įgyvendinant neribotą jurisdikciją, panaikinti arba sumažinti baudą;
  - bet kuriuo atveju priteisti iš Komisijos bylinėjimosi išlaidas;
  - priteisti iš BEUC, *Foundem*, VDZ, BDZV, *Visual Meta*, *Twenga*, ELPA priežiūros institucijos, *Kelkoo* ir Vokietijos Federacinės Respublikos bylinėjimosi išlaidas, susijusias su jų įstojimu į bylą.
- 114 Komisija Bendrojo Teismo prašo:
- atmesti ieškinį;
  - priteisti iš *Google* bylinėjimosi išlaidas;
  - priteisti iš CCIA bylinėjimosi išlaidas, kurias Komisija patyrė dėl CCIA įstojimo į bylą.

- 115 CCIA Bendrojo Teismo prašo panaikinti ginčijamą sprendimą ir priteisti iš Komisijos su CCIA įstojimu į bylą susijusias išlaidas.
- 116 Vokietijos Federacinė Respublika Bendrojo Teismo prašo atmesti ieškinį.
- 117 BEUC Bendrojo Teismo prašo atmesti ieškinį ir priteisti iš *Google* bylinėjimosi išlaidas, susijusias su BEUC įstojimu į bylą.
- 118 *Foundem, Kelkoo, VDZ, Visual Meta, BDZV ir Twenga* Bendrojo Teismo prašo atmesti ieškinį ir priteisti iš *Google* bylinėjimosi išlaidas.

#### IV. Dėl teisės

##### A. Pirminės pastabos

- 119 Pirmiausia reikia pažymėti, jog *Google* neginčija užimanti dominuojančią padėtį trylikoje nacionalinių bendrosios paieškos rinkų, atitinkančių valstybes, kuriose, kaip nusprendė Komisija, *Google* piktnaudžiavo šia padėtimi. Visos toliau pateiktos analizės grindžiamos būtent šia aplinkybe.

##### 1. Dėl ieškinio pagrindų ir argumentų nagrinėjimo tvarkos šioje byloje

- 120 *Google* iškelia šešis ginčijamo sprendimo panaikinimo pagrindus, kuriuos pateikia tokia tvarka:

„Pirmasis ir antrasis pagrindai įrodo, jog sprendime klaidingai konstatuota, kad *Google* teikia pranašumą savo prekių palyginimo paslaugai, rodydama *Product Universals* ir *Shopping Units*. Trečiajame pagrinde paaiškinta, kad sprendime padaryta klaida konstatuojant, kad *Product Universals* ir *Shopping Units* išdėstymu ir rodymu buvo nukreipiamas *Google* paieškos duomenų srautas. Ketvirtajame pagrinde įrodoma, kad sprendime nepagrįstai spekuliuojama dėl antikonkurencinio poveikio. Penktajame ieškinio pagrinde įrodoma, kad kokybės pagerinimas, priskiriamas nuopelnais paremtai konkurencijai, sprendime klaidingai kvalifikuojamas kaip piktnaudžiavimas. Šeštajame pagrinde įrodoma, kodėl motyvai, kuriais remiantis sprendimu paskirta bauda, yra nepagrįsti.“

- 121 Bendrasis Teismas pažymi, kad *Google* argumentuose yra daug faktinės ir techninės informacijos, taip pat teisinio pobūdžio kritikos, kuri kartojama argumentuojant įvairius pagrindus. Bendrasis Teismas nagrinės *Google* pagrindus ir argumentus toliau nurodyta tvarka.
- 122 Pirmiausia šios sprendimo dalies, susijusios su pateiktais pagrindiniais reikalavimais, B antraštinės dalies 1 punkte Bendrasis Teismas nagrinės *Google* argumentus, kad Komisijos ginčijami *Google* veiksmai iš tikrųjų yra jos internetinės paieškos paslaugos kokybės pagerinimas (penktasis pagrindas), iš kurių matyti, kad, pirma, *Google* negalėjo piktnaudžiauti, nes Komisija neįrodė, kuriais šio kokybės pagerinimo aspektais buvo nukrypta nuo nuopelnais paremtos konkurencijos ir, antra, kad, negalėdama išskirti šių aspektų, Komisija iš tikrųjų nustatė *Google* įpareigojimą suteikti prieigą, nors nebuvo įvykdytos griežtos sąlygos, nustatytos 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendime *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569). Kalbant konkrečiau, kaip teigia *Google*, Komisija įpareigojo ją suteikti savo konkurentams prieigą prie *Google* paslaugų, tarsi šios paslaugos būtų jiems neišvengiamai būtinas „esminis išteklius“, neįrodžiusi, kad yra įvykdytos šiuo tikslu

Teisingumo Teismo jurisprudencijoje reikalaujamos sąlygos. Toliau analizuojant *Google* argumentus, susijusius su nuopelnais paremta konkurencija, bus nagrinėjamas argumentas, kad, diegdama šioje byloje nagrinėjamus specialiuosius rezultatus, *Google* iš esmės nesiekė jokio antikonkurencinio tikslo, nes jais *Google* siekė tik pagerinti savo teikiamos paieškos paslaugos kokybę. Šis argumentas, iškeltas pirmojo pagrindo pirmoje dalyje, taip pat bus nagrinėjamas B antraštinės dalies 1 punkte.

- 123 Taigi B antraštinės dalies 1 punkte Bendrasis Teismas nagrinės Komisijos pagal SESV 102 straipsnį pateikto favoritizmo teisinio kvalifikavimo pagrįstumą ir klausimą, ar Komisija galėjo pagrįstai remtis tokia piktnaudžiavimo sąvoka, kuria dominuojančią padėtį užimanti įmonė iš esmės kaltinama teikusi pranašumą savo pačios paslaugai jos konkurentų paslaugų nenaudai.
- 124 Toliau šio sprendimo B antraštinės dalies 2 punkte Bendrasis Teismas nagrinės, ar remiantis tokiu kvalifikavimu tikrai galima konstatuoti skirtingą požiūrį, t. y. ar *Google* diskriminavo savo pačios specialiosios paieškos paslaugos naudai atitinkamai tuo laikotarpiu, kai buvo naudojamas *Product Universal* (pirmasis pagrindas), ir *Shopping Unit* naudojimo laikotarpiu (antrasis pagrindas).
- 125 Toliau Bendrasis Teismas tos pačios B antraštinės dalies 3 punkte nagrinės *Google* pateiktus trečiąjį ir ketvirtąjį pagrindus, pagal kuriuos elgesys, kuriuo kaltinama, neturėjo antikonkurencinio poveikio.
- 126 Galiausiai Bendrasis Teismas šio sprendimo B antraštinės dalies 4 punkte nagrinės *Google* pateiktą pirmojo ir antrojo pagrindų trečias dalis, pagal kurias elgesys, kuriuo kaltinama, buvo objektyviai pateisinamas, todėl neprieštaravo SESV 102 straipsniui.
- 127 Padaręs išvadą dėl esmės B antraštinės dalies 5 punkte, Bendrasis Teismas šio sprendimo C antraštinėje dalyje nagrinės *Google* pateiktą šeštąjį pagrindą, pagal kurį piniginė bauda bet kuriuo atveju yra nepagrįsta ir bent jau per didelė.

## **2. Dėl Bendrojo Teismo kontrolės apimties šioje byloje**

- 128 Bendrasis Teismas pirmiausia primena Europos Sąjungos teismų atliekamos Komisijos sprendimų, priimtų pagal SESV 102 straipsnį, kontrolės apimtį.
- 129 Šią teisminės kontrolės sistemą sudaro SESV 263 straipsnyje nustatyta institucijų aktų teisėtumo kontrolė, kuri pagal SESV 261 straipsnį gali būti papildyta naudojantis neribota jurisdikcija, kiek tai susiję su paskirtomis sankcijomis (2016 m. sausio 21 d. Sprendimo *Galp Energía España ir kt. / Komisija*, C-603/13 P, EU:C:2016:38, 71 punktą).
- 130 Kaip patikslino Teisingumo Teismas, SESV 263 straipsnyje numatyta teisėtumo kontrolė taikoma visiems Komisijos sprendimų, susijusių su procedūra pagal SESV 101 ir 102 straipsnius, elementams, kurių išsamią kontrolę tiek teisės, tiek faktų požiūriu užtikrina Bendrasis Teismas, atsižvelgdamas į ieškovų nurodytus pagrindus ir visas reikšmingas aplinkybes, nesvarbu, ar jos susiklostė prieš priimant sprendimą, ar jį priėmus, nurodytas administracinėje procedūroje arba pirmą kartą pateikiant ieškinį, su kuriuo kreipiamasi į Bendrąjį Teismą, jei šios aplinkybės yra svarbios vykdant Komisijos sprendimo teisėtumo kontrolę (2016 m. sausio 21 d. Sprendimo *Galp Energía España ir kt. / Komisija*, C-603/13 P, EU:C:2016:38, 72 punktą; šiuo klausimu taip pat žr. 2018 m. rugsėjo 26 d. Sprendimo *Infineon Technologies / Komisija*, C-99/17 P, EU:C:2018:773, 48 punktą).

- 131 Teisingumo Teismas yra nusprendęs, kad nors Komisija turi diskreciją ekonomikos srityje, tai nereiškia, kad Sąjungos teismas turi susilaikyti nuo Komisijos pateikto ekonominių duomenų aiškinimo kontrolės. Iš tikrųjų Sąjungos teismas turi, be kita ko, patikrinti ne tik pateiktų įrodymų faktinį teisingumą, patikimumą ir nuoseklumą, bet ir tai, ar šie įrodymai apima visus reikšmingus duomenis, į kuriuos reikia atsižvelgti vertinant sudėtingą situaciją, ir ar jie gali pagrįsti jais remiantis padarytas išvadas (2005 m. vasario 15 d. Sprendimo *Komisija / Tetra Laval*, C-12/03 P, EU:C:2005:87, 39 punktą; 2011 m. gruodžio 8 d. Sprendimo *Chalkor / Komisija*, C-386/10 P, EU:C:2011:815, 54 punktą ir 2014 m. liepos 10 d. Sprendimo *Telefónica ir Telefónica de España / Komisija*, C-295/12 P, EU:C:2014:2062, 54 punktą). Jeigu tam, kad veiksmus kvalifikuotų pagal SESV 102 straipsnį, Komisija suteikia realią svarbą ekonominei analizei, Sąjungos teismas turi išnagrinėti visus nubaustos įmonės argumentus, susijusius su šia analize (šiuo klausimu žr. 2017 m. rugsėjo 6 d. Sprendimo *Intel / Komisija*, C-413/14 P, EU:C:2017:632, 141–144 punktus).
- 132 Be to, iš Teisingumo Teismo jurisprudencijos matyti, kad nagrinėdama bylą dėl pažeidimo buvimo konkurencijos teisės srityje, Komisija privalo įrodyti konstatuotus pažeidimus ir pateikti įrodymų, kurie teisės požiūriu pakankamai patvirtintų pažeidimą sudarančių aplinkybių buvimą. Jei teismas turi abejonių, jas jis turi vertinti įmonės, kuriai skirtas pažeidimą konstatuojantis sprendimas, naudai (2012 m. lapkričio 22 d. Sprendimo *E.ON Energie / Komisija*, C-89/11 P, EU:C:2012:738, 71 ir 72 punktai ir 2017 m. vasario 16 d. Sprendimo *Hansen & Rosenthal ir H&R Wax Company Vertrieb / Komisija*, C-90/15 P, nepaskelbtas Rink., EU:C:2017:123, 17 ir 18 punktai).
- 133 Nors konkurencijos taisyklių pažeidimą turi įrodyti šiuo pažeidimu kaltinanti institucija, naudodamasi tam tikra gynybos priemone nuo kaltinimo šių taisyklių pažeidimu besiginanti įmonė turi įrodyti, kad šis gynybos pagrindas turi būti pripažintas pagrįstu, todėl ši institucija turi remtis kitais ginčijamame sprendime pateiktais įrodymais. Be to, net jeigu pagal šiuos principus įrodinėjimo pareiga tenka Komisijai arba suinteresuotajai įmonei, dėl faktinių aplinkybių, kuriomis remiasi viena šalis, kitai šaliai gali tekti pateikti paaiškinimų ar pateisinimų, nes kitaip būtų galima daryti išvadą, kad įrodinėjimo naštos paskirstymo taisyklių buvo laikytasi (šiuo klausimu žr. 2010 m. birželio 17 d. Sprendimo *Lafarge / Komisija*, C-413/08 P, EU:C:2010:346, 29 ir 30 punktus ir juose nurodytą jurisprudenciją).
- 134 Taigi, kai Komisija remiasi įrodymais, kurių iš esmės pakanka pažeidimui konstatuoti, atitinkamai įmonei nepakanka remtis galimybe, jog būta aplinkybės, kuri galėjo turėti poveikio tokių įrodymų įrodomajai galiai, kad Komisijai tektų pareiga įrodyti, jog ši aplinkybė neturėjo poveikio jų įrodomajai galiai. Atvirkščiai, išskyrus atvejus, kai tokio įrodymo atitinkama įmonė negali pateikti dėl pačios Komisijos veiksmų, atitinkama įmonė privalo teisės požiūriu tinkamai įrodyti, kad, pirma, aplinkybė, kuria ji remiasi, egzistuoja, antra, šia aplinkybe paneigiama įrodymų, kuriais remiasi Komisija, įrodomoji galia (2012 m. lapkričio 22 d. Sprendimo *E.ON Energie / Komisija*, C-89/11 P, EU:C:2012:738, 76 punktą).
- 135 Galiausiai reikia priminti, kad Teisingumo Teismas ir Bendrasis Teismas, užtikrindami SESV 263 straipsnyje numatytą teisėtumo kontrolę, bet kuriuo atveju negali ginčijamo akto rengėjo motyvų pakeisti savaisiais, susijusiais su faktinių aplinkybių vertinimu (2000 m. sausio 27 d. Sprendimo *DIR International Film ir kt. / Komisija*, C-164/98 P, EU:C:2000:48, 38 punktą; 2013 m. sausio 24 d. Sprendimo *Frucona Košice / Komisija*, C-73/11 P, EU:C:2013:32, 89 punktą ir 2016 m. sausio 21 d. Sprendimo *Galp Energía España ir kt. / Komisija*, C-603/13 P, EU:C:2016:38, 73 punktą). Kadangi ginčijamo sprendimo teisėtumo kontrolė susijusi su jame nurodytais motyvais, teismas nei savo iniciatyva, nei administracijos prašymu negali įtraukti tame sprendime nenurodytų motyvų.

## **B. Dėl pagrindinių reikalavimų panaikinti ginčijamą sprendimą**

### ***1. Dėl penktojo pagrindo ir pirmojo pagrindo pirmos dalies, susijusių su tuo, kad nagrinėjami veiksmai atitinka nuopelnais paremtą konkurenciją***

- 136 Kaip buvo nurodyta šio sprendimo 122 ir 123 punktuose, penktojo pagrindo pirmoje dalyje *Google* pirmiausia teigia, kad ginčijamame sprendime vertinant jos elgesį, pasireiškusi jos internetinės paieškos paslaugos kokybės gerinimu, nenurodyti aspektai, kuriais nukrypstama nuo nuopelnais paremtos konkurencijos.
- 137 Be to, penktojo pagrindo antroje dalyje *Google* teigia, kad elgesys, kuriuo kaltinama ginčijamame sprendime, iš tikrųjų yra atsisakymas suteikti prieigą, nes Komisija kaltina ją nesuteikus konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatams galimybės taikyti jos „technologijas ir dizainą“, visų pirma prieigos prie vadinamųjų „boxes“, rodomų jos bendrųjų rezultatų tinklalapių viršuje. Siekdama įrodyti, kad toks elgesys prieštaravo SESV 102 straipsniui, Komisija turėjo įrodyti, kad yra įvykdytos 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendime *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569) nustatytos sąlygos, tačiau to nepadarė. Taigi Komisija, kvalifikuodama elgesį kaip favoritizmą, iš tikrųjų siekė apeiti atsisakymui suteikti prieigą taikomas sąlygas ir todėl savo sprendime padarė teisės klaidą.
- 138 Galiausiai pirmojo pagrindo pirmoje dalyje *Google* nurodo, kad ginčijamame sprendime iškraipomos prekių specialiųjų rezultatų atsiradimo priežastys. Iš tiesų *Google* sumanė prekių rezultatų grupes ne tam, kad nukreiptų duomenų srautą į savo prekių palyginimo paslaugą, kaip teigia Komisija, o tam, kad pagerintų savo rezultatų kokybę ir jų pateikimą naudotojams.

### ***a) Dėl penktojo pagrindo pirmos dalies, kad nagrinėjami veiksmai yra kokybės pagerinimas, priskiriamas nuopelnais paremtai konkurencijai, ir negali būti laikomi piktnaudžiavimu***

#### ***1) Šalių argumentai***

- 139 Penktojo pagrindo pirmoje dalyje *Google* teigia, kad veiksmai, kuriais kaltinama, yra kokybės pagerinimas, priskiriamas nuopelnais paremtai konkurencijai, ir jie negali būti kvalifikuojami kaip piktnaudžiavimas.
- 140 Dėl pirmojo aspekto *Google* remiasi, be kita ko, 1979 m. vasario 13 d. Sprendimu *Hoffmann-La Roche / Komisija* (85/76, EU:C:1979:36, 91 punktas), 1991 m. liepos 3 d. Sprendimu *AKZO / Komisija* (C-62/86, EU:C:1991:286, 70 punktas) ir 2010 m. spalio 14 d. Sprendimu *Deutsche Telekom / Komisija* (C-280/08 P, EU:C:2010:603, 177 punktas), teigdama, kad Teisingumo Teismas, kiek tai susiję su dominuojančiomis įmonėmis, atskiria antikonkurencinius veiksmus ir konkurencijai naudingą elgesį, priskiriamą „įprastam“ konkuravimui arba „nuopelnais“ paremtai konkurencijai.
- 141 Taigi visų bylų, kuriose buvo priimti šio sprendimo 140 punkte minėti sprendimai, pagrindinis aspektas yra tas, kad įmonės, siekdamos konkuruoti tarpusavyje ir įgyti rinkos dalis, turi teisę naudoti visas „įprastas“ priemones. Tai reiškia, kad *Google* turi teisę konkuruoti „geriau“, gerindama savo technologijų ir specialiosios paieškos paslaugų kokybę natūraliems prekių rezultatams ir prekių skelbimams, prieinamiems iš jos bendrosios paieškos tinklalapio. Šiuo klausimu CCIA pabrėžia, kad interneto svetainės „dizaino“ kūrimas ir tobulinimas yra konkuravimo proceso dalis. Iš tiesų šie pokyčiai atitinka ir vartotojų, ir reklamos užsakovų

lūkesčius. Interneto svetainės kokybė yra pagrindinis konkuravimo skaitmeninėse rinkose parametras. CCIA priduria, kad dabar ekonomikoje vertikali integracija yra visur ir apskritai yra teigiamas reiškinys ekonominiu požiūriu.

- 142 *Google* teigimu, pagal ginčijamame sprendime pateiktą teoriją nenurodoma nieko, kas leistų atskirti jos veiksmus nuo nuopelnais paremtos konkurencijos. Teiginys, kad *Google* taikė favoritizmą ir galimo poveikio prielaida nekeičia aplinkybės, kad sugrupuoti prekių rezultatai ir prekių skelbimai pagerino jos bendrosios paieškos paslaugos kokybę. Rodydama tokią „dizainą“ savo bendrųjų rezultatų tinklalapiuose ir vystydama jį palaikančias novatoriškas technologijas, *Google* konkuravo nuopelnais bendrosios paieškos rinkoje.
- 143 Komisija mėgino išsisukti nuo šių faktinių aplinkybių, ginčijamo sprendimo 334 konstatuojamojoje dalyje teigdama, kad „dominuojančią padėtį užimančios įmonės veiksmai konkrečioje rinkoje“ gali būti piktnaudžiavimas, jeigu jais „siekiama išplėsti šią padėtį į atskirą, tačiau gretimą rinką“. Ginčijamo sprendimo 652 konstatuojamojoje dalyje ji teigė, kad šios taisyklės taikymas prekių ir paslaugų tobulinimui atitinka esamą jurisprudenciją. Taigi, *Google* teigimu, Komisija tiesiog padarė išvadą, kad savo elgesiu *Google*, pasinaudodama „svertu poveikiu“, siekė išplėsti savo dominuojančią padėtį į rinkas, gretimas toms, kuriose ji jau užėmė šią padėtį, ir neatsižvelgė į tai, kad tokiu elgesiu buvo gerinamos *Google* teikiamos paslaugos ir kad juo nebuvo nukrypta nuo „įprasto“ konkuravimo arba „nuopelnais“ paremtos konkurencijos.
- 144 Vis dėlto iš jurisprudencijos matyti, kad ne kiekvienas išstūmimo iš rinkos poveikis neabejotinai kenkia konkurencijai, nes nuopelnais paremta konkurencija gali lemti mažiau produktyvių konkurentų išnykimą ar susilpnėjimą. *Google* remiasi 2012 m. kovo 27 d. Sprendimu *Post Danmark* (C-209/10, EU:C:2012:172, 22 punktas) ir 2017 m. rugsėjo 6 d. Sprendimu *Intel / Komisija* (C-413/14 P, EU:C:2017:632, 134 punktas). Šis teiginys tinka ne tik tada, kai toks poveikis pasireiškia rinkoje, kurioje užimama dominuojanti padėtis, bet ir tada, kai jis pasireiškia kitoje rinkoje. Žinoma, paslaugos pagerinimas „neimunizuoja“ įmonės nuo piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi pripažinimo, tačiau nagrinėjamu atveju Komisija, vertindama *Google* elgesį, nenustatė papildomo antikonkurencinio šio „svertu poveikio“ elemento, todėl ji negalėjo šio elgesio kvalifikuoti kaip piktnaudžiavimo.
- 145 Šiuo klausimu *Google*, palaikoma CCIA, tvirtina, kad „piktnaudžiavimas svertu poveikiu“ yra bendra „skėtinė“ sąvoka, apimanti įvairių rūšių piktnaudžiavimą. Kiekvienai atskirai „piktnaudžiavimo svertu poveikiu“ rūšiai jurisprudencijoje nustatyti konkretūs aspektai, kuriais remiantis nagrinėjamas elgesys atskiriamas nuo nuopelnais paremtos konkurencijos ir laikytinas piktnaudžiavimu, pavyzdžiui, kokybės pabloginimas, maržų mažinimas ar atsisakymas suteikti esminį išteklių. Taigi vien to, kad dominuojanti įmonė taiko mažas kainas, negalima laikyti piktnaudžiavimu. Tik nustatčius papildomą aspektą, kuriuo nukrypstama nuo nuopelnais paremtos konkurencijos, veiksmus būtų galima laikyti grobuoniškų kainų taikymu. Taigi, kaip teigia CCIA, Komisijos nustatyto piktnaudžiavimo favoritizmu teorinio pagrindo stoka neleidžia suprasti papildomų veiksmų ar teisės principų, dėl kurių šis favoritizmas, kuris, beje, yra visiškai natūralus, pažeidžia SESV 102 straipsnį, ir tai kelia teisinio saugumo problemą visam interneto sektoriui.
- 146 Komisija, šiuo klausimu palaikoma Vokietijos Federacinės Respublikos, nurodo, jog paslaugos pagerinimas nereiškia, kad tai negali būti piktnaudžiavimas dominuojančia padėtimi, ypač jei dėl to dominuojanti įmonė teikia pranašumą savo pačios paslaugai naudodama kitas priemones nei nuopelnais paremta konkurencija ir jei tai gali turėti antikonkurencinį poveikį.

- 147 Komisija patikslina, kad ji ginčija, be kita ko, *Google* bendrosios paieškos paslaugos pagerinimą. Nors iš tikrųjų *Google* gali gerinti savo bendrosios paieškos paslaugą, rodydama „tam tikrus“ sugrupuotus rezultatus savo bendrųjų rezultatų tinklalapiuose, ji nebūtų galėjusi pagerinti savo bendrosios paieškos paslaugos rodydama „vien“ sugrupuotus rezultatus, gautus teikiant jos pačios prekių palyginimo paslaugą, savo bendrųjų rezultatų tinklalapiuose. Be to, Komisija primena, kad, jos nuomone, *Google* elgesio negalima pateisinti jokia objektyvia priežastimi, susijusia su jos bendrosios paieškos paslaugos kokybės gerinimu.
- 148 Vokietijos Federacinė Respublika tvirtina, kad elgesys, kuriuo kaltinama *Google*, nepriskiriamas nuopelnais paremtai konkurencijai, nes jis trukdo konkuruoti dėl algoritmo, leidžiančio atlikti specialiąją prekių paiešką, kokybės. Tačiau specialiosios paieškos algoritmo kokybė yra parametras, kuriuo atitinkamos įmonės konkuruoja. Nagrinėjamu elgesiu *Google* skatina naudotojus spustelėti ne ant aktualiausių, o ant labiausiai matomų rezultatų, t. y. savo pačios rezultatų, neatsižvelgiant į tikrąją jų svarbą naudotojui.
- 149 VDZ tvirtina, kad klausimas, ar *Google* pagerino savo paslaugą, neturi reikšmės. Vienintelis svarbus klausimas yra tas, ar *Google* naudojo naujas savo paslaugų savybes (*Product Universals*, *Shopping Units*, tikslinimo algoritmai) kaip priemonę išskirti savo prekių palyginimo paslaugą konkurentų prekių palyginimo paslaugų nenaudai. *Google* prekių palyginimo paslaugos pagerinimus geriausiu atveju galima vertinti atsižvelgiant į padidėjusį veiksmingumą. Vis dėlto *Google* nepateikė tokios naudos įrodymų, kaip to reikalaujama pagal jurisprudenciją. VDZ priduria, kad šioje byloje nagrinėjamas tipinis piktnaudžiavimo sverto poveikiu atvejis. Iš esmės aptariamai veiksmas nukrypo nuo nuopelnais paremtos konkurencijos, nes *Google* elgesys pirminėje rinkoje galėjo turėti tik vieną logišką ekonominį paaiškinimą – riboti konkurenciją antrinėje rinkoje. *Google* veiksmas, kuriais siekiama sudaryti palankesnes sąlygas jos prekių palyginimo paslaugai konkurentų prekių palyginimo paslaugų nenaudai, pašalinami reikšmingesni konkurentų specialiosios paieškos rezultatai, o tai neturi ekonominės prasmės.

## 2) Bendrojo Teismo vertinimas

- 150 Pagal suformuotą jurisprudenciją dominuojančią padėtį užimanti įmonė turi ypatingą pareigą savo elgesiu nepažeisti veiksmingos ir neiškraipytos konkurencijos vidaus rinkoje (žr. 2017 m. rugsėjo 6 d. Sprendimo *Intel / Komisija*, C-413/14 P, EU:C:2017:632, 135 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).
- 151 SESV 102 straipsnis apima būtent dominuojančią padėtį užimančios įmonės veiksmus, kurie vartotojų nenaudai, taikant kitas priemones nei tos, kurios reguliuoja normalios konkurencijos sąlygas remiantis ūkio subjektų teikiamomis paslaugomis, trukdo išlaikyti rinkoje esamos konkurencijos laipsnį arba plėsti šią konkurenciją (žr. 2012 m. kovo 27 d. Sprendimo *Post Danmark*, C-209/10, EU:C:2012:172, 24 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).
- 152 Pagal SESV 102 straipsnį draudžiama, be kita ko, dominuojančiai įmonei imtis veiksmų, kurie turi jos konkurentų, laikomų tokiais pat produktyviais kaip ir ji, išstūmimo iš rinkos poveikį, ir taip sustiprinti savo dominuojančią padėtį pasitelkiant priemones, kurios skiriasi nuo konkurencijos remiantis nuopelnais priemonių (šiuo klausimu žr. 2012 m. kovo 27 d. Sprendimo *Post Danmark*, C-209/10, EU:C:2012:172, 25 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją ir 2017 m. rugsėjo 6 d. Sprendimo *Intel / Komisija*, C-413/14 P, EU:C:2017:632, 136 punktą).

- 153 SESV 102 straipsnis apima ne tik veiksmus, kuriais daroma tiesioginė žala vartotojams, bet ir veiksmus, kurie jiems padaro žalos iškraipydami konkurenciją (2012 m. kovo 27 d. Sprendimo *Post Danmark*, C-209/10, EU:C:2012:172, 20 punktas ir jame nurodyta jurisprudencija; šiuo klausimu taip pat žr. 2012 m. kovo 29 d. Sprendimo *Telefónica ir Telefónica de España / Komisija*, T-336/07, EU:T:2012:172, 171 punktą).
- 154 SESV 102 straipsnyje pateiktas piktnaudžiavimo atvejų sąrašas nėra baigtinis, todėl šioje nuostatoje pateiktame sąraše neišvardijami visi Sąjungos teisės draudžiami piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi būdai (1973 m. vasario 21 d. Sprendimo *Europemballage ir Continental Can / Komisija*, 6/72, EU:C:1973:22, 26 punktas; 2011 m. vasario 17 d. Sprendimo *TeliaSonera Sverige*, C-52/09, EU:C:2011:83, 26 punktas ir 2012 m. kovo 29 d. Sprendimo *Telefónica ir Telefónica de España / Komisija*, T-336/07, EU:T:2012:172, 174 punktas).
- 155 Piktnaudžiavimas gali pasireikšti nepagrįstu skirtingu vertinimu (šiuo klausimu žr. 1997 m. liepos 17 d. Sprendimo *GT-Link*, C-242/95, EU:C:1997:376, 41 punktą; 2002 m. spalio 24 d. Sprendimo *Aéroports de Paris / Komisija*, C-82/01 P, EU:C:2002:617, 114 punktą ir 1999 m. spalio 7 d. Sprendimo *Irish Sugar / Komisija*, T-228/97, EU:T:1999:246, 140 punktą). Pagal bendrą vienodo požiūrio principą, kaip Sąjungos teisės bendrąjį principą, reikalaujama, kad panašios situacijos nebūtų vertinamos skirtingai, o skirtingos – vienodai, jei toks vertinimas negali būti objektyviai pagrįstas (žr. 2008 m. gruodžio 16 d. Sprendimo *Arcelor Atlantique ir Lorraine ir kt.*, C-127/07, EU:C:2008:728, 23 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).
- 156 Vis dėlto SESV 102 straipsniu visiškai nesiekama kliudyti įmonei užimti dominuojančią padėtį rinkoje dėl savo nuopelnų (žr. 2017 m. rugsėjo 6 d. Sprendimo *Intel / Komisija*, C-413/14 P, EU:C:2017:632, 133 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).
- 157 Taigi bet koku konkurento išstūmimu nebūtinai daroma žala konkurencijai. Iš esmės konkurencija pagal nuopelnus gali lemti išnykimą iš rinkos ar susilpninti konkurentus, kurie mažiau produktyvūs, todėl ne tokie patrauklūs vartotojams, be kita ko, kainų, pasirinkimo, kokybės ar naujovių atžvilgiu (be kita ko, žr. 2017 m. rugsėjo 6 d. Sprendimo *Intel / Komisija*, C-413/14 P, EU:C:2017:632, 134 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).
- 158 Iš esmės *Google* teigia, kad ginčijamame sprendime nagrinėjamais veiksmais prisidedama prie jos paieškos paslaugų kokybės gerinimo, todėl jie priskirtini nuopelnais paremtai konkurencijai. Šiuo klausimu *Google* pažymi, kad Komisija nenurodo jokio elgesio, kuriuo kaltina, aspekto, kuriuo nukrypstama nuo nuopelnais paremtos konkurencijos. Sąjungos teismas niekada nėra pripažinęs, kad prekės ar paslaugos kokybės pagerinimas kliudo konkurencijai.
- 159 Kiek tai susiję su tuo, kad Komisija tariamai nenustatė aspektų, kuriais nagrinėjami veiksmai skiriasi nuo įprastos konkurencijos, kuri, kaip teigiama, buvo ribojama, reikia konstatuoti, kad pagal SESV 102 straipsnį vien įmonės dominuojanti padėtis, net jei ji yra tokio masto kaip *Google* užimama padėtis bendrosios paieškos paslaugos rinkoje, negali būti pripažinta neteisėta.
- 160 Iš suformuotos jurisprudencijos matyti, kad dominuojančios padėties konstatavimas savaime nereiškia jokio kaltinimo atitinkamai įmonei (žr. 2012 m. kovo 27 d. Sprendimo *Post Danmark*, C-209/10, EU:C:2012:172, 21 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją). SESV 102 straipsniu draudžiamas būtent „piktnaudžiavimas dominuojančia padėtimi“.

- 161 Šiuo tikslu norėdama apibūdinti tokį „piktnaudžiavimą“ Komisija turi nustatyti, kaip atitinkama įmonė, pasinaudodama dominuojančia padėtimi, naudojo kitokias priemones nei tos, kurios naudojamos esant įprastai konkurencijai (žr. šio sprendimo 151 punktą).
- 162 Vien įmonės dominuojančios padėties išplėtimas į gretimą rinką pats savaime negali būti elgesio, kuriuo nukrypstama nuo įprastos konkurencijos, įrodymas, net jei dėl tokio išplėtimo konkurentai išnyktų arba sumažėtų (šiuo klausimu žr. 2012 m. kovo 27 d. Sprendimo *Post Danmark*, C-209/10, EU:C:2012:172, 22 punktą ir 2017 m. rugsėjo 6 d. Sprendimo *Intel / Komisija*, C-413/14 P, EU:C:2017:632, 134 punktą).
- 163 Be to, kaip iš esmės matyti iš 2002 m. spalio 25 d. Sprendimo *Tetra Laval / Komisija* (T-5/02, EU:T:2002:264, 156, 158 ir 217 punktai), sverto poveikis yra bendrinė sąvoka, susijusi su poveikiu, kurį vienoje rinkoje konstatuoti veiksmai gali turėti kitoje rinkoje. Ši sąvoka gali reikšti kelis skirtingus veiksmus, kuriuos galima laikyti piktnaudžiavimu, pavyzdžiui, susijusius pardavimus, kaip byloje, kurioje buvo priimtas 2007 m. rugsėjo 17 d. Sprendimas *Microsoft / Komisija* (T-201/04, EU:T:2007:289), maržų mažinimą, kaip byloje, kurioje buvo priimtas 2012 m. kovo 29 d. Sprendimas *Telefónica ir Telefónica de España / Komisija* (T-336/07, EU:T:2012:172), arba lojalumo nuolaidas, kaip byloje, kurioje buvo priimtas 2003 m. rugsėjo 30 d. Sprendimas *Michelin / Komisija* (T-203/01 (EU:T:2003:250)).
- 164 Reikia konstatuoti, kad nors dominuojančią padėtį užimančios įmonės daromas sverto poveikis savaime nėra draudžiamas pagal SESV 102 straipsnį, vis dėlto šis straipsnis taikomas tokiems veiksmams. Taigi, nesant reikalo šiuo etapu priimti sprendimo dėl tokių veiksmų draudimo sąlygų, reikia konstatuoti, kaip nurodyta šio sprendimo 163 punkte, kad kelios sverto poveikio rūšys jau buvo pripažintos prieštaraujančiomis SESV 102 straipsniui. Konkrečiai kalbant, 2007 m. rugsėjo 17 d. Sprendime *Microsoft / Komisija* (T-201/04, EU:T:2007:289, 1344 punktas) Bendrasis Teismas konstatavo, kad nagrinėjami veiksmai, t. y. susietas pardavimas ir atsisakymas pateikti su suderinamumu susijusią informaciją, yra pažeidimas, kurį sudarė *Microsoft* taikyta sverto poveikio strategija, t. y. naudojimas dominuojančia padėtimi, kurią ji užėmė kliento asmeninių kompiuterių (AK) operacinių sistemų rinkoje, siekdama išplėsti šią padėtį į kitas dvi gretimas rinkas.
- 165 Taigi tikroji dominuojančiai įmonei tenkančios ypatingos atsakomybės apimtis turi būti vertinama atsižvelgiant į konkrečias kiekvieno atvejo aplinkybes, rodančias konkurencijos susilpnėjimą (šiuo klausimu žr. 2011 m. vasario 17 d. Sprendimo *TeliaSonera Sverige*, C-52/09, EU:C:2011:83, 84 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).
- 166 Nagrinėjamu atveju, kaip matyti iš ginčijamo sprendimo ir kaip per teismo posėdį teisingai priminė Komisija, kad padarytų išvadą dėl SESV 102 straipsnio pažeidimo, ji rėmėsi ne vien sverto poveikiu.
- 167 Iš tiesų Komisija nusprendė, kad pasinaudodama sverto poveikiu *Google* klovėsi savo dominuojančia padėtimi bendrosios paieškos rinkoje, siekdama sudaryti palankesnes sąlygas savo prekių palyginimo paslaugai specialiosios prekių palyginimo paieškos rinkoje, išskirdama šios prekių palyginimo paslaugos ir jos rezultatų išdėstymą ir pateikimą *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapiuose, palyginti su konkurentų prekių palyginimo paslaugomis, kurių rezultatai, atsižvelgiant į šioms paslaugoms būdingas savybes, taikant tikslinimo algoritmus šiuose tinklalapiuose paprastai buvo nukeliami į blogesnę padėtį.

- 168 Šiuo klausimu ginčijamo sprendimo 344 konstatuojamojoje dalyje Komisija pažymėjo, kad konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatai galėjo būti rodomi tik kaip bendrieji rezultatai, t. y. paprastos mėlynos spalvos nuorodos, kurios, be to, dėl tikslinimo algoritmų galėjo būti nukeliamos į blogesnę padėtį, o *Google* prekių palyginimo paslaugos rezultatai buvo matomai išdėstomi *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių viršuje, rodomi raiškiuoju formatu ir tikslinimo algoritmai negalėjo nukelti jų į blogesnę padėtį, todėl tai lėmė skirtingą vertinimą, pasireiškusį tuo, kad *Google* suteikė pranašumą savo pačios prekių palyginimo paslaugai.
- 169 Komisija visų pirma paaiškino, kad dėl trijų konkrečių aplinkybių, t. y. pirma, *Google* bendrosios paieškos sistemos generuojamo duomenų srauto svarbos prekių palyginimo paslaugoms (ginčijamo sprendimo 7.2.2 dalis), antra, naudotojų elgesio atliekant paiešką internete (ginčijamo sprendimo 7.2.3 dalis) ir, trečia, to, kad duomenų srautas, nukreipiamas nuo *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių, sudaro didžiąją dalį duomenų srauto į konkurentų prekių palyginimo paslaugas ir jo negalima veiksmingai pakeisti kitais šaltiniais (ginčijamo sprendimo 7.2.4 dalis), taigi dėl tokio favoritizmo rinkoje galėjo susilpnėti konkurencija.
- 170 Pirma, dėl *Google* bendrosios paieškos sistemos generuojamo duomenų srauto svarbos ginčijamo sprendimo 7.2.2 dalyje (444–450 konstatuojamosios dalys) Komisija pažymėjo, kad, remiantis ginčijamo sprendimo 444 konstatuojamojoje dalyje pateiktu konkuruojančio prekių palyginimo paslaugos teikėjo pareiškimu, tai yra „didžiausias specialiosios paieškos sistemos privalumas“. Taigi Komisija paaiškino, kad šis duomenų srautas leido padidinti specialiosios paieškos rezultatų svarbą, ypač prekių palyginimo paslaugų pasiūlos naujumą ir apimtį, didinant jų gebėjimą įtikinti prekyautojus teikti šios paslaugos teikėjams duomenis apie savo prekes (445 konstatuojamoji dalis), kad dėl jo buvo gaunamos pajamos iš prekyautojų mokamų komisinių arba internetinės reklamos (446 konstatuojamoji dalis), ir kad jis teikė informaciją apie naudotojų elgesį, o tai leido gerinti rezultatų svarbą ir naudingumą, taip pat dėl mašinų mokymosi (angl. *machine learning*, 447 konstatuojamoji dalis) poveikio, eksperimentų (448 konstatuojamoji dalis) arba siūlymų naudotojams pasirinkti kitus juos dominančius paieškos žodžius (449 konstatuojamoji dalis).
- 171 Taigi ginčijamo sprendimo 7.2.2 dalyje Komisija iš esmės nurodė, kad šis duomenų srautas turėjo tinklo poveikį, nes kuo daugiau internautų apsilanko prekių palyginimo paslaugos teikėjo interneto svetainėje, tuo svarbesnė ir naudingesnė tampa teikiama paslauga ir tuo daugiau prekyautojų būna linkę naudotis šia paslauga, ir kad šis duomenų srautas taip pat leido gauti pajamų iš komisinių arba reklamos skelbimų, o šios pajamos atitinkamais atvejais galėjo būti naudojamos teikiamų paslaugų naudingumui didinti ir taip išskirti šią paslaugą iš konkurentų teikiamų paslaugų. Kitaip tariant, Komisija nurodė, kad duomenų srauto generavimas duoda teigiamą grandininę reakciją, t. y. leidžia pagerinti rezultatų svarbą ir taip pritraukti daugiau naudotojų ir galiausiai daugiau pajamų iš reklamos partnerių arba prekyautojų internetu, siūlančių savo prekes prekių palyginimo paslaugos teikėjo interneto svetainėje, o tai atitinkamai lemia atitinkamos įmonės pajėgumą daugiau investuoti siekiant pagerinti savo konkurencinę padėtį arba bent išlaikyti ją skaitmeniniame sektoriuje, kuriame inovacijos yra pagrindinis komercinės sėkmės veiksnys. Ir priešingai, dėl duomenų srauto praradimo galima patekti į užburtą ratą ir galiausiai tenka pasitraukti iš rinkos dėl negebėjimo konkuruoti esminiais šios rinkos elementais, pavyzdžiui, rezultatų svarba ir inovacijomis, kurie abu susiję tarpusavyje, nes prekių palyginimo paslaugos naujinamos siekiant pagerinti jų rezultatų svarbą ir taip pritraukti didesnę duomenų srautą ir atitinkamai daugiau pajamų.
- 172 Antra, dėl naudotojų elgesio Komisija nurodė, kad *Google* taikytas favoritizmas, kuriuo siekiama padaryti labiau matomus jos pačios rezultatus ir mažiau matomus konkurentų rezultatus, galėjo paveikti internautų elgesį, jiems norint apsilankyti prekių palyginimo interneto svetainėse

(ginčijamo sprendimo 7.2.3.1 dalis ir 454–461 konstatuojamosios dalys). Ginčijamo sprendimo 455–457 konstatuojamosiose dalyse Komisija paaiškino, kad naudotojai paprastai sutelkia dėmesį į pirmuosius tris–penkis paieškos rezultatus ir visiškai nekreipia dėmesio arba kreipia mažai dėmesio į paskesnius rezultatus, ypač į esančiuosius žemiau iš karto matomos ekrano dalies (angl. *fold*). Taigi ginčijamo sprendimo 535 konstatuojamojoje dalyje Komisija teigė, kad naudotojai yra linkę daryti prielaidą, kad matomiausi rezultatai yra reikšmingiausi, neatsižvelgiant į tikrąją jų svarbą.

- 173 Trečia, dėl nukreipto duomenų srauto poveikio Komisija pažymėjo, kad šis srautas sudarė didelę dalį duomenų srauto į konkurentų prekių palyginimo paslaugas (ginčijamo sprendimo 7.2.4.1 dalis) ir negalėjo būti veiksmingai pakeistas kitais šaltiniais, įskaitant tekstinius skelbimus, mobiliąsias programas, tiesioginį srautą, nukreipimus į partnerių interneto svetaines, socialinius tinklus ar kitas paieškos sistemas (ginčijamo sprendimo 7.2.4.2 dalis).
- 174 Atsižvelgiant į šio sprendimo 168–173 punktuose nurodytą kontekstą, Komisija, nepadarydama teisės klaidos, konstatavo, kad *Google* duomenų srautas iš jos bendrosios paieškos tinklalapių ir faktiškai nepakeičiamas šio srauto pobūdis buvo svarbios aplinkybės, galinčios patvirtinti esant veiksmus, kurių negalima priskirti nuopelnais paremtai konkurencijai.
- 175 Iš to, kas išdėstyta, matyti, kad Komisija neapsiribojo sverto poveikio konstatavimu, tačiau, kaip reikalaujama pagal jurisprudenciją, teisiškai kvalifikavo su šiuo poveikiu susijusius *Google* veiksmus remdamasi reikšmingais kriterijais. Taigi, darant prielaidą, kad Komisija tinkamai įrodė favoritizmą ir jo poveikį, nustatytus atsižvelgiant į konkrečias atitinkamų rinkų aplinkybes, o tai bus patikrinta atsižvelgiant į visus pagrindus ir argumentus, Komisija bus teisingai nusprendusi, kad toks favoritizmas nukrypo nuo nuopelnais paremtos konkurencijos.
- 176 Šiuo klausimu reikia pažymėti, kad, atsižvelgiant į universalią *Google* bendrosios paieškos sistemos paskirtį, o ši sistema, kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 12 konstatuojamosios dalies, sukurta siekiant indeksuoti rezultatus, apimančius visą galimą turinį, vienos rūšies rezultatų, t. y. savo rezultatų išskyrimas *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapiuose, palyginti su konkurentų specialiaisiais rezultatais, nėra visai normalus.
- 177 Nagrinėjama infrastruktūra, t. y. *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapiai, kurie generuoja duomenų srautą į kitas interneto svetaines, be kita ko, į konkurentų prekių palyginimo interneto svetaines, yra iš esmės atvira, o tai išskiria ją iš kitos jurisprudencijoje nurodytos infrastruktūros, kurią sudaro materialusis turtas (spaudos platinimo sistemos) arba nematerialusis turtas (intelektinės nuosavybės teisės), kurio vertė priklauso nuo jo savininko galimybės išlaikyti išimtinį jų naudojimą.
- 178 Skirtingai nuo tokios infrastruktūros, bendrosios paieškos sistemos esmė ir vertė yra tokia, kad ji gali būti atvira rezultatams iš išorės, t. y. gautiems iš trečiųjų šaltinių, ir kad ji gali rodyti daug ir įvairių šių rezultatų savo bendrųjų rezultatų tinklalapiuose, o šie šaltiniai praturtina šią paieškos sistemą ir padidina jos patikimumą visuomenėje bei leidžia naudotis tinklo poveikiu ir masto ekonomija, kurie yra būtini šios sistemos vystymui ir išlikimui rinkoje, kurioje dėl jos pobūdžio, atsižvelgiant į šį tinklo poveikį, gali būti nedaug tokio pobūdžio infrastruktūros. Norint pasiekti kritinę masę, kuri galėtų kompensuoti paslaugos neatlygintinumą vienoje rinkos pusėje ir užtikrinti pajamas iš reklamos kitoje rinkos pusėje, reikia labai daug naudotojų, todėl paieškos sistemos rezultatų apribojimas tik jos pačios rezultatais kelia tam tikrą riziką ir tai nebūtinai

racionalu, nebent tokiu atveju, kaip nagrinėjamas šioje byloje, kai dominavimas ir patekimo į rinką kliūtys yra tokios, kad reaguojant į šį interneto naudotojų pasirinkimo ribojimą per pakankamai trumpą laiką nėra įmanomas joks patekimas į rinką.

- 179 Todėl tai, kad *Google*, darant prielaidą, jog tai įrodyta, teikia pranašumą savo specialiesiems rezultatams, palyginti su trečiųjų asmenų rezultatais, o tai, regis, yra išvirkščia pusė ekonominio modelio, lėmusio pirminę *Google* paieškos sistemos sėkmę, neabejotinai nėra visiškai normalus reiškiny. Vadinasi, pagal šio sprendimo 133 punkte nurodytą jurisprudenciją, tokį skirtingą požiūrį taikantis subjektas turi jį pagrįsti atsižvelgiant į konkurencijos teisę (šiuo klausimu žr. 2018 m. gruodžio 12 d. Sprendimo *Servier ir kt. / Komisija*, T-691/14, dėl kurio paduotas apeliacinis skundas, EU:T:2018:922, 1377 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).
- 180 Be to, išsamumo sumetimais galima pažymėti, kad, nors ir nagrinėdamas kitokią situaciją nei šioje byloje, susijusią su interneto prieigos paslaugų teikėjais, Teisingumo Teismas nusprendė, kad Sąjungos teisės aktų leidėjas 2015 m. lapkričio 25 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentu (ES) 2015/2120, kuriuo nustatomos priemonės, susijusios su atvira interneto prieiga, ir kuriuo iš dalies keičiami Direktyva 2002/22/EB dėl universaliųjų paslaugų ir paslaugų gavėjų teisių, susijusių su elektroninių ryšių tinklais ir paslaugomis, ir Reglamentas (ES) Nr. 531/2012 dėl tarptinklinio ryšio per viešuosius judriojo ryšio tinklus Sąjungoje (OL L 310, 2015, p. 1), siekė nustatyti šiems operatoriams bendrą vienodo požiūrio pareigą, visam duomenų srautui taikant vienodas sąlygas be diskriminavimo, apribojimų ar kišimosi, nuo kurios šie operatoriai negali nukrypti savo komercine praktika (šiuo klausimu žr. 2020 m. rugsėjo 15 d. Sprendimo *Telenor Magyarország*, C-807/18 ir C-39/19, EU:C:2020:708, 47 punktą). Tokios teisės aktų leidėjo valios ir iš to interneto prieigos tiekėjams pradinės grandies rinkoje kylančios teisinės nediskriminavimo prievolės negalima nepaisyti analizuojant tokio subjekto kaip *Google* veiksmus vartotojų rinkoje, atsižvelgiant į jos neginčijamai ultradominuojančią padėtį bendrosios paieškos paslaugų rinkoje ir ypatingą šios bendrovės atsakomybę savo elgesiu nepakenkti veiksmingai ir neiškraipyta konkurencijai vidaus rinkoje. Šiuo atžvilgiu neturi reikšmės tai, ar teisės aktu nustatoma bendra pareiga nediskriminuojant suteikti tokią prieigą prie internetinės paieškos rezultatų, nes, kaip matyti iš jurisprudencijos, neiškraipyta konkurencija gali būti užtikrinta tik jeigu atskiri rinkos subjektai turi lygias galimybes (žr. 2010 m. spalio 14 d. Sprendimo *Deutsche Telekom / Komisija*, C-280/08 P, EU:C:2010:603, 230 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją), ir dėl to yra galimybė, kad tam tikras skirtingas požiūris gali būti pripažįstamas pažeidžiančiu SESV 102 straipsnį, kai kalbama apie dominuojančią padėtį interneto sektoriuje užimančių subjektų taikomą favoritizmą.
- 181 Be to, kaip pažymi VDZ, nagrinėjamo elgesio nukrypimas nuo nuopelnais paremtos konkurencijos, darant prielaidą, kad jis įrodytas, yra dar akivaizdesnis dėl to, kad tai įvyko pasikeitus dominuojančią padėtį užimančio subjekto elgesiui. *Google* iš tiesų pakeitė savo elgesį bendrosios paieškos rinkoje.
- 182 Iš bylos medžiagos matyti, kad istoriškai *Google* iš pradžių teikė bendrosios paieškos paslaugas ir įgijo „superdominuojančią“ padėtį šioje rinkoje, kuriai būdingos labai didelės patekimo į rinką kliūtys. Šioje rinkoje *Google* rodė rezultatus, kurie naudotojus nukreipė į prekių palyginimo paslaugas. Be to, *Google* vienodai ir pagal tuos pačius kriterijus rodė visus specialiosios paieškos paslaugų rezultatus. Beje, bendrosios paieškos paslaugos paskirtis yra būtent naršyti ir indeksuoti kuo daugiau interneto tinklalapių, kad būtų rodomi visi paiešką atitinkantys rezultatai.

- 183 Vėliau *Google* pradėjo veikti specialiosios prekių palyginimo paieškos rinkoje. Tuo metu, kai *Google* pradėjo veiklą specialiosios prekių palyginimo paieškos rinkoje, tokių paslaugų teikėjų jau buvo daug. Be to, atsižvelgiant į *Google* „superdominuojančią“ padėtį, jos kaip interneto „vartų“ vaidmenį ir labai dideles patekimo į bendrosios paieškos rinką kliūtis, jai teko didesnė pareiga savo elgesiu nepakenkti veiksmingai ir neiškraipyti konkurencijai susijusioje specialiosios prekių palyginimo paieškos rinkoje.
- 184 Komisijos teigimu, pradėjusi veiklą specialiosios prekių palyginimo paieškos rinkoje ir patyrusi nesėkmę su specialiai šiai paslaugai skirtu interneto tinklalapiu (*Froogle*), *Google* pakeitė savo veiksmus dominuojamoje bendrosios paieškos rinkoje, o tai turėjo padidinti jos pačios prekių palyginimo paslaugos rezultatų matomumą bendrosios paieškos rezultatų tinklalapiuose. Nuo tada, kai buvo pradėti rodyti sugrupuoti prekių rezultatai, visos prekių palyginimo paslaugos jau nebebuvo vertinamos vienodai. *Google* ėmė teikti pirmenybę savo pačios specialiosios paieškos rezultatams (išdėstymas ir pateikimas) ir nukeldavo į blogesnę padėtį savo konkurentų rezultatus, kurie, be to, buvo rodomi kitaip (paprastos „mėlynosios nuorodos“ be jokių nuotraukų ir raiškiojo teksto). Dėl pasikeitusio *Google* elgesio sumažėjo konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatų matomumas ir kartu padidėjo jos pačios prekių palyginimo paslaugos rezultatų matomumas. Taigi nagrinėjamų veiksmų įgyvendinimas leido *Google* išryškinti savo prekių palyginimo paslaugą savo bendrosios paieškos rezultatų tinklalapiuose, kartu padarant konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatus beveik nematomus šiuose tinklalapiuose, o tai iš esmės neatitinka numatytojo bendrosios paieškos paslaugos tikslo.
- 185 Taigi, su sąlyga, kad šio sprendimo 170–173 punktuose apibendrintos analizės pabaigoje nustatytas favoritizmas ir jo pasekmės yra tinkamai įrodyti, pats *Google* elgesys negali būti laikomas nuopelnais paremtu konkuravimu.
- 186 Šios išvados nepaneigia *Google* argumentai, kad *Product Universals* ir *Shopping Units* rodymo negalima laikyti piktnaudžiavimu, nes šie rezultatai ir skelbimai reiškė jos paslaugų kokybės gerinimą ir buvo priskiriami nuopelnais paremtai konkurencijai.
- 187 Pirma, reikia pažymėti, jog *Google* argumentai grindžiami klaidinga prielaida, kad nagrinėjamą elgesį sudaro tik ypatingas *Product Universals* ir *Shopping Units* pateikimas ir išdėstymas, nes jį sudaro dviejų veiksmų derinys, t. y. pranašumo teikimas *Google* specialiesiems prekių palyginimo paslaugos rezultatams ir tuo pat metu konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatų nukėlimas į blogesnę padėtį pasitelkus tikslinimo algoritmus. Reikia konstatuoti, kad *Google* jos konkurentų prekių palyginimo paslaugų, bet ne jos pačios prekių palyginimo paslaugos nukėlimo į blogesnę padėtį jos bendrųjų rezultatų tinklalapiuose neapibūdina kaip „kokybės pagerinimo“, būdingo nuopelnais paremtai konkurencijai.
- 188 Antra, priešingai, nei teigia *Google*, nė vienas iš ginčijamo sprendimo 334 konstatuojamojoje dalyje Komisijos cituotų sprendimų neleidžia daryti išvados, kad elgesys, dėl kurio pagerinama prekė ar paslauga, savaime negali būti savarankiška piktnaudžiavimo forma, jei dėl tokio pagerinimo dominuojančią padėtį užimanti įmonė išskiria savo pačios prekę ar paslaugą naudodama kitokias priemones nei tos, kurių dažniausia imamas esant nuopelnais paremtai konkurencijai, ir kad toks elgesys gali turėti antikonkurencinį poveikį. Kaip teisingai pažymi VDZ, į prekės ar paslaugos techninio ar komercinio pobūdžio pagerinimus galima atsižvelgti tik tada, kai nagrinėjami galimi objektyvūs pateisinimai ir galimai padidėjęs veiksmingumas, kuriuos tokiu būdu galima pasiekti.

- 189 Išvados, kad *Google* elgesys, jeigu įrodyta, kad jis kvalifikuotinas kaip favoritizmas, gali nukrypti nuo nuopelnais paremtos konkurencijos, nepaneigia CCIA argumentai, jog dėl to, kad ginčijamame sprendime nėra suformuluota aiškaus teisinio kriterijaus, pažeidžiamas teisinio saugumo principas.
- 190 Pirmiausia reikia konstatuoti, kad Komisija ginčija šio argumento priimtinumą teigdama, kad jis nepriimtinas, nes iš esmės jis yra naujas, palyginti su *Google* argumentais.
- 191 Pagal Europos Sąjungos Teisingumo Teismo statuto 40 straipsnio ketvirtą pastraipą, taikomą procesui Bendrajame Teisme pagal šio statuto 53 straipsnio pirmą pastraipą, prašyme įstoti į bylą nurodomi paaiškinimai gali būti pateikiami tik vienos iš šalių reikalavimams paremti. Taigi šalis, kuriai leista įstoti į Bendrajame Teisme iškeltą bylą, negali keisti pagrindinių bylos šalių reikalavimuose ir pagrinduose apibrėžto ginčo dalyko. Remiantis tuo darytina išvada, kad priimtini tik tie įstojusios į bylą šalies argumentai, kuriais neviršijama tai, kas numatyta šiuose reikalavimuose ir pagrinduose (2019 m. liepos 29 d. Sprendimo *Bayerische Motoren Werke ir Freistaat Sachsen / Komisija*, C-654/17 P, EU:C:2019:634, 50 punktas). Be to, pagal Procedūros reglamento 142 straipsnio 3 dalį įstojantis į bylą asmuo pripažįsta ginčą byloje tokį, koks jis yra jo įstojimo į bylą metu.
- 192 Šiuo klausimu reikia priminti, kad nors šiomis nuostatomis nedraudžiama, kad įstojusi į bylą šalis pateiktų naujų arba kitokių argumentų nei šalis, kurios reikalavimus ji palaiko, nes priešingu atveju jai įstojant į bylą būtų tik pakartojami ieškinyje nurodyti argumentai, negalima sutikti, kad šios nuostatos jai leidžia, nurodant naujus ieškinio pagrindus, pakeisti arba iškreipti ginčo dalyką (2006 m. gruodžio 12 d. Sprendimo *SELEX Sistemi Integrati / Komisija*, T-155/04, EU:T:2006:387, 42 punktas).
- 193 Vis dėlto šioje byloje nagrinėjamas argumentas pateiktas grindžiant *Google* teiginius, kad Komisija, priešingai piktnaudžiavimo sverto poveikiu srityje suformuluotai jurisprudencijai, šiuo konkrečiu atveju nenurodė jokio konkretaus veiksnio, dėl kurio nagrinėjamą elgesį reikėtų atskirti nuo veiksmų, priskiriamų nuopelnais paremtai konkurencijai, ir iš to sprendė apie konkrečią pasekmę CCIA nariams, t. y. teisinio saugumo principo pažeidimą. Tokiomis aplinkybėmis šis argumentas yra priimtinas.
- 194 Dėl šio argumento pagrįstumo vertinimo reikia priminti, jog tam, kad būtų laikomasi teisinio saugumo principo, reikalaujama, kad institucijos iš principo vengtų neatitikimų, kurių gali atsirasti įgyvendinant įvairias Sąjungos teisės nuostatas (žr. 2016 m. balandžio 22 d. Sprendimo *Airija ir Aughinish Alumina / Komisija*, T-50/06 RENV II ir T-69/06 RENV II, EU:T:2016:227, 59 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).
- 195 Šioje byloje nagrinėjamu atveju ginčijamo sprendimo 341 konstatuojamojoje dalyje nurodytos priežastys, dėl kurių nagrinėjamais veiksmais nukrypstama nuo nuopelnais paremtos konkurencijos, iš esmės pareiškiant, kad, pirma, šiais veiksmais buvo nukreiptas duomenų srautas ir, antra, jie gali turėti antikonkurencinį poveikį. Taigi atrodo, kad šioje konstatuojamojoje dalyje, vertinant ją atskirai, Komisija nusprendė, kad tokiais veiksmais nukrypta nuo nuopelnais paremtos konkurencijos, remdamasi jų sukeltu išstūmimo iš rinkos poveikiu. Toks apibūdinimas, siejamas tik su veiksmų sukeliama išstūmimo iš rinkos poveikiu, gali kelti abejonių dėl to, ar Komisijos naudotas kriterijus, kurį ji taikė kvalifikuodama SESV 102 straipsnio pažeidimą, atitinka teisinio saugumo principą. Iš šio sprendimo 157 punkte nurodytos jurisprudencijos matyti, kad bet kokie su kainų nustatymu susiję arba nesusiję veiksmai, kurie turi išstūmimo iš rinkos poveikį, vien dėl šios aplinkybės negali būti laikoma antikonkurencine.

- 196 Vis dėlto ginčijamo sprendimo 341 konstatuojamąją dalį reikia aiškinti kartu su jo 342 konstatuojamąja dalimi, kurioje Komisija, „siekdama įrodyti, kodėl elgesys yra piktnaudžiavimas ir nepriskiriamas nuopelnais paremtai konkurencijai“, nurodo, kad nagrinėjama veiksmis *Google* siekia suteikti pranašumą savo pačios prekių palyginimo paslaugai konkurentų prekių palyginimo paslaugų nenaudai ir kad šis favoritizmas pasireiškia konkrečiomis aplinkybėmis. Toje konstatuojamojoje dalyje Komisija nurodo daug veiksmų, į kuriuos atsižvelgė siekdama įrodyti, kodėl tokie veiksmai yra piktnaudžiavimas ir nukrypsta nuo nuopelnais paremtos konkurencijos, ir konkrečiai, kaip matyti iš šio sprendimo 170–173 punktų, tris kriterijus, susijusius su *Google* bendrosios paieškos sistemos generuojamo duomenų srauto svarba prekių palyginimo paslaugoms (ginčijamo sprendimo 7.2.2 dalis), naudotojų elgesiu, kai jie atlieka paiešką internete (ginčijamo sprendimo 7.2.3.1 dalis) ir tuo, kad nukreiptas duomenų srautas yra faktiškai nepakeičiamas (ginčijamo sprendimo 7.2.4 dalis).
- 197 Taigi tikrai nėra taip, kad Komisijos analizė, kurią atlikusi ji konstatavo piktnaudžiavimą, „neatitinka“, kaip tai suprantama pagal šio sprendimo 194 punkte nurodytą jurisprudenciją, ginčijamo sprendimo 334 konstatuojamojoje dalyje nurodytos jurisprudencijos dėl piktnaudžiavimo sverto poveikio, jei ji leidžia padaryti išvadą, kad yra padarytas pažeidimas, remiantis, pirma, įtariamais požymiais pagal konkurencijos teisę (ypač nepagrįstu skirtingu vertinimu), kurių nesama, kai atsisakoma suteikti prieigą, ir, antra, konkrečiomis aplinkybėmis, laikantis šio sprendimo 165 punkte nurodytos jurisprudencijos, susijusiomis su šį skirtingą požiūrį lėmusios infrastruktūros pobūdžiu (šioje byloje nagrinėjamu atveju – būtent svarba ir faktinis nepakeičiamumas).
- 198 Tokiomis aplinkybėmis penktojo pagrindo pirma dalis turi būti atmesta.

***b) Dėl penktojo pagrindo antros dalies, kurioje Komisija reikalauja, kad Google suteiktų konkurentų prekių palyginimo paslaugoms prieigą prie savo pagerintų paslaugų, nesilaikydama jurisprudencijoje nustatytų sąlygų***

*1) Šalių argumentai*

- 199 Penktojo pagrindo dėl panaikinimo antra dalimi siekiama, kad būtų nuspręsta, jog Komisija negalėjo reikalauti *Google* suteikti konkurentų prekių palyginimo paslaugoms prieigą prie paslaugų, teikiamų pagerinus jos prekių palyginimo paslaugą, nes ji nesilaikė jurisprudencijoje nustatytų sąlygų, visų pirma tų, kurios taikomos infrastruktūrai, pripažintai esminiu ištekliumi.
- 200 Pirmiausia *Google* pabrėžia, kad būtent tokia yra ginčijamo sprendimo, kuriuo jai nustatoma pareiga suteikti prieigą, taikymo sritis, net jei elgesys, kuriuo kaltinama, apibūdinamas tik kaip favoritizmas, t. y. kad *Google* palankiau vertino savo paieškos rezultatus, palyginti su konkurentų paieškos rezultatais. Šiuo klausimu *Google* remiasi, be kita ko, ginčijamo sprendimo 538 ir 662 konstatuojamosiomis dalimis, kuriose nurodyta, kad „šiam sprendime nustatytas piktnaudžiavimas grindžiamas tik tuo, kad *Google* skirtingai išdėsto ir pateikia savo pačios prekių palyginimo paslaugos ir konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatus“. *Google* tvirtina, kad ginčijamame sprendime nenurodytas joks kriterijus ar principas, pagal kurį nagrinėjama pažeidimą būtų galima atskirti nuo bylos, susijusios su pareiga suteikti prieigą. Neturi reikšmės tai, kad sprendime buvo vartojama kitokia formuluotė siekiant nubausti už atsisakymą suteikti prieigą. Būtinybė taikyti kriterijus, susijusius su pareiga suteikti prieigą, priklauso nuo šios pareigos esmės ir pobūdžio, o ne nuo jos formuluotės.

- 201 Teiginys dėl favoritizmo ginčijamame sprendime iš tikrųjų susijęs su konkurentų prekių palyginimo paslaugų prieiga prie *Google* „technologijų ir dizaino“, nes Komisija nesiekia uždrausti rodyti *Product Universals* ir *Shopping Units* (ginčijamo sprendimo 656 ir 662 konstatuojamosios dalys), tačiau kaltina *Google* tuo, kad ji išdėsto ir pateikia konkurentų prekių palyginimo paslaugas skirtingai nei analogiškas savo paslaugas, antraip jos turėtų prieigą prie „šių technologijų ir dizaino“. Tas pats argumentas, kurį Komisija pateikė ginčijamame sprendime siekdama konstatuoti favoritizmą, galėjo būti pateiktas byloje, kurioje buvo priimtas 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendimas *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569), nes atitinkama spaudos leidybos įmonė *Mediaprint* įtraukė į savo platinimo tinklą savo pačios, bet ne konkurentų laikraščius. Be to, byloje, kurioje priimtas 1985 m. spalio 3 d. Sprendimas *CBEM* (311/84, EU:C:1985:394), buvo galima teigti, kad aptariamas televizijos kanalas teikė pirmenybę savo paties tiesioginės rinkodaros telefonu paslaugoms, nes leido tik tokią reklamą, kurioje buvo nurodomas jos pačios telefono numeris. Taigi, *Google* teigimu, jeigu ginčijamas sprendimas būtų patvirtintas, bet kokia pareiga suteikti prieigą galėtų būti perkvalifikuota į favoritizmo veiksmą ir nebūtų privaloma laikytis Teisingumo Teismo jurisprudencijoje nustatytos neišvengiamos būtinybės sąlygos. Kiltų abejonių dėl visų sprendimų, kuriuose Teisingumo Teismas reikalavo taikyti šią sąlygą. Tačiau, kaip pažymėjo *Bundesgerichtshof* (Aukščiausiasis Federalinis Teismas, Vokietija), nagrinėdamas skundus dėl tų pačių favoritizmo aplinkybių, įmonės neprivalo subsidijuoti savo konkurentų.
- 202 Be to, *Google* negalima kaltinti tuo, kad ji sudarė patekimo į rinką kliūčių ar nustatė apribojimus, kurie neleido konkurentų prekių palyginimo paslaugoms pritraukti duomenų srautą iš trečiųjų šaltinių. Kadangi tariamą antikonkurencinį poveikį lėmė prieigos prie *Google* duomenų srauto stoka, Komisija pagal 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendimą *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569) turėjo įrodyti, kad ši prieiga buvo „neišvengiamai būtina“ konkurencijai ir kad nesant prieigos galėjo išnykti visa konkurencija.
- 203 Antra, *Google* pažymi, jog ginčijamame sprendime neįrodyta, kad konkurentų prekių palyginimo paslaugoms buvo neišvengiamai būtina prieiga prie jos paslaugų ir kad be tokios prieigos galėjo būti pašalinta reali konkurencija, o tai, remiantis jurisprudencija, yra būtina, kad dominuojančią padėtį užimančiai įmonei būtų nustatytas įpareigojimas suteikti prieigą. Taigi ginčijamame sprendime nurodyta tik tai, kad *Google* paieškos srautas yra „svarbus prekių palyginimo paslaugos pajėgumui konkuruoti“ (444 konstatuojamoji dalis), ir visai neįrodyta, kad šis duomenų srautas yra „neišvengiamai būtinas“, tik tvirtinant, kad kiti duomenų srauto šaltiniai yra mažiau naudingi konkurentų prekių palyginimo paslaugoms (542 konstatuojamoji dalis).
- 204 Trečia, *Google* priduria, kad ginčijamame sprendime Komisija klaidingai nukrypo nuo jurisprudencijos dėl pareigos suteikti prieigą, remdamasi dviem klaidingais motyvais. Visų pirma ginčijamo sprendimo 650 konstatuojamojoje dalyje ji nurodė, kad *Google* elgesys pasireiškė ne vien pasyviu atsisakymu suteikti prieigą prie jos bendrųjų rezultatų tinklalapių, bet aktyviu elgesiu, dėl kurio jos prekių palyginimo paslaugai buvo teikiamas pranašumas dėl palankaus išdėstymo ir pateikimo šiuose tinklalapiuose. *Google* teigimu, pavyzdžiui, nors byloje, kurioje buvo priimtas 1985 m. spalio 3 d. Sprendimas *CBEM* (311/84, EU:C:1985:394, 5 punktas), nagrinėti veiksmai taip pat buvo aktyvūs, Teisingumo Teismas pabrėžė paslaugos, kurią atsisakyta suteikti, neišvengiamą būtinumą ir bet kokios konkurencijos panaikinimo riziką, ir nusprendė, jog dominuojanti įmonė negali pasilikti šios paslaugos tik sau.
- 205 Toliau ginčijamo sprendimo 651 konstatuojamojoje dalyje Komisija nustatė, kad neišvengiamo būtinumo kriterijus netaikomas, nes sprendime reikalaujama tik to, kad „*Google* nutrauktų veiksmus“, o ne kad *Google* perduotų turtą ar sudarytų naujus susitarimus. Vis dėlto, net jei

*Google*, užuot suteikusi prieigą prie nagrinėjamų paslaugų, sudarydama susitarimus su suinteresuotaisiais asmenimis, galėjo atsisakyti naudoti šias paslaugas savo pačios naudai, tokį pat pasirinkimą turėjo ir tos įmonės, kurioms buvo nustatytas įpareigojimas suteikti prieigą, kad būtų nutrauktas piktnaudžiavimas dominuojančia padėtimi.

- 206 Apibendrinant pažymėtina, kad ginčijamame sprendime Komisija ginčijo pagerinimus, susijusius su paieškos rezultatais ir prekių skelbimais, taip pat pagrindinėmis technologijomis, nes *Google* nesuteikė konkurentų prekių palyginimo paslaugoms prieigos prie jų. Siekdama konstatuoti piktnaudžiavimą remdamasi tokiais motyvais, Komisija turėjo įrodyti, kad ši prieiga buvo neišvengiamai būtina ir kad jos nebuvimas galėjo panaikinti bet kokią konkurenciją.
- 207 CCIA apskritai mano, jog ginčijamas sprendimas paremtas klaidinga prielaida, kad *Google* paieškos sistema yra „vartai“ į internetą. Dabar yra kaip niekad daug galimybių pradėti konkuruoti internete ir nė viena interneto svetainė nėra „vartai“ į internetą.
- 208 Komisija, palaikoma Vokietijos Federacinės Respublikos, teigia, kad 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendime *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569) nurodyti kriterijai šiuo atveju netaikytini. Ji pakartoja ginčijamame sprendime pateiktus argumentus, primintus šio sprendimo 204 ir 205 punktuose ir patikslina, kad paliko *Google* nuspręsti, kokiais būdais užtikrinti vienodą požiūrį į savo prekių palyginimo paslaugą ir konkurentų prekių palyginimo paslaugas, o tai apėmė galimybę toliau rodyti *Shopping Units* jos bendrųjų rezultatų tinklalapyje, pagal sutartis įtraukiant į juos konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatus, arba galimybę neberodyti *Shopping Units* šiame tinklalapyje.
- 209 Komisija ginčija *Google* argumentus, kad piktnaudžiavimas dominuojančia padėtimi gali būti konstatuotas tik jeigu yra įvykdomos sąlygos, susijusios su atsisakymu suteikti „esminį išteklių“, o kitoks antikonkurencinis elgesys, kuriuo siekiama išplėsti arba sustiprinti dominuojančią padėtį rinkoje, gali egzistuoti. Jeigu Komisija įrodo, kad antikonkurencinis dominuojančios įmonės elgesys gali riboti konkurenciją, ji neprivalo įrodyti, kad ši įmonė atsisakė tiekti jos konkurentams neišvengiamai reikalingą prekę ar teikti jiems neišvengiamai būtiną paslaugą. Komisija kaip pavyzdį pateikia bylą, kurioje priimtas 2003 m. spalio 23 d. Sprendimas *Van den Bergh Foods / Komisija* (T-65/98, EU:T:2003:281, 159 ir 161 punktai).
- 210 Vokietijos Federacinė Respublika, palaikydama Komisiją, teigia, kad, priešingai nei byloje, kurioje buvo priimtas 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendimas *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569), nagrinėtu atveju, šioje byloje nekalbama apie prieigą prie „esminio išteklių“. Jos teigimu, *Google* jau „tiekia“ savo konkurentams, suteikdama jiems prieigą prie bendrosios paieškos paslaugos. Skirtingai nei tame sprendime, nėra jokio konkurentų išstūmimo iš rinkos. Atvirkščiai, Komisijos kaltinimas *Google* susijęs su mažiau palankiu konkurentų prekių palyginimo paslaugų pateikimu, palyginti su jos pačios paslauga, nes konkurentų rezultatai rodomi kaip mažiau svarbūs nei *Google* rezultatai.
- 211 VDZ tvirtina, kad nagrinėjamas elgesys yra tipinis piktnaudžiavimo sverto poveikiu atvejis, panašus į veiksmus, kurie jau buvo pripažinti neteisėtais, kaip antai susiejimą ir susietą pardavimą, maržų mažinimus ir tam tikras konkrečias atsisakymo tiekti prekes ar teikti paslaugas rūšis, ir kad šis elgesys buvo suvokiamas būtent kaip toks.

## 2) Bendrojo Teismo vertinimas

- 212 Ginčijamame sprendime Komisija laikėsi pozicijos, kad 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendime *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569) nurodytos sąlygos netaikomos šios bylos faktinėms aplinkybėms, visų pirma dėl trijų priežasčių. Komisija konstatavo, pirma, kad piktnaudžiavimas sverto poveikiu yra nusistovėjusi ir savarankiška piktnaudžiavimo forma, kuri nukrypo nuo nuopelnais paremtos konkurencijos (649 konstatuojamoji dalis), antra, kad nagrinėjami veiksmai buvo susiję ne su pasyviu *Google* atsisakymu suteikti prieigą prie jos bendrųjų rezultatų tinklalapių, o su aktyviais favoritizmo veiksmais, išskiriant savo pačios prekių palyginimo paslaugą, palyginti su konkurentų prekių palyginimo paslaugomis (650 konstatuojamoji dalis), ir, trečia, kad šiuo atveju piktnaudžiavimui nutraukti aptariamai įmonei nebuvo būtina perleisti turto dalį ar sudaryti sutartis su asmenimis, kurių ji nepasirinko. Komisija savo teiginį, kad 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendimas *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569) netaikytinas, grindė trečiuoju motyvu, cituodama 2003 m. spalio 23 d. Sprendimą *Van den Bergh Foods / Komisija* (T-65/98, EU:T:2003:281, 161 punktą) (651 konstatuojamoji dalis).
- 213 Pirmiausia reikia priminti, kad 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendime *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569) Teisingumo Teismas konstatavo, jog tam, kad dominuojančią padėtį užimančios įmonės atsisakymas suteikti prieigą prie paslaugos galėtų būti laikomas piktnaudžiavimu, kaip tai suprantama pagal SESV 102 straipsnį, reikia, kad šis atsisakymas galėtų panaikinti bet kokią konkurenciją paslaugą prašančio suteikti subjekto rinkoje, kad šis atsisakymas negalėtų būti objektyviai pateisinamas ir kad pati paslauga būtų neišvengiamai būtina paslaugos prašančio subjekto veiklai vykdyti (1998 m. lapkričio 26 d. Sprendimo *Bronner*, C-7/97, EU:C:1998:569, 41 punktą; taip pat žr. 2009 m. rugsėjo 9 d. Sprendimo *Clearstream / Komisija*, T-301/04, EU:T:2009:317, 147 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).
- 214 Iš esmės penktojo pagrindo antroje dalyje *Google* kaltina Komisiją tuo, kad ji nagrinėjamus veiksmus vertino kaip „atsisakymą suteikti prieigą“, nepatikrinusi, be kita ko, prieigos prie atitinkamų elementų, t. y. bendrų rezultatų tinklalapių ir jos pačios specialiųjų rezultatų (*Product Universals* ir *Shopping Units*) „neišvengiamo būtinumo“ ir bet kokios konkurencijos panaikinimo grėsmės, kaip ji turėjo padaryti pagal 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendimą *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569). Taigi Komisija nubaudė už atsisakymą suteikti prieigą, tačiau nesilaikė su šio pažeidimo nustatymu susijusių sąlygų ir įrodinėjimo pareigos.
- 215 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendime *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569) nustatytos sąlygos iš esmės taikomos infrastruktūrai ar paslaugoms, kurios dažnai pripažįstamos „esminiu ištekliumi“, t. y. kad jos yra būtinos veiklai rinkoje vykdyti, jei nėra jokio tikro ar potencialaus pakaitalo (žr. 1998 m. rugsėjo 15 d. Sprendimo *European Night Services ir kt. / Komisija*, T-374/94, T-375/94, T-384/94 ir T-388/94, EU:T:1998:198, 208 ir 212 punktus ir juose nurodytą jurisprudenciją ir 2009 m. rugsėjo 9 d. Sprendimo *Clearstream / Komisija*, T-301/04, EU:T:2009:317, 147 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją), ir todėl atsisakius suteikti prieigą gali būti pašalinta visa konkurencija. Jurisprudencija dėl esminių išteklių, be kita ko, susijusi su atvejais, kai išimtinės teisės, įgyjamos kaip atlygis už investicijas ar naujovių diegimą, nevaržomas įgyvendinimas gali būti ribojamas neiškreiptos konkurencijos bendrojoje rinkoje labui (žr. 2010 m. liepos 1 d. Sprendimo *AstraZeneca / Komisija*, T-321/05, EU:T:2010:266, 679 punktą ir 2020 m. lapkričio 18 d. Sprendimo *Lietuvos geležinkeliai / Komisija*, T-814/17, dėl kurio paduotas apeliacinis skundas, EU:T:2020:545, 87 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

- 216 Sąjungos teismas daug kartų (1974 m. kovo 6 d. Sprendimo *Istituto Chemioterapico Italiano ir Commercial Solvents / Komisija*, 6/73 ir 7/73, EU:C:1974:18, 25 punktas; 1985 m. spalio 3 d. Sprendimo *CBEM*, 311/84, EU:C:1985:394, 26 punktas; 1995 m. balandžio 6 d. Sprendimo *RTE ir ITP / Komisija*, C-241/91 P ir C-242/91 P, EU:C:1995:98, 56 punktas; 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendimo *Bronner*, C-7/97, EU:C:1998:569, 41 punktas; 2004 m. balandžio 29 d. Sprendimo *IMS Health*, C-418/01, EU:C:2004:257, 52 punktas; 1997 m. birželio 12 d. Sprendimo *Tiercé Ladbroke / Komisija*, T-504/93, EU:T:1997:84, 132 punktas ir 2007 m. rugsėjo 17 d. Sprendimo *Microsoft / Komisija*, T-201/04, EU:T:2007:289, 332 punktas), remdamasis esminių išteklių doktrina, taikė neišvengiamo būtinumo kriterijų ir rizikos, kad bus panaikinta visa konkurencija, kriterijų, kad būtų galima kvalifikuoti piktnaudžiavimą arba atmesti jo buvimą bylose, kuriose buvo nagrinėjama dominuojančios įmonės galimybė veiklą gretimoje rinkoje užsitikrinti tik sau.
- 217 Kaip generalinis advokatas F. Jacobs iš esmės paaiškino savo išvadoje byloje *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:264, 56, 57 ir 62 punktai), neišvengiamo būtinumo kriterijaus ir kriterijaus, susijusio su rizika, kad bus pašalinta visa konkurencija, pasirinkimas teisiniu požiūriu atitinka siekį apsaugoti įmonės teisę pasirinkti partnerius sutarčiai sudaryti ir laisvai disponuoti savo nuosavybe, t. y. šie principai yra universaliai įtvirtinti valstybių narių teisės sistemose ir kartais yra konstitucinio lygmens, o ekonominiu požiūriu – siekį ilguoju laikotarpiu skatinti konkurenciją vartotojų naudai, leidžiant įmonei naudoti savo sukurtą infrastruktūrą tik savo pačios poreikiams. Taigi 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendime *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569) nustatytų ir šio sprendimo 213 punkte primintų trijų sąlygų tikslas – užtikrinti, kad dominuojančią padėtį užimančiai įmonei nustatyta pareiga suteikti prieigą prie jos infrastruktūros galiausiai netrukdytų konkurencijai, sumažinant šios įmonės pradinę paskatą sukurti tokią infrastruktūrą. Dominuojanti įmonė būtų mažiau skatinama investuoti į infrastruktūrą, jeigu jos konkurentai paprašyti galėtų dalytis gaunama nauda (2020 m. lapkričio 18 d. Sprendimo *Lietuvos geležinkeliai / Komisija*, T-814/17, dėl kurio paduotas apeliacinis skundas, EU:T:2020:545, 90 punktas).
- 218 Būtent atsižvelgiant į šias pirmines pastabas reikia išnagrinėti *Google* pateiktus argumentus, kad Komisija pažeidė SESV 102 straipsnį, nes skyrė sankcijas už nagrinėjamus veiksmus, neįrodžiusi, kad yra įvykdytos 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendime *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569) nustatytos sąlygos, visų pirma, kad yra įvykdyta neišvengiamo būtinumo sąlyga.
- 219 Pirma, priešingai, nei teigia Komisija, šioje byloje nagrinėjamos būtent *Google* bendrosios paieškos paslaugos teikimo sąlygos, suteikiant konkurentų prekių palyginimo paslaugoms prieigą prie bendrųjų rezultatų tinklalapių, nes tokia prieiga, kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 7.2.2 dalies, apibūdinama kaip „svarbi“ siekiant sukurti duomenų srautą prekių palyginimo paslaugų interneto svetainėje ir galiausiai gauti pajamų ir, kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 7.2.4.2 dalies, ši prieiga nėra „realiai pakeičiama“.
- 220 Taigi, kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 662 konstatuojamosios dalies, *Google* kaltinama tuo, kad nesudarė konkurentų prekių palyginimo paslaugoms panašių išdėstymo ir pateikimo galimybių kaip savo pačios prekių palyginimo paslaugai, ir todėl neužtikrino vienodo požiūrio į savo prekių palyginimo paslaugą ir konkurentų prekių palyginimo paslaugas.
- 221 Ginčijamo sprendimo 699 konstatuojamojoje dalyje nurodyta, kad bet kokia įgyvendinimo „priemonė“ turi užtikrinti, kad *Google* nevertintų konkurentų prekių palyginimo paslaugų „mažiau palankiai“ nei savo pačios prekių palyginimo paslaugos savo bendrųjų rezultatų

tinklalapiuose, o 700 konstatuojamosios dalies c punkte nurodyta, kad taikydama bet kokią įgyvendinimo priemonę *Google* turėtų prekių palyginimo paslaugai taikyti „tokius pačius [išdėstymo ir pateikimo] procesus ir metodus“ kaip ir konkurentų prekių palyginimo paslaugoms.

- 222 Taigi ginčijamame sprendime kalbama apie vienodą *Google* prekių palyginimo paslaugos ir konkurentų prekių palyginimo paslaugų prieigą prie bendrųjų *Google* rezultatų tinklalapių, nesvarbu, kokia yra šių rezultatų rūšis (ar tai yra bendrieji rezultatai, *Product Universals* ar *Shopping Units*), vadinasi, siekiama užtikrinti konkurentų prekių palyginimo paslaugoms prieigą prie *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių, išdėstant ir pateikiant jas taip pat matomai kaip ir savo prekių palyginimo paslaugą, nors ir neatmetant galimybės, jog tam, kad įvykdytų Komisijos reikalaujamas taisomasias priemones, *Google* nebegalės rodyti ir išdėstyti savo pačios prekių palyginimo paslaugos palankiau nei konkurentų prekių palyginimo paslaugų savo bendrųjų rezultatų tinklalapiuose.
- 223 Antra, reikia konstatuoti, kad iškilus šiai prieigos problemai, kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 649–652 konstatuojamųjų dalių, Komisija, nuspręsdama, kad piktnaudžiavimas yra įrodytas, nesirėmė (bent jau aiškiai) 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendime *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569) nurodytomis sąlygomis. Atvirkščiai, kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 334 ir 649 konstatuojamųjų dalių, Komisija, nuspręsdama, kad nagrinėjami antikonkurenciniai veiksmai yra įrodyti, rėmėsi piktnaudžiavimui sverto poveikiu taikytina jurisprudencija. Komisija nusprendė, kad *Google* naudoja savo dominuojančią padėtį kaip svertą bendrosios paieškos rinkoje, siekdama sudaryti palankesnes sąlygas savo prekių palyginimo paslaugai, nes dėl šio favoritizmo iš vartotojų rinkos potencialiai arba realiai išstumiami konkurentai (ginčijamo sprendimo 341 ir 342 konstatuojamosios dalys).
- 224 Vis dėlto reikia pažymėti, kad *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapis turi esminiam ištekliui būdingų savybių (šiuo klausimu žr. 1998 m. rugsėjo 15 d. Sprendimo *European Night Services ir kt.* / Komisija, T-374/94, T-375/94, T-384/94 ir T-388/94, EU:T:1998:198, 208 ir 212 punktus ir juose nurodytą jurisprudenciją ir 2009 m. rugsėjo 9 d. Sprendimo *Clearstream* / Komisija, T-301/04, EU:T:2009:317, 147 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją), t. y. kad šiuo metu rinkoje nėra prieinamas joks realus ar potencialus pakaitalas, kuriuo ši tinklalapį būtų galima pakeisti taip, kad tai būtų ekonomiškai naudinga (šiuo klausimu žr. 2007 m. rugsėjo 17 d. Sprendimo *Microsoft* / Komisija, T-201/04, EU:T:2007:289, 208, 388, 390, 421 ir 436 punktus).
- 225 Šiuo klausimu reikia pažymėti, kad, kaip matyti iš šio sprendimo 170–173 punktų, ginčijamo sprendimo 7.2.4 dalyje Komisija konstatavo, kad bendrosios paieškos duomenų srautas iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių sudarė didelę dalį duomenų srauto į konkurentų prekių palyginimo paslaugas ir kad šio duomenų srauto nebuvo galima veiksmingai pakeisti kitais srauto šaltiniais, kurie šiuo metu yra prieinami prekių palyginimo paslaugoms, o šie veiksniai pateikiami kaip esminiai aspektai analizuojant piktnaudžiavimą.
- 226 Taigi ginčijamo sprendimo 7.2.4.2 dalyje Komisija patikslino, kad šiuo metu nėra tinkamos alternatyvos duomenų srautui, kuris sudaro didelę prekių palyginimo paslaugų veiklos dalį. Ginčijamo sprendimo 588 konstatuojamojoje dalyje Komisija pažymėjo, kad „duomenų srautas iš kitų bendrosios paieškos sistemų (pavyzdžiui, *Bing* arba *Yahoo*) yra nedidelis ir negali didėti dėl kliūčių patekti į nacionalines bendrosios paieškos paslaugų rinkas“. Ginčijamo sprendimo 285–305 konstatuojamosiose dalyse Komisija apibūdino kliūtis, trukdančias patekti į bendrosios paieškos rinkas. Ji nusprendė, kad šios kliūtys atsirado dėl didelių investicijų ir masto bei tinklų poveikio. Ji paaikšino, kaip bendrosios paieškos rinkų formavimosi istorija patvirtina esant tokių patekimo į rinką kliūčių, nes nuo 2009 m. į rinką buvo išleistas tik vienas reikšmingas produktas

(*Microsoft* sukurta sistema *Bing*) ir pažymėjo kvazimonopolinę *Google* padėtį (beveik visame pasaulyje). Ginčijamo sprendimo 544 konstatuojamojoje dalyje Komisija taip pat nurodė, kad didesnės investicijos į tekstinius skelbimus siekiant kompensuoti duomenų srauto praradimą iš *Google* paieškos sistemos nėra „ekonomiškai naudingas“ sprendimas, kaip ir kiti šio duomenų srauto šaltiniai, pavyzdžiui, mobiliosios programėlės arba tiesioginis srautas (568 ir 580 konstatuojamosios dalys).

- 227 Tokiu būdu konstatuodama, kad *Google* bendrosios paieškos tinklalapių generuojamo duomenų srauto neįmanoma „realiai pakeisti“ ir kad kiti duomenų srauto šaltiniai nėra „ekonomiškai naudingi“, Komisija nusprendė, kad *Google* duomenų srautas yra neišvengiamai būtinas konkurentų prekių palyginimo paslaugoms (šiuo klausimu pagal analogiją dėl panašių savybių turinčios operacinės sistemos žr. 2007 m. rugsėjo 17 d. Sprendimo *Microsoft / Komisija*, T-201/04, EU:T:2007:289, 208, 388, 390, 421 ir 436 punktus).
- 228 Galiausiai ginčijamo sprendimo 7.3 dalyje Komisija padarė išvadą, kad dėl nagrinėjamų veiksmų galėjo būti pašalinta visa konkurencija. Ginčijamo sprendimo 594 konstatuojamojoje dalyje Komisija nurodė, jog šie veiksmai „galėjo lemti, kad pagrindiniai prekių palyginimo paslaugas teikiantys konkurentai nustos teikti paslaugas“.
- 229 Trečia, reikia konstatuoti, kad nors nagrinėjami veiksmai, kaip teigia *Google*, nėra nesusiję su prieigos problema, vis dėlto pagal savo sudedamąsias dalis jie skiriasi nuo atsisakymo suteikti prieigą, nagrinėto byloje, kurioje buvo priimtas 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendimas *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569), o tai pateisina Komisijos sprendimą vertinti juos pagal kitus kriterijus nei tie, kurie būdingi tam sprendimui.
- 230 Iš tiesų ne kiekviena tik su prieiga ar tik iš dalies su prieiga susijusi problema, kaip antai nagrinėjama šioje byloje, būtinai reiškia, kad turi būti taikomos 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendime *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569) nustatytos atsisakymo suteikti prieigą sąlygos.
- 231 Kaip Komisija nurodo ginčijamo sprendimo 649 konstatuojamojoje dalyje (žr. šio sprendimo 212 punktą), visų pirma taip yra tuo atveju, kai nagrinėjamus veiksmus sudaro savarankiškas elgesys, kurį pagal jo sudedamąsias dalis galima atskirti nuo atsisakymo suteikti prieigą, net jei jis gali turėti tokį patį išstūmimo iš rinkos poveikį.
- 232 „Atsisakymas“ suteikti prieigą, pateisinantis 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendime *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569) nustatytų sąlygų taikymą, reiškia, pirma, kad šis atsisakymas yra aiškus, t. y. kad yra „prašymas“ arba bet kuriuo atveju pageidavimas, kad būtų suteikta prieiga, ir paskesnis „atsisakymas“ ją suteikti ir, antra, kad išstūmimą iš rinkos lemianti aplinkybė, t. y. elgesys, kuriuo kaltinama, iš esmės pasireiškia pačiu atsisakymu, o ne kitais lydimaisiais veiksmais, pavyzdžiui, kita piktnaudžiavimo svertu forma (šiuo klausimu žr. 1974 m. kovo 6 d. Sprendimo *Istituto Chemioterapico Italiano ir Commercial Solvents / Komisija*, 6/73 ir 7/73, EU:C:1974:18, 24 ir 25 punktus; 1985 m. spalio 3 d. Sprendimo *CBEM*, 311/84, EU:C:1985:394, 26 ir 27 punktus; 1995 m. balandžio 6 d. Sprendimo *RTE ir ITP / Komisija*, C-241/91 P ir C-242/91 P, EU:C:1995:98, 9, 11, 54 ir 55 punktus; 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendimo *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569) 8, 11 ir 47 punktus; 1997 m. birželio 12 d. Sprendimo *Tiercé Ladbroke / Komisija*, T-504/93, EU:T:1997:84, 5, 7, 110, 131 ir 132 punktus ir 2007 m. rugsėjo 17 d. Sprendimo *Microsoft / Komisija*, T-201/04, EU:T:2007:289, 2 ir 7 punktus).

- 233 Atvirkščiai, nesant tokio aiškaus atsisakymo suteikti prieigą, veiksmų negalima laikyti atsisakymu suteikti prieigą ir analizuoti juos atsižvelgiant į tokiam atsisakymui nustatytas griežtas sąlygas, jeigu veiksmai, kurie galiausiai gali lemti netiesioginį atsisakymą suteikti prieigą, atsižvelgiant į jų sudedamąsias dalis, kuriomis dėl jų pobūdžio nukrypstama nuo nuopelnais paremtos konkurencijos, sudaro atskirą SESV 102 straipsnio pažeidimą.
- 234 Be to, kaip generalinis advokatas H. Saugmandsgaard Øe patvirtino išvadoje, pateiktoje byloje *Deutsche Telekom / Komisija ir Slovak Telekom / Komisija* (C-152/19 P ir C-165/19 P, EU:C:2020:678, 85–89 punktai), visi arba bent dauguma veiksmų, galinčių riboti ar panaikinti konkurenciją (toliau – išstūmimo veiksmai), gali būti laikomi implicitiniu atsisakymu suteikti prieigą, nes jais siekiama apsunkinti patekimą į rinką. Vis dėlto 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendimas *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569) negali būti taikomas visiems šiems veiksams, antraip būtų nepaisoma SESV 102 straipsnio, kurio taikymo sritis negali būti apribota piktnaudžiavimo veiksmais, susijusiais su „neišvengiamai būtinomis“ prekėmis ir paslaugomis, kaip tai suprantama pagal šį sprendimą, turinio ir esmės.
- 235 Be to, reikia pažymėti, kad keliose bylose, kuriose, kaip ir šioje byloje, kilo klausimų dėl galimybės naudotis paslauga, nebuvo reikalaujama įrodyti neišvengiamo būtinumo sąlygos. Taip buvo, be kita ko, kalbant apie maržų mažinimą (2011 m. vasario 17 d. Sprendimo *TeliaSonera Sverige*, C-52/09, EU:C:2011:83, 55-58 punktai ir 2014 m. liepos 10 d. Sprendimo *Telefónica ir Telefónica de España / Komisija*, C-295/12 P, EU:C:2014:2062, 75 punktas) ir susijusius pardavimus (2007 m. rugsėjo 17 d. Sprendimo *Microsoft / Komisija*, T-201/04, EU:T:2007:289, 961 punktas).
- 236 Kaip yra nusprendęs Teisingumo Teismas, iš 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendimo *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569) 48 ir 49 punktų negalima daryti išvados, kad sąlygos, būtinos siekiant įrodyti esant piktnaudžiavimą atsisakymu suteikti prieigą, turi būti būtinai taikomos vertinant, ar elgesys, kai paslaugų teikimui ar prekių pardavimui taikomos nepalankios sąlygos arba kurioms esant pirkėjas gali būti nesuinteresuotas pirkti, toks elgesys savaime gali būti savarankiškas piktnaudžiavimas, kuris skiriasi nuo atsisakymo tiekti (2011 m. vasario 17 d. Sprendimo *TeliaSonera Sverige*, C-52/09, EU:C:2011:83, 55 ir 56 punktai; taip pat žr. 2014 m. liepos 10 d. Sprendimo *Telefónica ir Telefónica de España / Komisija*, C-295/12 P, EU:C:2014:2062, 75 ir 96 punktus).
- 237 Reikia konstatuoti, kad, kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 7.2.3 dalies, nagrinėjami veiksmai, Komisijos nuomone, grindžiami vidaus diskriminacija tarp pačios *Google* prekių palyginimo paslaugos ir konkurentų prekių palyginimo paslaugų, naudojant sverto poveikį dominuojamoje rinkoje, kuriai būdingos didelės patekimo į rinką kliūtys, t. y. bendrosios paieškos paslaugų rinkoje.
- 238 Taigi, kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 344 konstatuojamosios dalies ir jo 1 straipsnio, ši byla nėra susijusi su paprastu vienašaliu *Google* atsisakymu teikti konkuruojančioms įmonėms paslaugą, kuri yra būtina konkuruoti gretimoje rinkoje, kuris prieštarautų SESV 102 straipsniui ir todėl suteiktų pagrindą taikyti „esminių išteklių“ doktriną (šiuo klausimu žr. 2011 m. kovo 22 d. Sprendimo *Altstoff Recycling Austria / Komisija*, T-419/03, EU:T:2011:102, 109 punktą), o su šio straipsnio nuostatomis prieštaraujančiu skirtingu požiūriu.
- 239 Teisingumo Teismo generaliniai advokatai nuosekliai atskiria bylas dėl skirtingo vertinimo nuo bylų dėl atsisakymo suteikti prieigą, atmesdami galimybę taikyti 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendime *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569) nustatytas sąlygas. Tokią galimybę savo išvadoje byloje *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:264, 54 punktas) atmetė generalinis advokatas F. Jacobs, ir generalinis advokatas J. Mazak, kuris savo išvadoje aiškiai atmetė neišvengiamo būtinumo sąlygos

taikymą tuo atveju, kai „dominuojanti įmonė <...> pagal SESV 102 straipsnio c punktą <...> gali taikyti nevienodas sąlygas konkurentams ir savo operacijoms mažmeninėje rinkoje“ (generalinio advokato J. Mazak išvados byloje *TeliaSonera Sverige*, C-52/09, EU:C:2010:483, 32 punktą), o Bendrasis Teismas tai patvirtino 1999 m. spalio 7 d. Sprendime *Irish Sugar / Komisija* (T-228/97, EU:T:1999:246, 166 ir 167 punktai).

- 240 Taigi darytina išvada, kad Komisija neprivalėjo įrodyti, jog 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendime *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569) nurodytos sąlygos yra įvykdytos, kad galėtų konstatuoti pažeidimą remdamasi nustatytais veiksmais, nes, kaip Komisija tvirtina ginčijamo sprendimo 649 konstatuojamojoje dalyje, nagrinėjami veiksmai yra savarankiška piktnaudžiavimo sverto poveikiu forma, kuri, kaip Komisija nurodo sprendimo 650 konstatuojamojoje dalyje, apima „aktyvius“ veiksmus, pasireiškiančius pozityviais diskriminavimo veiksmais vertinant *Google* prekių palyginimo paslaugos rezultatus, išskiriamus jos bendrųjų rezultatų tinklalapiuose, ir konkurentų prekių palyginimo rezultatus, kuriuos linkstama nukelti į blogesnę padėtį. Taigi šie veiksmai skiriasi nuo elgesio, nagrinėto 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendime *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569), pasireiškusio paprastu atsisakymu suteikti prieigą, kaip, beje, Teisingumo Teismas pažymėjo 2021 m. kovo 25 d. Sprendime *Deutsche Telekom / Komisija* (C-152/19 P, EU:C:2021:238, 45 punktą), paskelbtame po to, kai šioje byloje jau buvo surengtas teismo posėdis.
- 241 Priešingai nei teigia *Google* (žr. šio sprendimo 204 punktą), neturi reikšmės tai, kad 1985 m. spalio 3 d. Sprendime *CBEM* (311/84, EU:C:1985:394) Teisingumo Teismas sąlygas, susijusias su esminiais ištekliais, taikė „aktyviems“ išstūmimo iš rinkos veiksams, kaip antai nagrinėjamieji šioje byloje. Tame sprendime Teisingumo Teismui buvo pateiktas prejudicinis klausimas dėl „atsisakymo suteikti prieigą“, todėl jis tik pateikė savo poziciją dėl tokiems veiksams, kaip jie apibrėžti prejudiciniame klausime, taikomų sąlygų (1985 m. spalio 3 d. Sprendimo *CBEM*, 311/84, EU:C:1985:394, 19 ir 26 punktai). Tuo remiantis negalima daryti išvados, kad atsisakymo suteikti prieigą kriterijus ir iš to kylanti neišvengiamo būtinumo sąlyga taikoma visiems SESV 102 straipsnyje numatytiems išstūmimo iš rinkos veiksams, įskaitant šioje byloje nagrinėjamą favoritizmą, o tai, beje, prieštarautų aiškinimui, kurį Teisingumo Teismas pateikė 2011 m. vasario 17 d. Sprendime *TeliaSonera Sverige* (C-52/09, EU:C:2011:83, 55 ir 56 punktai).
- 242 Be to, *Google* teigia, kad jei, kaip Komisija nurodė ginčijamo sprendimo 651 konstatuojamojoje dalyje, Bendrasis Teismas jau atmetė 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendime *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569) nustatytų sąlygų taikymą, be kita ko, motyvuodamas tuo, jog nereikalaujama, kad nagrinėjama įmonė perleistų turto dalį ar sudarytų sutartis su asmenimis, kurių nepasirinko, laikydamosi ginčijamo sprendimo (šiuo klausimu žr. 2003 m. spalio 23 d. Sprendimo *Van den Bergh Foods / Komisija*, T-65/98, EU:T:2003:281, 161 punktą), neišvengiamai būtino ištekliaus savininkas visada gali nutraukti atsisakymą suteikti prieigą, pašalindamas nagrinėjamą turtą, todėl šis kriterijus netinka, juo labiau, kad šioje byloje nagrinėjamu atveju pagal ginčijamą sprendimą jam buvo nustatytas įpareigojimas iš esmės perleisti vertingą turtą, t. y. paieškos rezultatams skirtą erdvę. *Google* nuomone, tai reiškia, kad Komisija klaidingai rėmėsi 2003 m. spalio 23 d. Sprendimu *Van den Bergh Foods / Komisija* (T-65/98, EU:T:2003:281), siekdama atmesti 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendime *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569) nustatytų sąlygų taikymo galimybę.
- 243 Reikia pripažinti, kad, kaip matyti iš šio sprendimo 219–222 punktų, šioje byloje, nors ir netiesiogiai, nagrinėjamos *Google* bendrosios paieškos paslaugos teikimo sąlygos, suteikiant prekių palyginimo paslaugoms prieigą prie bendrosios paieškos rezultatų.

- 244 Vis dėlto dominuojančią padėtį užimančios įmonės pareiga perleisti turtą, sudaryti sutartis arba suteikti prieigą prie jos paslaugos nediskriminacinėmis sąlygomis nebūtinai reiškia, kad turi būti taikomi 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendime *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569) nustatyti kriterijai. Iš tikrųjų tarp piktnaudžiavimo teisinio kvalifikavimo kriterijų ir taisomųjų priemonių, kurios leistų jį ištaisyti, negali būti automatinio ryšio. Taigi, jeigu tokioje situacijoje, kokia buvo nagrinėta byloje, kurioje priimtas 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendimas *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569), įmonė, kuriai priklausė laikraščių pristatymo į namus sistema, būtų atsisakiusi ne tik suteikti prieigą prie savo infrastruktūros, bet ir vykdžiusi aktyvius išstūmimo iš rinkos veiksmus, trukdžiusius konkurentams vystyti pristatymo į namus sistemą arba naudoti alternatyvius platinimo būdus, piktnaudžiavimo nustatymo kriterijai būtų buvę kitokie. Tokiu atveju nubausta įmonė galbūt būtų galėjusi nutraukti piktnaudžiavimą, pagrįstomis ir nediskriminacinėmis sąlygomis suteikdama prieigą prie savo pristatymo į namus sistemos. Tačiau tai nebūtų reiškę, kad piktnaudžiavimu būtų buvęs laikomas tik atsisakymas suteikti prieigą prie jos pristatymo į namus sistemos.
- 245 Kitaip tariant, piktnaudžiavimas turi būti apribotas tik „boxes“ rodymu ir piktnaudžiavimo nustatymo sąlygos turi būti apibrėžtos atsižvelgiant vien į šį aspektą ne todėl, kad vienas iš būdų užkirsti kelią piktnaudžiavimui yra leisti konkurentams būti matomiems šiuose „boxes“, rodomuose *Google* rezultatų tinklalapio viršuje. Nagrinėjamu atveju, kaip matyti, be kita ko, iš ginčijamo sprendimo 344 konstatuojamosios dalies, nagrinėjami veiksmai taip pat apima konkurentų prekių palyginimo paslaugų perkėlimą *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapiuose naudojant tikslinimo algoritmus, o šis perkėlimas kartu su pačios *Google* rezultatų išskyrimu yra šių veiksmų sudedamoji dalis, kuri, be to, pasak Komisijos, turi svarbų vaidmenį konstatuoto išstūmimo poveikiui ir nėra tiesiogiai susieta su prieiga prie *Google* „boxes“ jos bendrųjų rezultatų tinklalapyje.
- 246 Be to, 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendime *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569) nustatytų kriterijų taikymas negali priklausyti nuo priemonių, kurias Komisija nurodo taikyti siekiant nutraukti pažeidimą. Iš tikrųjų pirmiausia konstatuojamas pažeidimas, o po to nustatomos jo nutraukimo priemonės. Tokiomis aplinkybėmis pažeidimo buvimas ir 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendime *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569) nustatytų sąlygų taikytinumas negali priklausyti nuo priemonių, kurių įmonė vėliau turi imtis, kad šis pažeidimas būtų nutrauktas.
- 247 Darytina išvada, kad kriterijus, susijęs su būtinybe perleisti turtą arba sudaryti sutartis tam, kad būtų nutrauktas pažeidimas, nėra tinkamas esant aktyviems pažeidimams, kurie, kaip šioje byloje, skiriasi nuo paprasto atsisakymo suteikti prieigą.
- 248 Galiausiai *Google* teiginys, kad *Bundesgerichtshof* (Aukščiausiasis Federalinis Teismas) pastoviai atmeta skundus, paduotus dėl to, kad dominuojančią padėtį užimanti bendrovė piktnaudžiauja taikydama sau palankesnę vertinimą nei savo konkurentams, remdamasis tuo, kad įmonės neprivalo subsidijuoti savo konkurentų, yra nepagrįstas. Iš tikrųjų, kaip savo įstojimo į bylą paaiškinime nurodo Vokietijos Federacinė Respublika, dominuojančią padėtį užimančios įmonės konkurentų „subsidijavimu“ buvo remiamasi tik labai specifinėmis aplinkybėmis, susijusiomis su finansiniais srautais įmonių grupės viduje, kuriems buvo būdinga tai, kad patronuojančioji bendrovė nustatė labai palankias pirkimo kainas patronuojamajai bendrovei. Bet kuriuo atveju, net jei Vokietijos teismai nėra pripažinę favoritizmo sąvokos, tai nepaneigia jos svarbos grindžiant Komisijos išvadą dėl SESV 102 straipsnio pažeidimo. Iš tiesų Sąjungos teismams negali būti privaloma nacionalinių teismų jurisprudencija, nesvarbu, ar tai būtų aukščiausiųjų, ar Konstitucinių Teismų jurisprudencija (šiuo klausimu žr. 2014 m. balandžio 10 d. Sprendimo *Acino / Komisija*, C-269/13 P, EU:C:2014:255, 114 punktą), nors niekas netrukdo Sąjungos

teismams semtis įkvėpimo iš tokios jurisprudencijos ir atsižvelgti į ją atliekant savo analizę. Atvirkščiai, nacionaliniai teismai ir valdžios institucijos turi taikyti SESV 102 straipsnį vienodai ir laikydamiesi Sąjungos teismų jurisprudencijos, nes skirtingas jo taikymas valstybių narių teismuose ir valdžios institucijose gali pakenkti Sąjungos teisės sistemos vienovei ir teisiniam saugumui.

249 Tokiomis aplinkybėmis reikia atmesti penktojo pagrindo antrą dalį ir visą šį pagrindą.

***c) Dėl pirmojo pagrindo pirmos dalies, pagal kurią faktinės aplinkybės buvo nurodytos klaidingai, nes Google ėmė rodyti prekių rezultatų grupes tam, kad pagerintų savo paslaugos kokybę, o ne tam, kad nukreiptų duomenų srautą į savo pačios prekių palyginimo paslaugą***

*1) Šalių argumentai*

250 *Google* iš esmės teigia, kad Komisija klaidingai nurodė faktines aplinkybes. Iš tiesų, pirma, *Google* ėmė rodyti prekių rezultatų grupes tam, kad pagerintų savo bendrosios paieškos paslaugos kokybę, o ne tam, kad nukreiptų duomenų srautą į savo pačios prekių palyginimo paslaugą. *Google* aiškina, kad imdamasi rodyti prekių rezultatus nesiekė jokio antikonkurencinio tikslo, priešingai nei pateikiama ginčijamo sprendimo 386 konstatuojamojoje dalyje išdėstant faktines aplinkybes.

251 Antra, *Google* tvirtina, kad *Product Universals* nepadarė žalos naudotojams, o pagerino jos rezultatų kokybę ir svarbą, priešingai nei galima spręsti, be kita ko, iš ginčijamo sprendimo 598 konstatuojamosios dalies, pagal kurią *Google* ne visada rodė naudotojams svarbiausius rezultatus. Apibendrindama *Google* pažymi, kad ginčijamame sprendime neatsižvelgta į įrodymus, patvirtinančius *Google* puoselėtą konkurencijai naudingą tikslą kuriant prekių rezultatų grupes, techninius sprendimus, pagerinusius jos bendrosios paieškos paslaugos kokybę ir realią duomenų srauto kaitą. Faktinės aplinkybės rodė, kad *Google* siekė konkurencijai naudingo tikslo, rodydama *Product Universals*, dėl kurių pagerėjo jos bendrosios paieškos paslaugos kokybė, o tai buvo naudinga vartotojams. *Google* patobulino savo technologijas, kad būtų konkurencingesnė, kiek tai susiję su parametrais, kuriais buvo konkuruojama bendrosios paieškos sistemų srityje. Tai, kad *Google* sutelkė dėmesį į svarbą, patvirtina atsargus *Product Universals* paleidimas, dokumentiniai įrodymai ir duomenų srauto duomenys.

252 Komisija, be kita ko, teigia, jog ginčijamame sprendime ji neginčija, kad pačių *Product Universals* kūrimo tikslas buvo naudingas konkurencijai. Komisija primena kaltinanti *Google* tuo, kad ji patraukliai rodė *Product Universals*, o konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatai galėjo būti rodomi tik kaip bendrieji rezultatai, netaikant jokios raiškiojo rodymo funkcijos, ir kad algoritmai galėjo nukelti juos į blogesnę padėtį šių rezultatų sąrašė (ginčijamo sprendimo 344 ir 512 konstatuojamosios dalys).

253 BEUC pabrėžia, kad tikrieji *Google* motyvai buvo saugoti ir kuo labiau didinti savo pajamas, nuolat pasiliekant pelningiausią ekrano dalį savo pačios rezultatams, kurie buvo rodomi pasitelkiant patrauklias grafines savybes, net jei šie rezultatai nebūtinai buvo reikšmingiausi konkrečiai užklausiai. Savo ruožtu *Kelkoo* tvirtina, kad *Google* vykdė antikonkurencinę veiklą, siekdama pašalinti konkurentus ir reklamuoti savo pačios prekių palyginimo paslaugą. Taip *Google* įgyvendino apgalvotą išstūmimo iš rinkos strategiją, kuria buvo siekiama, pirma, pašalinti konkurentus naudojant jos tikslinimo algoritmus ir, antra, sudaryti palankesnes sąlygas pačios *Google* prekių palyginimo paslaugai dėl palankesnio pristatymo ir išdėstymo. Galiausiai *Visual Meta* nurodo, kad konkurencijai tariamai naudinga priežastis, dėl kurios *Google* paleido

*Product Universals*, pagal jurisprudenciją neturi reikšmės ir kad bet kuriuo atveju, kadangi *Google* įdiegtas pagerinimas negalėjo būti naudingas visoms konkurentų prekių palyginimo paslaugoms, jis negalėjo pagerinti visų jos rezultatų svarbos.

## 2) Bendrojo Teismo vertinimas

- 254 Reikia pažymėti, kad dominuojančios įmonės elgesio vertinimas yra būtinas norint nustatyti piktnaudžiavimą tokia padėtimi, todėl Komisija, atlikdama tokį vertinimą, neišvengiamai turi įvertinti tokios įmonės vykdomą komercinę strategiją. Šiuo atveju yra visiškai normalu, kad Komisija remiasi subjektyviais veiksniais, kaip antai paskatomis, kuriomis atskleidžiama aptariama komercinė strategija (2012 m. balandžio 19 d. Sprendimo *Tomra Systems ir kt. / Komisija*, C-549/10 P, EU:C:2012:221, 19 punktas).
- 255 Vis dėlto galimas antikonkurencinis ketinimas yra tik viena iš daugelio faktinių aplinkybių, į kurias gali būti atsižvelgta nustatant piktnaudžiavimą dominuojančia padėtimi (2012 m. balandžio 19 d. Sprendimo *Tomra Systems ir kt. / Komisija*, C-549/10 P, EU:C:2012:221, 20 punktas).
- 256 Taikant SESV 102 straipsnį visiškai nereikalaujama, kad Komisija įrodytų dominuojančią padėtį užimančios įmonės antikonkurencinį ketinimą; tokio ketinimo įrodymas, nors jo savaime nepakanka, yra faktinė aplinkybė, į kurią gali būti atsižvelgta nustatant piktnaudžiavimą dominuojančia padėtimi (žr. 2020 m. sausio 30 d. Sprendimo *Generics (UK) ir kt.*, C-307/18, EU:C:2020:52, 162 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).
- 257 Be to, ketinimas konkuruoti nuopelnais, darant prielaidą, kad jis įrodytas, negali įrodyti, kad nėra piktnaudžiavimo (2012 m. balandžio 19 d. Sprendimo *Tomra Systems ir kt. / Komisija*, C-549/10 P, EU:C:2012:221, 22 punktas).
- 258 Nagrinėjamu atveju *Google* teigia jokia būdu nenorėjusi nukrypti nuo nuopelnais paremtos konkurencijos ir iš esmės nurodo, kad Komisija iškraipė faktines aplinkybes, kai ginčijamame sprendime teigė, jog toks antikonkurencinis ketinimas, kuriuo buvo grindžiami nagrinėjami veiksmai, buvo.
- 259 Vis dėlto iš ginčijamo sprendimo konstatuojamųjų dalių, kurias cituoja *Google* (be kita ko, ginčijamo sprendimo 386, 490–492 ir 598 konstatuojamosios dalys) nėra akivaizdu, kad Komisija, siekdama nustatyti atitinkamo piktnaudžiavimo buvimą, atsižvelgė bent į galimą *Google* „antikonkurencinį tikslą“ „plėtojant“ technologijas, kurias naudojant buvo paleisti *Product Universals*.
- 260 Priešingai, kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 7.2.1 dalies teksto, Komisija nusprendė, kad piktnaudžiavimą sudaro objektyvūs požymiai, t. y. „palankesnis *Google* prekių palyginimo paslaugos „išdėstymas ir pateikimas *Google* bendrosios paieškos rezultatuose, palyginti su konkurentų prekių palyginimo paslaugomis“, ir šis elgesys, remiantis ginčijamo sprendimo 7.2.3 dalimi, naudojant bendrosios paieškos tikslinimo algoritmus, kurie buvo taikomi konkurentų prekių palyginimo paslaugoms, „mažina duomenų srautą iš *Google* bendrosios paieškos rezultatų tinklalapių į konkurentų prekių palyginimo paslaugas ir didina [ši] duomenų srautą į pačios *Google* prekių palyginimo paslaugą. Ši išvada buvo padaryta, kai, kaip nurodyta ginčijamo sprendimo 7.2.2 dalyje, duomenų srautas buvo „svarbus“ konkurentų prekių palyginimo paslaugoms ir, remiantis ginčijamo sprendimo 7.2.4 dalimi, nukreiptas duomenų srautas, sudaręs didelę dalį konkurentų prekių palyginimo paslaugų srauto, iš tikrųjų negalėjo būti pakeistas kitais šaltiniais.

- 261 Taigi, kaip Komisija jau kelis kartus pakartojo savo procesiniuose dokumentuose, ji nusprendė, kad elgesį, kuriuo kaltinama *Google*, sudaro dviejų objektyvių veiksmų derinys, t. y. pirma, palankesnis *Google* specialiųjų rezultatų išdėstymas ir pateikimas savo bendrųjų rezultatų tinklalapiuose, palyginti su konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatais, ir, antra, konkurentų prekių palyginimo rezultatų nukėlimas į blogesnę padėtį tikslinimo algoritmais. Komisija, siekdama įrodyti pažeidimą, kruopščiai palygino, pirma, konkurentų prekių palyginimo paslaugų išdėstymo ir pateikimo būdą (ginčijamo sprendimo 7.2.1.1 dalis) ir, antra, tai, kaip buvo išdėstomi ir pateikiami *Google* prekių palyginimo paslaugos rezultatai (ginčijamo sprendimo 7.2.1.2 dalis), o tada išnagrinėjo konkrečias nagrinėjamų veiksmų aplinkybes, t. y. duomenų srauto svarbą ir jo faktinį nepakeičiamumą, taip pat internetų elgesį.
- 262 Taip Komisija tik palygino, kaip *Google* išdėstydamas ir pateikdamas konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatus ir savo prekių palyginimo paslaugos rezultatus, ir apibūdino ekonominį kontekstą, kuriam esant konkuravo prekių palyginimo paslaugų teikėjai. Taigi nustatydama pažeidimą Komisija neatsižvelgė nei į *Google* taikytą strategiją, nei į antikonkurencinius tikslus, ir tai ji aiškiai patvirtino per teismo posėdį, atsakydama į Bendrojo Teismo raštu pateiktą klausimą.
- 263 Aišku, kaip matyti iš Bendrojo Teismo atsakymo į ieškinio penktojo pagrindo pirmą dalį (žr. šio sprendimo 175 punktą), Komisija konstatavo, kad nagrinėjamais veiksmais buvo nukrypta nuo nuopelnais paremtos konkurencijos. Vis dėlto šios išvados nepaneigia *Google* nurodomas ketinimas konkuruoti nuopelnais, pagerinant savo bendrosios paieškos paslaugos kokybę ir padidinant specialiųjų rezultatų svarbą, nes, kaip matyti iš šio sprendimo 257 punkte nurodytos jurisprudencijos, vien siekis konkuruoti nuopelnais, darant prielaidą, kad jis įrodytas, negali įrodyti piktnaudžiavimo nebuvimo.
- 264 Iš tiesų reikia priminti, kad SESV 102 straipsniu draudžiamas piktnaudžiavimas dominuojančia padėtimi yra objektyvi sąvoka (1979 m. vasario 13 d. Sprendimo *Hoffmann-La Roche / Komisija*, 85/76, EU:C:1979:36, 91 punktas). Be to, reikia pažymėti, kad, priešingai nei SESV 101 straipsnio 1 dalyje, SESV 102 straipsnyje nėra jokios nuorodos į veiksmų tikslą (2003 m. rugsėjo 30 d. Sprendimo *Michelin / Komisija*, T-203/01, EU:T:2003:250, 237 punktas), nors jame daroma netiesioginė nuoroda į antikonkurencinį tikslą.
- 265 Taigi, nors Komisija galėjo komentuoti *Google* verslo strategiją, kurią ji įgyvendino paleisdama *Product Universals*, ir remtis subjektyviais veiksniais, pavyzdžiui, siekiu ištaisyti prastus *Froogle* veikimo rezultatus, argumentai dėl faktinių aplinkybių, susijusių su priežastimis, dėl kurių *Google* paleido *Product Universals*, iškraipymo, tiek, kiek jie susiję su motyvais, kuriais Komisija nesirėmė kaip pažeidimą sudarančiais požymiais (šie požymiai apibendrinti šio sprendimo 260 punkte), turi būti atmesti kaip nereikšmingi (šiuo klausimu žr. 2018 m. gruodžio 12 d. Sprendimo *Servier ir kt. / Komisija*, T-691/14, dėl kurio paduotas apeliacinis skundas, EU:T:2018:922, 188 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).
- 266 Be to, dėl *Google* teiginio, kad *Product Universals* nepadarė žalos naudotojams, bet pagerino jos rezultatų kokybę ir svarbą, reikia konstatuoti, kad į šį galimą veiksmingumo padidėjimą dėl nagrinėjamų veiksmų reikia atsižvelgti kaip į galimus objektyvius pateisinimus, todėl jie negali pagrįsti pirmojo pagrindo pirmos dalies, kurioje iš esmės teigiama, kad Komisija iškraipė faktines aplinkybes. Taigi šie argumentai, susiję su kokybės gerinimu ir rezultatų svarba, bus išnagrinėti tolesniame analizės etape B dalies 4 punkte.
- 267 Tokiomis aplinkybėmis pirmojo pagrindo pirmą dalį ir visą penktąjį pagrindą reikia atmesti kaip nepagrįstus.

## **2. Dėl pirmojo ir antrojo pagrindų dalių, susijusių su nagrinėjamų veiksmų nediskriminaciniu pobūdžiu**

### **a) Dėl pirmojo pagrindo dalių, susijusių su tuo, kad Komisija klaidingai nusprendė, jog Google teikė pranašumą savo prekių palyginimo paslaugai, rodydama Product Universals**

- 268 Google pateiktą pirmąjį pagrindą sudaro trys dalys. Kaip jau minėta, pirmoje jo dalyje Google teigia, kad faktinės aplinkybės ginčijamame sprendime išdėstytos klaidingai, nes ji įvedė prekių rezultatų grupes tam, kad pagerintų savo teikiamos paslaugos kokybę, o ne tam, kad nukreiptų duomenų srautus į savo prekių palyginimo paslaugą. Antroje pagrindo dalyje Google teigia, kad Komisija klaidingai nusprendė, jog skirtingas *Product Universals* ir bendrųjų rezultatų vertinimas reiškė favoritizmą, nes nebuvo jokios diskriminacijos. Taigi, nesant diskriminacijos, negali būti piktnaudžiavimo. Trečioje dalyje Google teigia, kad Komisija pažeidė teisės normas, taikomas vertinant objektyvius pateisinimus, kurie tam tikrais atvejais leidžia pateisinti iš pirmo žvilgsnio antikonkurencinį elgesį, kiek tai susiję su *Product Universals* rodymu. Komisija neišnagrinėjo, ar Google pateikti duomenys apie naudą *Product Universals* naudotojams nusvėrė nurodytą ribojamąjį poveikį.
- 269 Bendrasis Teismas mano, kad pirmojo pagrindo trečią dalį, susijusią su objektyviais pateisinimais, reikia išnagrinėti atskirai, prieš tai išnagrinėjus trečiąją ir ketvirtąją pagrindus dėl antikonkurencinio poveikio, kaip nurodyta šio sprendimo 126 punkte.
- 270 Be to, primintina, kad pirmojo pagrindo pirma dalis, kuria remiantis Google ėmė grupuoti prekių rezultatus tam, kad pagerintų savo paslaugos kokybę, o ne tam, kad nukreiptų duomenų srautą į savo pačios prekių palyginimo paslaugą, kaip tai pateikė Komisija, buvo išnagrinėta šio sprendimo 250–267 punktuose. Taigi šioje dalyje bus nagrinėjama tik šio pagrindo antra dalis.

#### **1) Šalių argumentai**

- 271 Google teigia, kad ginčijamas sprendimas yra teisiškai klaidingas, nes jame padaryta išvada, kad Google teikė pirmenybę *Product Universals*, nes Komisija neišnagrinėjo sąlygų, būtinų diskriminacijai įrodyti.
- 272 Pirma, Google nurodo, kad jos prekių rezultatų ir bendrųjų rezultatų gavimo mechanizmai skirtingai taikomi skirtingoms situacijoms ir taip yra dėl teisėtų priežasčių. Google neginčija taikiusi skirtingus mechanizmus prekių rezultatams ir bendriesiems rezultatams gauti. Iš tiesų, pirma, siekdama gauti bendruosius rezultatus, Google rėmėsi duomenimis, gautais naudojant vadinamąjį „crawling“ procesą, ir bendraisiais svarbos signalais, gaunamais iš šių duomenų. Antra, kalbant apie prekių rezultatus, Google rėmėsi tiesiogiai prekiautojų teikiamais duomenų srautais ir prekės būdingais svarbos signalais. Google teigia, kad taikydama skirtingas technologijas bendriesiems rezultatams ir prekių rezultatams, ji nevertino skirtingai panašių situacijų. Ji skirtingai vertino skirtingas situacijas ir tai darė dėl teisėtos priežasties, siekdama pagerinti savo rezultatų kokybę.
- 273 Antra, Google tvirtina, kad vėliau, siekdama išrikiuoti šiuos rezultatus savo bendrųjų rezultatų tinklalapiuose, ji nuosekliai taikė tokį patį svarbos standartą ir specialiesiems, ir bendriesiems rezultatams. Google teigia, kad ginčijamo sprendimo teiginys, jog *Product Universals* buvo išdėstomi ir pateikiami palankiau nei bendrieji rezultatai, taip pat yra klaidingas, nes skirtingas vertinimas nesuteikė *Product Universals* nepelnytą padėties Google bendrųjų rezultatų

tinklalapiuose. Ji pabrėžia, kad ginčijamame sprendime neatsižvelgiama į tai, kaip veikia sistema *Universal Search*, kuri, kaip teigia *Google*, leido taikyti nuoseklią visų *Google* rezultatų kategorijų klasifikavimo sistemą. Taigi *Product Universals* turėjo „nusipelnėti“ savo vietos rezultatų tinklalapyje pagal tą patį svarbos standartą, kurį *Google* taikė bendriesiems rezultatams. *Google* pažymi, kad dėl *Universal Search* ir jos sudedamųjų dalių ji tiesiogiai lygino prekių rezultatų svarbą su bendraisiais rezultatais, remdamasi tuo pačiu svarbos standartu. Taigi, kai *Product Universal* buvo rodomas geroje bendrosios paieškos tinklalapio vietoje, taip buvo todėl, kad jis buvo svarbesnis už žemiau jo išrikiuotus bendruosius rezultatus, o ne dėl palankesnio požiūrio.

- 274 Vis dėlto, *Google* nuomone, ginčijamame sprendime pateiktas atsakymas į šiuos argumentus yra klaidingas. Pirma, ginčijamo sprendimo 440 konstatuojamojoje dalyje Komisija klaidingai tvirtino, kad tai, ar *Google* taikė tą patį svarbos standartą *Product Universals* ir bendriesiems rezultatams, neturi reikšmės. Iš tiesų *Google* rodė *Product Universals* tik tuo atveju, kai jie buvo svarbesni už žemiau išrikiuotus bendruosius rezultatus, ir jie negalėjo būti vertinami palankiau. Jų padėtis bendrųjų rezultatų tinklalapyje buvo pelnyta. Rezultatų rikiavimas pagal svarbą yra priešinga favoritizmui.
- 275 Antra, ginčijamo sprendimo 441 konstatuojamojoje dalyje Komisija klaidingai tvirtino, jog *Google* neįrodė taikiusi tuos pačius svarbos standartus *Product Universals* ir bendriesiems rezultatams. Šiais argumentais siekiama perkelti įrodinėjimo pareigą. Komisija turi įrodyti, kad *Google*, rodydama *Product Universals*, netaikė nuoseklių svarbos standartų. Antraip ji negalėtų įrodyti buvus favoritizmą.
- 276 Trečia, bet kuriuo atveju *Google* teigia įrodžiusi, kad taikė nuoseklius svarbos standartus *Product Universals*. Šiuo klausimu ginčijamo sprendimo 442 konstatuojamojoje dalyje Komisija klaidingai teigia, kad siekdama tai įrodyti *Google* remiasi tik dviem lyginamojo vertinimo ataskaitomis. *Google* pateikė Komisijai daug dokumentų dėl jos klasifikavimo sistemos veikimo ir taikomų svarbos standartų. Ginčijamame sprendime pateikta Komisijos kritika dėl šių dviejų ataskaitų yra nepagrįsta. Ginčijamo sprendimo 390 konstatuojamojoje dalyje Komisija taip pat klaidingai teigė, kad nuo 2009 m. iki 2010 m. rugsėjo mėn. *Google* taikė vidaus taisyklę, leidžiančią užtikrinti, kad *Product Universals* „būtų visada rodomi viršuje“ kiekvieną kartą, kai konkurentų prekių palyginimo paslaugos rezultatas atsiduria tarp pirmų trijų bendrųjų rezultatų. *Google* teigimu, tai yra pasiūlymas, kuris niekada nebuvo įgyvendintas. Komisijos teiginiui prieštarauja duomenys dėl *Product Universals* išdėstymo, kai nuo 2009 m. gruodžio mėn. iki 2010 m. rugsėjo mėn. prekių palyginimo paslauga buvo rodoma kaip vienas iš pirmų trijų rezultatų, t. y. per laikotarpį, kai, kaip teigia Komisija, galiojo aptariama vidaus taisyklė.
- 277 Komisija ginčija šiuos argumentus. *Kelkoo*, be kita ko, teigia, kad tikslinimo algoritmai nebuvo taikomi *Google* prekių palyginimo paslaugai ir kad šiai paslaugai taikomos rodymo formos nebuvo prieinamos konkurentų prekių palyginimo paslaugoms. BEUC nurodo, kad *Google* prekių paieškos rezultatus lėmė ne tik jų reikšmė vartotojui, nes šių rezultatų tvarkymas buvo grindžiamas komerciniais motyvais. Tai prieštarautų teisėtiems vartotojų lūkesčiams dėl *Google* neutralumo tvarkant rezultatus. BEUC teigia, kad *Google* manipuliuoja paieškos rezultatais, padarydama konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatus nematomus.

## 2) Bendrojo Teismo vertinimas

- 278 *Google* iš esmės nesutinka su tuo, kad nagrinėjami veiksmai galėjo lemti diskriminaciją, nes, pirma, ji taikė skirtingus mechanizmus, t. y. bendrosios paieškos mechanizmus, apimančius vadinamąjį „crawling“ procesą, ir specialiosios paieškos mechanizmus, kai buvo apdorojamas susijusių

prekiautojų siunčiamas duomenų srautas, skirtingoms situacijoms, t. y. bendriesiems rezultatams ir specialiesiems rezultatams ir, antra, naudodama *Universal Search* technologiją ir algoritmą *Superroot*, ji taikė tuos pačius svarbos kriterijus visiems rezultatams. Taigi, *Google* teigimu, diskriminacijos negalėjo būti, nes ji rodė *Product Universals* tik jeigu jie, atsižvelgiant į šias technologijas, buvo reikšmingesni nei bendrieji rezultatai, todėl *Product Universals* rezultatų padėtį lėmė nuopelnai.

- 279 Siekiant patikrinti, ar Komisija galėjo pagrįstai konstatuoti diskriminaciją, pirmiausia reikia išnagrinėti skirtingą požiūrį, kurį ji laikė prieštaraujančiu SESV 102 straipsniui, kiek tai susiję, be kita ko, su *Product Universals* išdėstymu ir pateikimu.
- 280 Reikia konstatuoti, kad ginčijamo sprendimo 7.2.1 dalyje Komisija padarė išvadą, jog piktnaudžiavimą sudaro palankesnis pačios *Google* prekių palyginimo paslaugos (įskaitant *Product Universals*) rezultatų „išdėstymas“ ir „pateikimas“ nei konkurentų prekių palyginimo rezultatų. Kaip matyti iš minėtos dalies, ginčijamo sprendimo 344 konstatuojamosios dalies ir jo rezoliucinės dalies 1 straipsnio, Komisija kaltina *Google*, kad ji savo bendrųjų rezultatų tinklalapiuose savo prekių palyginimo paslaugą išdėsto ir pateikia „palankiau“ nei konkurentų prekių palyginimo paslaugas.
- 281 Kad padarytų tokią išvadą, Komisija palygino, kaip konkurentų prekių palyginimo rezultatai buvo „išdėstomi“ ir „pateikiami“ *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapiuose (7.2.1.1 dalis), ir kaip tuose tinklalapiuose buvo „išdėstomi“ ir „pateikiami“ *Google* prekių palyginimo paslaugos, šiuo atveju – *Product Universals* rezultatai (7.2.1.2 dalis).
- 282 Komisija iš to sprendė, kad nors konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatai galėjo būti rodomi tik kaip bendrieji rezultatai, t. y. kaip paprastos mėlynos spalvos nuorodos be vaizdų ar papildomos informacijos apie prekes ir jų kainas (ginčijamo sprendimo 371 konstatuojamoji dalis) ir, skirtingai nei *Google* prekių palyginimo paslaugos rezultatai, jie *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapiuose buvo nukeliami į pirmojo tinklalapio apačią arba į paskesnius tinklalapius, taikant tam tikrus tikslinimo algoritmus (352–355 konstatuojamosios dalys), kaip, be to, nutiko pradėjus taikyti algoritmą *Panda* (361 konstatuojamoji dalis), *Google* prekių palyginimo paslaugos specialieji rezultatai ir nagrinėjamu laikotarpiu – *Product Universals* buvo pastebimai išdėstomi *Google* bendrosios paieškos rezultatuose (379 ir 385 konstatuojamosios dalys), pateikiamuose raiškiuoju formatu su vaizdais ir informacija apie prekes (397 konstatuojamoji dalis), ir negalėjo būti nukeliami į blogesnę padėtį naudojant tikslinimo algoritmus (512 konstatuojamoji dalis).
- 283 Taigi Komisija konstatavo, kad dėl tokio skirtingo konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatų vertinimo, palyginti su *Google* prekių palyginimo paslaugos (*Product Universals*) rezultatais, šiai paslaugai suteikiama pirmenybė konkurentų prekių palyginimo paslaugų atžvilgiu, atsižvelgiant, be kita ko, į *Google* bendrosios paieškos sistemos sukurto duomenų srauto svarbą konkurentų prekių palyginimo paslaugoms (ginčijamo sprendimo 7.2.2 punktas), interneto naudotojų, linkusių daugiausia dėmesio skirti bendrosios paieškos tinklalapyje labiausiai matomiems rezultatams, elgesį (ginčijamo sprendimo 7.2.3.1 punktas) ir kitais šaltiniais „faktiškai nepakeičiamą“ dėl šių veiksmų nukreipiamo duomenų srauto pobūdį (ginčijamo sprendimo 7.2.4 punktas).
- 284 Pirma, kaip teigia *Google*, darytina išvada, kad skirtingą požiūrį, kuriuo kaltina Komisija, sudaro ne skirtingų paieškos rezultatų atrankos mechanizmų taikymas *Google* prekių palyginimo paslaugos rezultatų ir konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatų apdorojimui, t. y. konkurentų

prekių palyginimo paslaugų bendrųjų rezultatų ir savo pačios prekių palyginimo paslaugos specialiosios paieškos rezultatų atrankos mechanizmų, o palankesnis vertinimas, susijęs su pačios *Google* specialiųjų rezultatų išdėstymu ir pateikimu, palyginti su konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatais, rodomais bendrųjų rezultatų tinklalapyje.

- 285 Taigi, nors *Google* tvirtina, kad jos paieškos rezultatai vertinami skirtingai remiantis jos bendrosios paieškos sistemos rezultatų pobūdžiu, t. y. atsižvelgiant į tai, ar tai yra specialieji, ar bendrieji rezultatai, iš tikrųjų toks skirtingas vertinimas grindžiamas rezultatų kilme, t. y. tuo, ar jie gauti iš konkurentų prekių palyginimo paslaugų, ar iš pačios *Google* prekių palyginimo paslaugos. Iš tikrųjų *Google* teikia pirmenybę savo pačios paslaugai, palyginti su konkurentų paslaugomis, o ne vienos rūšies rezultatams kitos rūšies rezultatų atžvilgiu.
- 286 Iš tikrųjų tik *Google* specialiosios paieškos rezultatai, t. y. *Product Universals* rezultatai gali būti rodomi *Google* bendrosios paieškos tinklalapio „boxes“ raiškiuoju formatu, ir jų padėtis nėra žeminama tikslinimo algoritmais.
- 287 Atvirkščiai, net jei konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatai ir būtų labai svarbūs internetui, jie niekada negalėtų būti vertinami taip pat kaip *Google* prekių palyginimo paslaugos rezultatai, nesvarbu, ar eitų kalba apie jų išdėstymą, nes dėl jiems būdingų savybių linkstama nukelti juos į blogesnę padėtį naudojant tikslinimo algoritmus, o „boxes“ būna skirti tik *Google* prekių palyginimo paslaugos rezultatams, ar apie jų pateikimą, nes raiškūs formatas ir vaizdai galimi tik *Google* prekių palyginimo paslaugos atveju. Taigi net jei, nepaisant algoritmų, nukeliančių į blogesnę padėtį, poveikio konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatai dėl savo svarbos atsiduria pirmame *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapyje, jie niekada negali būti rodomi taip pat pastebimai ir patraukliai kaip *Product Universals* rodomi rezultatai.
- 288 Tokį skirtingą vertinimą lemia ne objektyvus skirtumas tarp internete rodomų dviejų rūšių rezultatų, o *Google* pasirinkimas konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatus vertinti mažiau palankiai nei jos pačios prekių palyginimo paslaugos rezultatus, pateikiant ir išdėstant juos mažiau pastebimai.
- 289 Antra, iš šio sprendimo 280–283 punktuose pateikto Komisijos konstatuotų veiksmų apibūdinimo matyti, jog *Google* argumentas, kad ji taikė „tą patį svarbos standartą“ prekių rezultatų grupėms ir bendriesiems rezultatams ir kad iš esmės ji rodė *Product Universals* tik jeigu jie buvo svarbesni už konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatus dėl jos *Universal Search* technologijos ir jos algoritmo *Superroot* ir todėl negalėjo būti jokios diskriminacijos, turi būti atmestas.
- 290 Iš tiesų, pirma, reikia konstatuoti, kad, kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 440 konstatuojamosios dalies, Komisija nekaltina *Google* taikius ar netaikius tą patį svarbos standartą dviejų rūšių rezultatams, t. y. specialiesiems prekių rezultatams ir bendriesiems rezultatams; ji kaltina *Google* tuo, kad ši netaikė tų pačių pateikimo ir išdėstymo standartų konkurentų prekių palyginimo paslaugoms ir savo pačios prekių palyginimo paslaugai, todėl konkurentų prekių palyginimo paslaugos buvo vertinamos mažiau palankiai nei jos pačios prekių palyginimo paslauga.
- 291 Kaip matyti iš šio sprendimo 287 punkto, konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatai, neatsižvelgiant į jų svarbą, niekada negali būti vertinami taip pat kaip *Google* prekių palyginimo paslaugos rezultatai nei pagal jų išdėstymą, nei pateikimą, todėl jų konkurencinė padėtis *Google* prekių palyginimo paslaugų atžvilgiu neabejotinai yra prastesnė.

- 292 Net paaiškėjus, kad konkurento teikiamos prekių palyginimo paslaugos rezultatas, atsižvelgiant į *Google* algoritmuose nustatytus svarbos kriterijus, yra mažiau svarbus už *Google* prekių palyginimo paslaugos rezultatą, jo nukėlimas į blogesnę padėtį *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapiuose naudojant tikslinimo algoritmus ir pateikimas tik paprasta mėlynos spalvos nuoroda, tam tikrais atvejais žemiau „box“, skirto raiškiuoju formatu rodomam *Google* prekių palyginimo paslaugos rezultatui, nebūtinai yra proporcingas mažesnei svarbai, nurodomai atsižvelgiant į šiuos kriterijus. Be to, net tais atvejais, kai, atsižvelgiant į šiuos kriterijus, konkurentų prekių palyginimo paslaugos rezultatai yra svarbesni, jie, kaip priminta šio sprendimo 286 ir 287 punktuose, niekada negali būti rodomi arba vertinami vienodai, kiek tai susiję su jų padėtimi, todėl konkurencija iškraipoma net prieš naudotojui pateikiant užklausą dėl prekės.
- 293 Darytina išvada, kad *Google* argumentus, susijusius su bendro svarbos standarto buvimu, reikia atmesti kaip nereikšmingus.
- 294 Ginčijamo sprendimo 442 punkte nurodyti vertinimai, beje, kaip ir kiti *Google* minėti eksperimentai, net darant prielaidą, kad jie įrodo didesnę *Product Universals* svarbą, palyginti su bendraisiais rezultatais, kuriuose rodomi konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatai, neišsprendžia konkurencijos problemos, kurią Komisija nustatė ginčijamo sprendimo 7.2.1 dalyje ir apibendrino to paties sprendimo 440 konstatuojamojoje dalyje, kuria remiantis *Google* savo pačios specialiosios paieškos rezultatus ir konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatus apdoroja naudodama skirtingus rodymo ir išdėstymo mechanizmus ir dėl to konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatų padėtis tampa prastesnė už pačios *Google* paslaugos rezultatų padėtį.
- 295 Be to, net darant prielaidą, kad vertintojai vietoj pirmųjų bendrųjų rezultatų, rodomų pirmajame bendrųjų rezultatų tinklalapyje, rinkosi *Product Universals*, nors, beje, aptariamais eksperimentais to aiškiai nerodo, nes iš jų aišku, kad vertintojai laikosi panašios nuomonės dėl specialiosios prekių paieškos rezultatų ir bendrųjų rezultatų naudingumo, tai nereiškia, jog jie pageidavo, kad *Product Universals* sudarytų vien *Google* prekių palyginimo paslaugos rezultatai. Tai taip pat nereiškia, kad jie pageidavo, jog konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatai būtų rodomi mažiau pastebimai ir būtų nukeliami į blogesnę padėtį *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapiuose.
- 296 Antra, papildomai reikia konstatuoti, kad *Google* argumentai, susiję su bendru svarbos standartu, yra ne tik nereikšmingi, bet ir nepagrįsti, kaip, beje, matyti iš jos pačios rašytinių pastabų. Kaip teigia pati *Google*, pirmojo pagrindo trečioje dalyje ji negalėjo, remdamasi specialiajai paieškai taikomais parametrais, kaip antai kaina, atsargos ar pardavėjo reputacija, tiesiogiai palyginti savo prekių palyginimo paslaugos specialiųjų rezultatų su konkurentų prekių palyginimo paslaugų specialiaisiais rezultatais, nes nežinojo, kaip veikia jų paieškos algoritmai ir neturėjo prieigos prie duomenų, siunčiamų jų svetainių partnerių mažmenininkų, be kita ko, susijusių su kaina.
- 297 Iš tiesų, remiantis pačios *Google* paaiškinimais, pirma, ji nežinojo nieko apie tai, kaip konkuruojantys prekių palyginimo paslaugų teikėjai klasifikavo ir vertino savo prekių užklausų rezultatus ir, antra, ji gaudavo duomenis apie prekes, rodomas teikiant jos pačios prekių palyginimo paslaugą, iš prekiautojų tiesiogiai teikiamo duomenų srauto, o ne naudodama „crawling“ procesą interneto svetainėse, kaip bendrosios paieškos atveju. *Google* neturėjo panašios informacijos apie konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatus, nes konkurentų prekių palyginimo paslaugų svetainės turėjo savo duomenų kanalus ir savo būdą klasifikuoti prekes.

- 298 Žinoma, kaip Komisija pažymi ginčijamo sprendimo 440 konstatuojamojoje dalyje, *Google*, naudodama *Universal Search*, taikė „tam tikrus svarbos standartus“, kad palygintų savo specialiuosius rezultatus su bendraisiais rezultatais, kuriuose pakartojami konkurentų rezultatų tinklalapiai. Vis dėlto, remiantis paaiškinimais, kuriuos *Google* pateikė prie ieškinio pridėtoje ataskaitoje dėl technologijų, *Universal Search* veikia pagal statistinius kriterijus, kurie grindžiami naudotojų apklausomis. Taip pat nėra įrodyta ir net neteigiama, atsižvelgiant į pačios *Google* nurodytus sunkumus, patiriamus lyginant skirtingų rūšių rezultatus (žr. šio sprendimo 297 punktą), kad ši priemonė, nepabloginant jos kokybės, gali duoti tokius pat patikimus rezultatus, vertinant pagal reikšmingų rezultatų atranką, kaip *Google* atliekamas palyginimas naudojant jos pačios kriterijus, taikomus specialiajai prekių paieškai, t. y. būtent kainą, atsargų dydį, prekės populiarumą ar pardavėjo reputaciją.
- 299 Taigi, kaip per teismo posėdį teigė *Foundem*, šios apklausos, nepaisant jų patikimumo, yra tik apytikris statistinis galimo tinkamiausio rezultato apskaičiavimas. Iš *Google* ataskaitoje dėl technologijų nurodyto jos vidaus dokumento matyti, kad „vienas iš didžiausių žmogaus atliekamo vertinimo sunkumų yra tas, kad vertintojai turi interpretuoti vartotojo užklausą; nors žmogus gali interpretuoti paiešką tiksliau nei mašina, neįmanoma tiksliai žinoti naudotojo ketinimų <...>, šis vertinimas yra tik bendra mūsų vertintojų nuomonė, kuri tikriausiai skiriasi nuo naudotojų apskritai.“
- 300 Galiausiai *Google* nurodytos aplinkybės, kad technologija *Product Universals* buvo paleidžiama reaguojant tik į 23 % „prekių paieškų“ ir kad ji rodė *Product Universals* bendrųjų rezultatų tinklalapio viršuje reaguodama vos į 4 % prekių užklausų, nepakanka, kad būtų paneigtas skirtingo požiūrio buvimas. Tokio paleidimo rodiklio savaime negalima laikyti veiksniumi, dėl kurio galima atmesti favoritizmo buvimą, nes šis rodiklis turi būti susietas su paleidimo rodikliu esant panašiam šimtų konkurentų prekių palyginimo paslaugų išdėstymui (turint omenyje, kad panašus pateikimas neįmanomas), nes atsižvelgiant į jų savybes buvo neišvengiamai linkstama nukelti jas į tinklalapio apačią naudojant *Google* tikslinimo algoritmus.
- 301 Dėl visų nurodytų priežasčių pirmojo pagrindo antrą dalį reikia atmesti.

***b) Dėl antrojo pagrindo dalių, kuriose teigiama, kad Komisija padarė klaidingą išvadą, jog Google, rodydama Shopping Units, teikė pirmenybę savo pačios prekių palyginimo paslaugai***

- 302 Antrajam pagrindui pagrįsti *Google* pateikia tris argumentų grupes. Pirmą, *Google* teigimu, Komisija klaidingai nusprendė, kad skirtingas sugrupuotų prekių skelbimų ir bendrųjų rezultatų vertinimas reiškė favoritizmą, nes tai nereiškė jokios diskriminacijos.
- 303 Antra, ginčijamame sprendime padaryta klaidinga išvada, kad *Shopping Units* rodomais prekių skelbimais teikiamas pranašumas *Google* prekių palyginimo paslaugai.
- 304 Trečia, Komisija pažeidė teisės normas, taikomas vertinant objektyvius pateisinimus dėl *Shopping Units* rodymo. Šioje dalyje *Google* netiesiogiai ginčija palankesnę jos pačios paslaugos vertinimą, nurodydama, kad į *Shopping Units* jau buvo įtraukti konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatai. Taip pat reikia pažymėti, kad *Google* rėmėsi šiuo argumentu siekdama ginčyti favoritizmo buvimą per administracinę procedūrą (ginčijamo sprendimo 405 konstatuojamoji dalis). Todėl šiuos trečiosios argumentų grupės aspektus reikia nagrinėti išnagrinėjus antrąją argumentų grupę. Vis dėlto šios argumentų grupės aspektai, susiję su objektyviais pateisinimais, bus nagrinėjami kartu su aspektais, susijusiais su *Product Universals*, po to, kai B dalies 3 punkte bus išnagrinėti pagrindai, susiję su nagrinėjamų veiksmų poveikiu.

1) Dėl antrojo pagrindo pirmos dalies, pagal kurią Komisija padarė klaidingą išvadą, kad skirtingas prekių skelbimų ir bendrųjų rezultatų vertinimas yra favoritizmas, nes nebuvo jokios diskriminacijos

i) Šalių argumentai

- 305 Pirma, *Google*, palaikoma CCIA, teigia, kad Komisija klaidingai lygina prekių skelbimų, t. y. *Shopping Units*, ir nemokamų bendrųjų rezultatų apdorojimą, o tai yra du skirtingi dalykai, todėl negalėjo būti jokios diskriminacijos. *Google* tvirtina, kad mokami skelbimai, įskaitant prekių skelbimus, yra skirti jos bendrosios paieškos paslaugai finansuoti. Todėl *Google* bendrosios paieškos rezultatus neabejotinai rodė skirtingai nei nemokamus bendruosius rezultatus ir tai buvo normali jos dvilypio ekonominio modelio, grindžiamo finansavimu iš skelbimų, pasekmė. *Google* pabrėžia, kad bendrųjų rezultatų tinklalapyje ji žymi *Shopping Units* kaip „remiamus“, kad nurodytų mokamą jų pobūdį. Tačiau ginčijamo sprendimo teiginys, kad žymą „remiama“ gali suprasti tik nuovokiausi naudotojai“ (ginčijamo sprendimo 536, 599 ir 663 konstatuojamosios dalys), nepagrįstas jokiais įrodymais. Nors Komisija ginčijamame sprendime išvardija dvylika *Shopping Units* rodomų prekių skelbimų ir tekstinių skelbimų skirtumų (ginčijamo sprendimo 426–438 konstatuojamosios dalys), siekdama įrodyti, kad prekių skelbimai nėra patobulinta tekstinių skelbimų forma, nė vienas iš šių skirtumų neįrodo, kad prekių skelbimai yra panašūs į nemokamus bendruosius rezultatus ir turėtų būti išdėstomi ir rodomi vienodai.
- 306 Antra, *Google* teigia rodanti *Shopping Units* todėl, kad juose pateikiami geresni skelbimai pagal prekės užklausą palyginti su tekstiniais skelbimais, o ne todėl, kad teikia jiems pranašumą. Komisija neįrodė, kad *Shopping Units* nenusipelnė jiems skirtos erdvės bendrųjų rezultatų tinklalapiuose. Aukštos kokybės skelbimai yra naudingesni naudotojams, veiksmingesni reklamos užsakovams ir padidina paieškos paslaugos vertę abiem kategorijoms. *Google* rodo *Shopping Units* tik kai jos prekių skelbimuose siūlomi geresni atsakymai į užklausą nei tekstiniuose skelbimuose. Todėl *Shopping Units* rodomi reaguojant tik į maždaug 25 % prekių užklausų, o tai neatitinka Komisijos teiginio, kad *Google* „visada“ rodo *Shopping Units* tinklalapio viršuje (ginčijamo sprendimo 395 konstatuojamoji dalis). Komisijos teiginį ginčijamame sprendime, jog *Google* neįrodė, kad ji „*Shopping Units* taikė tuos pačius svarbos standartus kaip ir [tekstiniais] skelbimams“ (ginčijamo sprendimo 441 konstatuojamoji dalis), paneigia aplinkybė, kad *Google* nustatė mechanizmą, kurį taikant ji tiesiogiai lygino prekių skelbimus su tekstiniais skelbimais. Prekių skelbimai ir tekstiniai skelbimai konkuruoja tarpusavyje pagal tuos pačius svarbos ir vertės standartus. Be to, empiriniai duomenys rodo, kad prekių skelbimai *Shopping Units* geriau tinka naudotojams ir reklamos užsakovams nei tekstiniai skelbimai.
- 307 Komisija ginčija šiuos argumentus.
- 308 BEUC pateikia tuos pačius argumentus kaip ir pirmojo pagrindo antroje dalyje (žr. šio sprendimo 277 punktą). *Foundem* teigia, kad *Shopping Units* sustiprina antikonkurencinį *Google* elgesio pobūdį, nes *Google* svarba grindžiamus rezultatus pakeitė mokama reklama, kurios rodymas priklauso nuo pelno, kurį *Google* gali gauti iš šios reklamos. *Visual Meta* patikslina, kad *Google* argumentas, jog ji rodo *Shopping Units* tik tada, kai jie yra svarbesni už tekstinius skelbimus ar bendruosius rezultatus, turi būti atmestas, nes būtent dėl to, kad jos raiškiojo formato skelbimai labiau matomi vartotojams nei paprastos „mėlynosios nuorodos“, *Google* negali jų naudoti tik savo paslaugoms, neatimdama iš vartotojų svarbesnių rezultatų, kuriuos duoda kitos prekių palyginimo paslaugos. Būtent todėl, kad prekių skelbimai dėl savo raiškiojo formato labiau tinka naudotojams ir reklamos užsakovams, *Google* privalėtų rodyti kitų prekių palyginimo paslaugų rezultatus tokiu pat formatu.

ii) Bendrojo Teismo vertinimas

- 309 Iš esmės *Google* pakartoja argumentus, pateiktus pirmojo pagrindo antroje dalyje. Ji teigia, kad Komisijos konstatuota diskriminacija neįrodyta, nes, pirma, *Google* tik skirtingai vertina rezultatus, kurie skiriasi savo pobūdžiu, t. y. nemokamus bendruosius rezultatus, kuriuose pakartojami konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatai, ir mokamus jos pačios prekių palyginimo paslaugos reklaminius „prekių skelbimus“ (*Shopping Units*) ir, antra, ji rodo *Shopping Units* tik jeigu šiuose prekių skelbimuose pateikiami geresni atsakymai į užklausą nei tekstiniuose skelbimuose, t. y. skelbimuose, kuriuose pateikiama nuoroda į skelbimo užsakovo interneto svetainę ir trumpa teksto ištrauka (be vaizdų ar dinaminės informacijos).
- 310 Reikia pažymėti, kad konstatuodama *Google* teikiamą pranašumą jos pačios prekių palyginimo paslaugos rezultatams, Komisija palygino *Shopping Units* išdėstymą ir pateikimą su konkurentų prekių palyginimo paslaugų bendrųjų rezultatų išdėstymu ir pateikimu. Kaip ir dėl *Product Universals* (žr. šio sprendimo 280–283 punktus), Komisija konstatavo, kad pranašumas šiems rezultatams buvo teikiamas todėl, kad jie buvo pastebimai išdėstyti *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapiuose (ginčijamo sprendimo 7.2.1.2.1 dalis), o *Shopping Units* visada buvo rodomi virš pirmųjų *Google* bendrosios paieškos rezultatų (ginčijamo sprendimo 395 konstatuojamoji dalis), ir dėl jų rodymo raiškiuoju formatu „boxes“ *Google* bendrosios paieškos rezultatų tinklalapio viršuje (ginčijamo sprendimo 7.2.1.2.2 dalis). Be to, *Shopping Units* negali būti nukeliami į blogesnę padėtį konkurentų tikslinimo algoritmais. Komisija ginčijamo sprendimo 439 konstatuojamojoje dalyje taip pat nustatė, kad konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatai negalėjo būti rodomi *Shopping Units*, todėl jie negalėjo būti išdėstomi ir pateikiami taip pat kaip *Google* specialieji rezultatai, nebent būtų pakeistas šių konkuruojančių prekių palyginimo paslaugų teikėjų verslo modelis ir vietoj jų atsirastų elektroninės prekybos svetainės, kuriose būtų siūlomi skelbimai, pagal reikalavimus tinkami rodyti *Shopping Units*, ir todėl jie patys pardavinėtų prekes.
- 311 Pirma, reikia atsakyti į *Google* argumentą, kad jos prekių skelbimai *Shopping Units* dėl savo reklaminio pobūdžio skiriasi nuo konkurentų nemokamų prekių palyginimo paslaugų, todėl jokia diskriminacija negalima.
- 312 Reikia pažymėti, kad *Shopping Units* pateikiami *Google* prekių palyginimo paslaugos rezultatai ir jie konkuruoja su konkurentų prekių palyginimo paslaugomis. Šiuo atveju neturi reikšmės tai, kad norėdami įtraukti prekes į *Shopping Units*, pardavėjai turi mokėti reklamos mokestį, nes *Google* specialiosios paieškos paslauga interneto naudotojams siūlo tą pačią nemokamą prekių palyginimo paslaugą kaip ir konkurentų prekių palyginimo paslauga, kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 5.2.2 dalies. Taigi *Google* neįrodė, kuo *Shopping Units* interneto naudotojams siūloma prekių palyginimo paslauga savo pobūdžiu skiriasi nuo kitų siūlomų prekių palyginimo paslaugų. Atvirkščiai, atrodo, kad abiejų paslaugų tikslas yra palyginti prekes internete ir kad todėl jos yra pakeičiamos interneto naudotojams.
- 313 Žinoma, prie *Shopping Units* yra žyma „remiama“, kurios tikslas – nurodyti internautams reklaminį šių skelbimų pobūdį. Vis dėlto, kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 536, 599 ir 663 konstatuojamųjų dalių, dauguma internautų negeba lengvai suprasti, jog žyma „remiama“ reiškia, kad *Google* prekių palyginimo paslaugos rezultatai ir konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatai rikiuojami taikant skirtingus mechanizmus ir kad todėl šios konkurentų prekių palyginimo paslaugos gali būti nukeliamos į blogesnę padėtį ir rodomos mažiau pastebimose bendrųjų rezultatų tinklalapių vietose ne dėl to, kad jų rezultatai yra mažiau svarbūs nei *Google* prekių palyginimo paslaugos rezultatai, o tiesiog dėl to, kad tai nėra pačios

*Google* rezultatai. Taip visų pirma yra tuo atveju, kai jie nukeliami į blogesnę padėtį *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapiuose naudojant tikslinimo algoritmus, o ne todėl, kad jų turinys yra mažiau svarbus interneto naudotojo užklausiai, nes naudotojai nežino apie šį mechanizmą.

- 314 Priešingai nei teigia *Google*, ginčijamame sprendime kritikuojant *Shopping Units* išdėstymą ir pateikimą nekvestionuojamas jos dvilypis ekonominis modelis, pagal kurį nemokamos paslaugos finansuojamos iš reklamos. Jei, kaip šioje byloje nagrinėjamu atveju, įmonės finansavimo modelis verčia ją piktnaudžiauti dominuojančia padėtimi, niekas nedraudžia įtraukti šį finansavimo modelį į SESV 102 straipsnyje nustatyto draudimo taikymo sritį. Be to, daugeliu atvejų piktnaudžiavimui dominuojančia padėtimi būdingas siekis pagerinti įmonės finansavimo šaltinius.
- 315 Be to, *Google* klaidingai tvirtina, kad Komisija kvestionuoja jos tekstinių skelbimų, kuriais grindžiamas jos verslo modelis ir komercinė sėkmė ir dėl kurių Komisija niekada nepriekaištavo, teisėtumą. Skirtingai nei *Shopping Units*, tekstiniai skelbimai nėra *Google* prekių palyginimo paslaugos dalis ir nėra ginčijami dėl to, kad kenkia konkurentams dėl taikomo favoritizmo.
- 316 Antra, tiek, kiek *Google* ginčija Komisijos konstatuotą favoritizmą, teigdama, kad *Google* rodė *Shopping Units* tik jeigu jos prekių skelbimuose buvo pateikiami geresni atsakymai į užklausą nei tekstiniuose skelbimuose, nurodytuose šio sprendimo 309 punkte, todėl nebuvo jokios diskriminacijos, reikia priminti, kad, kaip matyti iš šio sprendimo 310 punkto, Komisija konstatavo skirtingą bendrųjų rezultatų, kuriuose pakartojami konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatai, ir *Google* prekių palyginimo paslaugos specialiųjų rezultatų vertinimą. Taigi siekiant nustatyti, ar buvo diskriminacija, reikia lyginti ne *Shopping Units* ir tekstinius skelbimus, o *Shopping Units* ir konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatus, kurie gali būti įtraukti į bendruosius rezultatus.
- 317 Atsakydama į *Google* argumentą, apibendrintą ginčijamo sprendimo 406 konstatuojamojoje dalyje, Komisija to paties sprendimo 440 konstatuojamojoje dalyje tikrai nurodo, kad tai, ar *Google* taikė bendrą svarbos standartą *Shopping Units* ir kitiems su prekėmis susijusiems skelbimams, neturi reikšmės, ir 441 konstatuojamojoje dalyje priduria, kad bet kuriuo atveju *Google* šiems skirtingų rūšių skelbimams netaikė tokio bendro svarbos standarto.
- 318 Vis dėlto šis vertinimas neleidžia suabejoti tuo, kad, kaip matyti iš šio sprendimo 310 ir 316 punktų, ginčijamame sprendime nagrinėjamas skirtingas vertinimas susijęs ne su *Google* rodytais prekių skelbimais, išskyrus rodomus *Shopping Units*, o su bendraisiais rezultatais, į kuriuos įtraukiami konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatai. Kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 440 konstatuojamosios dalies, „Komisija <...> nepitaria <...> kad pačios *Google* prekių palyginimo paslaugai netaikomi tie patys kriterijai kaip ir konkurentų prekių palyginimo paslaugoms“.
- 319 Kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 439 konstatuojamosios dalies, einančios prieš šio sprendimo 440 konstatuojamąją dalį, ir šio sprendimo 310 punkto, konkurentų prekių palyginimo paslaugoms netaikomi tie patys rodymo kriterijai kaip *Google* prekių palyginimo paslaugai, net jei už įtraukimą į *Shopping Units* sumokama, nebent būtų pakeistas šių paslaugų verslo modelis, kaip paaiškinta šio sprendimo 346 ir paskesniuose punktuose.
- 320 Vadinas, antrojo pagrindo pirma dalis turi būti atmesta.

2) Dėl antrojo pagrindo antros dalies, pagal kurią Komisija padarė klaidingą išvadą, kad *Shopping Units* esantys prekių skelbimai buvo naudingi Google prekių palyginimo paslaugai

i) Šalių argumentai

- 321 Google teigia, kad Komisija klaidingai nusprendė, jog prekių skelbimai *Shopping Units* „buvo naudingi“ Google prekių palyginimo paslaugai. Iš tiesų juose nebuvo daroma jokios nuorodos į šią paslaugą ir jie nedavė šiai paslaugai jokių pajamų. Tai aiškiai pripažįstama ginčijamame sprendime.
- 322 Šiuo klausimu Google nurodo, kad ginčijamame sprendime Komisija išvardijo aštuonis motyvus, kuriais siekė paaiškinti, kodėl *Shopping Units* rodymas yra priemonė teikti pranašumą Google *Shopping* „interneto svetainei“ (ginčijamo sprendimo 414–421 konstatuojamosios dalys). Vis dėlto septyniuose iš jų nenurodoma jokios naudos, kurią Google *Shopping* interneto svetainė gauna iš prekių skelbimų *Shopping Units*, juo labiau pelno, kuris galėtų pateisinti spustelėjimų ant prekių skelbimų skaičiavimą kaip duomenų srauto į Google *Shopping* interneto svetainę. Ginčijamame sprendime, be kita ko, minimos *Shopping Units* antraštinės nuorodos ir nuorodos „žiūrėti visus“, kurios iš tikrųjų nukreipia į interneto svetainę Google *Shopping* (ginčijamo sprendimo 419 konstatuojamoji dalis). Vis dėlto tai nepateisina nei kaltinimų dėl prekių skelbimų *Shopping Units*, nei skelbimų spustelėjimų skaičiavimo kaip duomenų srauto į interneto svetainę Google *Shopping*. Komisija taip pat pažymi, kad spustelėjus ant *Shopping Units* ir Google *Shopping* tinklalapyje esančių prekių skelbimų gali būti nukreipiama į tų pačių pardavėjų interneto svetaines (ginčijamo sprendimo 418 konstatuojamoji dalis). Tai paaiškina, kokią naudą pardavėjams duoda prekių skelbimai, nepaisant jų šaltinio, bet ne tai, kokią naudą interneto svetainei Google *Shopping* duoda spustelėjimai ant *Shopping Unit* esančių prekių skelbimų. Kiti ginčijamame sprendime nurodyti motyvai (414–417 ir 420 konstatuojamosios dalys) taip pat negali įrodyti, kuo svetainei Google *Shopping* buvo naudingi spustelėjimai ant *Shopping Units* esančių skelbimų.
- 323 Vienintelis ginčijamame sprendime nurodytas spustelėjimų ant *Shopping Units* esančių prekių skelbimų skaičiavimo kaip duomenų srauto į interneto svetainę Google *Shopping* motyvas yra tas, kad šie spustelėjimai lemia užmokestį Google (ginčijamo sprendimo 421 ir 630 konstatuojamosios dalys). Vis dėlto šis teiginys neteisingas, nes pajamos iš *Shopping Units* esančių prekių skelbimų netenka interneto svetainei Google *Shopping*. Google pajamas iš *Shopping Units* esančių prekių skelbimų skiria savo bendrosios paieškos paslaugai. Beje, Komisija tai pripažįsta ginčijamo sprendimo 642 konstatuojamojoje dalyje, kurioje pažymi, kad Google, rodydama *Shopping Units*, „finansuoja savo bendros paieškos paslaugą“.
- 324 Taigi teiginys, kad pajamos iš spustelėjimų ant *Shopping Units* teko Google prekių palyginimo paslaugai, neatitinka faktinių aplinkybių. Ginčijamame sprendime pateikti argumentai taip pat yra klaidingi teisiškai, nes jie iš esmės grindžiami kaltinimu kryžminių subsidijavimu, nes Google subsidijuoja interneto svetainę Google *Shopping* pajamomis, gautomis iš prekių skelbimų bendrųjų rezultatų tinklalapiuose. Tačiau net jei pajamos iš *Shopping Units* būtų naudojamos interneto svetainei Google *Shopping*, o taip nėra, tai neleistų konstatuoti piktnaudžiavimo.
- 325 Komisija tvirtina, kad *Shopping Units* yra Google prekių palyginimo paslaugos dalis, kad pastebimas *Shopping Units* rodymas yra vienas iš Google būdų teikti šiai paslaugai pranašumą, kad kiekvienas spustelėjimas ant *Shopping Units* yra naudingas Google prekių palyginimo paslaugai, nepaisant to, kad spustelėjimai nukreipia internautą į pardavėjų interneto svetaines, o ne į specialiąją atskirą interneto svetainę Google *Shopping*, ir kad nors iš *Shopping Units* esančių

prekių skelbimų gaunamos pajamos netenka interneto svetainei *Google Shopping*, *Google* pristato pardavėjams ir naudotojams *Shopping Units* ir atskirą *Google Shopping* interneto svetainę kaip vieną paslaugą arba vieną patirtį. *Google* pajamų priskyrimas neturi reikšmės pardavėjams ir naudotojams (ginčijamo sprendimo 420 konstatuojamoji dalis). *Google* mėgina naudoti savo prekių palyginimo paslaugai nustatymą susieti su pajamų iš spustelėjimų ant *Shopping Units* paskirstymo būdu, neatsižvelgdama į įvairią naudą, kurią ji gauna iš spustelėjimų ant *Shopping Units*, nurodytą ginčijamo sprendimo 445, 447 ir 450 konstatuojamosiose dalyse. Komisija priduria, kad ginčijamo sprendimo 414–420 konstatuojamosiose dalyse pateikti septyni motyvai, pagrindžiantys išvadą, kad spustelėjimais ant *Shopping Units* suteikiamas pranašumas *Google* prekių palyginimo paslaugai.

- 326 Dėl šių aspektų *Visual Meta*, be kita ko, pabrėžia, kad *Google* pajamų paskirstymas įmonės viduje negali leisti jai išvengti piktnaudžiavimo, kaip jis suprantamas pagal SESV 102 straipsnį, konstatavimo. Be to, *Visual Meta* pritaria ginčijamo sprendimo 630 konstatuojamojoje dalyje pateiktai Komisijos analizei, pagal kurią *Google* prekių palyginimo paslauga gauna tokią pat „ekonominę“ naudą iš spustelėjimų ant *Shopping Units* nuorodų, kaip ir tuo atveju, jei naudotojas atliktų tarpinį veiksmą – nueitų į atskirą interneto svetainę *Google Shopping* ir spustelėtų ant prekybos partnerio produkto. Ji nurodo, kad, kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 421 konstatuojamosios dalies, *Shopping Units* ir *Google Shopping* esančios nuorodos atlieka tą pačią ekonominę funkciją. *Foundem* ir *Twenga* pateikia iš esmės tokius pat argumentus.

ii) Bendrojo Teismo vertinimas

- 327 Pirmiausia reikia konstatuoti, kad *Google* argumentai grindžiami klaidinga prielaida, jog Komisija kaltina ją tuo, kad ji suteikė pranašumą savo prekių palyginimo paslaugai, suprantamai kaip atskira interneto svetainė, atitinkanti specialiąją interneto svetainę *Google Shopping*, palankiau pateikdama ir išdėstydamą *Shopping Units*.
- 328 Vis dėlto prekių palyginimo paslaugos ginčijamo sprendimo 191 konstatuojamojoje dalyje apibrėžtos kaip specialiosios paieškos paslaugos, kurios, viena vertus, leidžia interneto naudotojams ieškoti prekių ir palyginti jų kainas ir savybes tarp daugybės pardavėjų internetu ir e. prekybos platformų pasiūlymų ir, kita vertus, teikia nuorodas, kurios (tiesiogiai arba per kelis tarpinius tinklalapius iš eilės) nukreipia į šių pardavėjų ar platformų svetaines. Šios apibrėžties *Google* neginčija.
- 329 Todėl reikia konstatuoti, kad ginčijamo sprendimo 26–35 konstatuojamosiose dalyse pateikta pakankamai motyvų, leidžiančių daryti išvadą, kad *Google* prekių palyginimo paslauga teikiama keliais pavidalais, t. y. ji veikia kaip specializuotas tinklalapis, kurio naujausias pavadinimas yra *Google Shopping*, kaip prekių rezultatų grupės, kurių naujausias pavadinimas yra *Product Universals*, ir kaip prekių skelbimai, kurie išsivystė į *Shopping Units*.
- 330 Tokiomis aplinkybėmis tiek specializuoti tinklalapiai *Froogle*, *Google Product Search* ir *Google Shopping*, tiek prekių rezultatų grupės, be kita ko, *Product Universals*, tiek prekių skelbimai, visų pirma *Shopping Units*, turi būti laikomi įeinančiais į prekių palyginimo paslaugą, kurią *Google* siūlė interneto naudotojams.
- 331 Priešingai, nei teigia *Google*, šioje byloje nagrinėjamas elgesys neapsiriboja pranašumo suteikimu specializuotam tinklalapiui *Google Shopping*, palankiai išdėstant ir rodant *Shopping Units*, ir taip pat nėra susijęs su „kryžminių subsidijavimu“. Šioje byloje nagrinėjamas pranašumo suteikimas *Google* prekių palyginimo paslaugai, vertinant ją visą, apimančią ir *Shopping Units*.

- 332 Kaip Komisija teisingai pažymi ginčijamo sprendimo 412 konstatuojamojoje dalyje, „ji teigia <...> kad *Shopping Units* išdėstymas ir rodymas yra vienas iš *Google* taikomų būdų suteikti pranašumą savo pačios kainų palyginimo paslaugai“.
- 333 Kaip matyti iš išsamių Komisijos išvadų, kurių *Google* nepaneigė, *Shopping Units* yra neatsiejami nuo *Google Shopping*, kiek ta susiję su jų prekių duomenų baze (ginčijamo sprendimo 414 konstatuojamoji dalis), jų rezultatų atrankos mechanizmu (ginčijamo sprendimo 415 konstatuojamoji dalis) ir pačiais jų rezultatais, nes jie nukreipia į tą patį paskirties tinklalapį pardavėjo interneto svetainėje (ginčijamo sprendimo 418 konstatuojamoji dalis). Be to, kaip matyti iš medžiagos, kurią Komisija pateikė siekdama pagrįsti šias išvadas, *Shopping Units* ir *Google Shopping* yra pristatomos internautams ir prekyautojams kaip viena paslauga ir viena patirtis (ginčijamo sprendimo 420 konstatuojamoji dalis).
- 334 Taigi pardavėjai nežino, ar jie moka už spustelėjimą ant prekių pasiūlymo *Shopping Units*, ar už spustelėjimą atskiroje interneto svetainėje *Google Shopping* (ginčijamo sprendimo 417 konstatuojamoji dalis), o interneto naudotojai, naršydami *Shopping Units*, raginami eiti į *Google Shopping* antraštine nuoroda ir nuoroda „rodyti visus“ (ginčijamo sprendimo 419 konstatuojamoji dalis), todėl tiek pardavėjams, tiek interneto naudotojams *Shopping Units* ir *Google Shopping* yra viena ir ta pati prekių palyginimo paslauga.
- 335 Kalbant konkrečiau, reikia pabrėžti, kad visi šio sprendimo 329 punkte nurodytose struktūrose pateikti rezultatai buvo *Google* prekių palyginimo paslaugos rezultatai. Priešingai, nei teigia *Google*, prekių palyginimo paslauga nenusipelno tokio vertinimo vien todėl, kad ji gali pasiekti tokį tikslumo lygį, kuris leistų rodyti skirtingus tos pačios prekės ar modelio pasiūlymus, kaip *Google* specializuotame tinklalapyje. Teikiant tokią prekių palyginimo paslaugą taip pat gali būti rodomi kelių prekių pasiūlymai, galintys atitikti internauto užklausą, kaip buvo kalbant apie *Product Universals* ir *Shopping Units*. Viskas priklauso nuo prekių palyginimo paslaugos parametrų ir pradinės interneto naudotojo užklausos tikslumo. *Google* negali primesti bendros prekių palyginimo paslaugos sąvokos apibrėžties remdamasi savo pačios specializuoto tinklalapio, *Product Universals* ar *Shopping Units* konfigūracija.
- 336 Šioje byloje nagrinėjamu atveju reikia taikyti ginčijamo sprendimo 191 punkte pateiktą ir šio sprendimo 328 punkte primintą prekių palyginimo paslaugos sąvokos apibrėžtį, kurios, be to, *Google* neginčijo. Pati *Google* savo techninių terminų žodynyje, kurį ji pridėjo prie ieškinio, nurodo, kad agregatorius yra „internetu svetainė, kurioje išvardijamos skirtingų prekyautojų prekės ir prekių pasiūlymai ir kuri leidžia naudotojams ieškoti jų ir palyginti tarpusavyje“, ir patikslina, kad „sprendime“ šios interneto svetainės vadinamos „prekių palyginimo paslaugomis“.
- 337 Tuo remiantis, tiek specializuoti tinklalapiai *Froogle*, *Google Product Search* ir *Google Shopping*, tiek prekių rezultatų grupės, be kita ko, *Product Universals*, tiek prekių skelbimai, visų pirma *Shopping Units*, turi būti laikomi prekių palyginimo paslaugos dalimi, kitaip tariant, prekių palyginimo paslauga, kurią *Google* siūlė interneto naudotojams. Be to, konkrečiai dėl *Shopping Units* Komisija, be kita ko, skundžiamo sprendimo 414–421 konstatuojamosiose dalyse pabrėžė, kad *Shopping Units* duomenų bazė ir specializuoto tinklalapio duomenų bazė yra ta pati, kad jų techninė infrastruktūra ir ryšys su pardavėjais buvo iš esmės tokie patys, kad pardavėjai turėjo sutikti su tuo, jog jų pasiūlymai bus rodomi abiejose struktūrose, kad jie nežinojo, iš kurios struktūros yra spustelėjimai, už kuriuos jie moka, kad prekyautojų mokėjimo sistema buvo tokia pati ir kad abiejose struktūrose pateiktos interneto nuorodos nukreipė į tuos pačius pardavėjų

interneto svetainių tinklalapius. Todėl spustelėjimas *Shopping Unit* tikrai turėjo būti laikomas *Google* prekių palyginimo paslaugos naudojimo iš bendrųjų rezultatų tinklalapio apraiška, t. y. kaip į šią paslaugą nukreiptas duomenų srautas iš šio tinklalapio.

- 338 Reikia patikslinti, kad tam tikros ginčijamo sprendimo formuluotės, pavyzdžiui, jo 408 ir 423 konstatuojamosiose dalyse, vertinant jas atskirai, iš pirmo žvilgsnio gali atrodyti dviprasmiškos. Vis dėlto šios formuluotės nepaneigia bendros Komisijos analizės, kad *Google* prekių palyginimo paslauga buvo siūloma įvairiomis formomis. Konkrečiai kalbant, ginčijamo sprendimo 423 konstatuojamoji dalis turi būti suprantama kaip 414–421 konstatuojamųjų dalių tęsinys, o jose siekiama įrodyti, kad *Shopping Units* ir *Google Shopping* yra tos pačios visumos sudedamosios dalys. Šiuo klausimu reikia pažymėti, jog 422 konstatuojamojoje dalyje nurodyta, kad šešiose EEE valstybėse tam tikrą laikotarpį „*Google Shopping* egzistavo tik kaip *Shopping Unit* be atskiros susietos interneto svetainės“.
- 339 Tokiomis aplinkybėmis Komisija galėjo pagrįstai konstatuoti, kad *Shopping Units* suteikė pranašumą *Google* prekių palyginimo paslaugai, nepaisant to, ar ši technologija tiesiogiai suteikė pranašumą atskirai interneto svetainei *Google Shopping*, duodama jai pajamų.
- 340 Todėl reikia atmesti antrojo pagrindo antrą dalį, pagal kurią *Shopping Units* esantys prekių skelbimai nesuteikė pranašumo *Google* prekių palyginimo paslaugai.

***c) Dėl antrojo pagrindo trečios dalies aspektų, pagal kuriuos Google jau įtraukia konkurentų prekių palyginimo paslaugas į Shopping Units, todėl negalėjo būti jokio favoritizmo***

*1) Šalių argumentai*

- 341 *Google* teigia, kad ji jau įtraukia prekių skelbimus iš konkurentų prekių palyginimo paslaugų į *Shopping Units*, todėl jos negalima kaltinti pranašumo teikimu savo prekių palyginimo paslaugai. Ji taip pat nurodo, kad organizuoja teikiant konkurentų prekių palyginimo paslaugas siūlomus prekių skelbimus taikydama savo katalogų sudarymo ir indeksavimo sistemas ir kad vykdo tokią pačią kokybės kontrolę kaip ta, kuri taikoma kitų reklamos užsakovų skelbimams.
- 342 Kelios prekių palyginimo paslaugos Europoje, įskaitant *Idealo*, *Twenga*, *Ceneo*, *Check24*, *Heureka* ir *Kelkoo*, sėkmingai naudojasi šiomis galimybėmis, siūlydamos milijonus prekių skelbimų *Google*. *Google* nepritaria ginčijamo sprendimo 344 ir 371 konstatuojamosiose dalyse išdėstytam teiginiui, kad „konkurentų prekių palyginimo paslaugos gali būti rodomos tik kaip bendrosios paieškos rezultatai“. Iš tikrųjų Komisija neginčijo aplinkybės, kad prekių palyginimo paslaugos gali dalyvauti *Shopping Units*.
- 343 Atvirkščiai, rašte, kuriame išdėstomos faktinės aplinkybės, Komisija nurodė, kaip *Microsoft* bendrosios paieškos sistemoje *Bing* buvo rodomi prekių skelbimai, ir *Kelkoo* pasiūlymą dėl taisomųjų priemonių kaip būdą nutraukti nurodomą pažeidimą. Vis dėlto šie du požiūriai atitiko tai, ką *Google* jau darė.
- 344 Komisija skundžiasi, kad prieigai prie *Shopping Unit* prekių palyginimo paslaugų teikėjams būtų reikėję pakeisti savo verslo modelį, įtraukiant pirkimo funkciją, arba kad jie „veiktų kaip tarpininkai“ (ginčijamo sprendimo 439 konstatuojamoji dalis). Tačiau ginčijamame sprendime

Komisija nepaaiškina ir nepagrindžia šio kaltinimo. Ji nenurodė konkrečių nuogastavimų dėl sąlygų, kurias turi atitikti prekių palyginimo paslaugos, kad galėtų dalyvauti *Shopping Units*, ir nepaaiškina, kodėl šios sąlygos nesuderinamos su konkurencijos taisyklėmis.

345 Komisija ginčija šiuos argumentus. BDZV nurodo, kad konkurentų prekių palyginimo paslaugos negali būti rodomos *Shopping Units*, nes tam joms reikėtų sukurti *Google Merchant Center* paskyrą, o tam reikia būti prekiautoju, t. y. kaip nurodyta *Google* gairėse, leisti pirkti prekes tiesiogiai iš interneto svetainės. BDZV pažymi, kad teikiant prekių palyginimo paslaugas interneto naudotojai nukreipiami į pardavėjų interneto tinklalapius. Dėl dviejų prekių palyginimo paslaugų teikėjams paliktų galimybių, kad šios paslaugos būtų rodomos *Shopping Units* (pridėti pirkimo mygtuką arba tapti tarpininkais), BDZV pažymi, kad jos iš esmės pakeistų jų verslo modelį ir kad mažai tikėtina, jog jos įtikintų pardavėjus patikėti savo pardavimus prekių palyginimo paslaugų teikėjams, nes pardavėjai iš esmės nori išlaikyti santykių su klientais kontrolę. Dėl šios priežasties tik labai nedaug prekių palyginimo paslaugų teikėjų galėjo naudoti *Shopping Units*.

## 2) Bendrojo Teismo vertinimas

346 Ginčijamo sprendimo 439 konstatuojamojoje dalyje Komisija konstatavo, kad konkurentų prekių palyginimo paslaugos neatitiko dalyvavimo *Google Shopping* reikalavimų, nebent būtų pakeistas jų verslo modelis, pridodant mygtuką „pirkti“, arba tampant pardavėjų mokamų prekių rezultatų įtraukimo į *Shopping Units* tarpininku.

347 Taigi iš ginčijamo sprendimo 220 konstatuojamosios dalies 2 punkto matyti, jog *Google* Lenkijos prekių palyginimo paslaugos teikėjui „Ceneo“ nurodė, kad jo paslauga gali dalyvauti *Google Shopping*, taigi būti rodoma *Shopping Units*, tik jei atitiks „internetinių pardavėjų ar prekybos platformų (pagrindinių *Google Shopping* klientų) savybes, įtraukdamas į savo paslaugą tiesioginio pirkimo funkciją ir padarydamas „savo interneto svetainę panašią į parduotuvę“, arba „pateikdamas *Google* prekes pavienių pardavėjų vardu“ rodymui *Shopping Unit* su sąlyga, kad tinklalapis, į kurį nukreipiama, „nesudarys prekių palyginimo svetainės įspūdžio“.

348 Taigi, kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 439 ir 220 konstatuojamųjų dalių, paminėtų šio sprendimo 346 ir 347 punktuose, pačios konkurentų prekių palyginimo paslaugos neatitiko įtraukimo į *Shopping Units* reikalavimų. Kaip *Google* patvirtina savo ieškinyje, jos galėtų būti įtraukiamos tik pakeitus jų verslo modelį, pridodant pirkimo mygtuką arba tapus prekių pateikimo *Google* internetinių pardavėjų vardu tarpininkais. Iš ieškinio ir dubliko akivaizdu, kad *Google* to neginčija.

349 Kaip pažymi BDZV, tokios galimybės iš esmės pakeičia prekių palyginimo paslaugos verslo modelį. Iš ginčijamo sprendimo 240 konstatuojamosios dalies matyti, kad prekybos platformos skiriasi nuo prekių palyginimo paslaugų tiesioginio pirkimo funkcija tiek vertinant iš interneto naudotojų, tiek iš pardavėjų perspektyvos.

350 Kaip paaiškinta ginčijamo sprendimo 240 konstatuojamojoje dalyje, dėl tokios funkcijos įtraukimo interneto naudotojai gali nebelaikyti paslaugos prekių palyginimo paslauga. Tokios funkcijos įtraukimas taip pat gali pakeisti teikiamų paslaugų teisinį pagrindą ir visų pirma pakeisti prekių palyginimo paslaugos interneto svetainės santykius su klientais. Iš tiesų, kaip matyti ir iš ginčijamo sprendimo 221 konstatuojamosios dalies, dauguma didelių pardavėjų nepritaria „pirkimo“ mygtuko įtraukimui į prekių palyginimo paslaugų interneto svetaines, nes šie pardavėjai nori „išlaikyti visišką savo mažmeninės prekybos veiklos kontrolę (įskaitant prekybos

strategiją, santykius su klientais ir sandorių valdymą“. Šis pardavėjų autonomijos išlaikymas palaikant santykius su jų prekių pirkėjais, kurie naudojami prekių palyginimo paslaugomis, yra prekių palyginimo paslaugos išskirtinumas, palyginti su platformomis, kaip antai *Amazon*, kurios pačios užtikrina pardavimo funkciją prie jų prisijungusiems pardavėjams, ir kad pardavėjai, pateikiantys savo prekes prekių palyginimo paslaugų svetainėse, laiko jas konkurentais. Beje, būtent dėl šios priežasties, kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 241 konstatuojamosios dalies ir kaip pabrėžia BDZV, šią funkciją ėmė naudoti vos keli prekių palyginimo paslaugų teikėjai (7 iš 361 *Google* nurodytų konkuruojančių prekių palyginimo paslaugų teikėjų), ir net šie keli paslaugų teikėjai aptariamą funkciją įtraukė vos keliems pardavėjams ir prekių pasiūlymams. Iš šios konstatuojamosios dalies matyti, kad *Idealo*, kuri yra didžiausia Vokietijoje prekių palyginimo paslauga po *Google Shopping*, 2015 m. pavyko įtikinti vos 5 % jos internetinių pardavėjų pridėti „pirkimo“ mygtuką.

- 351 Be to, konkurentų prekių palyginimo paslaugoms siūloma alternatyva tam, kad jie galėtų būti rodomi *Shopping Units*, t. y. veikti kaip tarpininkams, taip pat įpareigoja juos pakeisti savo verslo modelį, nes tada jų vaidmuo būtų pateikti prekes *Google* prekių palyginimo paslaugai, kaip tai darytų pardavėjas, o ne lyginti prekes. Taigi tam, kad jų paslaugos būtų įtrauktos į *Shopping Units*, konkuruojantys prekių palyginimo paslaugų teikėjai turėtų tapti *Google* prekių palyginimo paslaugos klientais ir nustoti tiesiogiai konkuruoti su šia paslauga.
- 352 Šio vertinimo nepaneigia *Google* argumentai, kad ji jau taikė metodą, kurį *Bing* taikė prekių skelbimams, ir *Kelkoo* pasiūlytas taisyklas priemonės pažeidimui nutraukti. Šiuo klausimu *Google* tvirtina, kad, kaip ir kalbant apie jos pačios prekių skelbimus, t. y. *Shopping Units*, *Bing* rodomuose prekių skelbimuose turi būti daroma nuoroda į tinklalapius, kuriuose naudotojai gali pirkti siūlomą prekę, ir kad, kaip siūlo *Kelkoo*, ji gautų trečiųjų asmenų prekių palyginimo paslaugų duomenis naudodama tiekimo kanalus ir tada organizuotų šiuos tiekimo kanalus pasitelkdama savo pačios algoritmus.
- 353 Vis dėlto, pirma, *Google* savo procesiniuose dokumentuose neįrodo, kad taikė *Kelkoo* siūlytą metodą. Be to, pastaroji ginčija jį ir prideda prie bylos medžiagos dokumentą, iš kurio matyti, kaip turėtų būti vertinami konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatai, kad būtų užtikrintas vienodas požiūris. Šiuo klausimu *Kelkoo* pažymi, kad *Google* ieškinyje pateiktame teiginyje, jog *Kelkoo* tarsi pripažino, kad *Google* jau taiko prašomas taisyklas priemonės, *Kelkoo* tikrai nepripažino, kad Komisijos iškeltos konkurencijos problemos buvo išspręstos; ji kritikavo *Google* teiginį, kad ši negalėjo taikyti tų pačių procesų ir metodų savo ir konkurentų rezultatams. Nors, kaip *Kelkoo* nurodė savo pastabose dėl *Google* atsakymo į pranešimą apie kaltinimus, *Google* išties leidžia prekiautojams siųsti jai duomenis, kuriuose yra jos prekių aprašymas, tam, kad būtų galima pasinaudoti tokia galimybe, kaip paaiškinta šio sprendimo 348 punkte, būtų tekę pakeisti prekių palyginimo paslaugų verslo modelį, o taip bet kuriuo atveju neišsprendžiama *Kelkoo* problema.
- 354 Antra, net darant prielaidą, kad, kaip *Google* nurodo ieškinyje, „*Bing* prekių skelbimai turi nukreipti į tinklalapius, kuriuose naudotojai gali pirkti prekes“, tai neišsprendžia nustatytos konkurencijos problemos. Iš tiesų šioje byloje nagrinėjamas ne *Microsoft* elgesys naudojant jos paieškos sistemą *Bing*, kuri, beje, neužima dominuojančios padėties bendrosios paieškos rinkoje, o *Google* veiksmas. Tai, kad *Bing* skelbimai taip pat nukreipia interneto naudotojus pas prekiautojus, negali panaikinti elgesio, kuriuo kaltinama *Google*, antikonkurencinio pobūdžio.

- 355 Tokiomis aplinkybėmis reikia atmesti ieškinio antrojo pagrindo trečioje dalyje pateiktus *Google* argumentus, kad konkurentų prekių palyginimo paslaugos jau buvo įtrauktos į *Shopping Units*, todėl negalėjo būti jokio favoritizmo.

**3. Dėl trečiojo ir ketvirtojo pagrindų, susijusių su tuo, kad nagrinėjami veiksmai neturėjo antikonkurencinio poveikio**

- 356 Trečiasis ir ketvirtasis pagrindai susiję su nagrinėjamų veiksmų poveikiu. Trečiajame pagrindė siekiama ginčyti šių veiksmų faktines pasekmes, kurias nurodė Komisija, duomenų srautui iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į įvairias prekių palyginimo paslaugas. Ketvirtajame pagrindė siekiama ginčyti, kad šie veiksmai turėjo antikonkurencinį poveikį įvairioms apibrėžtom rinkoms. Šie aspektai yra susiję. Kaip nurodyta šio sprendimo 65–67 punktuose, iš esmės Komisija ginčijamame sprendime konstatavo, kad dėl nagrinėjamų veiksmų šis srautas pakito, ir tai turėjo įvairių antikonkurencinį poveikį atitinkamose rinkose. Tokiomis aplinkybėmis faktinių pasekmių šiam srautui neįrodymas neabejotinai reiškia, kad nėra prielaidų konstatuoti antikonkurencinį poveikį atitinkamose rinkose. Be to, faktinių pasekmių šiam duomenų srautui, kurios galėtų būti įrodytos, svarbos laipsnis turi įtakos nustatant, ar yra įrodytas antikonkurencinis poveikis rinkose.
- 357 Taigi pirmiausia reikia išnagrinėti *Google* prieštaravimus dėl nagrinėjamų veiksmų faktinių pasekmių duomenų srautui iš jos bendrųjų rezultatų tinklalapių į prekių palyginimo paslaugas, įskaitant jos pačios paslaugas, ir tada išnagrinėti *Google* argumentus dėl to, kad šie veiksmai neturėjo antikonkurencinio poveikio.

**a) Dėl trečiojo pagrindo pirmos dalies, pagal kurią Komisija neįrodė, kad dėl nagrinėjamų veiksmų sumažėjo duomenų srautas iš Google bendrųjų rezultatų tinklalapių į konkurentų prekių palyginimo paslaugas**

**1) Šalių argumentai**

- 358 Trečiojo pagrindo pirmoje dalyje *Google* teigia, jog Komisija ginčijamo sprendimo 7.2.3.2 dalyje klaidingai nusprendė, kad nagrinėjami veiksmai „ilgam laikui“ „sumažino bendrosios paieškos duomenų srautą“ į beveik visas konkurentų prekių palyginimo paslaugas (462 konstatuojamoji dalis). Nors Komisija pateikia įvairius grafikus, rodančius *Google* paieškos duomenų srauto į konkurentų prekių palyginimo paslaugas kaitą, ji neįrodė jokio priežastinio ryšio tarp šios kaitos ir nagrinėjamų veiksmų. CCIA taip pat teigia, kad toks ryšys nebuvo įrodytas. Tačiau Komisija turėjo įrodyti, kad jos nustatytą sumažėjimą lėmė *Product Universals* ir *Shopping Units* išdėstymas ir pateikimas. Komisija negalėjo tik preziumuoti priežastinio ryšio, kaip tai matyti iš 2012 m. gruodžio 6 d. Sprendimo *AstraZeneca / Komisija* (C-457/10 P, EU:C:2012:770, 199 punktas).
- 359 Kaip teigia *Google*, kurią šiuo klausimu palaiko CCIA, Komisija turėjo atlikti priešingos padėties analizę ir išnagrinėti, kaip jos paieškos duomenų srautas būtų kitęs, jei nebūtų buvę imtasi nagrinėjamų veiksmų, susijusių su *Product Universals* ir *Shopping Units* išdėstymu ir pateikimu. Ginčijamame sprendime Komisija paieškos duomenų srauto sumažėjimą iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į konkurentų prekių palyginimo paslaugas priskyrė kitiems veiksams, kuriuos ji laikė teisėtais, t. y. pakeitimams, padarytiems įdiegiant tikslinimo algoritmus, kuriais, rikiuojant bendruosius rezultatus, tam tikros rūšies interneto svetainės nukeliamos į blogesnę padėtį. Priešingai, nei Komisija nurodo atsiliepime į ieškinį, priešingos padėties analizė neturėtų būti grindžiama scenarijumi, pagal kurį atsisakoma bendrųjų rezultatų tikslinimo algoritmu,

galinčių nukelti prekių palyginimo paslaugas į blogesnę padėtį, nes šie algoritmai nėra ginčijami, ir *Google* pakartojė tai savo pastabose dėl kelių įstojimo į bylą paaiškinimų, pavyzdžiui, *Kelkoo* įstojimo į bylą paaiškinimo, kuriame ji kritikavo šiuos algoritmus. *Google* pasiūlyta alternatyva įvykdyti ginčijamą sprendimą, išdėstyta Komisijos atsiliepime į ieškinį, t. y. atsisakyti *Shopping Units* arba įtraukti į juos konkurentų prekių palyginimo paslaugas, nėra vienu iš šių atvejų nereikšė tikslinimo algoritmų atsisakymo. CCIA pabrėžia, kad tinkamas priešingos padėties scenarijus tiesiog yra toks, kuris atitinka situaciją be nurodomo piktnaudžiavimo, kitaip tariant, jis turėjo būti grindžiamas situacija, kai *Product Universals* ir *Shopping Units* atsisakoma, o ne bendrųjų rezultatų rikiavimo pakeitimais. Atsakydama į *Foundem* įstojimo į bylą paaiškinime pateiktą argumentą, kad *Google* būtų nelogiška atsisakyti prekių rezultatų arba prekių skelbimų rezultatų ir kartu neatsisakyti savo tikslinimo algoritmų, kurie gali nukelti konkurentų prekių palyginimo paslaugas į blogesnę padėtį bendrųjų rezultatų sąraše, *Google* teigia, kad ji būtent taip elgiasi daugelyje valstybių, taip pat ir Europoje, ir tai rodo, kad jos siūloma priešingos padėties analizė nėra hipotetinė ir kad tuos algoritmus galima paaiškinti tik rūpesčiu dėl rezultatų kokybės.

- 360 *Google* teigimu, dėl Komisijos nurodytų dvejopų faktinių aplinkybių duomenų srauto sumažėjimą į konkurentų prekių palyginimo paslaugas reikėtų priskirti tikslinimo algoritmų atliekamam bendram rikiavimui, o ne *Product Universals* ir *Shopping Units* išdėstymui ir pateikimui. Taigi iš ginčijamo sprendimo 464–474 konstatuojamųjų dalių matyti, kad nėra vienas iš jose nurodytų konkurentų prekių palyginimo paslaugų teikėjų netvirtina, jog dėl *Product Universals* ir *Shopping Units* rodymo buvo prarandamas duomenų srautas. Atvirkščiai, kai kurie iš jų aiškiai atmetė šį ryšį. Be to, antra faktinių aplinkybių grupė, kuria Komisija rėmėsi ginčijamo sprendimo 475–477 punktuose, buvo susijusi su konkurentų prekių palyginimo paslaugų matomumo pokyčiais bendruosiuose rezultatuose „po algoritmo *Panda* paleidimo“. Kitose ginčijamo sprendimo konstatuojamosiose dalyse taip pat pateikti vertinimai, kad šių konkurentų prekių palyginimo paslaugų matomumas sumažėjo „po algoritmo *Panda* paleidimo“, arba panašūs vertinimai (361, 367, 513 ir 514 konstatuojamosios dalys), nors *Google* konkurentų prekių palyginimo paslaugų rikiavimas bendruosiuose rezultatuose, kartu taikant tokius tikslinimo algoritmus kaip *Panda*, nepriskiriamas elgesiui, kuris pripažintas piktnaudžiavimu.
- 361 Ginčijamo sprendimo 661 konstatuojamojoje dalyje nurodyta, kad nagrinėjamus veiksmus sudaro tik tai, kad *Google* „netaikė“ savo tikslinimo algoritmų, skirtų bendriesiems rezultatams (konkrečiai *Panda*), *Product Universals* ir *Shopping Units*. Tai aiškiai matyti iš ginčijamame sprendime pateikto nurodomo piktnaudžiavimo geografinės aprėpties ir trukmės apibrėžimo, kuris apima tik tas valstybes ar laikotarpius, kurie susiję su *Product Universals* ar *Shopping Units* naudojimu. Todėl, pasak *Google*, kadangi dabar, kai jau atsisakyta *Product Universals*, Komisijos nustatytas pažeidimas būtų nutrauktas tiesiog pašalinus *Shopping Units*.
- 362 Tinkama priešingos padėties analizė būtų patvirtinusi, kad Komisijos ginčijami veiksmai patys neturėjo jokio poveikio duomenų srautui iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į konkurentų prekių palyginimo paslaugas.
- 363 Pirma, šis duomenų srautas panašiai kito ir tose šalyse, kuriose buvo paleistos *Product Universals* ir *Shopping Units* technologijos, ir tose šalyse, kur jos nebuvo paleistos. *Google* pateikia vadinamąją „skirtingų skirtumų“ analizę, apimančią priešingo scenarijaus analizę valstybėse, kuriose *Product Universals* ir *Shopping Units* technologijos nebuvo paleistos arba buvo paleistos vėliau. *Google* lygina 2004 m.–2014 m. situaciją Jungtinėje Karalystėje ir Airijoje, Vokietijoje ir Austrijoje, Prancūzijoje ir Belgijoje, taip pat Nyderlanduose ir Belgijoje, kiekvienu atveju lygindama dešimt ar daugiau su *Google* paslauga konkuruojančių prekių palyginimo paslaugų, teikiamų abiejose lyginamose valstybėse. Palyginimas iliustruojamas grafikais, kuriuose

parodomas duomenų srautas kiekvienai prekių palyginimo paslaugai kiekvienoje iš lyginamų valstybių. Pavyzdžiui, duomenų srauto kaita iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į *Twenga* prekių palyginimo paslaugą Prancūzijoje, kur buvo paleistos *Product Universals* ir *Shopping Units* technologijos, yra lyginama su šio duomenų srauto kaita Belgijoje, kur šios technologijos nebuvo paleistos. Tačiau net jei duomenų srauto dydis lyginamų valstybių porose gali skirtis, atrodo, kad duomenų srauto kaita laikui bėgant yra gana panaši. Teigiama, kad ginčijamame sprendime Komisijos pateiktas šios analizės vertinimas yra klaidingas dėl dviejų priežasčių. Pirma, 520 konstatuojamojoje dalyje ji klaidingai nurodė, kad atliekant analizę neatsižvelgiama į bendrosios paieškos tikslinimo algoritmų, konkrečiai – algoritmo *Panda* poveikį. Antra, 521 konstatuojamojoje dalyje Komisija klaidingai nurodė, kad duomenų srautas skirtingai kito lyginamose valstybėse prieš paleidžiant *Product Universals* ir *Shopping Units* vienoje iš jų.

364 Antra, teigiama, kad pašalinus *Product Universals* ir *Shopping Units* duomenų srautas į konkurentų prekių palyginimo paslaugas nesikeitė. 2011 m. Komisija paprašė *Microsoft* atlikti eksperimentą (toliau – „Bing Answers experiment“), t. y. naudotojų grupei pašalinti *Product Universals* tipo paieškos rezultatus jos paieškos sistemoje *Bing* ir palyginti situaciją su kitų naudotojų grupės, kuriai šie specialieji rezultatai nebuvo pašalinti, situacija. Tačiau šio eksperimento duomenys įrodė, kad *Product Universals* rezultatų rodymas arba nerodymas neturėjo didelio poveikio duomenų srautui į prekių palyginimo paslaugas. *Google* pati atliko panašų, vadinamąjį „pašalinimo eksperimentą“ su *Shopping Units*, kurio metu buvo gauti panašūs rezultatai. Skirtumas tarp duomenų srauto į konkurentų prekių palyginimo paslaugas, kurį sukuria *Shopping Units* nematanti naudotojų grupė, ir kontrolinės grupės sukuriama duomenų srauto sudarė nedidelę visoms šioms prekių palyginimo paslaugoms tenkančio duomenų srauto dalį, kuri yra gerokai mažesnė už tą, kurią Komisija pranešimo apie kaltinimus 446 punkte ir ginčijamo sprendimo 571 bei 581 konstatuojamosiose dalyse nustatė kaip neturinčią reikšmės konkurencijai, net nurodydama, kad prekių palyginimo paslaugoms teko beveik 20 % duomenų srauto. Be to, Komisija ginčijamo sprendimo 523 konstatuojamojoje dalyje klaidingai teigia, kad atliekant pašalinimo eksperimentą taip pat nebuvo atsižvelgta į bendrosios paieškos algoritmų, visų pirma algoritmo *Panda* poveikį.

365 Dėl ginčijamo sprendimo 524–535 konstatuojamosiose dalyse pakomentuotų dviejų apskaičiavimų, kuriuos Komisija atliko, pakartotinai panaudodama pašalinimo eksperimento duomenis, siekdama, kaip ji teigia, pataisyti šį eksperimentą, *Google* tvirtina, kad jie klaidingi. Kiek tai susiję su pirmuoju apskaičiavimu, pateiktu ginčijamo sprendimo 22 lentelėje, nėra pagrindo pritarti Komisijos hipotezei, kad prekių palyginimo paslauga visada rodoma kaip pirmi keturi bendrieji rezultatai. Be to, *Google* neturėjo galimybės pakomentuoti šio apskaičiavimo per administracinę procedūrą ir taip buvo pažeista jos teisė į gynybą. Dėl antrojo apskaičiavimo, pateikto ginčijamo sprendimo 23 lentelėje ir atlikto remiantis tik su prekėmis susijusios paieškos, kurią Komisija prilygino paieškoms, kurias atliekant paprastai rodomi *Shopping Units*, hipoteze, Komisija neatsižvelgė į tai, kad prekių palyginimo paslaugoms taip pat tenka didelis bendras duomenų srautas iš daugybės prekių užklausų, kurių atveju *Shopping Units* nerodomi. Komisija taip pat neatsižvelgė į tai, kad apie 50 % prekių palyginimo paslaugoms tenkančio duomenų srauto gaunama iš kitų šaltinių nei *Google* bendrosios paieškos rezultatai, kaip tai matyti iš ginčijamame sprendime pateiktos 24 lentelės. Į šį srautą reikia atsižvelgti vertinant *Shopping Units* dalyvavimo duomenų sraute poveikį. Jeigu paaiškėtų, kad *Google* paieškos generuojamas duomenų srautas sumažėjo nedaug, palyginti su visu prekių palyginimo paslaugų duomenų srautu, šis sumažėjimas negalėtų turėti įtakos konkurencijai. Komisija ginčijamo sprendimo 539 konstatuojamojoje dalyje nurodė tik tiek, kad tariamai nukreiptas duomenų srautas sudarė „didelę dalį“ prekių palyginimo paslaugoms tenkančio duomenų srauto, tačiau to niekada neįrodė.

366 Trečia, ginčijamame sprendime Komisija neatsižvelgė nei į bendrą sektoriaus kaitą, nei į naudotojų pasirinkimų pokyčius, kuriuos rodė prekybos platformų, kaip antai *Amazon*, kaip alternatyvų ieškant prekių palyginimo, populiarėjimas. Kadangi prekybos platformų populiarumas didėjo, gerėjo ir jų įtraukimas į *Google* bendruosius rezultatus, palyginti su prekių palyginimo paslaugomis, nepaisant to, ar jos dalyvauja toje pačioje rinkoje. Šią analizę patvirtina duomenų srauto iš *Google* bendrosios paieškos į, viena vertus, prekybos platformas ir, kita vertus, prekių palyginimo paslaugas kaitos palyginimas. Nuo 2008 m. duomenų srautas į prekių palyginimo paslaugas nesikeitė, o duomenų srautas į platformas toliau augo. Nors, remiantis *Google* vidaus dokumentais, *Amazon* įsitvirtino kaip „prekių paieškos rezultatų, greičio ir kokybės etalonas“, prekių palyginimo paslaugų teikėjai nepagerino savo paslaugų, kaip tai patvirtina bylos medžiagoje esantys vertinimai.

367 Komisija, BEUC, *Foundem*, VDZ, BDZV, *Visual Meta*, *Twenga*, ELPA priežiūros institucija, *Kelkoo* ir Vokietijos Federacinė Respublika ginčija *Google* argumentus.

## 2) Bendrojo Teismo vertinimas

368 Iš esmės *Google* teigia, kad Komisija neįrodė, jog dėl nagrinėjamų veiksmų sumažėjo duomenų srautas iš jos bendrųjų rezultatų tinklalapių į konkurentų prekių palyginimo paslaugas. *Google* teigimu, šis duomenų srauto sumažėjimas, kurio ji neginčija, yra susijęs tik su tikslinimo algoritmu, be kita ko, algoritmo *Panda* taikymu, ir Komisija to neginčijo. Tarp *Google* vykdyto jos pačios prekių palyginimo paslaugos išskyrimo, kuriuo ją kaltina Komisija, ir Komisijos nustatyto poveikio, t. y. konkurentų išstūmimo iš rinkos dėl duomenų srauto sumažėjimo iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių, nėra priežastinio ryšio.

369 Vis dėlto pirmiausia reikia pažymėti, kad, kaip pabrėžia Komisija ir kaip buvo nurodyta šio sprendimo 69 punkte, elgesys, kuriuo *Google* kaltinama ginčijamame sprendime, pasireiškė dviejų veiksmų deriniu, t. y. pirma, jos prekių palyginimo paslaugos aiškiu ir patraukliu rodymu *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapyje specialiuose „boxes“, netaikant jos tikslinimo algoritmu, kurie buvo naudojami bendrajai paieškai, ir, antra, konkurentų prekių palyginimo paslaugų rodymu tuose pat tinklalapiuose tik kaip bendrosios paieškos rezultatų (mėlynos spalvos nuorodų), kurie paprastai nukeliami į blogesnę padėtį taikant šiuos tikslinimo algoritmus. Be to, reikia priminti, kad *Google* prekių palyginimo paslauga, kaip kitos *Google* paslaugos, niekada nerodoma kaip bendrosios paieškos rezultatai.

370 Ginčijamo sprendimo 440 ir 537 konstatuojamosiose dalyse Komisija patikslino, kad prieštarauja ne dėl pačių *Google* pasirinktų kriterijų, kurie buvo apibūdinami kaip svarbos kriterijai, o dėl to, kad *Google* prekių palyginimo paslaugos rezultatai ir konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatai nebuvo vertinami vienodai, kiek tai susiję su jų išdėstymu ir rodymu.

371 Be to, ginčijamo sprendimo 538 konstatuojamojoje dalyje Komisija patikslino kvestionuojanti ne paties prekių palyginimo specialiųjų rezultatų, kuriuos *Google* laikė svarbiais, išskyrimą, o tai, kad palyginimo rezultatų, bet dėl to, kad tas pats išskyrimas nebuvo taikomas ir jos prekių palyginimo paslaugai, ir konkurentų prekių palyginimo paslaugoms.

372 Iš esmės Komisija ginčija būtent veiksmų derinį, kuriais, pirma, buvo išskiriama *Google* prekių palyginimo paslauga ir, antra, nuvertinamos konkurentų prekių palyginimo paslaugos *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapiuose. Tai rodo, kad šio veiksmų derinio poveikio analizė negali būti atliekama atskiriant vieno šių veiksmų aspekto poveikį nuo kito šių veiksmų aspekto poveikio.

- 373 Kaip pažymi *Google*, Komisija nekėlė su konkurencija susijusių prieštaravimų dėl kurio nors vieno tokių veiksmų aspekto atskirai. Vis dėlto kiekvienas iš šių aspektų buvo įgyvendintas kartu su kitais aspektais tokiu laiku ir tokiose teritorijose, dėl kurių Komisija nusprendė, kad buvo padarytas SESV 102 straipsnio pažeidimas, o Komisija pripažino, kad būtent visų šių aspektų įgyvendinimas drauge turėjo bendrą poveikį, kurį Komisija laikė antikonkurenciniu.
- 374 Todėl poveikio analizėje reikia atsižvelgti ir į bendrųjų rezultatų tikslinimo algoritmų, ypač algoritmo *Panda* taikymo poveikį, ir į *Google* prekių palyginimo paslaugos išskyrimo naudojant *Product Universals* ir *Shopping Units* poveikį. Todėl, priešingai, nei iš esmės teigia *Google*, nagrinėjamų veiksmų poveikio konkurentų prekių palyginimo paslaugoms analizė negali apsiriboti poveikiu, kurį joms galėjo turėti *Google* prekių palyginimo paslaugos rezultatų rodymas *Product Universals* ir *Shopping Units*, nes pastarosios technologijos yra tik vienas iš dviejų šių veiksmų aspektų, ir atliekant šią analizę turi būti atsižvelgta į bendrųjų rezultatų tikslinimo algoritmų taikymo poveikį. Kaip teigia Komisija, lyginant priešingos padėties analizės scenarijus, kaip tai daro *Google*, kai skiriasi tik viena veiksmų sudedamoji dalis, susijusi su *Product Universals* arba *Shopping Units* rodymu, neutralizuojamas tikslinimo algoritmų poveikis, nes jis išlieka toks pat pagal kiekvieną šių palyginimų scenarijų.
- 375 Tuo remiantis darytina išvada, jog *Google* kritika dėl to, kad Komisija, siekdama įvertinti nagrinėjamų veiksmų poveikį konkurentų prekių palyginimo paslaugoms, atsižvelgė į bendrųjų rezultatų tikslinimo algoritmų taikymo poveikį duomenų srautui į konkurentų prekių palyginimo paslaugas iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių, turi būti atmesta ir kad *Google* pateiktų tyrimų, kuriuos atliekant buvo vertinamas tik pats *Product Universals* ir *Shopping Units* rodymo poveikis, kaip ir „skirtingų skirtumų“ analizės ar pašalinimo eksperimento nepakanka tam, kad būtų parodytas nagrinėjamų veiksmų poveikis konkurentų prekių palyginimo paslaugoms.
- 376 Vadinas, kadangi šiuo atveju antikonkurencine pripažinta situacija susiklostė dėl veiksmų derinio, vienintelis priešingos padėties scenarijus, kurį *Google* būtų galėjusi pagrįstai pateikti, buvo toks, kuriam esant nebuvo įgyvendinama nė viena šių veiksmų sudedamoji dalis, nes antraip šių veiksmų derinio bendras poveikis būtų suprantamas tik iš dalies.
- 377 Be to, patikimo priešingos padėties scenarijaus nustatymas siekiant išanalizuoti tariamai antikonkurencinių veiksmų poveikį rinkai, t. y. įvykių, kurie būtų susiklostę nesant nagrinėjamų veiksmų, nustatymas ir situacijos, kuri būtų dėl to susidariusi, identifikavimas tokiomis aplinkybėmis kaip šioje byloje gali būti savavališka ar gal net neįmanoma užduotis, jei šis priešingos padėties scenarijus nebūtų realus rinkoje, kurios savybės iš pradžių buvo panašios į rinkos ar rinkų, kuriose šie veiksmai buvo įgyvendinti. Iš esmės, kai nagrinėjami esami konkurenciniai santykiai, o ne vien galima ar potenciali konkurencija, patikimas priešingos padėties scenarijus turi atitikti realią situaciją, kuri nuo pat pradžių yra panaši, tačiau kurios raidai visi nagrinėjami veiksmai neturi poveikio. Lyginant tokį priešingos faktinės padėties scenarijų su rinkoje stebėta padėtimi, su kuria tokie veiksmai susiję, paprastai galima nustatyti tikrąjį šių veiksmų poveikį, atskiriant juos nuo kitų priežasčių nulemtų pokyčių. Priešingos padėties analizė, pagal kurią tokioje situacijoje lyginami du realūs pokyčiai, skiriasi nuo potencialių pasekmių vertinimo, kuris, nors ir turi būti realistinis, bet parodo tik tikėtiną situaciją.
- 378 Be to, kalbant apie šio sprendimo 132–134 punktuose primintą įrodinėjimo pareigos paskirstymą, siekiant įrodyti SESV 102 straipsnio pažeidimą, visų pirma kiek tai susiję su veiksmų poveikiu konkurencijai, iš Komisijos negalima reikalauti, kad ji savo iniciatyva arba reaguodama į kaltinamos įmonės pateiktą priešingos padėties analizę, nuolat nustatytų priešingos padėties scenarijų, kaip jis suprantamas pagal pirmiau pateiktą apibūdinimą, priešingai nei teigia *Google*. Be

to, tokiu atveju Komisijai tektų įrodyti, kad nagrinėjamas elgesys turėjo realų poveikį, o to, kaip jau priminta šio sprendimo 441 ir 442 punktuose nagrinėjant *Google* ketvirtojo pagrindo pirmą dalį, nėra reikalaujama piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi srityje, kai pakanka įrodyti tik potencialaus poveikio buvimą.

- 379 Siekdama ginčyti Komisijos atliktą galimo veiksmų poveikio rinkoje arba realaus veiksmų poveikio, jei Komisija jį nustato, vertinimą, atitinkama įmonė tikrai gali pateikti priešingos padėties analizę. Tačiau ši analizė turi leisti nustatyti visų veiksmų, kuriais kaltinama, o ne tik jų dalies poveikį.
- 380 Nors šioje byloje nagrinėjamu atveju pati Komisija parengė ginčijamo sprendimo 23 lentelę remdamasi *Google* pašalinimo eksperimento duomenimis, reaguodama į tai, kad *Google* pabrėžė šį eksperimentą, Komisija neteigė, kad tai yra priešingos padėties scenarijus. Kaip Komisija nurodo ginčijamo sprendimo 523 ir paskesnėse konstatuojamosiose dalyse, šioje lentelėje atsižvelgiama tik į vieną iš dviejų nagrinėjamų veiksmų aspektų, t. y. įvertinti patį *Shopping Units* rodymo poveikį duomenų srautui iš bendrųjų rezultatų tinklalapių į konkurentų prekių palyginimo paslaugas. Vis dėlto, kaip matyti iš šio sprendimo 378 punkto, *Google* negali pagrįstai kaltinti Komisijos tuo, kad ji nenustatė priešingos padėties scenarijaus.
- 381 Papildomai dar reikia pažymėti, kad šio sprendimo 365 punkte paminėtas *Google* argumentas, kad ji neturėjo galimybės pateikti pastabų dėl apskaičiavimo, kuriuo buvo grindžiama ginčijamo sprendimo 22 lentelė, ir todėl buvo pažeista *Google* teisė į gynybą, yra nereikšmingas. Iš tiesų šis tarpinis apskaičiavimas, kuris vėliau leido Komisijai parengti šio sprendimo 380 punkte nurodytą 23 lentelę, buvo atliktas siekiant tik vieno tikslo – pateikti išsamų atsakymą į *Google* priešingos padėties analizę, kuri jau buvo pateikta per administracinę procedūrą ir kuri, kaip yra aišku iš šio sprendimo 375 punkto, vis dėlto buvo netiksli ir nebuvo įtraukta įrodinėjant (apie tai bus kalbama toliau šiame sprendime) visų nagrinėjamų veiksmų poveikį duomenų srautui iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į konkurentų prekių palyginimo paslaugas.
- 382 Be to, siekdama nustatyti realų ar potencialų nagrinėjamų veiksmų poveikį, Komisija gali, be kita ko, remtis kita informacija, susijusia su realios kaitos stebėjimu vienoje ar keliuose rinkose, kuriose buvo vykdomi veiksmai. Jei tarp šių veiksmų ir konkurencinės padėties pasikeitimo šiose rinkose būtų nustatytas ryšys, papildoma informacija, pavyzdžiui, rinkos dalyvių, jų tiekėjų, klientų, profesinių asociacijų ar vartotojų vertinimai gali įrodyti priežastinį ryšį tarp šių veiksmų ir kaitos rinkoje. Prireikus atitinkama įmonė turi nurodyti svarbias aplinkybes, kurios galėtų leisti suabejoti tokiu priežastiniu ryšiu.
- 383 Nagrinėjamu atveju ginčijamo sprendimo 7.2.3.2 dalyje, kurioje konkrečiai kalbama apie aptariamų veiksmų poveikį duomenų srautui iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į konkurentų prekių palyginimo paslaugas, Komisija ginčijamo sprendimo 464–474 konstatuojamosiose dalyse visų pirma nurodė devynių grupių, keliose atitinkamose valstybėse teikiančių prekių palyginimo paslaugas, kaip antai *eBay*, *Nextag*, *Twenga* ar *Axelring Sper* pareiškimus, kad nuo 2007 m. vidurio smarkiai sumažėjo duomenų srautas į šias prekių palyginimo paslaugas iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių, nors kartais ir būta laikinų padidėjimų. Pavyzdžiui, ginčijamo sprendimo 464 konstatuojamojoje dalyje nurodyta, kad *eBay* patronuojamosios bendrovės, teikiančios prekių palyginimo paslaugas, nuo 2009 m. rugsėjo mėn. iki 2010 m. rugsėjo mėn. prarado apie 30 % šio duomenų srauto Jungtinėje Karalystėje, 40 % Prancūzijoje ir 55 % Vokietijoje, o vėliau buvo pastebėti kiti duomenų srauto mažėjimo į vienas ar kitas jų prekių palyginimo paslaugas atvejai. Iš esmės, kaip nurodyta ginčijamame sprendime, šios grupės priskiria šį duomenų srauto sumažėjimą *Google* bendrųjų rezultatų tikslinimo algoritmų,

visų pirma algoritmo *Panda* pokyčiams, pasireiškusiems atitinkamų prekių palyginimo paslaugų *Sistrix* matomumo indekso (*Sistrix Visibility Index*) sumažėjimu. *Sistrix* matomumo indeksas, kaip nurodyta ginčijamo sprendimo 398 konstatuojamojoje dalyje, yra to paties pavadinimo bendrovės kas savaitę skelbiama informacija, kuria kartu atsižvelgiama ir į interneto svetainės rodymo dažnumą (*trigger rate*) bendrosios paieškos rezultatuose, ir į jos vietą šių rezultatų eilėje.

- 384 Ginčijamo sprendimo 476 konstatuojamojoje dalyje Komisija, pateikdama devynis grafikus, parodo *Sistrix* matomumo indekso ir duomenų srauto iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į prekių palyginimo paslaugas kaitą 2010–2014 m. Jungtinėje Karalystėje, 2008–2014 m. Vokietijoje ir 2010–2014 m. Prancūzijoje. Galima nustatyti gana glaudų abiejų pokyčių tarpusavio ryšį – išskyrus *idealo.de* Vokietijoje 2014 m., kai išsiskyrė dvi kreivės – ir apskritai abiejų kreivių žemėjimą tuo laikotarpiu (dar kartą išskyrus *idealo.de*, o tai, kaip nurodyta ginčijamo sprendimo 575 konstatuojamosios dalies išnašoje, remiantis *Google* pateiktu patikslinimu, galima paaiškinti tuo, kad *idealo.de* niekada nebuvo taikomas algoritmas *Panda*). Neatsižvelgiant į laikotarpio pabaigos reikšmes, kurios buvo labai arti nulio, mažėjimas nuo laikotarpio pradžios iki pabaigos, neatsižvelgiant į tarpinius nukrypimus, yra skalėje nuo 2 iki 1, t. y. 50 % (*guenstiger.de* ir *touslesprix.com*) ir nuo 15 iki 1, t. y. 93 %, (*dealttime.co.uk*).
- 385 Ginčijamo sprendimo 479 konstatuojamojoje dalyje Komisija pabrėžia, kad *Google* atlikta „skirtingų skirtumų“ analizė, kurioje, be kita ko, analizuojama duomenų srauto kaita 2004–2014 m. iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į dešimt konkurentų prekių palyginimo paslaugų Jungtinėje Karalystėje, Vokietijoje, Prancūzijoje ir Nyderlanduose taip pat rodo šio duomenų srauto mažėjimą į atitinkamas prekių palyginimo paslaugas visų pirma po to, kai buvo pradėtas taikyti algoritmas *Panda*, bet ir ilguoju laikotarpiu. Nors diferencinis šios analizės aspektas, kurį nurodė *Google*, nėra tinkamas, nes jis grindžiamas neišsamiu priešingos padėties scenarijumi, kaip paaiškinta šio sprendimo 375 punkte, ieškinio A90 priede pateikti neapdoroti šios analizės duomenys leidžia įvertinti šio duomenų srauto pokyčius, apie kuriuos galima spręsti pažeidimo laikotarpiais, kuriuos Komisija nustatė kiekvienoje valstybėje, t. y. nuo tada, kai jose buvo paleista *Product Universals* technologija. Duomenų srauto mažėjimą galima konstatuoti per visus šiuos laikotarpius, o reikšmingiausias mažėjimas stebimas nuo 2011 m. daugumai iš 40 prekių palyginimo paslaugų, kurios buvo įtrauktos į „skirtingų skirtumų“ analizę, nors prieš tai arba tam tikrais momentais ir buvo galima stebėti tam tikrą padidėjimą ir tai nėra akivaizdu kalbant apie visas prekių palyginimo paslaugas Vokietijoje ir Nyderlanduose.
- 386 Ginčijamo sprendimo 481 konstatuojamojoje dalyje Komisija, naudodama *Google* pateiktus Jungtinės Karalystės, Prancūzijos, Vokietijos, Ispanijos, Nyderlandų, Italijos, Danijos ir Lenkijos duomenis, pateikia grafikus, rodančius visą duomenų srauto kaitą nuo 2004 m. sausio mėn. iki 2016 m. gruodžio mėn. iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į *Google* nurodytą 361 konkurentų prekių palyginimo paslaugą (ginčijamo sprendimo 27–36 punktai). Jungtinėje Karalystėje akivaizdžiai matyti reikšmingas šio duomenų srauto sumažėjimas, nepaisant laikinų jo padidėjimų, nuo 2010 m. rugsėjo mėn. (sumažėjimas nuo daugiau kaip 30 mln. spustelėjimų iki mažiau kaip 5 mln. spustelėjimų). Prancūzijoje nuo 2010 m. rugsėjo mėn. gali būti stebima tokia pati situacija (sumažėjimas nuo daugiau kaip 60 mln. spustelėjimų iki mažiau kaip 10 mln. spustelėjimų). Vokietijoje tą patį galima konstatuoti kalbant apie laikotarpį nuo 2010 m. rugsėjo mėn. (sumažėjimas nuo daugiau kaip 80 mln. spustelėjimų iki mažiau nei 40 mln. spustelėjimų). Tas pats stebima Ispanijoje nuo 2011 m. sausio mėn. (sumažėjimas nuo daugiau kaip 20 mln. spustelėjimų iki mažiau kaip 5 mln. spustelėjimų). Kita vertus, Nyderlanduose mažėjimas pastebimas tik nuo 2015 m. sausio mėn. (nuo 18 mln. spustelėjimų iki maždaug 10 mln. spustelėjimų). Be to, Italijoje nuo beveik 35 mln. spustelėjimų piko 2010 m. rugsėjo mėn. kreivė yra nevienoda ir baigiasi ties šiek tiek daugiau nei 20 mln. spustelėjimų, lygio, kuris pirmą kartą

pasiektas 2008 m. Dėl Italijos ir Nyderlandų Komisija pripažįsta, kad aptariamas duomenų srautas apskritai nekito. Kalbant apie Daniją, pažymėtina, kad duomenų srautas labiau augo, nebent, kaip teigia Komisija, į statistinius duomenis neįtraukti prekių palyginimo paslaugos *PriceRunner* (Komisija taip ir padarė), nes tokiu atveju 2010 m. rugsėjo mėn. duomenų srautas buvo linkęs mažėti (nuo daugiau kaip 2 mln. spustelėjimų iki maždaug 500 000 spustelėjimų). Tokia pati situacija stebima Lenkijoje, kur prekių palyginimo paslauga *Ceneo* lemia augimo tendenciją. Pašalinus ją iš statistinių duomenų, nuo 2013 m. gegužės mėn. duomenų srautas buvo linkęs mažėti (nuo 18 mln. spustelėjimų iki 8 mln. spustelėjimų).

- 387 Ginčijamo sprendimo 482 ir paskesnėse konstatuojamosiose dalyse Komisija nurodė, kad ji, be kita ko, pateikė su *Google* paslauga konkuruojančių prekių palyginimo paslaugų pavyzdžius keturiose valstybėse, kurie aiškiai rodė ilgalaikį *Google* šioms prekių palyginimo paslaugoms taikyto vertinimo jos bendrųjų rezultatų tinklalapiuose poveikį, nes *Shopping Units* paleidimo rodiklis juose buvo labai aukštas. Šios šalys yra Jungtinė Karalystė, kurios atveju Komisija kaip pavyzdį pateikė dvylika konkurentų prekių palyginimo paslaugų, Vokietija, kurios atveju ji kaip pavyzdį pateikė devynias konkurentų prekių palyginimo paslaugas, Nyderlandai, kuriems ji kaip pavyzdžius atrinko šešias konkurentų prekių palyginimo paslaugas, ir Prancūzija, kuriai ji kaip pavyzdžius atrinko aštuonias konkurentų prekių palyginimo paslaugas. Kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 53–56 grafikų, duomenų srautas iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į prekių palyginimo paslaugas, įtrauktas į tuos pavyzdžius, iš tikrųjų mažėjo 2011–2016 m. Jungtinėje Karalystėje, Vokietijoje ir Prancūzijoje, o iki 2014 m. didėjęs Nyderlanduose, vėliau mažėjo. Žvelgiant į šiuos grafikus konkrečiai matyti, kad duomenų srautas Jungtinėje Karalystėje ir Prancūzijoje sumažėjo beveik perpus, Vokietijoje nuo 2014 m. jis sumažėjo nedaug, o nuo 2014 m. Nyderlanduose jis sumažėjo maždaug trečdaliu.
- 388 Be to, nors tai nurodyta ginčijamo sprendimo 7.3.2 dalyje, skirtoje būtent nagrinėjamų veiksmų antikonkurencinio poveikio vertinimui tuo atveju, jei prekių palyginimo paslaugų rinka apimtų ir prekybos platformas, Komisijos šiuo tikslu pateikti antrojo tyrimo (angl. „the Second Analysis“), kurio pagrindiniai parametrai ir rezultatai apibūdinti 612 ir paskesnėse konstatuojamosiose dalyse ir kurių išsamūs rezultatai pateikti ginčijamo sprendimo I priede, rezultatai yra svarbūs. Kalbant apie kiekvieną iš trylikos valstybių, kuriose Komisija konstatavo *Google* piktnaudžiavimą dominuojančia padėtimi, pažymėtina, kad to tyrimo rezultatai rodo duomenų srauto į konkurentų prekių palyginimo paslaugas mažėjimą iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių, palyginti su *Google* prekių palyginimo paslauga ir prekybos platformomis, net jei kai kuriose šalyse šis duomenų srautas į konkurentų prekių palyginimo paslaugas didėjo absoliučia verte. Pavyzdžiui, tame tyrime nurodyta, kad 2011–2016 m. Čekijoje duomenų srautas į konkurentų prekių palyginimo paslaugas sumažėjo nuo 73 iki 47 % (absolūtus metinio spustelėjimų skaičiaus padidėjimas nuo 62,1 mln. iki 179,6 mln.). Pagal to tyrimo duomenis, tuo pačiu laikotarpiu Austrijoje duomenų srautas į konkurentų prekių palyginimo paslaugas sumažėjo nuo 48 % iki 16 % arba nuo 39 iki 15 %, atsižvelgiant į atliktus patikslinimus (absolūtus metinio spustelėjimų skaičiaus sumažėjimas nuo 68,6 mln. iki 60,9 mln.).
- 389 Atsižvelgiant į tokias ginčijamame sprendime Komisijos nurodytas įvairias aplinkybes, pirmiausia reikia konstatuoti, kad *Google*, kaip ir CCIA, savo procesiniuose dokumentuose nepateikia jokių įrodymų, kuriais ginčytų tai, kad trylikoje valstybių, kuriose Komisija nustatė pažeidimą, bendrai sumažėjo duomenų srautas iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į konkurentų prekių palyginimo paslaugas. Pirmiausia jos ginčija tik veiksmų, kuriais kaltinama *Google*, ir šio duomenų srauto sumažėjimo priežastinį ryšį. Šio neginčijimo faktą rodo, pavyzdžiui, įvairūs atitinkamai ieškinio 253 punkto ir dubliko 147 punkto sakiniai. *Google* teigia: „kadangi prekių palyginimo paslaugų rikiavimas *Google* bendruosiuose rezultatuose ir susijęs paieškos duomenų

srautas sumažėjo, tai atspindėjo naudotojų perėjime prie prekybos platformų“ ir „duomenų srauto sumažėjimas, kurį lėmė [tam tikrų <...> algoritmų taikymas], nepriklausė nuo nurodomo piktnaudžiavimo“. Be to, kalbant apie ginčijamo sprendimo 612 ir paskesnėse konstatuojamosiose dalyse pateiktą antrąjį tyrimą, kiek jis susijęs su duomenų srautu iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į konkurentų prekių palyginimo paslaugas, reikia pažymėti, kad *Google* ginčija tik šio tyrimo naudingumą vertinant, ar jos elgesys galėjo turėti antikonkurencinį poveikį, nes šiame tyrime neatsižvelgiama į alternatyvius apsilankymams jos bendrųjų rezultatų tinklalapiuose šaltinius. Kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 626 konstatuojamosios dalies ir ieškinio 351 ir 352 punktų, *Google* neginčija paties šio duomenų srauto vertinimo.

- 390 Be to, siekdama ginčyti priežastinį ryšį tarp nagrinėjamų veiksmų ir duomenų srauto sumažėjimo iš bendrųjų rezultatų tinklalapių į konkurentų prekių palyginimo paslaugas, *Google* teigia, kad Komisija neatsižvelgė į kitus prekių palyginimo paslaugų gaunamo srauto šaltinius nei jos bendrieji rezultatai. Vis dėlto šis argumentas neturi reikšmės ginčijant priežastinį ryšį tarp, kaip manoma, *Google* antikonkurencinio elgesio ir duomenų srauto sumažėjimo vien iš jos bendrųjų rezultatų tinklalapių į konkurentų prekių palyginimo paslaugas. Su kitais duomenų srauto šaltiniais susijęs argumentas bus nagrinėjamas analizuojant ketvirtąjį ieškinio pagrindą, nes jis pakartotas šiam pagrindui pagrįsti.
- 391 *Google* taip pat teigia, kad Komisija neatsižvelgė į bendrą sektoriaus raidą ir naudotojų pageidavimų pokyčius, visų pirma į didėjantį prekybos platformų populiarumą, įskaitant jų naudojimą prekių palyginimo paieškai. Šiuo klausimu *Google* iš esmės nurodo, kad šios platformos pagerino savo paslaugų kokybę, ko negalima pasakyti apie prekių palyginimo paslaugas, ir kad dėl to naudotojai teikė joms pirmenybę, todėl bendruosiuose rezultatuose joms teko aukštesnė vieta nei prekių palyginimo paslaugoms. Vis dėlto, nors toks paaiškinimas yra galimas, jis neatsiejamas nuo *Google* bendrųjų rezultatų rikiavimo algoritmų veikimo, o jis, kaip priminta šio sprendimo 373 punkte, yra tik viena nagrinėjamų veiksmų sudedamoji dalis.
- 392 Todėl, kadangi *Google* negalėjo atskirti, kas, keičiant atitinkamą prekybos platformų ir prekių palyginimo paslaugų rikiavimą, buvo priskirtina vien prie prekybos platformų paslaugų kokybės gerinimo, palyginti su prekių palyginimo paslaugų kokybe, kai visi aspektai nesiskiria, ir kas buvo priskirtina prie jos algoritmų pakeitimų, be kita ko, algoritmo *Panda* paleidimo, šis paaiškinimas neleidžia net iš dalies suabejoti Komisijos konstatuotu priežastiniu ryšiu tarp nagrinėjamų veiksmų ir duomenų srauto sumažėjimo iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į prekių palyginimo paslaugas.
- 393 Be to, reikia pažymėti, kad savo argumentais *Google* neginčija priežastinio ryšio tarp interneto svetainės matomumo jos bendruosiuose rezultatuose, išreikšto *Sistrix* matomumo indeksu, ir duomenų srauto iš šių rezultatų į šią svetainę dydžio. Taigi *Google* neginčija, kad jos bendrųjų rezultatų rikiavimo algoritmai daro poveikį šiam srautui. Šis priežastinis ryšys tiesiogiai susijęs su viena iš veiksmų, kuriais kaltinama, sudedamųjų dalių, paprastai prasta konkurentų prekių palyginimo paslaugų padėti bendruosiuose rezultatuose ir šios sudedamosios dalies poveikiu, t. y. duomenų srauto sumažėjimu iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į šias prekių palyginimo paslaugas.
- 394 Tokiomis aplinkybėmis, atsižvelgiant, pirma, į bendrą duomenų srauto sumažėjimą, kurio *Google* neginčijo, ir į informaciją, paimtą iš devynių prekių palyginimo paslaugas teikiančių subjektų pareiškimų, taip pat į duomenų srauto sumažėjimo, susijusio su ginčijamame sprendime pateiktų įvairių prekių palyginimo paslaugų *Sistrix* matomumo indekso pokyčiais, pavyzdžius ir, antra, į tai,

kad *Google* nepateikė priešingų įrodymų, Komisija įrodė, kad dėl veiksmų, kuriais kaltinama, sumažėjo bendrosios paieškos duomenų srautas į beveik visas konkurentų prekių palyginimo paslaugas.

395 Remiantis tuo, kas išdėstyta, darytina išvada, kad trečiojo pagrindo pirmą dalį reikia atmesti.

***b) Dėl trečiojo pagrindo antros dalies, pagal kurią Komisija neįrodė, kad dėl nagrinėjamų veiksmų padidėjo duomenų srautas iš Google bendrųjų rezultatų tinklalapių į jos pačios prekių palyginimo paslaugą***

*1) Šalių argumentai*

396 Trečiojo pagrindo antroje dalyje *Google* nurodo, jog ginčijamo sprendimo 7.2.3.3 dalyje Komisija klaidingai teigia, kad veiksmai, kuriais kaltinama, padidino duomenų srautą į jos pačios prekių palyginimo paslaugą.

397 Pirma, *Google* tvirtina, kad atsižvelgiant į tai, jog dėl šių veiksmų duomenų srautas į konkurentų prekių palyginimo paslaugas nesumažėjo, galimas duomenų srauto padidėjimas į jos pačios prekių palyginimo paslaugą negalėjo būti nenaudingas šioms paslaugoms ir būti išstūmimo iš rinkos veiksnys. Išstūmimo poveikį turintys veiksmai savo pobūdžiu turėtų leisti šiuos veiksmus atlikusiai įmonei perimti prekybą, kurią konkurentai būtų vykdę nesant tokių veiksmų. Taigi dėl *Product Universals* ir *Shopping Units* visa rinka tik išsiplėtė ir nebuvo jokio neigiamo poveikio konkurentų prekių palyginimo paslaugoms. Dublike *Google* priduria, jog pripažįstant, kaip teigia Komisija, kad duomenų srautas į konkurentų prekių palyginimo paslaugas sumažėjo paleidus algoritmą *Panda*, negalima konstatuoti jokio su šiuo įvykiu susijusio duomenų srauto padidėjimo į jos pačios prekių palyginimo paslaugą, o tai įrodo, kad galbūt naudojant *Panda* pranašumas buvo teikiamas prekybos platformoms, o ne pačios *Google* prekių palyginimo paslaugai.

398 Antra, *Google*, palaikoma CCIA, mano, kad Komisija pervertino *Google* prekių palyginimo paslaugai tekusio duomenų srauto dydį. Pirma, į šį duomenų srautą ji įtraukė spustelėjimus ant *Shopping Units* skelbimų, nors šie spustelėjimai nukreipė ne į specializuotą *Google Shopping* rezultatų tinklalapį, o į trečiųjų asmenų prekybos svetaines. *Visual Meta* argumentas, kad šis mechanizmas skatino atitinkamus pardavėjus registruotis *Google Shopping*, taip suteikiant pranašumą šiai prekių palyginimo paslaugai, ginčijamame sprendime nenurodytas. Vienintelė priežastis, dėl kurios Komisija įskaičiavo spustelėjimus ant prekių skelbimų, yra teiginys, kad *Shopping Units* pajamos tenka interneto svetainei *Google Shopping*. Tačiau, kaip jau buvo nurodyta nagrinėjant antrąjį ieškinio pagrindą, tai nėra tiesa. Vadinasi, *Visual Meta* klaidingai teigia, kad iš *Shopping Units* gautos pajamos tiesiogiai skiriamos *Google Shopping*. Beje, Komisija to nenurodė ginčijamame sprendime. Savo pastabose dėl *Foundem* ir *Visual Meta* įstojimo į bylą paaiškinimų *Google* priduria, kad ginčijamame sprendime yra nenuoseklumas, nes jame atmetama, kad *Google* yra vienas subjektas, bet kartu nurodoma, kad vienai iš konkrečių jos paslaugų, t. y. jos prekių palyginimo paslaugai dėl šių spustelėjimų suteikiamas pranašumas, nors apskritai *Google* dėl jų gauna mokėjimus. *Visual Meta* nukrypsta nuo ginčijamo sprendimo, teigdama, kad pajamų paskirstymas ar organizavimas *Google* viduje neturi reikšmės. CCIA taip pat teigia, kad *Product Universals* ir *Shopping Units* neįeina į *Google* prekių palyginimo paslaugą, o tai, kaip teigiama, Komisija pripažino ginčijamo sprendimo 408, 412 ir 423 konstatuojamosiose dalyse. Pavyzdžiui, pastabose dėl *Foundem* įstojimo į bylą paaiškinimo *Google* patikslina, kad *Shopping Units* skelbimai nėra kilę iš specializuotos svetainės *Google Shopping*. Skiriasi jų technologijos, infrastruktūra ir formatas, ir tai buvo įrodyta Komisijai per administracinę procedūrą ir ji to

neginčija. Savo pastabose dėl VDZ įstojimo į bylą paaiškinimo *Google* taip pat teigia, kad *Shopping Units* technologija negali būti laikoma prekių palyginimo paslaugomis labiau nei *Product Universals*. *Shopping Units* neleidžia palyginti skirtingų to paties gaminio ar modelio pasiūlymų, kaip tai turėtų leisti padaryti prekių palyginimo paslauga, bet siūlo kelias prekes, kurios galėtų atitikti internauto pageidavimą. Per administracinę procedūrą keli jos dalyviai patvirtino šią nuomonę ir Komisija atsižvelgė į tai formuluodama ginčijamo sprendimo 408, 412 ir 423 konstatuojamąsias dalis. Antra, *Google* teigimu, Komisija taip pat suklydo atsižvelgdama į spustelėjimus ant *Shopping* nuorodos, rodomos rezultatų tinklalapio viršuje esančiame meniu. Tačiau šios meniu nuorodos buvimas nėra viena iš veiksmų, pripažintų piktnaudžiavimu, sudedamųjų dalių, nes turi būti įvertintas tik jų poveikis. Be to, atsiliepime į ieškinį Komisija neginčija, kad ši meniu nuoroda nėra paieškos rezultatas. Dėl šių dviejų klaidų Komisija gerokai pervertino *Product Universals* ir *Shopping Units* duomenų srauto į *Google* prekių palyginimo paslaugą dydį. Iš tikrųjų, kaip matyti iš grafiko, parengto remiantis ryšio duomenimis pažeidimo laikotarpiu, *Google* iš savo bendrųjų rezultatų tinklalapių siūsdavo į konkurentų prekių palyginimo paslaugas duomenų srautą, kuris kelis kartus viršijo jos pačios paslaugai siunčiamą duomenų srautą, o į prekybos platformas siunčiamas duomenų srautas buvo triskart didesnis.

399 Trečia, spustelėjimai ant *Product Universals* ir *Shopping Units* parodo jų svarbą ir naudotojų pageidavimus. Ginčijamo sprendimo motyvai neįtikina, nes jo 494 konstatuojamojoje dalyje Komisija tik pažymėjo, kad spustelėjimų ant *Product Universals* ir *Shopping Units* skaičiaus didėjimas priklausė nuo jų rodymo rodiklio. Ji neatsižvelgė į tai, kad *Google* rodo *Shopping Units* (o anksčiau – *Product Universals*) pagal jų svarbą, kaip būna visose kitose paieškos sistemose, ir kad vartotojai spaudžia ant jų dėl jų naudingumo, o ne todėl, kad *Shopping Units* atsiranda. *Product Universals* ir *Shopping Units* matomumą ir jų generuojamus spustelėjimus lėmė *Google* prekių ir prekių skelbimų rezultatų pagerinimas. Taigi *Microsoft* eksperimentas su jos paieškos sistema *Bing*, pavadintas *Bing Algo Experiment*, nurodytas ginčijamo sprendimo 460 ir 461 konstatuojamosiose dalyse, rodo, kad naudotojai labai jautriai reaguoja į rezultatų svarbą. Mažiau svarbių rezultatų sukeitimas su svarbiausiais pirmosiose pozicijose esančiais rezultatais *Bing* bendrųjų rezultatų tinklalapiuose parodė, kad naudotojai pastebi kokybės supratimą dėl mažiau svarbių rezultatų išskyrimo ir iškart pritaiko savo elgesį. Taigi *Microsoft* po savaitės teko nutraukti šį eksperimentą. Be to, *Google* teigia, kad *Product Universals* arba *Shopping Units* esančios nuotraukos leidžia interneto naudotojams lengviau įvertinti siūlomo rezultato tinkamumą, nes jie turi prekės, kurios ieško naudotojas, peržiūros funkciją. Dėl šios aplinkybės naudotojai iš karto spusteli ant šių specialiųjų rezultatų su vaizdais, jeigu mano, kad jie *a priori* yra naudingi jų paieškai, ir atvirkščiai. Tai rodo *Google* atliktas interneto naudotojų akių judesių sekimas (anglų k. *eye-tracking*, prancūzų k. *oculométrie*). Taigi nuotraukos yra *Google* prekių rezultatų kokybės elementas, o ne dirbtinis elementas, kuriuo siekiama didinti spustelėjimų skaičių. Vadinasi, naudotojai daug metų spaudžia ant *Product Universals* ir *Shopping Units* dėl jų svarbos, o ne dėl jų išdėstymo ar pateikimo. Komisija niekada neįrodė priešingai. Pažymėtina, kad nors prekybos platformų iškilimas neturėjo tokio pat poveikio *Google* prekių palyginimo paslaugai tenkantiems duomenų srautams kaip konkurentų prekių palyginimo paslaugoms tenkančiam duomenų srautui, nes *Google*, skirtingai nei šių konkuruojančių paslaugų teikėjai, diegė savo prekių rezultatų ir skelbimų inovacijas, kad neatsiliktų nuo *Amazon* ir kitų prekybos platformų, o ne dėl *Product Universals* ir *Shopping Units* išdėstymo ir pateikimo, kaip Komisija teigė ginčijamo sprendimo 517 konstatuojamojoje dalyje.

400 Komisija, BEUC, *Foundem*, VDZ, BDZV, *Visual Meta*, *Twenga*, *Kelkoo* ir Vokietijos Federacinė Respublika ginčija *Google* argumentus.

## 2) Bendrojo Teismo vertinimas

- 401 Pirmiausia reikia priminti, kad ginčijamo Sprendimo 7.2.3.3 dalyje Komisija nagrinėjamų veiksmų teigiamą poveikį *Google* prekių palyginimo paslaugai tenkančiam duomenų srautui motyvavo taip, kaip nurodyta toliau.
- 402 Komisija pirmiausia ginčijamo sprendimo 490 ir 491 konstatuojamosiose dalyse nurodė, kad prieš imantis minėtų veiksmų *Google* prekių palyginimo paslauga nebuvo sėkminga ir per metus prarasdavo apie 20 % duomenų srauto. Ginčijamo sprendimo 492 konstatuojamojoje dalyje ji nurodė, kad po to, kai 2007 m. lapkričio mėn. *Product Universals* technologija buvo paleista Jungtinėse Amerikos Valstijose, *Google* duomenų srautas per mėnesį padvigubėjo. Ginčijamo sprendimo 493 konstatuojamojoje dalyje ji pabrėžė, kad pati *Google* šlovino *Shopping Units* esančių skelbimų veiksmingumą pardavėjams. To paties sprendimo 494 konstatuojamojoje dalyje ji grafikais parodė ryšį tarp *Product Universals* ir vėliau *Shopping Units* paleidimo arba rodymo rodiklio (*trigger rate*) ir duomenų srauto iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių, tenkančio jos prekių palyginimo paslaugai tais laikotarpiais, kai šie specialieji rezultatai buvo naudojami Jungtinėje Karalystėje, Vokietijoje, Nyderlanduose ir Prancūzijoje. Pavyzdžiui, kalbant apie Jungtinę Karalystę, 37 grafikas rodo šį ryšį nuo 2008 m. sausio mėn. iki 2013 m. sausio mėn., kiek tai susiję su *Product Universals*, o 38 grafikas – nuo 2013 m. vasario mėn. iki 2014 m. gruodžio mėn., kiek tai susiję su *Shopping Units*. Iš šių dviejų grafikų matyti, kad *Google* prekių palyginimo paslaugai tenkantis duomenų srautas per mėnesį išaugo maždaug nuo 5 mln. iki 30 mln. spustelėjimų per mėnesį su *Product Universals*, o vėliau maždaug nuo 30 mln. iki maždaug 120 mln. spustelėjimų per mėnesį su *Shopping Units*.
- 403 Ginčijamo sprendimo 495 ir 496 konstatuojamosiose dalyse Komisija pateikė lyginamąją duomenų srauto kaitą iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į atitinkamai *Google* nustatytą 361 konkurentų prekių palyginimo paslaugą ir *Google* prekių palyginimo paslaugą, ir nuo pat nagrinėjamų veiksmų pradžios kiekvienoje šalyje iki 2016 m. gruodžio mėn. Jungtinėje Karalystėje, Vokietijoje, Prancūzijoje, Ispanijoje, Italijoje, Nyderlanduose, Danijoje ir Lenkijoje. Pavyzdžiui, kiek tai susiję su Jungtine Karalyste, iš 45 grafiko matyti sumažėjimas nuo 2008 m. sausio mėn. iki 2016 m. gruodžio mėn. nuo maždaug 25 mln. iki 5 mln. spustelėjimų per mėnesį konkurentų prekių palyginimo paslaugoms, ir apie 350 mln. spustelėjimų per mėnesį padidėjimas *Google* prekių palyginimo paslaugai. Reikia pažymėti, kad konkurentų prekių palyginimo paslaugoms tenkantis duomenų srautas Italijoje, Nyderlanduose, Danijoje ir Lenkijoje parodomas kaip pastovus, ir ši informacija atitinka tai, kas nurodyta 7.2.3.2 dalyje dėl nagrinėjamų veiksmų poveikio konkurentų prekių palyginimo paslaugoms, bet iš 49–52 grafikų atitinkamai matyti, kad šiose keturiose valstybėse labai išaugo duomenų srautas iš šių tinklalapių į *Google* prekių palyginimo paslaugą.
- 404 Ginčijamo sprendimo 497–501 konstatuojamosiose dalyse Komisija, remdamasi kasmetiniais 2011–2016 m. laikotarpio duomenimis, pateikė to paties pobūdžio informaciją, kai palygino duomenų srautą iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į kaip pavyzdį pateiktas konkurentų prekių palyginimo paslaugas ir į *Google* prekių palyginimo paslaugą Jungtinėje Karalystėje, Vokietijoje, Nyderlanduose ir Prancūzijoje. Šie pavyzdžiai yra tokie patys kaip ir minėtieji šio sprendimo 387 punkte. Esant gerokai didesniai duomenų srautui, nukreiptam į kaip pavyzdį pateiktas paslaugas šiose keturiose valstybėse 2011 m., 2016 m. duomenų srautas, nukreiptas į *Google* prekių palyginimo paslaugą, Jungtinėje Karalystėje viršijo duomenų srautą į kaip pavyzdį pasirinktą paslaugą 14 kartų, Vokietijoje – daugiau kaip du kartus, Nyderlanduose – daugiau kaip 2,7 karto ir Prancūzijoje – daugiau kaip 4,7 karto.

- 405 Be to, ginčijamo sprendimo 7.3.2 dalyje, konkrečiai skirtoje nagrinėjamų veiksmų antikonkurencinio poveikio vertinimui, jeigu prekių palyginimo paslaugų rinka taip pat apimtų prekybos platformas, antrasis tyrimas, jau nurodytas šio sprendimo 388 punkte, rodo, kad kiekvienoje iš trylikos valstybių, kuriose Komisija pripažino, kad *Google* užima dominuojančią padėtį, duomenų srautas į *Google* prekių palyginimo paslaugą iš jos bendrųjų rezultatų tinklalapių išaugo, palyginti su konkurentų prekių palyginimo paslaugomis ir prekybos platformomis. Pavyzdžiui, šiame tyrime nurodyta, kad 2011–2016 m. Belgijoje *Google* prekių palyginimo paslaugai tenkančio duomenų srauto dalis išaugo nuo 0 % iki 22 % arba nuo 0 % iki 24 %, priklausomai nuo atliktų patikslinimų. Pagal to paties tyrimo duomenis *Google* prekių palyginimo paslaugai tenkančio duomenų srauto dalis Norvegijoje tuo pačiu laikotarpiu padidėjo nuo 0 % iki 32 % arba nuo 0 % iki 33 %, priklausomai nuo atliktų patikslinimų.
- 406 Dėl *Google* argumentų reikia konstatuoti, jog, turint omenyje tai, kad buvo atmesta šiuo etapu išnagrinėta trečiojo panaikinimo pagrindo pirma dalis, prielaida, kuria paremta pirmoji *Google* argumentų grupė, apibendrinta šio sprendimo 397 punkte, pagal kurą veiksmai, kuriais kaltinama, nesumažino duomenų srauto į prekių palyginimo paslaugas, turi būti atmesta, kaip ir nuo šių argumentų priklausomi argumentai, kuriais siekta įrodyti, kad duomenų srautas *Google* prekių palyginimo paslaugos naudai negalėjo padidėti konkurentų prekių palyginimo paslaugų nenaudai. Vis dėlto, net jei Komisija neįrodė į konkurentų prekių palyginimo paslaugas nukreipto duomenų srauto sumažėjimo, šią pirmą argumentų grupę reikėtų atmesti, nes jie bet kuriuo atveju neįrodo, kad dalis duomenų srauto, kurį galėjo gauti *Google* prekių palyginimo paslauga, būdama labiau matoma bendrųjų rezultatų tinklalapiuose, nebūtų galėjusi tekti konkurentų prekių palyginimo paslaugoms nesant nagrinėjamų veiksmų; kitaip tariant, kadangi šie argumentai negali įrodyti, kad šis duomenų srautas padidėjo ne tokių konkurentų prekių palyginimo paslaugų nenaudai, į kurias, nesant nagrinėjamų veiksmų, duomenų srautas galėjo padidėti, net jei jis nemažėjo. Dėl dublike pateikto argumento, kad duomenų srautas, nukreiptas į *Google* prekių palyginimo paslaugą, po algoritmo *Panda* paleidimo nesikeitė, reikia pažymėti, kad jis bus nagrinėjamas šio sprendimo 414–418 punktuose, analizuojant trečią grupę argumentų, kad šiuos pokyčius lėmė *Product Universals* ir *Shopping Units* svarba, o ne nagrinėjami veiksmai, kitaip tariant, grupę argumentų, kuriais siekiama ginčyti šių veiksmų ir galimo šio duomenų srauto padidėjimo priežastinį ryšį.
- 407 Dėl šio sprendimo 398 punkte apibendrintos antrosios *Google* argumentų grupės, kad Komisija pervertino duomenų srautą į *Google* prekių palyginimo paslaugą, pirmiausia reikia konstatuoti, jog iš ginčijamo sprendimo 603, 604 ir 606 išnašų ir *Google* bei Komisijos atsakymų į Bendrojo Teismo klausimus matyti, kad duomenų srautas iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į jos prekių palyginimo paslaugą buvo vertinamas naudojant *Google* pateiktus ir paaiškintus duomenis. Šalys nesiginčija dėl pačių duomenų tikslumo, bet nesutaria dėl to, kokius duomenis reikėtų naudoti siekiant nustatyti duomenų srauto dydį į *Google* prekių palyginimo paslaugą iš jos bendrųjų rezultatų tinklalapių. Dėl laikotarpio, kai *Google* specialiosios paieškos ir rezultatų tinklalapiui buvo naudojamas pavadinimas „Google Product Search“, Komisija atsižvelgė tik į tuos spustelėjimus, kurie nukreipdavo interneto naudotoją į to paties pavadinimo specializuotą tinklalapį, įskaitant, kalbant apie tam tikrus vertinimus, spustelėjimus ant specialiojo meniu nuorodos. Tačiau tuo metu, kai tam pačiam tinklalapiui buvo naudojamas pavadinimas „Google Shopping“, Komisija atsižvelgė ne tik į tuos spustelėjimus, kurie nukreipdavo interneto naudotoją į to paties pavadinimo specializuotą tinklalapį, įskaitant spustelėjimus ant meniu esančios *Shopping* nuorodos, bet ir į spustelėjimus, kurie iš *Shopping Units* tiesiogiai nukreipė į pardavėjo svetainę. Tačiau ieškinio 269 punkte esančioje lentelėje *Google* pateikia skaičius, į kuriuos įtraukti tik spustelėjimai ant *Product Universals* ir *Shopping Units*, nukreipiantys į specializuotą tinklalapį *Product Search* (vėliau – *Google Shopping*).

- 408 Bendrasis Teismas konstatuoja, kad reikia atmesti *Google* kritiką dėl atsižvelgimo į spustelėjimus ant *Shopping Units* skelbimų ir atitinkamais atvejais spustelėjimus ant meniu nuorodos į specializuotą tinklalapį *Google Product Search* arba *Google Shopping*, kaip antai *Shopping* meniu nuorodą, vertinant duomenų srautą į *Google* prekių palyginimo paslaugą iš jos bendrųjų rezultatų tinklalapių.
- 409 Iš tiesų, viena vertus, kaip jau buvo nurodyta šio sprendimo 328–339 punktuose, ginčijamo sprendimo 26–35 ir 414–421 konstatuojamosiose dalyse pateikta pakankamai motyvų, leidžiančių daryti išvadą, kad *Google* prekių palyginimo paslauga buvo įvairių formų, t. y. specializuotas tinklalapis, pastarąjį kartą pavadintas *Google Shopping*, prekių rezultatų grupės, kurių naujausia versija buvo *Product Universals*, ir prekių skelbimai, kurių naujausia versija buvo *Shopping Units*.
- 410 Kita vertus, kalbant apie kritiką dėl spustelėjimų ant *Shopping* nuorodos rezultatų tinklalapio viršuje esančiame meniu, ši nuoroda išties nuspaudžiama dar prieš naudojantis prekių palyginimo paslauga. Vis dėlto šie spustelėjimai iš esmės rodo jos naudojimą, nes jie reiškia, kad interneto naudotojas pageidauja pamatyti specializuotą palyginimo paslaugos tinklalapį. Be to, ieškinio 57 punkte *Google* patikslino, kad apie 60 % interneto naudotojų prisijungia prie šio specializuoto tinklalapio per tokią meniu nuorodą.
- 411 Be to, kaip pažymėjo Komisija, atsakydama į Bendrojo Teismo klausimą, ir *Google* tam neprieštaravo, Komisija niekada lygiagrečiai neatsižvelgė į spustelėjimus šiame tinklalapyje, nes tai būtų galėję lemti dvigubą apskaičiavimą vienai paieškai.
- 412 Be kita ko, tai, kad Komisija nekvestionavo, jog *Shopping* meniu nuoroda bendrųjų rezultatų tinklalapyje buvo antikonkurencinių veiksmų dalis, netrukdo, priešingai, nei teigia *Google*, atsižvelgti į ją vertinant duomenų srauto pokyčius iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapio į jos prekių palyginimo paslaugą. Žinoma, visi šie pokyčiai, be abejo, priskirtini ne tik kritikuojamam *Google* elgesiui, ir tas pats pasakytina apie visus duomenų srauto pokyčius iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į konkurentų prekių palyginimo paslaugas. Tačiau abiem atvejais tarp šio elgesio ir bendros šių pokyčių tendencijos yra ryšys, ir daug aplinkybių įrodo priežastinį ryšį, kaip buvo priminta šio sprendimo 383 punkte, kiek tai susiję su duomenų srautu į konkurentų prekių palyginimo paslaugas, ir šio sprendimo 402 punkte, kiek tai susiję su duomenų srautu į *Google* prekių palyginimo paslaugą.
- 413 Bet kuriuo atveju, kaip savo procesiniuose dokumentuose pabrėžė Komisija, *Google* nenurodė, kaip duomenų srautas iš jos bendrųjų rezultatų tinklalapių į jos prekių palyginimo paslaugą keistųsi, jeigu būtų įskaičiuojami tik spustelėjimai ant *Shopping Units*, ir neįskaičiuojami spustelėjimai ant *Shopping* meniu nuorodos, nors ji pateikė Komisijai duomenis, pagal kuriuos šie skirtingi spustelėjimai buvo atskirti. Tokiomis aplinkybėmis *Google* neįrodė, kad Komisija klaidingai atspindėjo šio duomenų srauto kaitą, kurią lėmė *Google* veiksmas, Komisijos laikyti antikonkurenciniais. Todėl taip pat reikia atmesti *Google* kritiką dėl antrojo tyrimo, pateikto ginčijamo sprendimo 612 ir paskesnėse konstatuojamosiose dalyse, kiek ji susijusi su duomenų srautu iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į jos pačios prekių palyginimo paslaugą.
- 414 Kalbant apie šio sprendimo 399 punkte apibendrintą trečią *Google* argumentų grupę, pagal kurią spustelėjimai ant *Product Universals* ir *Shopping Units* atspindi jų svarbą ir naudotojų prioritetus, o ne konkurenciją pažeidžiančių veiksmų poveikį, sunku nesutikti, kad interneto naudotojai

spusteldavo ant šių specialiųjų rezultatų ir šių prekių skelbimų pirmiausia tikėdamiesi, kad jie bus naudingi jų prekių paieškai, ypač todėl, kad juose buvo pateikiama konkrečiai specialiai paieškai reikšminga informacija arba į šią informaciją buvo atsižvelgta.

- 415 Tai matyti iš ginčijamo sprendimo 372–377 konstatuojamųjų dalių, kurias Komisija mini atsiliepime į ieškinį, kaip iš esmės parodo 372 konstatuojamoji dalis, kurioje Komisija nurodo, kad „nuotraukų, kainos ir informacijos apie pardavėją įtraukimas į prekių paieškos rezultatus padidina spustelėjimų [ant rodomos nuorodos] ir rodmenų santykį“. Šiuo klausimu reikia pažymėti, kad, kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 537 ir 538 konstatuojamųjų dalių, pačiame ginčijamame sprendime Komisija nesivadovauja *Google* prekių palyginimo paslaugos veikimo rezultatais, nors ji nustatė, kad *Google* ne visada rodė svarbiausius prekių palyginimo paslaugų rezultatus gerai matomoje savo bendrųjų rezultatų tinklalapio vietoje.
- 416 Kaip jau buvo nurodyta šio sprendimo 69, 369 ir 376 punktuose, Komisija ginčijo būtent skirtingą požiūrį į jos pačios prekių palyginimo paslaugą ir konkurentų prekių palyginimo paslaugas *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapiuose, dėl kurio *Google* rezultatai galėjo būti labai gerai matomi, o konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatai galėjo būti matomi tik bendruosiuose rezultatuose ir, be to, neretai nukeliami į prastą padėtį.
- 417 Neginčijama ir tai, kad jei interneto naudotojai spustelėdavo ant *Google* specialiosios paieškos rezultatų, jie tai darė ir todėl, kad šiems rezultatams buvo iš anksto suteikiamas pranašumas *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapiuose, ir tai buvo viena dalis *Google* bendrų veiksmų, kuriais ji kaltinama. Nesant tokio matomumo, ant šių rezultatų nebūtų taip dažnai spaudžiama, kaip tai aiškiai parodo, pirma, *Product Universals* (vėliau – *Shopping Units*) paleidimo arba rodymo rodiklio (angl. *trigger rate*) ir duomenų srauto, kurį interneto naudotojų spustelėjimai sukuria iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapio į jos prekių palyginimo paslaugą, tarpusavio ryšio pavyzdžiai, paminėti ginčijamo sprendimo 494 konstatuojamojoje dalyje ir, antra, ginčijamo sprendimo 389 konstatuojamojoje dalyje nurodyti aspektai, susiję su *Google* išreikšta pozicija, kad *Product Universals* išdėstymas nuo pirmojo bendrųjų rezultatų tinklalapio viršaus iki apačios turėjo reikšmingą įtaką spustelėjimų ant jų specialiųjų rezultatų skaičiui.
- 418 Taigi reikia atmesti ir trečiąją *Google* argumentų grupę, grindžiamą jos prekių palyginimo paslaugos kokybe, kuria siekiama ginčyti priežastinį ryšį tarp nagrinėjamų veiksmų ir duomenų srauto padidėjimo iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į tokią prekių palyginimo paslaugą, nes šis ryšys buvo įrodytas, net jei šis duomenų srautas taip pat galėjo keistis dėl šios prekių palyginimo paslaugos pakeitimų.
- 419 Šio priežastinio ryšio ginčijimui taip pat priskirtinas *Google* dublike pateiktas argumentas, minėtas šio sprendimo 397 punkte, kad paleidus algoritmą *Panda* duomenų srautas į jos prekių palyginimo paslaugą nepasikeitė. Tačiau net pripažįstant, kad tai yra tiesa, tu grindžiamas argumentas taip pat neatitinka fakto, kad nagrinėjamus veiksmus sudaro derinys veiksmų, susijusių ne vien su bendrųjų rezultatų tikslinimo algoritmais, įskaitant algoritmą *Panda*, bet ir su tuo, kaip yra pateikiami specialieji rezultatai.
- 420 Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, *Google* trečiojo pagrindo antrą dalį reikia atmesti. Taigi, kaip nurodyta šio sprendimo 356 ir 357 punktuose, reikia išnagrinėti ketvirtąją *Google* ieškinio pagrindą, pagal kurį veiksmai, kuriais ji kaltinama, neturėjo antikonkurencinio poveikio įvairiose nurodytose rinkose, remiantis prielaida, kad faktinės šių veiksmų pasekmės duomenų srautui iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į įvairias prekių palyginimo paslaugas, įskaitant jos pačios paslaugą, yra tokios, kaip nurodyta ginčijamame sprendime.

**c) Dėl ketvirtąjo pagrindo pirmos dalies, pagal kurią Komisija spėjojo dėl nagrinėjamų veiksmų antikonkurencinio poveikio**

**1) Šalių argumentai**

- 421 Ketvirtajame pagrinde *Google* teigia, kad Komisija neįrodė, jog nagrinėjami veiksmai galėjo turėti antikonkurencinį poveikį, dėl kurio būtų padidėjusios kainos tiek pardavėjams, tiek vartotojams, ir sumažėję inovacijų. Konkrečiai kalbant, ginčijamame sprendime nebuvo atsižvelgta į stipriausių *Google* konkurentų prekių palyginimo srityje, t. y. prekybos platformų, kaip antai *Amazon* vaidmenį ir nebuvo pateikta jokių paaiškinimų dėl nurodomo poveikio kainoms ir inovacijoms.
- 422 Konkrečiau kalbant, pirmoje ieškinio pagrindo dalyje *Google* teigia, kad ginčijamas sprendimas grindžiamas vien spėlionėmis dėl galimo poveikio, nenagrinėjant padėties rinkose ir realių pokyčių jose. CCIA pateikia tą pačią kritiką, ypač dėl Komisijos minimo kainų didinimo ir inovacijų sumažėjimo. *Google* pažymi, kad ginčijamo sprendimo 589 konstatuojamojoje dalyje taip pat nurodyta, jog nagrinėjamas elgesys gali turėti arba greičiausiai turi antikonkurencinį poveikį, o ginčijamo sprendimo 593 konstatuojamojoje dalyje – kad šis elgesys potencialiai gali išstumti *Google* konkurentų teikiamas prekių palyginimo paslaugas, taip pat lemti tokį kainų didėjimą ir inovacijų sumažėjimą. Visiškai neįrodyta, kad šios galimybės pasitvirtino.
- 423 Kaip teigia *Google*, ginčijamame sprendime neįrodyta, kad nagrinėjamas elgesys pagal savo pobūdį yra antikonkurencinis. Remdamasi 2014 m. rugsėjo 11 d. Sprendimu *CB / Komisija* (C-67/13 P, EU:C:2014:2204, 58 punktas), *Google* teigia, kad dėl šios pirmosios priežasties Komisija turėjo įrodyti konkretų antikonkurencinį šio elgesio poveikį. Be to, antroji priežastis išplaukia iš 2017 m. rugsėjo 6 d. Sprendimo *Intel / Komisija* (C-413/14 P, EU:C:2017:632, 139 punktas), kuriame Teisingumo Teismas konstatavo, kad net jei dominuojančią padėtį užimanti įmonė iš esmės piktnaudžiauja, Komisija negali apsiriboti įrodymais dėl su šiuo elgesiu susijusios rinkos dalies, kad padarytų išvadą, jog tai iš tikrųjų buvo piktnaudžiavimas, bet turi atsižvelgti į visas aplinkybes. Byloje, kurioje buvo priimtas tas sprendimas, generalinis advokatas nurodė, kad reikia atlikti išsamią poveikio analizę (generalinio advokato N. Wahl išvados byloje *Intel Corporation / Komisija*, C-413/14 P, EU:C:2016:788, 120 punktas). Komisija tai padarė byloje, kurioje buvo priimtas 2004 m. kovo 24 d. sprendimas byloje pagal [SESV 102] straipsnio ir EEE susitarimo 54 straipsnį prieš *Microsoft Corporation* (byla COMP/C-3/37.792 – *Microsoft*) (OL L 32, 2007, p. 23), ir Bendrasis Teismas tai patvirtino 2007 m. rugsėjo 17 d. Sprendime *Microsoft / Komisija* (T-201/04, EU:T:2007:289).
- 424 Taip pat nebuvo įrodyta, kad *Google* užima dominuojančią padėtį nacionalinėse prekių palyginimo paslaugų rinkose, nes tai būtų reiškę, kad šiose rinkose konkurencija susilpnėjo. *Google* nuomone, tai yra trečioji priežastis, dėl kurios reikia nustatyti konkretų išstūmimo poveikį šiose rinkose.
- 425 *Google* teigimu, elgesys, kuriuo kaltinama, pasireiškė paslaugos, teikiamos interneto naudotojams iš jos bendrosios paieškos tinklalapių, gerinimu rodant tokiam tinklalapyje prekių specialiosios paieškos rezultatus ir prekių skelbimų rezultatus, konkuruojant pagal nuopelnus. Dėl šios ketvirtos priežasties reikėjo nustatyti konkretų išstūmimo iš rinkos poveikį. Panašiose situacijose Komisija ir Bendrasis Teismas yra tai padarę. *Google* remiasi 1988 m. gruodžio 21 d. Komisijos sprendimo byloje pagal [SESV 101 ir 102] straipsnius (byla IV/30.979 ir 31.394, *Decca Navigator Systems*) (OL L 43, 1989, p. 27) 114 punktu, 2017 m. rugsėjo 6 d. Sprendimu *Intel / Komisija* (C-413/14 P, EU:C:2017:632, 140 punktas) ir 2007 m. rugsėjo 17 d. Sprendimu *Microsoft /*

*Komisija* (T-201/04, EU:T:2007:289, 868, 869 ir 1010 punktai). Šiuo atveju *Google* argumentai dėl paslaugos pagerinimo vartotojui buvo išsamiai pagrįsti dokumentais, todėl Komisija turėjo įrodyti, kad antikonkurencinis poveikis nusvėrė šio pagerinimo naudą.

- 426 Galiausiai, kadangi elgesys, kuriuo kaltinama, tęsėsi daugelį metų, jų antikonkurencinis poveikis turėjo konkrečiai pasireikšti, jei jis iš tikrųjų būtų buvęs kenksmingas konkurencijai. Taigi, dėl penktos priežasties, tokia trukmė taip pat turėjo paskatinti Komisiją konkrečiai patikrinti, ar taip tikrai buvo. *Google* ir CCIA pabrėžia, kad 2018 m. gruodžio 12 d. Sprendime *Servier ir kt. / Komisija* (T-691/14, dėl kurio paduotas apeliacinis skundas, EU:T:2018:922, 1122–1128 punktai) Bendrasis Teismas konstatavo, kad tuo atveju, kai veiksmai, kuriais kaltinama, jau buvo įgyvendinti, Komisija negalėjo, išskyrus konkurencijos ribojimo dėl tikslo atvejus, tik įrodyti galimą antikonkurencinį poveikį, bet turi įrodyti realų antikonkurencinį poveikį, nebent konkurencijos ribojimas dėl tikslo būtų akivaizdus. Nors šis Bendrojo Teismo vertinimas buvo suformuluotas nagrinėjant antikonkurencinį kartelį, vis dėlto būtų logiška jį taikyti ir nurodomiems piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi atvejams. Nagrinėjamu atveju veiksmams, kuriais kaltinama *Google*, nebuvo siekiama antikonkurencinio tikslo, todėl Komisija turėjo laikytis tokio požiūrio. Faktinio poveikio įrodymas bet kuriuo atveju būtų leidęs pagrįsti potencialaus poveikio tikimybę, kaip pati Komisija nurodo savo įgyvendinimo prioritetų taikant [SESV 102] straipsnį dominuojančių įmonių piktnaudžiaujamam antikonkurenciniam elgesiui gairių (OL C 45, 2009, p. 7) 20 punkte.
- 427 *Google* teigimu, Komisija neįrodė konkretaus poveikio. Ginčijamo sprendimo 7.2.3 dalyje, į kurią Komisija daro nuorodą teigdama, kad atsižvelgė į konkrečius rinkos aspektus, nagrinėjami tik duomenų srauto pokyčiai iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į konkurentų prekių palyginimo paslaugas, bet ne visi apsilankymai juose. Iš tikrųjų bylos medžiagoje esantys duomenys rodo, kad *Google* negali nei padidinti kainų, nei sulėtinti inovacijų, ir kad konkurencija prekių palyginimo paslaugų rinkose yra didelė, nes interneto naudotojai šioje srityje turi platų pasirinkimą, kaip 2017 m. balandžio mėn. paskelbtame tyrime „Online search: Consumer and firm behaviour“ („Paieška internete: vartotojų ir įmonių elgsena“) konstatavo *Competition and Markets Authority* (Konkurencijos ir rinkų institucija, Jungtinė Karalystė). Kiek tai susiję su kainomis, *Google* teigia teisingai įrodžiusi, kad jos sumažėjo pardavėjams, kurie pageidavo būti rodomi *Shopping Units*.
- 428 Be to, atsižvelgdama į BEUC argumentus, kad *Google* padarė žalos vartotojams, sumažindama jų galimybes rinktis iš daugiau konkurentų prekių palyginimo paslaugų ir pardavėjų, *Google* iš esmės primena, kad svarbos kriterijai, kuriuos ji taikė rezultatams, rodomiems interneto naudotojams bendruosiuose rezultatuose, *Product Universals* ir *Shopping Units*, yra objektyvūs, be kita ko, dėl *Universal Search* naudojimo. Komisija ginčijamame sprendime nekvėstavo nei bendrųjų rezultatų tikslinimo algoritmų, nei šių svarbos kriterijų, ir probleminiu aspektu laikė tik tai, kad *Product Universals* ar *Shopping Units* nebuvo konkurentų prekių palyginimo paslaugų. Todėl BEUC iškelia teoriją, kurios Komisija netaikė ginčijamame sprendime. Be to, *Google* pabrėžia per dešimt metų iki ginčijamo sprendimo priėmimo išsiuntusi milijardo nemokamų spustelėjimų srautą į konkurentų prekių palyginimo paslaugas ir kad kai kurios iš jų, kaip antai *Which?* Jungtinėje Karalystėje (BEUC narė) ir prekybos platformos pastebėjo, kad duomenų srautas iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių smarkiai padidėjo. Ginčijamame sprendime Komisija neteigė, kad *Google* apribojo vartotojų galimybes gauti konkurentų prekių palyginimo paslaugas. *Google* atkreipia dėmesį į tyrimus, be kita ko, tuos, kuriais remiasi BEUC, siekdama įrodyti, kad interneto naudotojai plačiai naudojo prekių palyginimo paslaugas. *Google* nesutinka su tuo, kad prekių paieška internete daugiausia pradedama būtent nuo *Google*, ir nurodo, kad šiuo klausimu gali remtis Komisijoje rengtos procedūros medžiaga. Viena iš minėtų tyrimų, kiek tai susiję su Jungtine Karalyste, Vokietija ir Prancūzija, nurodyta, kad daugumos prekių paieškai internete

*Google* paieškos sistema nėra naudojama pirmiausia ir netgi nėra naudojama vėliau ieškant daugumos prekių. Be to, priešingai, nei teigia BEUC, mažieji pardavėjai rodomi *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapiuose esančiuose skelbimuose.

- 429 Komisija, palaikoma BEUC, *Foundem*, VZD, BDZV, *Visual Meta*, *Twenga*, *Kelkoo* ir Vokietijos Federacinės Respublikos, ginčija *Google* argumentus.
- 430 *Twenga* ir *Kelkoo* nurodo, kad dėl sumažėjusio duomenų srauto į *Google* konkurentų prekių palyginimo paslaugas iš jos bendrųjų rezultatų tinklalapių buvo pablogėjusi jų pačių duomenų srauto kokybė, t. y. suprastėjo apsilankymų pardavėjų interneto svetainėse iš šių prekių palyginimo paslaugų, virtusių pirkimo sandoriais, rodiklis. Be to, padidėjo duomenų srautas iš *Google* prekių palyginimo paslaugos pardavėjams. Taigi *Twenga* ir *Kelkoo* buvo mažiau patrauklūs pardavėjams, kurie, be to, nebūtų suinteresuoti, kad jų pasiūlymai būtų rodomi keliose interneto svetainėse, nes jų pačių pardavimo svetainės taip pat būtų perkeltos į blogesnę padėtį bendruosiuose rezultatuose dėl algoritmo *Panda*, kuris prasčiau klasifikuoja panašaus turinio svetaines. *Twenga* kaip pavyzdį nurodo pardavėjus, nusprendusius atsisakyti jos paslaugų dėl iš jos ateinančio duomenų srauto kokybės suprastėjimo arba dėl to, kad, pasirinkę tiekti *Google* prekių palyginimo paslaugai, jie nebenorėjo būti toliau rodomi kito prekių palyginimo paslaugos teikėjo rezultatuose. *Kelkoo* priduria, kad pats duomenų srauto sumažėjimas į jos interneto svetainę iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių sumažino tiesioginį srautą į jos interneto svetainę, o šis duomenų srautas, kaip ir duomenų srautas iš bendrųjų rezultatų, yra „geros kokybės“ srautas, lėmęs gerus konvertavimo rodiklius. Tiesioginį duomenų srautą lemia pirmasis apsilankymas, kurį paskatina bendruosiuose rezultatuose rasta informacija.
- 431 Apskritai BEUC nurodo, kad apribodama konkurentų prekių palyginimo paslaugų matomumą savo bendrųjų rezultatų tinklalapiuose ir teikdama pranašumą savo prekių palyginimo paslaugai ir reklaminiais skelbimais, kuriuos naudoja didžiausi pardavėjai, *Google* ne tik sumažino konkurenciją prekių palyginimo specialiosios paieškos rinkoje, bet ir apribojo vartotojų galimybes rinktis iš daugiau pardavėjų ir jiems konkuruoti tarpusavyje. BEUC pabrėžia, kad 2012 m. kovo 27 d. Sprendime *Post Danmark* (C-209/10, EU:C:2012:172, 20 punktas) Teisingumo Teismas priminė, jog SESV 102 straipsnis apima ne tik veiksmus, kuriais daroma tiesioginė žala vartotojams, bet ir veiksmus, kurie jiems padaro žalą iškraipydami konkurenciją.

## 2) Bendrojo Teismo vertinimas

- 432 SESV 101 ir 102 straipsniais siekiama to paties tikslo, t. y. išlaikyti neiškreiptą konkurenciją vidaus rinkoje, kaip nurodyta prie Lisabonos sutarties pridėtame Protokole Nr. 27 dėl vidaus rinkos ir konkurencijos (OL C 83, 2010, p. 309). Abiejuose straipsniuose kaip pavyzdžiai paminėti antikonkurenciniai veiksmai yra panašūs, nors SESV 101 straipsnis susijęs su įmonių karteliais, o SESV 102 straipsnis – su vienašaliais dominuojančią padėtį užimančios įmonės veiksmis.
- 433 Neiškraipytos konkurencijos tikslas reiškia, kad konkurencija turi vykti sąžiningai, kad jos neigiamai neveiktų nei įmonių karteliai, kuriais ribojama arba panaikinama konkurencija, nei vienašalis dominuojančią padėtį užimančių įmonių, kurios piktnaudžiauja savo galia rinkoje, kad taip pat apribotų arba pašalintų konkurenciją, elgesys.
- 434 Reikia pripažinti, kad sąžininga konkurencija, taip pat dominuojančią padėtį užimančios ar netrukus ją užimsiančios įmonės sąžininga konkurencija gali lemti konkurentų pasitraukimą iš rinkos dėl joje susiklosčiusių sąlygų (šiuo klausimu žr. 2017 m. rugsėjo 6 d. Sprendimo *Intel / Komisija*, C-413/14 P, EU:C:2017:632, 133 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją). Tačiau

antikonkurencinis elgesys, be kita ko, vienašalis elgesys, pasireiškiantis dominuojančią padėtį užimančios įmonės piktnaudžiavimu, dėl kurio konkurentai taip pat gali pasitraukti iš rinkos, draudžiamas.

- 435 Vis dėlto SESV 102 straipsnyje, priešingai nei SESV 101 straipsnyje, nedaromas skirtumas tarp veiksmų, kuriais siekiama trukdyti, riboti ar iškraipyti konkurenciją, ir veiksmų, kuriais nesiekama šio tikslo, bet jie vis dėlto turi tokį poveikį.
- 436 Taikydama SESV 101 straipsnį, kai kalbama apie tam tikrus kolektyvinius įmonių veiksmus, konkurencijos institucija, kuri įrodo, kad nagrinėjamais veiksmais siekiama antikonkurencinio tikslo, neprivalo įrodyti jų antikonkurencinio poveikio, kad galėtų jį kvalifikuoti kaip neteisėtą. Taigi tam tikri slapti veiksmai, kaip antai kainų nustatymas karteliuose, laikomi tokiais kenksmingais, todėl pagal savo pobūdį antikonkurenciniais veiksmais, kad nėra būtina įrodyti jų konkretaus poveikio atitinkamoms rinkoms (šiuo klausimu žr. 2014 m. rugsėjo 11 d. Sprendimo *CB / Komisija*, C-67/13 P, EU:C:2014:2204, 49–51 punktus).
- 437 Vis dėlto SESV 102 straipsnyje numatyta tik tai, kad piktnaudžiavimas dominuojančia padėtimi vidaus rinkoje ar reikšmingoje jos dalyje draudžiamas kaip nesuderinamas su vidaus rinka. Iš Teisingumo Teismo jurisprudencijos akivaizdu, kad šia nuostata draudžiamas piktnaudžiavimas dominuojančia padėtimi yra objektyvi sąvoka, susijusi su dominuojančią padėtį užimančios įmonės elgesiu rinkoje, kurioje kaip tik dėl tokią padėtį turinčios įmonės buvimo konkurencijos laipsnis jau yra susilpnėjęs ir kurie, taikant kitas priemones nei tos, kurios reguliuoja normalios prekių ar paslaugų konkurencijos sąlygas atsižvelgiant į ūkio subjektų teikiamas paslaugas, trukdo išlaikyti rinkoje dar esamos konkurencijos laipsnį arba plėsti šią konkurenciją (žr. 2010 m. spalio 14 d. Sprendimo *Tomra Systems ir kt. / Komisija*, C-280/08 P, EU:C:2010:603, 174 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją). Tie patys argumentai taikomi ir tuo atveju, kai nagrinėjamas elgesys riboja konkurenciją rinkose, susijusiose su ta, kurioje užimama dominuojanti padėtis.
- 438 Kalbant apie išstūmimo iš rinkos veiksmus, pažymėtina, jog iš to buvo padaryta išvada, kad veiksmų negalima pripažinti piktnaudžiavimu dominuojančia padėtimi, jei nėra įrodytas antikonkurencinis poveikis ar bent potencialus antikonkurencinis poveikis, nors nesant jokio poveikio konkurentų konkurencinei padėčiai, išstūmimo iš rinkos veiksmų negalima kvalifikuoti kaip piktnaudžiavimo šių konkurentų atžvilgiu (šiuo klausimu žr. 2010 m. spalio 14 d. Sprendimo *Deutsche Telekom / Komisija*, C-280/08 P, EU:C:2010:603, 250–254 punktus; 2011 m. vasario 17 d. Sprendimo *TeliaSonera Sverige*, C-52/09, EU:C:2011:83, 61–66 punktus ir 2012 m. balandžio 19 d. Sprendimo *Tomra Systems ir kt. / Komisija*, C-549/10 P, EU:C:2012:221, 68 punktą).
- 439 Šiomis aplinkybėmis, net jei kalbama apie iš esmės antikonkurencinį dominuojančios įmonės elgesį, kaip antai tokį, kuriuo siekiama užsitikrinti išimtinis ar ypač prioritetinius pirkimo santykius su klientais, atitinkamais atvejais – taikant lojalumo nuolaidas (šiuo klausimu žr. 1979 m. vasario 13 d. Sprendimo *Hoffmann-La Roche / Komisija*, 85/76, EU:C:1979:36, 89 punktą), jei atitinkama dominuojančią padėtį užimanti įmonė, pateikdama rašytinius įrodymus, nesutinka su tuo, kad jos elgesys galėjo riboti konkurenciją, bylą nagrinėjanti konkurencijos institucija turi išanalizuoti visas reikšmingas aplinkybes ir nuspręsti dėl esamos padėties (šiuo klausimu žr. 2011 m. vasario 17 d. Sprendimo *TeliaSonera Sverige*, C-52/09, EU:C:2011:83, 68 punktą; 2015 m. spalio 6 d. Sprendimo *Post Danmark*, C-23/14, EU:C:2015:651, 68 punktą ir 2017 m. rugsėjo 6 d. Sprendimo *Intel / Komisija*, C-413/14 P, EU:C:2017:632, 138 ir 139 punktus).

- 440 Kai aptariama įmonė teigia, kad jos elgesys negalėjo turėti net potencialaus antikonkurencinio poveikio ir savo argumentus grindžia įrodymais, susijusiais su realiais pokyčiais rinkoje, konkurencijos institucija turi išnagrinėti, ar šie įrodymai gali turėti įtakos vertinant antikonkurencinio poveikio buvimą. Kiek tai susiję su realiai įgyvendintais veiksmais, kurie, kaip šioje byloje, yra kompleksinio pobūdžio, tokie įrodymai gali būti reikšmingos aplinkybės, galinčios arba negalinčios patvirtinti SESV 102 straipsnio pažeidimą.
- 441 Iš to, kas išdėstyta, matyti, jog tam, kad konstatuotų *Google* piktnaudžiavimą dominuojančia padėtimi, Komisija turėjo įrodyti bent jau potencialų veiksmų, kuriais kaltinama, poveikį riboti arba pašalinti konkurenciją atitinkamose rinkose, atsižvelgiant į visas reikšmingas aplinkybes, be kita ko, į *Google* argumentus, pateiktus siekiant paneigti, kad jos elgesys galėjo riboti konkurenciją.
- 442 Vis dėlto, priešingai, nei teigia *Google* ar CCIA, Komisija neprivalėjo nustatyti realaus išstūmimo iš rinkos poveikio, nes *Google* neužėmė dominuojančios padėties nacionalinėse prekių palyginimo paslaugų rinkose, kad jos elgesys buvo skirtas pagerinti jos paslaugas vartotojams ir pardavėjams internete ir šis elgesys tęsėsi daugelį metų. Toks reikalavimas Komisijai prieštarautų Europos Sąjungos teismų patvirtinam principui, kad veiksmų pripažinimas piktnaudžiavimu, kaip tai suprantama pagal SESV 102 straipsnį, negali būti atmestas todėl, kad nagrinėjamais veiksmais galiausiai nebuvo pasiektas norimas rezultatas (šiuo klausimu žr. 2011 m. vasario 17 d. Sprendimo *TeliaSonera Sverige*, C-52/09, EU:C:2011:83, 64 ir 65 punktus ir konkrečiai dėl elgesio trukmės 2012 m. kovo 29 d. Sprendimo *Telefónica ir Telefónica de España / Komisija*, T-336/07, EU:T:2012:172, 272 punktą).
- 443 Komisija juo labiau neprivalėjo įrodyti, kad galimos konkurencijos pašalinimo ar apribojimo pasekmės iš tikrųjų kilo, pavyzdžiui, sumažėjus inovacijoms arba nepagrįstai padidėjus kainoms dėl kitos priežasties nei konkurencijos stoka. Šiuo klausimu pripažįstama, kad konkurencijos susilpnėjimas tikrai gali sukelti tokių pasekmių, kaip nurodyta Komisijos įgyvendinimo prioritetų taikant SESV 102 straipsnį dominuojančių įmonių piktnaudžiaujamam antikonkurenciniam elgesiui gairių 11 ir 19 punktuose.
- 444 Reikia pabrėžti, kad argumentai, jog nagrinėjami veiksmai pagerino paslaugų kokybę, visų pirma vartotojo naudai, o tai, vertinant iš ekonominio intereso pozicijos, kompensavo nustatytą išstūmimo iš rinkos poveikį ir todėl šie veiksmai nebuvo piktnaudžiaujamo pobūdžio, yra argumentai, nenagrinėtini analizuojant, ar tokie veiksmai apskritai sukėlė šias pasekmes. Taigi šie argumentai yra nereikšmingi grindžiant teiginį, kad Komisija neįrodė, jog nagrinėjami veiksmai turėjo antikonkurencinį poveikį. Šioje byloje dalis šių argumentų jau buvo išanalizuota nagrinėjant penktojo pagrindo pirmą dalį, o likusi jų dalis dar bus išnagrinėta nagrinėjant pirmojo ir antrojo pagrindų trečias dalis.
- 445 Šiuo atveju ginčijamo sprendimo 7.2.3 dalyje Komisija pirmiausia analizavo nagrinėjamų veiksmų faktines pasekmes duomenų srautui iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į konkurentų prekių palyginimo paslaugas ir *Google* prekių palyginimo paslaugą. Išnagrinėjus abi trečiojo panaikinimo pagrindo dalis matyti, kad Komisija, kiek tai susiję su skirtingomis nacionalinėmis atitinkamų prekių palyginimo paslaugų rinkomis, galėjo pagrįstai daryti išvadą, kad, pirma, dėl šių veiksmų šis duomenų srautas sumažėjo beveik visoms konkurentų prekių palyginimo paslaugoms ir, antra, dėl šių veiksmų padidėjo duomenų srautas į *Google* prekių palyginimo paslaugą. Šis faktinis poveikis, susijęs su duomenų srautu iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių, buvo plačiai patvirtintas dokumentais, kaip tai matyti iš šio sprendimo 383, 388 ir 402–405 punktų, ir galima konstatuoti, kad Komisija šiuo atveju įrodė faktinį poveikį atskirose valstybėse, kuris buvo daugiau ar mažiau pastebimas, tačiau bet kuriuo atveju reikšmingas.

- 446 Toliau ginčijamo sprendimo 7.2.4 dalyje Komisija įvertino, kokią konkurentų prekių palyginimo paslaugų gaunamo duomenų srauto dalį sudarė duomenų srautas iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių (7.2.4.1 dalis), o tada paaiškino, kad šios dalies iš tikrųjų nebuvo galima pakeisti kitais duomenų srauto šaltiniais (7.2.4.2 dalis).
- 447 Kiek tai susiję su pirmuoju aspektu, nurodytu šio sprendimo 446 punkte ir ginčijamo sprendimo 7.2.4.1 dalyje, ginčijamo sprendimo 24 lentelėje Komisija pateikė trylikos prekių palyginimo paslaugų srauto šaltinių pasiskirstymą per šešerių metų laikotarpį, pradedant nuo 2011 m. (išskyrus vieną atvejį, kai trukmė buvo ketveri metai). Ji atskyrė duomenų srautą iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių, *Google* tekstinių skelbimų, tiesioginės paieškos (t. y. kad interneto naudotojas eina į prekių palyginimo paslaugos interneto svetainę, galimai naudodamas mobiliąją programėlę, o ne per tarpinę nuorodą) ir kitų šaltinių (kaip antai partnerių interneto svetainės, kitos paieškos sistemos ar naujienlaiškių nuorodos). Taigi *Google* teiginys, kad Komisija neišnagrinėjo visų apsilankymo prekių palyginimo paslaugų interneto svetainėse šaltinių (žr. šio sprendimo 365 punktą), yra netikslus.
- 448 Iš ginčijamame sprendime pateiktos 24 lentelės matyti, kad duomenų srauto iš *Google* bendrųjų rezultatų dalys buvo gana skirtingos, atsižvelgiant į prekių palyginimo paslaugą, t. y. nuo šiek tiek daugiau nei 20 % (tačiau vienais metais buvo išimtis – 13 %) iki daugiau kaip 80 %, ir kad ilgainiui nedidelei daliai šių paslaugų (septynioms) šios dalys mažėjo. Šie pokyčiai svyravo nuo 5 % iki maždaug 50 %. Keturioms prekių palyginimo paslaugoms, kurioms duomenų srauto dalis iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių kaip tik padidėjo, skirtas duomenų srautas išaugo nuo 5 % iki 65 %. Likusioms dviem paslaugoms tenkanti dalis yra gana stabili. Šioje tarpinėje analizėje pateikiami duomenų srauto dydžio iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapio į konkurentų prekių palyginimo paslaugas duomenys ir ji rodo, kad daugumai paslaugų, į kurias gaunamas duomenų srautas buvo tiriamas, tenkančio srauto dalis iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapio ilgainiui sumažėjo. Vien iš jos negalima daryti išvadų apie išstūmimo iš rinkos antikonkurencinio poveikio buvimą dėl *Google* elgesio, nes šiuo tikslu reikia atsižvelgti į kitus aspektus, tačiau, remiantis konkrečiais įrodymais, kurių, beje, *Google* neginčija, jis gali padėti įrodyti tokio poveikio buvimą.
- 449 Kiek tai susiję su šio sprendimo 446 punkte minėtu antruoju aspektu, kuris nagrinėjamas ginčijamo sprendimo 7.2.4.2 dalyje, t. y. su sunkumais, patirtais teikiant *Google* konkurentų prekių palyginimo paslaugas norint pakeisti iš jos bendrųjų rezultatų gaunamą duomenų srautą kitais šaltiniais, Komisija nurodė įvairias priežastis, kurias *Google* ginčija savo ketvirtojo pagrindo trečioje dalyje. Šis ginčijimas, susijęs su tiksliais Komisijos vertinimais, nesusijęs su šio pagrindo pirmoje dalyje nurodyta kritika, kad Komisija tik spėliojo dėl nagrinėjamų veiksmų antikonkurencinį poveikio buvimo.
- 450 Galiausiai ginčijamo sprendimo 7.3 dalyje Komisija nurodė, kad nagrinėjami veiksmai turėjo potencialų antikonkurencinį poveikį nacionalinėse prekių palyginimo specialiosios paieškos rinkose ir nacionalinėse bendrosios paieškos rinkose.
- 451 Šiuo klausimu, kiek tai susiję su nacionalinėmis prekių palyginimo specialiosios paieškos rinkomis, ginčijamo sprendimo 7.3.1 dalyje, remdamasi šio sprendimo 445 ir 446 punktuose nurodyta analize, Komisija visų pirma nusprendė, kad dėl nagrinėjamų veiksmų konkuruojantiems prekių palyginimo paslaugų teikėjams galėjo tekti nutraukti savo veiklą (ginčijamo sprendimo 594 konstatuojamoji dalis). Ji taip pat nusprendė, kad šie veiksmai galėjo sumažinti tokių konkurentų paskatas diegti inovacijas, nes jie nebegalėjo pagrįstai tikėtis pakankamo duomenų srauto, kad galėtų konkuruoti su *Google* prekių palyginimo paslauga, ir jei jie būtų mėginę kompensuoti srautų praradimą iš *Google* bendrosios paieškos tinklalapių mokamais duomenų

srauto šaltiniais, jie būtų sumažinę inovacijoms prieinamas pajamas (ginčijamo sprendimo 595 konstatuojamoji dalis). Komisija taip pat nusprendė, kad nagrinėjami veiksmai galėjo sumažinti *Google* paskatas pačiai diegti inovacijas savo prekių palyginimo paslaugai dėl sumažėjusio poreikio konkuruoti (ginčijamo sprendimo 596 konstatuojamoji dalis). Komisija taip pat nusprendė, kad nagrinėjami veiksmai galėjo sumažinti vartotojų galimybes gauti geriausius rezultatus duodančias prekių palyginimo paslaugas. Ji rėmėsi konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatų nukėlimu į prastesnę padėtį bendruosiuose rezultatuose (ginčijamo sprendimo 598 konstatuojamoji dalis) ir tuo, kad vartotojai paprastai nežinojo, kad *Product Universals* ir *Shopping Units* buvo taikomi kiti atrankos kriterijai, nei tie, kurie susiję su bendraisiais rezultatais (ginčijamo sprendimo 599 konstatuojamoji dalis). Todėl būtų paveikta konkurencinė rinkų struktūra, o *Google* prekių palyginimo paslaugos sėkmė būtų dirbtinai užtikrinta dominuojančia *Google* padėtimi bendrosios paieškos paslaugų rinkoje ir nagrinėjamais veiksmais (ginčijamo sprendimo 600 konstatuojamoji dalis).

452 Be to, atsakydama į per administracinę procedūrą *Google* pateiktą kritiką, susijusią su savo veiklą nutraukusių prekių palyginimo paslaugų teikėjų nenustatymu, nors iš *Google* nurodyto 361 paslaugų teikėjo šimtai toliau tęsia veiklą, Komisija, priminusi, kad neprivalo įrodyti realaus poveikio (ginčijamo sprendimo 602 konstatuojamoji dalis), tvirtino, kad nesant nagrinėjamų veiksmų aktyviai konkuruojančių prekių palyginimo paslaugų teikėjų būtų daugiau (ginčijamo sprendimo 603 konstatuojamoji dalis). Tada ji atkreipė dėmesį į liudijimus, pagal kuriuos daug iš šio 361 prekių palyginimo paslaugos teikėjo nutraukė savo veiklą arba ją perorientavo į kitas paslaugas. Pavyzdžiui, pagal vieną iš tokių liudijimų, 38 % iš šio 361 prekių palyginimo paslaugų teikėjo nutraukė veiklą, o pagal kitą liudijimą tokių paslaugų teikėjų buvo 21 % (ginčijamo sprendimo 604 konstatuojamoji dalis).

453 Dėl nagrinėjamų veiksmų poveikio nacionalinėms specialiosios prekių palyginimo paieškos rinkoms ginčijamo sprendimo 7.3.2 dalyje, skirtoje poveikio analizei tuo atveju, jei prekybos platformos būtų įtrauktos į šias rinkas, Komisija iš esmės išreiškė mintį, kad jos nustatytas poveikis būtų daromas prekių palyginimo paslaugų rinkos segmente, t. y. artimiausių *Google* prekių palyginimo paslaugos konkurentų segmente (ginčijamo sprendimo 609 ir 610 konstatuojamosios dalys). Ji pabrėžė, kad, *a contrario*, nagrinėjami veiksmai neturėjo neigiamo poveikio prekybos platformoms (ginčijamo sprendimo 611 konstatuojamoji dalis). Komisija taip pat pateikė du tyrimus, iš kurių antrasis jau buvo paminėtas šio sprendimo 388 ir 405 punktuose, kuriais buvo siekta trylikoje valstybių, kuriose Komisija nustatė *Google* piktnaudžiavimą savo dominuojančia padėtimi, įvertinti, pirma, kokia šios rinkos dalis teko prekių palyginimo paslaugoms ir, antra, duomenų srauto kaitą iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į jos prekių palyginimo paslaugą, į konkurentų prekių palyginimo paslaugas ir į prekybos platformas. Kalbant apie rinkos dalis, pavyzdžiui, remiantis įvairiais patikslinimais, buvo aišku, kad Jungtinės Karalystės prekių palyginimo paslaugų rinkos (kurią sudarė *Google* ir jos konkurentai) dalis, atitinkanti rinkos dalį, kurią paveikė nagrinėjami veiksmai, 2011 m.–2016 m. buvo nuo 9–18 % iki 12–24 %. Konkrečiau kalbant apie Jungtinę Karalystę, remiantis atliktais patikslinimais, matyti, kad *Google* prekių palyginimo paslaugos rinkos dalis padidėjo nuo 4 iki 17 % arba nuo 6 iki 22 %, prekybos platformų rinkos dalis sumažėjo nuo 89 iki 81 % arba nuo 83 % iki 76 % žemiausiame ir aukščiausioje skalės taške, ir kad konkurentų prekių palyginimo paslaugų rinkos dalis sumažėjo nuo 11 % iki 2 % arba nuo 7 % iki 1 % žemiausiame ir aukščiausioje skalės taške (ginčijamo sprendimo 612–639 konstatuojamosios dalys). Kiek tai susiję su duomenų srauto pokyčiais iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapio į jos prekių palyginimo paslaugą, konkurentų prekių palyginimo paslaugas ir prekybos platformas, kaip jau buvo minėta šio sprendimo 388 ir 405 punktuose, akivaizdu, kad duomenų srautas į *Google* prekių palyginimo paslaugą bendrai padidėjo, o duomenų srautas į konkurentų prekių palyginimo paslaugas bendrai

sumažėjo. Duomenų srautas į prekybos platformas sumažėjo nedaug, nors kai kuriose iš trylikos atitinkamų valstybių srauto kaita atrodė labiau permaininga arba šis srautas netgi padidėjo. Toliau tęsiant Jungtinės Karalystės pavyzdį, remiantis atliktais patikslinimais, 2011–2016 m. *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapio srauto į jos prekių palyginimo paslaugą dalis keitėsi nuo 11 % iki 46 % arba nuo 16 % iki 54 %, į konkurentų prekių palyginimo paslaugą – nuo 14 % iki 2 % arba nuo 22 % iki 3 %, o į prekybos platformas – nuo 75 % iki 52 % arba nuo 63 % iki 43 %.

- 454 Dėl prekių palyginimo paslaugų rinkų reikėtų pažymėti, kad iš šios analizės, apimančios kelis šio sprendimo 445–453 punktuose apibendrintus laikotarpius, aišku, kad Komisija rėmėsi konkrečia informacija, susijusia ne tik su duomenų srauto pokyčiais iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į konkurentų ir pačios *Google* prekių palyginimo paslaugas ir papildomai – į prekybos platformas, bet ir duomenų srauto dalimi iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių, sudariusia viso duomenų srauto į konkurentų prekių palyginimo paslaugas dalį, ir pateikusi motyvuotus argumentus iš to padarė išvadą, kad nacionalinėse prekių palyginimo paslaugų rinkose buvo galimas antikonkurencinis poveikis.
- 455 Nepaisant to, ar, atsižvelgiant į kitus *Google* argumentus, pateiktus grindžiant ketvirtąjį pagrindą, šiai poveikio analizei galima pritarti, ar ne, šio pagrindo pirma dalis, kurioje buvo teigiama, kad Komisija tik spėliojo, turi būti atmesta, kiek tai susiję su prekių palyginimo paslaugų rinkomis.
- 456 Vis dėlto, kiek tai susiję su nacionalinėmis bendrosios paieškos rinkomis, ginčijamo sprendimo 7.3.3 dalyje Komisija tik nustatė nagrinėjamiems veiksams priskirtiną antikonkurencinį poveikį ir nurodė, kad, palankiau vertindama savo prekių palyginimo paslaugą savo bendrųjų rezultatų tinklalapiuose, *Google* saugojo pajamas, kurias ji gauna iš šios specialiosios paieškos paslaugos, t. y. pajamas, kuriomis buvo finansuojama jos pačios bendrosios paieškos paslauga (642 konstatuojamoji dalis). Iš bylos medžiagos matyti, kad *Google* buvo susirūpinusi pajamomis iš reklamos, kuras ji galėjo prarasti dėl konkurentų prekių palyginimo paslaugų plėtros (643 konstatuojamoji dalis).
- 457 Vien šie argumentai yra pernelyg netikslūs, kad pateisintų net ir potencialaus antikonkurencinio poveikio buvimą nacionalinėse bendrosios paieškos rinkose. Nepateikta jokios aptariamų pajamų dydžio ir galimo jų poveikio *Google* ir jos konkurentų padėčiai šiose rinkose analizės. Todėl, kiek tai susiję su šiomis rinkomis, *Google* teisingai teigia, kad Komisijos atlikta nagrinėjamų veiksmų poveikio analizė buvo visiškai spekuliatyvi, todėl šis poveikis nebuvo įrodytas.
- 458 Taigi *Google* ketvirtojo pagrindo pirmą dalį, kiek ji susijusi tik su nacionalinėmis bendrosios paieškos rinkomis, reikia pripažinti pagrįsta. Todėl kitos šio ieškinio pagrindo dalys bus nagrinėjamos tik tiek, kiek jos susijusios su nacionalinėmis prekių palyginimo paslaugų rinkomis.
- 459 Kadangi, kaip buvo priminta šio sprendimo 438 punkte, tam, kad būtų nustatytas piktnaudžiavimas dominuojančia padėtimi, susijęs su konkurentų išstūmimo veiksmais, Komisija turi įrodyti, kad jis turėjo bent potencialų antikonkurencinį poveikį atitinkamoje rinkoje ar rinkose, reikia konstatuoti, kad ginčijamas sprendimas yra nepagrįstas, tiek, kiek jis susijęs su piktnaudžiavimu dominuojančia padėtimi nacionalinėse bendrosios paieškos paslaugų rinkose.

***d) Dėl ketvirtąjo pagrindo antros dalies, pagal kurią vertinant poveikį nebuvo atsižvelgta į prekybos platformų vaidmenį***

- 460 Ketvirtąjo pagrindo antroje dalyje *Google* teigia, kad Komisija neatsižvelgė į prekybos platformų daromą konkurencinį spaudimą, nors būtent jos skatina konkurenciją ir inovacijas prekių palyginimo paslaugų rinkose.
- 461 *Google* visų pirma teigia, kad Komisija klaidingai apibrėžė prekių palyginimo paslaugų rinką ir, antra, kad bet kuriuo atveju ginčijamame sprendime nebuvo atsižvelgta į prekybos platformų konkurencinį spaudimą.

***1) Dėl ketvirtąjo pagrindo antros dalies aspektų, kad prekių rinka apibrėžta klaidingai***

***i) Šalių argumentai***

- 462 *Google* ir CCIA pateikia įvairių argumentų, kuriais siekia įrodyti, kad prekybos platformos ir prekių palyginimo paslaugos priklauso tai pačiai prekių palyginimo paslaugų rinkai. Ir vienos, ir kitos interneto naudotojams nemokamai suteikia tą pačią prekių paieškos funkciją, įskaitant informaciją apie kainas. Taigi siūlomos paslaugos gali būti pakeičiamos, o to pakanka, kad į prekių palyginimo paslaugų rinką būtų įtrauktos abi paslaugų teikėjų rūšys, net jei prekybos platformos užtikrina papildomas paslaugas. *Google* per administracinę procedūrą Komisijai pateikti tyrimai, susiję su Vokietija, Prancūzija ir Jungtine Karalyste, rodo, jog dauguma vartotojų mano, kad *Amazon* platforma yra geras žinomiausių prekių palyginimo paslaugų pakaitalas. Komisija klaidingai nepripažino šių tyrimų įrodomosios galios, motyvuodama tuo, kad apklausti asmenys neturėjo pagrįsti savo atsakymo ir kad klausime buvo nurodyta tik *Amazon*. Tyrimas, kurį Komisija nurodė ginčijamo sprendimo 220 konstatuojamosios dalies 6 punkte, siekdama pagrįsti savo pateiktą rinkos apibrėžimą, tikrai nebuvo susijęs su prekybos platformų ir prekių palyginimo paslaugų pakeičiamumu, tačiau jame vis dėlto nurodyta, kad *Amazon* ir *eBay* yra „pagrindinės skirtingų prekiautojų platformos, kurių formatas suteikia naudotojams svarbią kainų palyginimo funkciją“. Be to, iš kelių nepriklausomų tyrimų matyti, kad dauguma pageidaujančių pirkti interneto vartotojų pradeda paiešką prekybos platformoje ir baigia pirkti tik joje palyginę prekes. Atsakydama į BEUC ir BDZV įstojimo į bylą paaiškinimus, *Google* taip pat nurodo Vokietijos federalinės kartelių tarnybos sprendimą ir *Schleswig-Holsteinisches Oberlandesgericht* (Šlėzvingo-Holšteino aukštesnysis apygardos teismas, Vokietija) sprendimą, kuriuose iš esmės nurodyta, kad prekybos platformos teikia prekių palyginimo paslaugas ir taip pat užtikrina pardavimo tarpininko funkcijas. *Google* taip pat atmeta BEUC argumentus, kad prekybos platformos yra parduotuvės, parduodančios daug prekių, o prekių palyginimo paslaugos leidžia palyginti skirtingų parduotuvių siūlomos tos pačios prekės kainas. Iš tiesų prekybos platforma nėra parduotuvė, joje rodomi daugelio parduotuvių pasiūlymai ir ji leidžia nemokamai palyginti tos pačios prekės ar modelio kainas, kaip ir prekių palyginimo paslaugos. Komisijos argumentas, kad prekybos platformos retai suteikia prieigą prie didžiausių pardavėjų, o tai reiškia, kad jos negali pakeisti prekių palyginimo paslaugų, kurias teikiant, nukreipiama į pačių šių pardavėjų pasiūlymus, prieštarauja pačių platformų Komisijai pateiktiems atsakymams. Net jei šis argumentas būtų teisingas, tai niekaip nepakeistų interneto vartotojų, kurie mano, kad atliekant prekių palyginimo paiešką abiejų rūšių interneto svetainės gali būti pakeičiamos, paklausos. Komisija neįrodė priešingai ir iš tikrųjų nenagrinėjo tarpusavio pakeičiamumo, kiek tai susiję su interneto naudotojų paklausa. Iš *Google* parengtų vidaus dokumentų *in tempore non suspecto* matyti, kad ji pati laiko *Amazon* ir *eBay* prekių palyginimo paslaugų rinkos lyderėmis ir visų pirma vertino *Amazon* kaip atskaitos tašką ir kaip savo pagrindinę konkurentę, motyvavusią

diegti inovacijas. Be to, daugybė pažymų, kurias prie administracinės procedūros bylos medžiagos pridėjo bendrosios paieškos ar prekių palyginimo paslaugų teikėjai ir prekybos platformos, patvirtina, kad pastarosios konkuruoja su prekių palyginimo paslaugų teikėjais.

- 463 Užuoat atsižvelgusi į šią informaciją, Komisija rėmėsi paviršutiniškais prekybos platformų ir prekių palyginimo paslaugų skirtumais, kurie neturėjo įtakos jų pakeičiamumui interneto naudotojų paklausos požiūriu, ir padarė klaidingą išvadą, kad prekybos platformos nedaro konkurencinio spaudimo prekių palyginimo paslaugų teikėjams. CCIA pabrėžia, kad Pranešimo dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo Bendrijos konkurencijos teisės tikslams (OL C 372, 1997, p. 5; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 8 sk., 1 t., p. 155) 36 punkte Komisija nurodo, jog skirtingos paslaugų savybės neleidžia teigti, kad nėra jokio paklausos pakeičiamumo, nes jis labai priklauso nuo klientų šiems skirtumams suteikiamos svarbos. Be to, *Google* teigimu, vienas iš atsiliepime į ieškinį nurodytų skirtumų, t. y. kad su *Google* konkuruojančios prekių palyginimo paslaugos, priešingai nei prekybos platformos, negali būti rodomos *Shopping Units*, yra netikslus. Joms pakaktų įtraukti reklaminę nuorodą, kuri tiesiogiai nukreiptų į internetinę pirkimo svetainę, ir kai kurie šių paslaugų teikėjai tai padarė. *Google* nurodo tris pavyzdžius. Kadangi prekių rinka, kurioje elgesys, kuriuo kaltinama, turėjo antikonkurencinį poveikį, buvo apibrėžta kaip prekių palyginimo paslaugų rinka, Komisijai reikėjo ne tik išnagrinėti, kokias alternatyvas interneto naudotojai turėjo atlikdami tokį palyginimą prieš pirkdami, o tai būtų leidę jai konstatuoti, kad tai buvo prekybos platformos ir prekių palyginimo paslaugos, bet ir paaiškinti, kaip *Google*, kuri teigė, jog konkurencinę grėsmę kėlė prekybos platformos, būtų galėjusi ilgam laikui padidinti rodymo jos rezultatų tinklalapyje paslaugų kainas, nerizikuodama prarasti reklamos užsakovus, kurie pereitų į prekybos platformas. Atvirkščiai, šiose platformose siūlomos papildomos paslaugos, palyginti su prekių palyginimo paslaugomis, kurias Komisija identifikavo kaip skiriamuosius veiksnius, tik sustiprina šių platformų daromą konkurencinį spaudimą, palyginti su prekių palyginimo paslaugomis. Be to, jos paaiškina, kodėl prekybos platformoms dėl algoritmo *Panda* tenka geresnė vieta *Google* bendrosios paieškos rezultatuose ir kodėl joms tenkantis duomenų srautas išaugo, o prekių palyginimo paslaugoms mažėjo. Todėl kai kurie iš šių prekių palyginimo paslaugų teikėjų siūlė teikti ir šias papildomas paslaugas, pavyzdžiui, tas, kurios leidžia tiesiogiai pirkti. Pati *Google* pradėjo teikti šią paslaugą, nors daugiausia dėmesio skyrė savo atsakymų į internautų užklausas kokybei pagerinti, kad galėtų konkuruoti su prekybos platformomis prekių paieškos srityje. Be to, aplinkybė, kad prekybos platformos ir prekių palyginimo paslaugos, kaip antai *Amazon* ir *Google*, sukuria vertikalius santykius, be kita ko, tai, kad teikiant prekių palyginimo paslaugas nukreipiama į prekybos platformų pasiūlymus ir kad prekybos platformos yra pagrindinės šių paslaugų klientės, kaip Komisija pažymėjo ginčijamo sprendimo 220 konstatuojamojoje dalyje, nekeičia Komisijai tenkančios pareigos išnagrinėti jų paslaugų pakeičiamumą ir pateikti įrodymų, kad jos konkuruoja tarpusavyje. Dėl *Twenga* įstojimo į bylą paaiškinime pateikto argumento, kad prekybos platformos, kitaip nei *Google*, veikia galutinės grandies rinkoje ir labai priklauso nuo duomenų srauto iš jos bendrų rezultatų tinklalapių, *Google* pažymi, kad šio motyvo nėra ginčijamame sprendime, ir ginčija tiek su Prancūzija susijusio tyrimo, kurį pateikė *Twenga*, priimtinumą, tiek jo įrodomąją galią. Remiantis *Google* grindžiant ieškinį pateiktais įrodymais, duomenų srautas iš prekybos platformų daugiausia yra tiesioginis, o tai prieštarauja *Twenga* pateiktiems 46 %, atitinkantiems duomenų srautą iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių. Dublike *Google* patikslina, kad prekybos platformų iš prekių palyginimo paslaugų gaunamas duomenų srautas sudaro tik nedidelę viso jų duomenų srauto dalį. Be to, *Google* teigia, kad Komisija atsiliepime į ieškinį siekia perkelti įrodinėjimo pareigą teigdama, kad ji turi įrodyti, jog interneto naudotojai lankosi prekybos platformų interneto svetainėse siekdami atlikti lyginamąją paiešką prekėms įsigyti, o ne vien tam, kad galėtų pirkti prekes, nors būtent Komisija turi įrodyti, kad taip nėra, jeigu ji nori neįtraukti šių platformų į atitinkamą rinką. Administracinės procedūros medžiagoje esanti informacija neleidžia jai to įrodyti. Konkrečiai

kalbant, tai, kad iš 2014 m. tyrimo matyti, jog interneto naudotojai mano, kad prekybos platformos iš esmės skirtos prekėms pirkti, nerodo, kiek yra naudojamos jų lyginamosios paieškos funkcijos. Per teismo posėdį *Google*, be kita ko, pabrėžė, kad ginčijamame sprendime nurodyta atitinkama rinka, kaip matyti iš jo 191 konstatuojamosios dalies, yra tik interneto naudotojams, kuriems prekybos platformos ir prekių palyginimo paslaugos yra tarpusavyje pakeičiamos, teikiamų prekių palyginimo paslaugų rinka, o ne internetu prekiaujantiems pardavėjams teikiamų paslaugų rinka. Be to, būtų netikslu teigti, kad prekybos platformos nedirba su dideliais pardavėjais, o prekių palyginimo paslaugų teikėjai teikia pirmenybę būtent šiems partneriams. Galiausiai ginčijamo sprendimo 224–226 konstatuojamosiose dalyse pateikti argumentai dėl su pasiūla susijusių skirtumų neturi reikšmės, nes egzistuoja interneto naudotojų paklausos pakeičiamumas.

464 Dėl šio aspekto, kurį savo įvairiuose argumentuose palaiko dauguma šalių, įstojusių į bylą Komisijos pusėje, Komisija pabrėžia, kad ieškinyje *Google* aiškiai neginčija ginčijamame sprendime nurodytos atitinkamos prekių rinkos, apimančios tik prekių palyginimo paslaugas. Todėl, kadangi prekybos platformos nepatenka į šią rinką, jos iš esmės negalėjo turėti didelės įtakos rinkoje. Triplike Komisija pabrėžia, kad *Google* argumentai dėl prekybos platformų konkurencinio spaudimo susiję su veiksmų, kuriais kaltinama, poveikio vertinimu, o ne su atitinkamos rinkos apibrėžimu, kuris reikalingas ankstesniu konkurencijos analizės etapu.

465 Bet kuriuo atveju Komisija ginčija, kad prekių palyginimo paslaugos ir prekybos platformos priklauso tai pačiai prekių rinkai. Todėl, Komisijos teigimu, nebuvo būtina nustatyti prekybos platformų rinkos dalies rinkoje, kurioje prekybos platformos grupuojamos kartu su prekių palyginimo paslaugomis.

## *ii) Bendrojo Teismo vertinimas*

466 Reikia priminti, kad atliekant konkurencijos analizę rinka yra ta erdvė, kurioje susitinka pasiūla ir paklausa ir kurioje vyksta arba galėtų vykti konkurencija. Tradiciškai materialusis rinkos aspektas (prekių rinka), kuris nulemia prekes ar paslaugas (pagal tai, ką siūlo atitinkamos įmonės), kurios konkuruoja tarpusavyje, atskiriamas nuo rinkos erdvės (geografinės rinkos) aspekto, lemiančio, kokio dydžio erdvėje bus konkuruojama atsižvelgiant į atitinkamus naudotojus.

467 Pranešime dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo Bendrijos konkurencijos teisės tikslams Komisija patikslina, kad pagrindinis rinkos apibrėžimo tikslas yra sistemingai nustatyti konkurencijos ribojimus, su kuriais susiduria tam tikros įmonės, tačiau jis taip pat leidžia išnagrinėti tam tikrus veiksmus rinkoje bei struktūrinius tam tikrų prekių pasiūlos pokyčius (pranešimo 2 ir 12 punktai). Konkrečiai kalbant, Komisija nurodo, kad „atitinkama prekės rinka apima visas prekes ir (arba) paslaugas, kurias vartotojas laiko vienodomis ar pakeičiamomis pagal prekių savybes, kainas ir paskirtį“ (pranešimo 7 punktas). Be to, pranešimo 20 punkte Komisija nurodo:

„Taip pat galima atsižvelgti į pasiūlos pakeičiamumą, kai rinkos apibrėžiamos esant tokiai padėčiai, kad jos poveikis efektyvumo ir greitumo atžvilgiu yra tolygus paklausos pakeičiamumui. Tai reiškia, kad <...> tiekėjai per trumpą laiką ir nepatirdami didesnių papildomų sąnaudų ar rizikos gali pakeisti atitinkamų prekių gamybą ir jas pardavinėti.“

468 Kaip nurodyta šio sprendimo 42–52 punktuose, Komisija ginčijamame sprendime nustatė dvi atskiras byloje nagrinėjamų prekių rinkas, t. y. bendrosios paieškos internete rinką ir specialiosios prekių palyginimo paieškos internete rinką. Kalbant apie šią antrąją rinką, reikia pažymėti, kad Komisija į ją neįtraukė prekybos platformų, motyvuodama tuo, kad jų paslaugos yra sunkiai pakeičiamos prekių palyginimo paslaugomis.

- 469 Šiuo atveju *Google* neginčia prekių rinkos, kurioje buvo nustatyta jos dominuojanti padėtis, apibrėžimo, t. y. bendrosios paieškos internete rinkos, kurios dalyviai yra bendrosios paieškos sistemos, apibrėžimo. Ji taip pat neginčia, kad egzistuoja specialiosios prekių palyginimo paieškos rinka, tačiau nesutinka, kad ji apima tik prekių palyginimo paslaugas ir neapima prekybos platformų, kurios taip pat teikia prekių palyginimo paslaugas.
- 470 Nors *Google* pateikia šį kaltinimą tik ketvirtajame pagrinde, iš esmės susijusiame su tuo, kad veiksmai, kuriais ji kaltinama, negalėjo turėti antikonkurencinio poveikio, ji ginčia, kaip matyti iš ieškinio 313 ir paskesnių punktų, Komisijos naudotą šios rinkos apibrėžimą, priešingai tam, ką Komisija teigia atsiliepime į ieškinį. Taigi reikia atmesti Komisijos argumentą, kad *Google* neginčia specialiosios prekių palyginimo paieškos rinkos apibrėžimo. *Google* aiškiai ginčia šį apibrėžimą ir, kaip matyti iš šio sprendimo 462–463 punktų, pateikia tam daug įvairių argumentų. Nesvarbu, kad ji tai daro pateikdama ne savarankišką pagrindą, o plačiau argumentuodama ieškinio pagrindą, pagal kurį nebuvo atsižvelgta į prekybos platformų daromą konkurencinį spaudimą. Pagal Europos Sąjungos Teisingumo Teismo statuto 21 straipsnio pirmą pastraipą, taikomą procesui Bendrajame Teisme pagal to paties statuto 53 straipsnio pirmą pastraipą, ir pagal Bendrojo Teismo procedūros reglamento 76 straipsnio d punktą ieškinyje turi būti nurodytas, be kita ko, ginčo dalykas, pagrindai ir argumentai, kuriais remiamasi, ir šių pagrindų santrauka, ir ši informacija turi būti pakankamai aiškiai ir tiksliai, kad atsakovas galėtų pasirengti gynybai, o Bendrasis Teismas – priimti sprendimą dėl kitų pagrindų, tam tikromis aplinkybėmis neturėdamas kitos informacijos (žr. 2019 m. gruodžio 12 d. Sprendimo *Tàpias / Taryba*, T-527/16, EU:T:2019:856, 64 ir 65 punktus ir juose nurodytą jurisprudenciją). Šių reikalavimų buvo laikytasi. Todėl *Google* argumentas, susijęs su tuo, kad Komisija padarė analizės klaidą apibrėždama prekių palyginimo paslaugų rinką, yra priimtinas ir turi būti išnagrinėtas.
- 471 Buvo nuspręsta, jog tam, kad taikant SESV 102 straipsnį būtų galima laikyti, jog nagrinėjama paslauga ar prekė yra pakankamai atskiros rinkos dalykas, ją turi būti galima individualizuoti dėl ypatingų savybių, skiriančių ją nuo kitų paslaugų ar kitų prekių tiek, kad ji būtų sunkiai pakeičiama jomis ir mažai veikiama jų konkurencijos. Šiomis aplinkybėmis prekių tarpusavio pakeičiamumo laipsnis turi būti vertinamas atsižvelgiant į objektyvias prekių savybes ir paklausos struktūrą, pasiūlą rinkoje ir konkurencijos sąlygas (1997 m. spalio 21 d. Sprendimo *Deutsche Bahn / Komisija*, T-229/94, EU:T:1997:155, 54 punktas).
- 472 Šiuo atveju, atsižvelgiant į pateiktus argumentus, reikia atsakyti į klausimą, ar ginčijamame sprendime Komisija pakankamai įrodė, kad prekių palyginimo paslaugos, kurias siūlo prekių palyginimo paslaugų teikėjai, turėjo ypatingų savybių, dėl kurių jos skyrėsi nuo prekybos platformų siūlomų prekių palyginimo paslaugų, ar atvirkščiai, kad vienos ir kitos yra sunkiai vienas kitą pakeičiančios ir kad tarp jų yra tik nedidelė konkurencija.
- 473 Reikia pažymėti, kad kalbama apie dvilypę rinką, t. y. rinką, kurioje paslaugų teikėjai vienu metu tenkina dvi skirtingas skirtingų rūšių paslaugų naudotojų paklausas, pirma, interneto naudotojų, norinčių palyginti prekių savybes ir kainas prieš vėliau perkant prekes, ir, antra, asmenų, norinčių parduoti savo prekes ir teikiančių informaciją paslaugų teikėjų duomenų bazėms apie savo prekes tokio palyginimo tikslais, kad jų prekes pirkėtų interneto naudotojai, nors galimas sandoris tarp pirkėjų ir pardavėjų atitinkamu atveju bus sudarytas kitoje rinkoje. Nagrinėjamu atveju paslaugų teikėjai, kurių atveju reikia nustatyti, ar jie dalyvauja toje pačioje prekių palyginimo paslaugų rinkoje, priklauso dviem kategorijoms: „paprastų“ prekių palyginimo paslaugų ir prekybos platformų kategorijai, o pageidaujantieji jų paslaugų vienoje dvilypės rinkos pusėje yra interneto naudotojai, o kitoje jos pusėje – pardavėjai internetu.

- 474 Bendrasis Teismas pažymi, kad, priešingai, nei teigia *Google*, Komisija nesusiaurino atitinkamos prekių palyginimo paslaugų rinkos vien iki tos pusės, kuri domina tik interneto naudotojus. Ginčijamo sprendimo 191 konstatuojamojoje dalyje, kuria remiasi *Google*, pateikta tik šių paslaugų apibrėžtis, iš kurios, beje, galima suprasti, kad jos domina tiek interneto naudotojus, tiek pardavėjus internetu. Komisijos argumentai, kuriais ji siekia apibrėžti šios rinkos ribas, ginčijamame sprendime kaip tik apima ne tik interneto naudotojų paklausos savybių analizę, bet ir pardavėjų internetu paklausos savybių analizę.
- 475 Pavyzdžiui, ginčijamo sprendimo 195 konstatuojamojoje dalyje nagrinėdama, ar prekių palyginimo paslaugos ir kitos specialiosios paieškos paslaugos gali būti pakeičiamos tarpusavyje, Komisija nurodo komercinius darbuotojus, reikalingus sudaryti sutartis su pardavėjais internetu dėl prekių ar paslaugų, kurios galiausiai bus parduodamos, o tai rodo, kad ji taip pat atsižvelgia į tą rinkos pusę, kurioje šios nagrinėjamos specialiosios paieškos paslaugos teikėjai siūlo paslaugą, o pardavėjai internetu formuoja jų paslaugų paklausą. Be to, ginčijamo sprendimo 197 konstatuojamojoje dalyje nagrinėdama, ar prekių palyginimo paslaugos ir reklamos paslaugos yra pakeičiamos tarpusavyje, ji nurodo, kad šios paslaugos nėra pakeičiamos tarpusavyje tiek interneto naudotojų, tiek pardavėjų internetu požiūriu. Kiek tai susiję su prekių palyginimo paslaugų ir prekybos platformų pakeičiamumu, Komisija pirmiausia nagrinėja paklausos pakeičiamumą interneto naudotojų požiūriu (218–220 konstatuojamosios dalys), o tada pardavėjų internetu požiūriu (221–223 konstatuojamosios dalys). Toliau ji nagrinėja prekių palyginimo paslaugų ir prekybos platformų siūlomos paslaugos interneto naudotojams (225 konstatuojamoji dalis) ir pardavėjams internetu (226 konstatuojamoji dalis) savybes. Galiausiai Komisija atmeta *Google* argumentus, kuriais mėginama įrodyti prekių palyginimo paslaugų ir prekybos platformų tarpusavio pakeičiamumą, susijusius tiek su interneto naudotojų dominančia rinkos puse, tiek su pardavėjus internetu dominančia rinkos puse (227–245 konstatuojamosios dalys).
- 476 Taigi Komisija išnagrinėjo abi nagrinėjamos rinkos puses ir visų pirma padarė išvadą, kad prekybos platformos nedalyvauja toje pačioje prekių palyginimo paslaugų rinkoje kaip ir prekių palyginimo paslaugų teikėjai. Todėl Komisija nesusiaurino rinkos iki vienos iš šių pusių.
- 477 Vis dėlto, kaip savo įstojimo į bylą paaiškinime pabrėžė BDZV, aplinkybė, kad, siekiant patenkinti paklausą vienoje dvilypės rinkos pusėje, dviejų skirtingų kategorijų paslaugų teikėjų paslaugos iš esmės gali pakeisti viena kitą, nebūtinai reiškia, kad taip yra ir kitoje šios rinkos pusėje, kiek tai susiję su kita joje išreikšta paklausa. Iš tiesų, kadangi dvilypėje rinkoje paklausą formuoja skirtingi paslaugų gavėjai, negalima daryti prielaidos, kad paslaugų pakeičiamumo klausimas kiekvienoje šios rinkos pusėje bus išspręstas vienodai.
- 478 Taigi reikia patikrinti, ar, kiek tai susiję su viena ir kita prekių palyginimo paslaugų rinkos puse, Komisija, atsižvelgdama į *Google* kritiką, pakankamai įrodė, kad prekių palyginimo paslaugų teikėjų siūlomos paslaugos turėjo ypatingų savybių, kuriomis jos skyrėsi nuo prekybos platformų siūlomų prekių palyginimo paslaugų, ar atvirkščiai, kad vienos ir kitos paslaugos yra mažai tarpusavyje pakeičiamos ir kad jos mažai konkuruoja tarpusavyje.
- 479 Ginčijamo sprendimo 217 konstatuojamojoje dalyje Komisija nurodė, kad nors prekių palyginimo paslaugų teikėjai ir prekybos platformos teikia prekių palyginimo paslaugas, skiriasi jų paskirtis interneto naudotojams ir pardavėjams internetu.

- 480 Kiek tai susiję su interneto naudotojų paklausa, Komisija ginčijamo sprendimo 218 ir 219 konstatuojamosiose dalyse nurodė, kad prekių palyginimo paslaugų teikėjai yra tarsi tarpininkai tarp interneto naudotojų ir pavienių pardavėjų arba prekybos platformų, leidžiantys palyginti įvairius prekių pasiūlymus, kad jie nesuteikė interneto naudotojams galimybės pirkti savo pačių interneto svetainėje, bet, priešingai, nukreipė juos į „pardavėjų interneto svetaines“, kad jie neteikė nei paslaugų po pardavimo, nei prekių grąžinimo paslaugų ir kad jie rodė tik naujų prekių pasiūlymus, o prekybos platformos leido pirkti jų pačių interneto svetainėje, įskaitant prekes, kuriomis jos pačios neprekiavo, kartais leido pirkti ir naudotas prekes arba parduodamas neprofesionalių pardavėjų, kad jos buvo laikomos pardavėjais, siūlančiais pirkti įvairiais prekių ženklais pažymėtas prekes, t. y. tarsi prekybos vietos, ir kad jos siūlė paslaugas po pardavimo, prekių grąžinimą ir kartais netgi žalos atlyginimo mechanizmus iškilus problemai. Komisija rėmėsi daugeliu procedūroje dalyvavusių įmonių pareiškimų ir, be to, ginčijamo sprendimo 220 konstatuojamosios dalies 3 punkte pažymėjo, kad dauguma jos apklaustų prekių palyginimo paslaugų teikėjų pirmiausia laikė prekybos platformas partnerėmis, o ne konkurentėmis, ir atvirkščiai. Ginčijamo sprendimo 220 konstatuojamosios dalies 5 punkte arba 223 konstatuojamosios dalies 1 punkte nurodyta, jog iš *Google* vidaus dokumentų matyti, kad ji neprilygina vienos šių subjektų kategorijos kitai.
- 481 Žinoma, kaip teigia *Google*, vien tai, kad prekybos platformos užtikrina daug daugiau funkcijų nei prekių palyginimo paslaugų teikėjai ir kad jos yra prekių palyginimo paslaugų teikėjų klientės, savaime neįrodo, kad, kiek tai susiję tik su interneto naudotojams siūlomomis prekių palyginimo paslaugomis, abiejų kategorijų subjektų siūlomos paslaugos yra sunkiai pakeičiamos tarpusavyje ir kad jos nedaug konkuruoja tarpusavyje, kitaip tariant, skiriasi jų paskirtis.
- 482 Vis dėlto ginčijamame sprendime yra kitų įrodymų, patvirtinančių, kad nagrinėjamu atveju taip yra.
- 483 Iš šio sprendimo 480 punkte nurodytos informacijos matyti, kad interneto naudotojams prekybos platformos visų pirma yra vietos, kur galima nusipirkti prekių, užtikrinančios visas tradicines pardavimo funkcijas, ir kad atitinkamais atvejais jos veikia ir kaip neprofesionalių pardavėjų prekyvietė, o prekių palyginimo paslaugų pagrindinė funkcija yra teikti informaciją.
- 484 Šiuo klausimu ginčijamo sprendimo 228 konstatuojamojoje dalyje Komisija nurodo, kad prekių palyginimo paslaugų teikėjai paprastai rodo daugiau pasiūlymų nei prekybos platformos, kuriose rodomi būtent jų pasiūlymai. Todėl net jei prekybos platformų ir prekių palyginimo paslaugų duomenų bazės iš dalies sutampa, prekių palyginimo paslaugos pagal paieškos apimtį atrodo daug galingesnis paieškos įrankis nei prekybos platformų teikiamos prekių palyginimo paslaugos, kurias teikiant apsiribojama pačių šių platformų ir tik tų pardavėjų, kurie nusprendė patikėti visų savo prekių ar jų dalies rinkodarą prekybos platformai, pasiūlymais.
- 485 Vienintelio konkretaus *Google* pateikto įrodymo dėl ginčijamo sprendimo 228 konstatuojamojoje dalyje pateikto vertinimo, t. y. kad pagal ieškinio A130 priede pateiktą *Amazon* viešą dokumentą 2014 m. šioje platformoje pasauliniu mastu veikė daugiau kaip du milijonai pardavėjų internetu, kurie šioje platformoje pardavė daugiau nei du milijardus prekių, nepakanka, kad būtų galima paneigti šį vertinimą. Iš tikrųjų jis susijęs tik su vienu veiklos vykdytoju, o pateikti skaičiai yra susumuoti pasauliniu mastu, ir tai neleidžia atlikti galimo vertinimo, atsižvelgiant į vienoje ar kitoje iš trylikos ginčijamame sprendime nurodytų šalių veikiančių prekių palyginimo paslaugų teikėjų.

- 486 Taigi atrodo, kad interneto naudotojų požiūriu vieno ar kito paieškos įrankio naudojimas skiriasi, nes prekių palyginimo paslauga naudojama siekiant gauti prekių pasiūlymus iš visos rinkos, o naudojantis prekių palyginimo paslauga prekybos platformoje siekiama gauti tik šioje platformoje esančius pasiūlymus, tačiau kartu suteikiama galimybė iš karto nusipirkti ieškomą prekę iš rezultatų sąrašo.
- 487 Be to, ginčijamo sprendimo 232 konstatuojamojoje dalyje Komisija išdėstė savo nuomonę dėl *Google* pateikto Jungtinės Karalystės konkurencijos ir rinkų institucijos tyrimo, kuriame pažymėta, kad ši institucija nurodė, jog jei interneto naudotojas naudoja vieną iš dviejų paieškos įrankių, tai nereiškia, kad jis nenaudoja kito paieškos įrankio, ir kad kai kurie interneto naudotojai, ieškodami tos pačios prekės, iš pradžių naudoja vieną, o po to kitą paieškos įrankį. Iš šio tyrimo ištraukos, cituojamos ginčijamame sprendime, iš tikrųjų matyti, kad prekių paieška gali būti pradėta naudojant vieną ar kitą iš šių įrankių ir gali būti patikslinta arba papildyta naudojant jau kitą įrankį, bet kartu nurodoma, kad interneto naudotojai prekybos platformoje siekia gauti įvertinimą dėl vienos ar kitos prekės kokybės, o naudodamasis prekių palyginimo paslauga internautas nori rasti geriausią prekės kainą rinkoje, ir tai patvirtina, kad interneto naudotojai skirtingai naudoja kiekvieną iš šių įrankių. Taigi *Google* negali pagrįstai remtis šiuo tyrimu siekdama įrodyti, kad prekybos platformos ir prekių palyginimo paslaugos yra tarpusavyje pakeičiamos interneto naudotojams.
- 488 Galiausiai reikia atsižvelgti į tai, kas išdėstyta ginčijamo sprendimo 220 konstatuojamosios dalies 3 punkte ir detalizuota jo 235 konstatuojamojoje dalyje atsakant į *Google* argumentus, pagal kuriuos dauguma prekių palyginimo paslaugų teikėjų ir prekybos platformų, kurias Komisija apklausė per administracinę procedūrą, nelaikė vieni kitų tiesioginiais konkurentais, nors *Google* nurodė ir kitus atsakymus, rodančius, kad jų prekių palyginimo paslaugos yra pakeičiamos, ir net jei kai kurie atsakymai turi tam tikrų niuansų.
- 489 Prekybos platformų ir prekių palyginimo paslaugų santykis nėra tiesiog kliento ir prekių tiekėjo ar paslaugų teikėjo santykis, nes tai nepanaikintų konkurencijos galutinės grandies rinkoje; tačiau šis santykis skatina prekių palyginimo paslaugų teikėjus siekti, kad visi internautai, dažniausiai reklamos forma, sužinotų apie prekybos platformų pasiūlymus. Tačiau tokia situacija būtų mažai tikėtina, jei abi subjektų kategorijos tiesiogiai konkuruotų tarpusavyje.
- 490 Remiantis šiais veiksniais padaryta išvada, kad, internautų požiūriu, skiriasi prekių palyginimo paslaugų ir prekybos platformų paskirtis, todėl jos veikia skirtingose rinkose, negali leisti suabejoti *Google* pozicija, kuria netiesiogiai ginčijama ginčijamo sprendimo 221 ir 222 konstatuojamosiose dalyse pateikta analizė, susijusi su pardavėjų internetu paklausos ypatybėmis, net jeigu jai būtų pritarta. Šiose konstatuojamosiose dalyse Komisija nurodo informaciją, iš kurios galima daryti išvadą, kad prekių palyginimo paslaugų rezultatuose rodomi pardavėjai dažniau yra didieji pardavėjai, o prekybos platformų prekių palyginimo rezultatuose dažniau rodomi mažieji ir vidutiniai pardavėjai. Net jei prekybos platformos ir prekių palyginimo paslaugų teikėjai pasauliniu mastu siūlo tų pačių kategorijų pardavėjų prekes, kaip teigia *Google*, tai nepakeičia aplinkybės, kad interneto naudotojai skirtingai naudoja prekių palyginimo paslaugų teikėjų ir prekybos platformų teikiamomis prekių palyginimo paslaugomis, kaip tai matyti iš šio sprendimo 486 ir 487 punktų.

- 491 Todėl remiantis *Google* pateiktais argumentais negalima daryti išvados, kad Komisija padarė vertinimo klaidą, kai nusprendė, kad interneto naudotojams prekių palyginimo paslaugos, kurias siūlo prekių palyginimo paslaugų teikėjai, ir prekybos platformų siūlomos prekių palyginimo paslaugos yra mažai tarpusavyje pakeičiamos ir reikšmingai nekonkuruoja tarpusavyje, t. y. kad internete veiklą vykdančios abiejų kategorijų subjektai nedalyvauja toje pačioje prekių rinkoje.
- 492 Dėl pardavėjus internete dominančios rinkos pusės ginčijamo sprendimo 221 ir 222 konstatuojamosiose dalyse Komisija nurodė, kaip priminta šio sprendimo 490 punkte, kad teikiant prekių palyginimo paslaugas buvo linkstama rodyti didžiausių internete veikiančių pardavėjų, norinčių išlaikyti savo prekių rinkodaros kontrolę, pasiūlymus, o prekybos platformos buvo labiau linkusios rodyti mažųjų ir vidutinių pardavėjų ir galimai neprofesionalių pardavėjų, kurie patys nenorėjo arba negalėjo patys vykdyti elektroninės prekybos, pasiūlymus. Tai iš esmės rodė, kad prekių palyginimo paslaugų ir prekybos platformų klientai labai skiriasi ir todėl jų paslaugos, kiek tai susiję su pardavėjais internetu, teikiamos skirtingose rinkose. Komisija šį teiginį grindžia prekių palyginimo paslaugų teikėjų ir prekybos platformų atsakymais į jos klausimus, apibendrintus ginčijamo sprendimo 223 konstatuojamosios dalies 2–6 punktuose.
- 493 Vis dėlto reikia konstatuoti, kad, kaip *Google* patvirtino per teismo posėdį, ji savo ieškinyje neginčija Komisijos analizės, susijusios su pardavėjus internetu dominančia rinkos puse, nes, kaip buvo nurodyta šio sprendimo 463 ir 474 punktuose, ji klaidingai teigia, kad Komisija nenagrinėjo šios rinkos pusės. Svarbu tai, kad *Google* nekartoja per administracinę procedūrą pateikto argumento, kad siekdama įsitikinti rinkos dydžiu Komisija turėjo atlikti kainų didinimo prielaidos testą (anglų k. *small but significant and non-transitory increase in price* arba SSNIP) su pardavėjais internetu. Vienintelis aspektas, kurį *Google* nurodo ginčydama, kad prekių palyginimo paslaugų teikėjai ir prekybos platformos siūlo savo paslaugas skirtingų rūšių pardavėjams, t. y. ieškinio A129 priede, kuriame pateikiami prekybos platformų pareiškimai, kuriuose nurodyta, kad jos internete rodo visų pardavėjų pasiūlymus, įskaitant didmenininkus, kaip jau buvo nurodyta, susijęs su diskusija dėl paslaugų pakeičiamumo internautams. Be to, darant prielaidą, kad šie prekybos platformų pareiškimai iš tikrųjų yra išsamiai patikrinti, jie nebūtinai reiškia, kad pardavėjai internetu laiko prekių palyginimo paslaugų teikėjų teikiamas prekių palyginimo paslaugas ir prekybos platformų teikiamas prekių palyginimo paslaugas pakeičiamomis paslaugomis. Konkrečiai kalbant, ginčijamame sprendime Komisija pabrėžė, kad naudojant vieną ar kitą kanalą pardavimo modeliai labai skyrėsi, kiek tai susiję su pardavėjo internetu autonomija, o tai reiškia, kad, šioje byloje nepateikus priešingų įrodymų (o jie nebuvo pateikti), pardavėjai naudoja vieną ar kitą kanalą atsižvelgdami į jų savybes arba komercinius sprendimus, ir kad nors kai kurie pardavėjai tuo pat metu naudoja abu kanalus, jie tai daro papildomai, kad išplėstų savo pardavimo būdų spektrą būtent todėl, kad tuo pat metu naudoja du skirtingus modelius.
- 494 Todėl reikia konstatuoti, kad Komisija įrodė, jog šių pardavėjų atveju prekių palyginimo paslaugų teikėjų ir prekybos platformų teikiamos prekių palyginimo paslaugos taip pat buvo mažai tarpusavyje pakeičiamos ir reikšmingai nekonkuravo tarpusavyje.
- 495 Tokiomis aplinkybėmis ginčijamame sprendime pateiktas prekių palyginimo paslaugų rinkos, kurioje veikia *Google*, apibrėžimas turi būti laikomas teisingu ir būtent remiantis šia prielaida reikia toliau nagrinėti ketvirtojo pagrindo antrą dalį, kartu visgi atsižvelgiant į tai, kad ginčijamo sprendimo 7.3.2 dalyje Komisija atliko papildomą nagrinėjamų veiksmų poveikio analizę tuo atveju, jei ši rinka apimtų ir prekybos platformas.

2) Dėl ketvirtąjo pagrindo antros dalies aspektų, kad bet kuriuo atveju nebuvo atsižvelgta į prekybos platformų daromą konkurencinį spaudimą

i) Šalių argumentai

- 496 *Google* pažymi, kad ginčijamame sprendime neatsižvelgus į prekybos platformų konkurencinį spaudimą, padaryta teisės klaida. Šis spaudimas neleidžia konstatuoti, kad jos elgesys gali turėti antikonkurencinį poveikį rinkoje. Komisija neatsižvelgė į šį spaudimą net ir atlikdama papildomą analizę, pagal kurią prekybos platformos veikia nacionalinėse prekių palyginimo paslaugų rinkose. Šioje analizėje Komisija iš tikrųjų nagrinėjo tik prekių palyginimo paslaugų teikėjų teikiamų prekių palyginimo paslaugų rinkos „segmentą“, motyvuodama tuo, kad šie paslaugų teikėjai yra artimiausi *Google* konkurentai. Net jei taip būtų, nebūtų reikėję neatsižvelgti į šias platformas, kurioms priklausė daug didesnė rinkos dalis nei prekių palyginimo paslaugų teikėjams, ypač *Amazon*. Be to, Komisija Gairėse dėl horizontalių susijungimų vertinimo pagal Tarybos reglamentą dėl koncentracijų tarp įmonių kontrolės (OL C 31, 2004, p. 5, 28–30 punktai) iš esmės nurodo, kad vertinant horizontalių susijungimų projektus reikia atsižvelgti į visus konkurencijos šaltinius, net jei jie nėra artimiausi.
- 497 *Google* teigimu, prekybos platformų konkurencinė padėtis 2011–2016 m. trylikoje su pažeidimu susijusių valstybių, kurias Komisija manė galinti nustatyti, pavaizduota ieškinio 349 punkte pateiktoje lentelėje ir diagramoje, neleido joms ilgam laikui padidinti savo kainų arba mažinti inovacijų diegimą.
- 498 Be to, nors Komisija įtraukė prekybos platformas į šio sprendimo 388, 405 ir 453 punktuose nurodytus tyrimus, vertindama prekių palyginimo paslaugoms, įskaitant *Google* paslaugai (kuri buvo skaičiuojama atskirai), ir prekybos platformoms tenkančio duomenų srauto dalis, du iš penkių jos naudotų tikslinimo metodų, t. y. naudotieji antrajam tyrimui (ginčijamo sprendimo 637 konstatuojamosios dalies d ir e punktuose naudoti metodai) nebuvo teisingi, nes jais buvo atsižvelgta tik į prekių palyginimo paslaugoms ir prekybos platformoms tekusią duomenų srauto dalį iš *Google*, bet ne į visą jų gautą duomenų srautą. Kiti metodai taip pat turėjo trūkumų. Kalbant konkrečiai, pažymėtina, kad naudojant penkis metodus buvo klaidingai nustatyta *Google* prekių palyginimo paslaugos dalis, nes šiuo tikslu buvo įskaičiuoti spustelėjimai *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapyje, nukreipę į specialiosios paieškos tinklalapį *Google Shopping*, ir spustelėjimai, tiesiogiai nukreipiantys į pardavėjų interneto svetaines.
- 499 Vis dėlto, net jei ginčijamo sprendimo 637 konstatuojamosios dalies a punkte nurodytas *Google* nepalankiausias tikslinimo metodas, prekybos platformų rinkos dalis trylikoje atitinkamų valstybių yra vidutiniškai kelis kartus didesnė už *Google Shopping* rinkos dalį praėjus devyneriems metams nuo veiksmų, kuriuos Komisija pripažino piktnaudžiavimu, pradžios. Iš esmės *Google* teigia, kad, atsižvelgiant į tokią didelę rinkos dalį, kurią turi prekybos platformos, būdamos artimiausios konkurentės, ji negali turėti tokios įtakos rinkoje, kuri leistų jai imtis antikonkurencinių pasekmių turinčių veiksmų. Į Komisijos argumentą, kad jos prekių palyginimo paslaugų rinkos dalis augo, o prekybos platformų rinkos dalis iš esmės išliko nepakitusi, *Google* teigia, kad, vertinant pagal kiekį, jos gavo daugiau duomenų srauto ir joms vis dar priklausė didžiulė rinkos dalis.
- 500 Komisija, BEUC, *Foundem*, VDZ, BDZV, *Visual Meta*, *Twenga*, *Kelkoo* ir Vokietijos Federacinė Respublika ginčija *Google* argumentus.

ii) Bendrojo Teismo vertinimas

- 501 Visų pirma Komisija pagrįstai nagrinėjo tik prekių palyginimo paslaugas, kad įvertintų *Google* veiksmų poveikį, atlikdama pagrindinę analizę, pagrįstą išvada, kad prekybos platformos nebuvo įtrauktos į prekių palyginimo paslaugų rinką. Iš tiesų nacionalinėse prekių palyginimo paslaugų rinkose, apimančiose tik prekių palyginimo paslaugas (o tai atitinka situaciją, kuriai šiuo sprendimo etapu pritarė Bendrasis Teismas), nustatytas potencialus antikonkurencinis poveikis šioms prekių palyginimo paslaugoms galėjo pateisinti išvadą dėl piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi, nes prekybos platformų konkurencinis spaudimas *Google* iš esmės nėra didelis ir kad apibrėžiant rinką buvo konkrečiai atsižvelgta į šį mažą spaudimo laipsnį. Todėl šiuo klausimu pateiktus argumentus reikia atmesti.
- 502 Bendrasis Teismas mano, kad išsamumo sumetimais reikia išnagrinėti, kiek, atlikdama papildomą *Google* veiksmų poveikio analizę, jeigu prekių rinką apimtų ne tik prekių palyginimo paslaugas, bet ir prekybos platformas, Komisija turėjo atsižvelgti į prekybos platformų konkurencinį spaudimą. Atlikdama tokią analizę ginčijamo sprendimo 7.3.2 dalyje, Komisija išnagrinėjo tik *Google* prekių palyginimo paslaugos, konkurentų prekių palyginimo paslaugų ir prekybos platformų rinkos dalių pokyčius, taip pat duomenų srauto iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į jas kaitą, kad padarytų išvadas apie *Google* elgesio poveikį, tačiau nenagrinėjo, koku mastu prekybos platformų padėtis rinkoje galėjo daryti konkurencinį spaudimą *Google*, kitaip tariant, apriboti jos elgesio laisvę, išskyrus netiesioginę išvadą, kad šis galimas suvaržymas nekliudė *Google* savo elgesiu daryti poveikį prekių palyginimo paslaugų segmentui.
- 503 Kaip jau buvo nurodyta šio sprendimo 437 ir 438 punktuose, SESV 102 straipsniu draudžiamas piktnaudžiavimas dominuojančia padėtimi visų pirma apima elgesį, dėl kurio (net jei šis poveikis potencialus) trukdoma išlaikyti rinkoje esamą konkurencijos lygį arba vystyti šiai konkurencijai (šiuo klausimu žr. 2010 m. spalio 14 d. Sprendimo *Deutsche Telekom / Komisija*, C-280/08 P, EU:C:2010:603, 174 ir 250–254 punktus ir juose nurodytą jurisprudenciją).
- 504 Todėl net ir tuo atveju, kai rinkoje yra kelios konkurentų kategorijos ir net jei vienašalis dominuojančią padėtį užimančios įmonės elgesys paveikia tik vieną jos konkurentų kategoriją tokioje rinkoje, kuri apima kitas konkurentų kategorijas, toks elgesys gali reikšti piktnaudžiavimą dominuojančia padėtimi, jei įrodoma, kad jis turi bent jau potencialų antikonkurencinį poveikį, kuris kliudo išlaikyti konkurencijos lygį visoje rinkoje arba vystyti šią konkurenciją (šiuo klausimu žr. 2012 m. balandžio 19 d. Sprendimo *Tomra Systems ir kt. / Komisija*, C-549/10 P, EU:C:2012:221, 41–45 punktus).
- 505 Kaip jau buvo priminta šio sprendimo 495 punkte, Komisija ginčijamo sprendimo 7.3.2 dalyje papildomai išanalizavo *Google* veiksmų poveikį tuo atveju, jei prekių rinką sudarytų ne tik prekių palyginimo paslaugų teikėjai, bet ir prekybos platformos. Atsižvelgiant į tai, kas buvo konstatuota šio sprendimo 504 punkte, Komisija toje dalyje nepadarė teisės klaidos, ginčijamo sprendimo 609 konstatuojamojoje dalyje iš esmės nurodydama, kad tokiu atveju galimas antikonkurencinis poveikis galėjo būti nustatytas net jei toks poveikis pasireiškė tik prekių palyginimo paslaugų teikėjų segmente. Tokiomis aplinkybėmis ji galėjo prireikus kvalifikuoti *Google* elgesį kaip piktnaudžiavimą, neatsižvelgdama į skirtingus konkurencinius santykius, kuriuos *Google* galėjo palaikyti su prekybos platformomis, palyginti su prekių palyginimo paslaugų teikėjais, kitaip tariant, neatsižvelgdama į konkurencinį spaudimą, kurį prekybos platformos galėjo daryti *Google*. Vis dėlto, kaip buvo priminta šio sprendimo 438 ir 441 punktuose, Komisijai reikėjo įrodyti

pakankamą potencialų antikonkurencinį poveikį rinkai, nes nesant tokio poveikio neįmanoma kvalifikuoti nesąžiningo konkurentų išstūmimo. Be to, taip Komisija galėjo įrodyti, kad galimas prekybos platformų konkurencinis spaudimas nebūtų sutrukdęs tokiam poveikiui.

- 506 Iš šio sprendimo 453 punkte minėto pirmojo tyrimo, kurio pagrindiniai rezultatai pateikti ginčijamo sprendimo 638 konstatuojamojoje dalyje, matyti, kad, remiantis patikslinimu, kurį pritaikius buvo gautas mažiausias rezultatas, prekių palyginimo paslaugų teikėjų rinkos dalis (rinkoje, į kurią įeiną prekybos platformos) 2011–2016 m. Jungtinėje Karalystėje buvo bent 9 %, Vokietijoje – 14 %, Prancūzijoje – 24 %, Nyderlanduose – 45 %, Italijoje – 23 %, Ispanijoje – 20 %, Austrijoje – 16 %, Belgijoje – 21 %, Čekijoje – 47 %, Danijoje – 39 %, Norvegijoje – 18 %, Lenkijoje – 17 % ir Švedijoje – 41 %. Kadangi nagrinėjami veiksmai paveikė konkurencijos segmentą, kurį rodė bent šios rinkos dalys, šių veiksmų poveikis, tiek, kiek jie buvo įrodyti, negali būti laikomas tokiu nereikšmingu, kad negali būti nustatytas joks poveikis konkurentų padėčiai, kaip nurodyta šio sprendimo 438 punkte (šiuo klausimu žr. 2015 m. spalio 6 d. Sprendimo *Post Danmark*, C-23/14, EU:C:2015:651, 73 punktą), ar kad jis buvo toks silpnas, kad galima atmesti jo galėjamą riboti konkurenciją, kaip buvo nurodyta šio sprendimo 439 punkte (šiuo klausimu žr. 2012 m. balandžio 19 d. Sprendimo *Tomra Systems ir kt. / Komisija*, C-549/10 P, EU:C:2012:221, 41–45 punktus ir 2017 m. rugsėjo 6 d. Sprendimo *Intel / Komisija*, C-413/14 P, EU:C:2017:632, 139 punktą). Ieškinio 349 punkte pateiktoje lentelėje ir diagramoje nurodyti suvestiniai pačios *Google* duomenys, pagal kuriuos 2011–2016 m. prekių palyginimo paslaugų teikėjų (įskaitant *Google*) rinkos dalis, atsižvelgiant į konkrečius metus, sudarė 15–21 %, patvirtina šią analizę.
- 507 Dėl *Google* argumento, jog Gairėse dėl horizontalių susijungimų vertinimo pagal Tarybos reglamentą dėl koncentracijų tarp įmonių kontrolės (28–30 punktai) Komisija nurodo, kad siekiant įvertinti siūlomus horizontaliuosius susijungimus, reikia atsižvelgti į visus konkurencijos šaltinius, net jei jie nėra patys artimiausi, reikia pažymėti, kad, kaip nurodyta 2004 m. sausio 20 d. Tarybos reglamento (EB) Nr. 139/2004 dėl koncentracijų tarp įmonių kontrolės (OL L 24, 2004, p. 1; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 8 sk., 3 t., p. 40) 2 straipsnio 3 dalyje, ES vykdomos Europos masto koncentracijų kontrolės tikslas – neleisti konkurencijai žalingų situacijų vien todėl, kad sukuriama arba sustiprinama dominuojanti padėtis ir dėl to itin apribojama veiksminga konkurencija bendrojoje rinkoje arba didelėje jos dalyje, nedarant jokios prielaidos, kad įmonės, kurios ketina susijungti, be to, ims piktnaudžiauti. Todėl kriterijai, kuriais remdamasi Komisija vertina, ar įsikišti, uždraudžiant koncentraciją, skiriasi, atsižvelgiant į poveikį konkurencijai rinkoje, nuo kriterijų, taikomų, kai Komisija gali konstatuoti piktnaudžiavimą dominuojančia padėtimi ir įpareigoti atitinkamą įmonę nutraukti aptariamą elgesį (šiuo klausimu žr. 2002 m. spalio 25 d. Sprendimo *Tetra Laval / Komisija*, T-5/02, EU:T:2002:264, 218 punktą). Bet kuriuo atveju Komisija atsižvelgė į konkurencijos šaltinį, kurį galėjo sudaryti prekybos platformos, tiek darydama pagrindinę prielaidą, pagal kurią jos nepriklauso tai pačiai rinkai, nes jos tik nereikšmingai konkuruoja su prekių palyginimo paslaugų teikėjais, tiek darydama papildomą prielaidą, pagal kurią jos priklauso tai pačiai rinkai.
- 508 Be to, *Google* metodologinė kritika, kad Komisija, nustatydamą *Google* priklausančią prekių palyginimo paslaugų rinkos dalį, priskaičiavo per daug spustelėjimų, be kita ko, palyginti su prekybos platformomis, jei rinka apimtų ir jas, jau buvo atmesta šio sprendimo 407–410 punktuose.
- 509 Vadinas, reikia atmesti *Google* ketvirtojo pagrindo antrą dalį, pagal kurią analizuojant nagrinėjamų veiksmų poveikį nebuvo atsižvelgta į prekybos platformų vaidmenį.

***e) Dėl ketvirtąjo pagrindo trečios dalies, pagal kurią Komisija neįrodė antikonkurencinio poveikio***

***1) Šalių argumentai***

- 510 Šio pagrindo trečioje dalyje *Google* teigia, kad net jei Bendrasis Teismas nepripažintų pirmų dviejų šio pagrindo dalių pagrįstomis, ginčijamame sprendime Komisijai nepavyko įrodyti elgesio, kuriuo ji kaltina, antikonkurencinio poveikio. Šiuo klausimu CCIA, remdamasi 2017 m. rugsėjo 6 d. Sprendimu *Intel Corporation / Komisija* (C-413/14 P, EU:C:2017:632, 139 punktą) ir generalinio advokato N. Wahl išvada byloje *Intel Corporation / Komisija* (C-413/14 P, EU:C:2016:788), nurodo, kad Komisija vis dėlto privalėjo atlikti išsamią analizę, kad konstatuotų išstūmimo iš rinkos poveikį.
- 511 Pirma, analizuodama interneto naudotojų naudojimosi *Google* konkurentų prekių palyginimo paslaugomis kaitą, Komisija atsižvelgė tik į jų gaunamą duomenų srautą iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių. Tačiau reikėjo atsižvelgti į visus šių paslaugų naudojimo šaltinius. Ginčijamame sprendime Komisija nurodė tik tiek, kad duomenų srautas iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių, kuriam kritikuojami veiksmai turėjo įtakos, sudarė didelę dalį duomenų srauto į konkurentų prekių palyginimo paslaugas, o kai kurių šių paslaugų atveju – pusę šio duomenų srauto. Šiuo atveju *Google* remiasi ginčijamo sprendimo 539 ir 540 konstatuojamosiomis dalimis ir 24 lentele. CCIA patikslina, jog Komisija turėjo įrodyti, kad duomenų srautas, kuriam nagrinėjami veiksmai turėjo poveikį, sudarė pakankamai didelę viso konkurentų prekių palyginimo paslaugų gaunamo duomenų srauto dalį, kad atsirastų išstūmimo iš rinkos poveikis, ir kad ji negalėjo tiesiog pažymėti, kad kai kurioms iš šių prekių palyginimo paslaugų šis duomenų srautas buvo reikšmingas. Taigi Komisija padarė teisės klaidą. *Google* priduria, kad, pirma, *Product Universals* ir *Shopping Units* išdėstymas ir pateikimas bet kuriuo atveju negalėjo paveikti viso duomenų srauto, gauto iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių ir, antra, nenuoseklu tuo pat metu teigti, kad didelę dalį konkurentų prekių palyginimo paslaugų naudojimo lėmė šie bendrieji rezultatai ir kad *Google* nukreipė duomenų srautą jų nenaudai. Remdamasi argumentais, pateiktais grindžiant trečiąjį ieškinio pagrindą, ir ginčijamo sprendimo 23 lentelėje pateiktais duomenimis, *Google* teigia, kad iš tikrųjų poveikis visam jos konkurentų prekių palyginimo paslaugų gaunamam duomenų srautui dėl *Product Universals* ir *Shopping Units* išdėstymo ir pateikimo yra pernelyg mažas, kad sukeltų išstūmimo iš rinkos poveikį.
- 512 Be to, ginčijamame sprendime Komisija neįrodė buvus patekimo į rinką kliūčių, visų pirma tų, kurias ginčija *Google*, neleidusių prekių palyginimo paslaugoms naudotis kitais duomenų srauto šaltiniais nei bendrosios paieškos sistemos, kaip antai mokamu duomenų srautu, tiesioginiu srautu ir duomenų srautu iš mobiliųjų programėlių arba trečiųjų asmenų nuorodų. Tai, kad prekybos platformos plačiai naudoja tokius šaltinius, patvirtina patekimo į rinką kliūčių nebuvimą. Ginčijamo sprendimo 575 konstatuojamojoje dalyje paminėtas *Google* konkurento liudijimas, kad „prekių palyginimo paslaugos neįmanoma išvystyti nesant duomenų srauto iš bendrosios paieškos sistemos“, nes „vartotojai visada pradeda paiešką nuo paieškos sistemos“, nebuvo patikrintas ir jį paneigia tyrimai, rodantys, kad dauguma vartotojų pradeda prekių paiešką prekybos platformose, o ne *Google* paieškos sistemoje. Grindžiant atsiliepimą į ieškinį pateiktame tyrime (B18 priedas) tik nurodoma, kad bendrosios paieškos sistemos yra svarbiausias informacijos šaltinis siekiant gauti informaciją apie prekių palyginimo paslaugas, tačiau jis neįrodo, kad šios sistemos yra neišvengiamas šių paslaugų gaunamo duomenų srauto šaltinis.

- 513 Komisija šioje byloje nagrinėjimą situaciją klaidingai prilygino situacijai, kai dominuojančią padėtį užimanti įmonė turi tai, kas yra neišvengiamai būtina kitų įmonių veiklai. Nors *Google* paieškos sistema yra patraukli priemonė, ji nėra būtina konkurentų prekių palyginimo paslaugoms. Šiuo atveju *Google* remiasi situacija, dėl kurios buvo priimtas 1998 m. lapkričio 26 d. Sprendimas *Bronner* (C-7/97, EU:C:1998:569, 43 punktas). Taigi analizė, pagal kurią *Google* paieškos sistemos valdymas gali išstumti šių prekių palyginimo paslaugų teikėjų sudaromą konkurenciją, yra neabejotinai nepagrįsta. Šie konkurentai turėtų pritraukti interneto naudotojus įvairiais būdais, tinkamai investuodami, tačiau konkurencingoje rinkoje šios investicijos automatiškai neužtikrina sėkmės. Įvairūs internetu teikiamų paslaugų teikėjai, be kita ko, kitose, pavyzdžiui, draudimo ar energijos srityse teikiamų prekių palyginimo paslaugų teikėjai sėkmingai investavo. Jungtinės Karalystės rinkų ir konkurencijos institucija 2017 m. kovo mėn. atliktame tyrime (C18 priedas) konkrečiai pabrėžė, kad prekių palyginimo paslaugų teikėjai sėkmingai investavo į reklamą, vystė prekių ženklus ir vykdė daug reklaminių kampanijų internete, radijuje ir televizijoje. *Google* teigia visiškai neprieštaraujanti šių kitų būdų vystymui. Komisijos teiginiai, kad *Google* reklama bendrųjų rezultatų tinklalapiuose rodant tekstinius skelbimus būtų per brangi, o duomenų srautas iš mobiliųjų programėlių ir tiesioginis srautas konkurentų prekių palyginimo paslaugų naudai yra menkas, neįrodo, kad *Google* sudarė kliūčių naudoti šiuos būdus. Taigi daug prekybos platformų ir kitų internetu teikiamų prekių palyginimo paslaugų gauna daug nuo *Google* nepriklausančio duomenų srauto. Taigi, priešingai, nei tvirtinama ginčijamo sprendimo 715 išnašoje, situacija nėra panaši į tą, dėl kurios buvo priimtas 2007 m. rugsėjo 17 d. Sprendimas *Microsoft / Komisija* (T-201/04, EU:T:2007:289). Šioje byloje, kurioje buvo nagrinėjamas susietas pardavimas, *Microsoft* iš tikrųjų sukūrė patekimo į rinką kliūtis, įtraukdama trečiuosius asmenis – asmeninių kompiuterių gamintojus, dėl kurių jos konkurentai galėjo konkuruoti su jos produktu *Windows Media Player*. Savo pastabose dėl BDZV įstojimo į bylą paaiškinimo *Google* nurodo penkis papildomus šios bylos ir bylos, kurioje buvo priimtas minėtas sprendimas, skirtumus, t. y. *Google* netaikė priverstinių priemonių, nebuvo techninių kliūčių, dėl kurių galėjo sumažėti konkurentų paslaugų rezultatyvumas, Komisijos nagrinėjamas elgesys buvo pateisinamas techniniu požiūriu, Komisija neįrodė realaus antikonkurencinio poveikio, ir *Google* nustatytą įpareigojimą suteikti konkurentams prieigą prie jos paslaugų (*Product Universals* ir *Shopping Units*), jei ji norėtų ir toliau jas teikti.
- 514 Kaip pažymi CCIA, Komisija taip pat neįrodė, kad su *Google* konkuruojančios prekių palyginimo paslaugos buvo tokios pat produktyvios kaip *Google* ar kad jos darė didelį konkurencinį spaudimą kainoms ar inovacijoms. Tai būtų buvę būtina įrodyti, net jei tariamas piktnaudžiavimas nebūtų susijęs su kainomis. Tai buvo reikalaujama įrodyti byloje, kurioje priimtas 2007 m. rugsėjo 17 d. Sprendimas *Microsoft / Komisija* (T-201/04, EU:T:2007:289). Mažiau produktyvių ar mažiau konkurencingų konkurentų išnykimas yra įprastas rinkoje, kaip konstatuota, be kita ko, 2017 m. rugsėjo 6 d. Sprendime *Intel / Komisija* (C-413/14 P, EU:C:2017:632, 134 punktas). SESV 102 straipsniu nesiekama apsaugoti neefektyviai veikiančių įmonių. Byloje, kurioje buvo priimtas minėtas 2007 m. rugsėjo 17 d. Sprendimas *Microsoft / Komisija* (T-201/04, EU:T:2007:289), konkurentai, išstumti dėl antikonkurencinio elgesio, priešingai, buvo lyderiai pagal kokybę ir inovacijas ir, kol nagrinėjami veiksmai jų dar nebuvo paveikę, buvo pritraukę daug naudotojų. Vis dėlto, kaip matyti iš šioje byloje per administracinę procedūrą pateiktų pareiškimų ir tyrimo, į kuriuos Komisija vis dėlto neatsižvelgė, su *Google* konkuruojančių prekių palyginimo paslaugų teikėjai, kaip ji taip pat nurodė trečiajame ieškinio pagrinde, nebuvo labai inovatyvūs ir nesiėmė tinkamų priemonių, kad gautų duomenų srautą iš kitų šaltinių nei *Google*. Kaip teigia CCIA, ginčijamo sprendimo 557 konstatuojamojoje dalyje Komisija pripažįsta, kad taip yra kalbant apie keturis iš penkių konkuruojančių prekių palyginimo paslaugų teikėjų, kurių išlaidos jų rodymui *Google* tekstiniuose skelbimuose parodytos 76 grafike. *Google* teigia, kad jos konkurentams trūko ryžto, nors konkurentų prekių palyginimo paslaugos visą dešimtmetį gavo iš

jos milijardus užklausų, kurios turėjo leisti joms neprarasti savo patirtimi patenkintų interneto naudotojų. Taigi, remiantis ginčijamo sprendimo 24 lentelėje pateiktais duomenimis, šie paslaugų teikėjai pritraukė tik apie 15 % tiesioginio srauto. Palyginimui, didžiausią duomenų srauto dalį prekybos platformos gavo tiesiogiai, kaip rodo per administracinę procedūrą pateikti duomenys (ieškinio A147 priedas), o *Google Shopping* specialiąja paieška daugiausia buvo naudojamosi nuspaudus tiesiogines nuorodas paieškos tinklalapių ir bendrųjų rezultatų tinklalapių meniu esančias nuorodas, o ne paieškos rezultatų nuorodas. Be to, pokalbiai su prekių palyginimo paslaugų teikėjais siekiant įgyvendinti ginčijamą sprendimą parodė, kad jų paslaugos nėra labai patrauklios. *Google* pateikia kitus argumentus, kuriais siekia įrodyti, kad su jos paslauga konkuruojančios prekių palyginimo paslaugos yra mažai efektyvios ir nepopuliarios, o tai, be kita ko, pasireiškia tuo, kad naudojant jos algoritmą *Panda* šioms paslaugoms teko prasta vieta bendruosiuose rezultatuose. Komisija savo atsiliepime į ieškinį galėjo pagrįstai remtis tik dviem vos vienos iš penkių prekių palyginimo paslaugų paieškos sistemos patobulinimais. Trijų iš šių paslaugų teikėjų paaiškinimas, kad jie negalėjo diegti inovacijų dėl *Google* elgesio, neatitinka tikrovės.

- 515 Be to, *Google* teigia, kad, priešingai, nei ginčijamo sprendimo 603 konstatuojamojoje dalyje teigia Komisija, elgesys, kuriuo ji kaltina, neturi jokios įtakos interneto naudotojams naudojant su ja konkuruojančias prekių palyginimo paslaugas. *Google* pažymi, kad *Shopping Units* pašalinimas nesuteiktų šioms paslaugoms jokio didelio duomenų srauto iš jos paieškos sistemos, kaip ji jau nurodė trečiajame pagrinde.
- 516 CCIA priduria, kad Komisija neatsižvelgė į atitinkamų rinkų dvilypumą ir į su jomis susijusį ekonominį modelį. Pagal šį modelį būtų normalu skirtingai vertinti mokamus skelbimus ir nemokamus bendruosius rezultatus. Mokamais skelbimais finansuojama *Google* bendrosios paieškos sistema, kaip ginčijamo sprendimo 642 konstatuojamojoje dalyje nurodė pati Komisija. Taigi Komisija neatsižvelgė į realias rinkų sąlygas ir struktūrą, priešingai, nei reikalaujama pagal jurisprudenciją, suformuotą, be kita ko, 2014 m. rugsėjo 11 d. Sprendime *CB / Komisija* (C-67/13 P, EU:C:2014:2204, 78 punktą). Komisija taip pat neatsižvelgė į *Google* pastangas diegti inovacijas, kurių ji neginčijo ir kurios įrodo konkuravimą remiantis nuopelnais, o tai kelia didelį susirūpinimą inovatyvioms pramonės šakoms. Komisija taip pat neatsižvelgė į tai, kad *Google* neturėjo antikonkurencinės strategijos, o tai skiria šioje byloje nagrinėjamą atvejį nuo atvejų, nagrinėtų bylose, kuriose buvo priimtas 1988 m. gruodžio 21 d. Komisijos sprendimas 89/113/EEB dėl [SESV 101] ir [102] straipsnių taikymo procedūros (IV/30.979 ir 31.394, *Decca Navigator System*) (OL L 43, 1989, p. 27) ir 2007 m. rugsėjo 17 d. Sprendimas *Microsoft / Komisija* (T-201/04, EU:T:2007:289).
- 517 Komisija, BEUC, *Foundem*, VDZ, BDZV, *Visual Meta*, *Twenga*, *Kelkoo* ir Vokietijos Federacinė Respublika ginčija *Google* argumentus.

## 2) Bendrojo Teismo vertinimas

- 518 Reikia priminti, kad piktnaudžiavimas dominuojančia padėtimi gali, be kita ko, pasireikšti tokiu elgesiu, kuriuo, taikant kitas priemones nei tos, kurios reguliuoja normalios prekių ar paslaugų konkurencijos sąlygas atsižvelgiant į ūkio subjektų teikiamas paslaugas, trukdo išlaikyti rinkoje dar esamos konkurencijos laipsnį arba plėsti šią konkurenciją (žr. 2010 m. spalio 14 d. Sprendimo *Telekom / Komisija*, C-280/08 P, EU:C:2010:603, 174 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją). Kaip buvo nurodyta šio sprendimo 441 punkte, šioje byloje nagrinėjamu atveju siekdama konstatuoti, kad *Google* piktnaudžiavo užimama dominuojančia padėtimi, Komisija turėjo įrodyti

bent potencialų konkurencijos ribojimo ar pašalinimo poveikį atitinkamose rinkose dėl elgesio, kuriuo kaltinama, atsižvelgdama į visas reikšmingas aplinkybes, be kita ko, turint omenyje *Google* argumentus, kuriais ji nesutiko su tuo, kad jos elgesys galėjo riboti konkurenciją.

- 519 Pirmiausia, kaip buvo apibendrinta šio sprendimo 445 ir 446 punktuose, Komisija įvertino faktines nagrinėjamų veiksmų pasekmes duomenų srautui iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į konkurentų prekių palyginimo paslaugas ir *Google* prekių palyginimo paslaugą. Kalbant apie nacionalines prekių palyginimo paslaugų rinkas, į kurias atsižvelgta ginčijamame sprendime, reikia pažymėti, jog iš Bendrojo Teismo atliktos trečiojo panaikinimo pagrindo abiejų dalių analizės šio sprendimo 395 ir 420 punktuose matyti, kad nagrinėjamo vertinimo aspektams galima pritarti, t. y. duomenų srauto sumažėjimui iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į beveik visas konkurentų prekių palyginimo paslaugas ir šio srauto padidėjimui *Google* prekių palyginimo paslaugoms naudai. Po to Komisija įvertino duomenų srauto dalį iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių visame duomenų sraute, tenkančiame konkurentų prekių palyginimo paslaugoms. Toliau, nurodžiusi įvairias priežastis, Komisija pabrėžė, kad *Google* konkurentų prekių palyginimo paslaugų teikėjai faktiškai negalėjo pakeisti iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių gaunamo duomenų srauto kitais šaltiniais. Galiausiai, kaip nurodyta šio sprendimo 451–453 punktuose, *Google* nustatė galimą antikonkurencinį poveikį šiose rinkose šių prekių palyginimo paslaugų nenaudai, įrodžiusi šį poveikį, kaip apibendrinta tuose punktuose. *Google* ieškinio ketvirtojo pagrindo trečios dalies argumentai, pagal kuriuos, net jei kitos šio pagrindo dalys būtų atmestos, Komisija neįrodė antikonkurencinio poveikio buvimo, bus išnagrinėtos atsižvelgiant į šias aplinkybes.
- 520 Pirma, kalbant apie šio sprendimo 511 punkte apibendrintus argumentus, netikslu teigti, kad Komisija, analizuodama konkurentų prekių palyginimo paslaugų naudojimo kaitą, atsižvelgė tik į duomenų srautą iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių. Kaip jau buvo nurodyta šio sprendimo 447 punkte, ginčijamo sprendimo 7.2.4.1 dalyje esanti 24 lentelė rodo duomenų srauto pasiskirstymą trylikai prekių palyginimo paslaugų 4–6 metų laikotarpiu, išskiriant duomenų srautą iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių, *Google* tekstinių skelbimų, tiesioginės paieškos ir kitų šaltinių. Tuo remdamasi, Komisija padarė išvadą, kaip nurodyta ginčijamo sprendimo 540 konstatuojamojoje dalyje, kad duomenų srauto dalis iš *Google* bendrųjų rezultatų sudarė „didelę viso konkurentų prekių palyginimo paslaugoms tenkančio duomenų srauto dalį“. Kaip buvo nurodyta šio sprendimo 448 punkte, iš šios lentelės matyti, kad duomenų srauto dalys iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapio yra pakankamai skirtingos, atsižvelgiant į prekių palyginimo paslaugą, ir yra nuo šiek tiek daugiau nei 20 % (vis dėlto vienais metais yra viena išimtis – 13 %) iki daugiau nei 80 % ir kad nedaugeliui šių paslaugų (septynioms) šios dalys ilgainiui mažėjo apie 5–50 %.
- 521 Kaip buvo nurodyta šio sprendimo 448 punkte, *Google* neginčija konkrečių ginčijamo sprendimo 24 lentelės duomenų. CCIA taip pat jų neginčija. Tiesa, dėl konfidencialumo apsaugos CCIA negalėjo susipažinti su išsamia šios lentelės versija. Vis dėlto CCIA iš esmės mano, kad trylikos prekių palyginimo paslaugų, kurios buvo atrinktos šiai lentelei parengti, nepakanka bendroms išvadoms padaryti. Vis dėlto nei *Google*, nei CCIA dėl Komisijos išvados, kad duomenų srauto dalis iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapio sudarė „didelę viso konkurentų prekių palyginimo paslaugoms tenkančio duomenų srauto dalį“, nepateikia jokios kitos metodologinės kritikos ar kitų duomenų, kurie galėtų rodyti, kad duomenų srautas iš *Google* bendrųjų rezultatų nėra didžiausias su *Google* paslauga konkuruojančioms prekių palyginimo paslaugoms tenkančio duomenų srauto šaltinis. Taip pat reikia pažymėti, kad 24 lentelė, kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 657 išnašos, buvo sudaryta remiantis prašymais pateikti informaciją, skirtais aštuoniolikai prekių palyginimo paslaugų teikėjų, gaunančių didžiausią duomenų srautą EEE, o

Jungtinėje Karalystėje – gaunantiems didžiausią duomenų srautą iš *Google*; be to, trylika atsakymus pateikusių prekių palyginimo paslaugų teikėjų pateikė duomenis apie savo įvairiais nacionalines interneto svetaines ir kad rezultatai buvo surinkti konsultuojantis su pačia *Google*.

- 522 Tokiomis aplinkybėmis, atsižvelgiant į įrodinėjimo pareigos paskirstymo Komisijai ir įmonėms principus, primintus šio sprendimo 132–134 punktuose, reikia pripažinti, kad ginčijamo sprendimo 24 lentelė, t. y. jos reprezentacinė reikšmė, ir išvada, kurią Komisija padarė iš šios lentelės dėl didelės duomenų srauto dalies iš *Google* bendrųjų rezultatų, palyginti su kitais prekių palyginimo paslaugų gaunamo duomenų srauto šaltiniais, turi įrodomąją galią.
- 523 Taip pat reikia pažymėti, kad ginčijamo sprendimo 7.2.4.2 dalyje Komisija pateikė esminių argumentų, susijusių su tuo, kad tie kiti šaltiniai iš tikrųjų negalėjo pakeisti duomenų srauto iš *Google* bendrųjų rezultatų. Taigi Komisija atliko analizę, pagal kurią su *Google* konkuruojantys prekių palyginimo paslaugų teikėjai negalėjo kompensuoti faktinio *Google* elgesio poveikio duomenų srautui iš bendrųjų rezultatų tinklalapių konkurentų prekių palyginimo paslaugoms, pasireiškusio šio srauto sumažėjimu. Tokia analizė, išplaukianti iš analizės, kuria remiantis buvo padaryta išvada, kad šis srautas sudarė didelę dalį viso šių prekių palyginimo paslaugų gaunamo duomenų srauto, gali įrodyti potencialų poveikį, ir to pakanka piktnaudžiavimui dominuojančia padėtimi įrodyti, kaip buvo priminta šio sprendimo 438 punkte. Priešingai nei teigia CCIA, Komisija neprivalėjo įrodyti konkurentų išstūmimo poveikio, t. y. kad dėl *Google* elgesio kilo visos konkurencijos pašalinimo grėsmė arba kad juo buvo siekiama bent neleisti interneto naudotojams ar pardavėjams internetu naudotis konkurentų prekių palyginimo paslaugomis (šiuo klausimu žr. 2010 m. rugsėjo 9 d. Sprendimo *Tomra Systems ir kt. / Komisija*, T-155/06, EU:T:2010:370, 210 ir 211 punktus).
- 524 Taigi, priešingai nei teigia *Google* (žr. šio sprendimo 511 punktą), Komisija atsižvelgė į kitus prekių palyginimo paslaugų gaunamo duomenų srauto šaltinius nei *Google* bendrieji rezultatai, bet nusprendė, kad tie kiti šaltiniai negalėjo kompensuoti elgesio, kuriuo ji kaltino *Google*, poveikio.
- 525 Toliau, kalbant apie kitus argumentus, apibendrintus šio sprendimo 511 punkte, kaip jau buvo nurodyta šio sprendimo 368–376 punktuose, *Google* negali veiksmų, kuriais yra kaltinama, poveikio konkurentų prekių palyginimo paslaugoms apriboti vien *Product Universals* ir *Shopping Units* rodymo poveikiu duomenų srautui iš jos bendrųjų rezultatų tinklalapio į konkurentų prekių palyginimo paslaugas. Iš tiesų bendrųjų rezultatų tikslinimo algoritmų, kurie paprastai nukelia šias prekių palyginimo paslaugas į prastesnę padėtį ir kurie patys daro poveikį, taikymas taip pat prisideda prie bendro elgesio, kuriuo kaltinama *Google*. Todėl vertinimui, grindžiamam pašalinimo eksperimentu, kad *Google* veiksmas turėjo poveikį vos 5 % viso šioms prekių palyginimo paslaugoms skirto duomenų srauto, negalima pritarti, kaip jau buvo paaiškinta šio sprendimo 375 punkte. Be to, kaip buvo nurodyta ir priminta šio sprendimo 448 ir 520 punktuose, *Google* elgesio paveikta konkurentų prekių palyginimo paslaugoms tenkančio viso duomenų srauto dalis yra didelė ir nuo truputį daugiau nei 20 % padidėjo iki daugiau nei 80 % atsižvelgiant į imtį, kuria remiantis buvo sudaryta ginčijamo sprendimo 24 lentelė. Šio sprendimo 515 punkte nurodytas susijęs argumentas, pagal kurį elgesys, kuriuo Komisija kaltino *Google*, neturėjo jokio poveikio tam, kaip internautai naudojo konkurentų prekių palyginimo paslaugas, taip pat turi būti atmestas, nes juo neatsižvelgiama į bendrųjų rezultatų tikslinimo algoritmų poveikį ir į didelę dalį internautų, naudojančių prekių palyginimo paslaugas pasitelkiant *Google* paiešką ir rezultatų tinklalapius.

- 526 Galiausiai, kalbant apie kitą *Google* argumentą, išdėstytą šio sprendimo 511 punkte, iš esmės nėra nenuoseklu nustatyti didelius duomenų srauto sumažėjimus iš *Google* bendrųjų rezultatų į konkurentų prekių palyginimo paslaugas ir kartu nurodyti, kad šis duomenų srautas sudaro didelę dalį viso šių paslaugų gaunamo duomenų srauto. Referencinė situacija, į kurią reikia atsižvelgti vertinant antrąjį aspektą, logiškai atitinka situaciją, buvusią laikotarpiu, kuriais buvo nustatytas pažeidimas, pradžioje, o pokyčiai, į kuriuos reikia atsižvelgti vertinant pirmąjį aspektą, logiškai turėtų būti susiję su visais šiais laikotarpiais. Taigi iš ginčijamo sprendimo 24 lentelės, parengtos remiantis į prekių palyginimo paslaugų teikėjų imtį įtrauktų paslaugų teikėjų atsakymais, siekiant įvertinti įvairių šių paslaugų gaunamo duomenų srauto šaltinių dalį, matyti, kad daugumai iš trylikos prekių palyginimo paslaugų teikėjų, kurių duomenys įtraukti į šią lentelę, duomenų srautas iš *Google* bendrųjų rezultatų kiekvienu atveju laikotarpio pradžioje buvo didelis ir šiuo laikotarpiu laipsniškai reikšmingai mažėjo.
- 527 Tai reiškia, kad, atsižvelgiant į pagrindus ir argumentus, pateiktus ginčijant ginčijamą sprendimą, Komisija teisingai įrodė, kad *Google* veiksmai turėjo reikšmingą faktinį poveikį duomenų srautui iš jos bendrųjų rezultatų tinklalapių ir dėl to šis srautas konkurentų prekių palyginimo paslaugoms sumažėjo, o jos prekių palyginimo paslaugai – padidėjo (žr. šio sprendimo 420 punktą), kad prekių palyginimo paslaugos, kurioms šie veiksmai turėjo poveikį (bent pagal alternatyvią hipotezę, kad rinka apima ir prekybos platformas) sudarė nemažą dalį šios rinkos trylikoje nagrinėtų valstybių (žr. šio sprendimo 506 punktą) ir kad duomenų srautas iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių sudaro didelę viso *Google* konkurentų prekių palyginimo paslaugų gaunamo duomenų srauto dalį (žr. šio sprendimo 520–526 punktus). Tokiomis aplinkybėmis, nebent paskesni *Google* ir CCIA argumentai, nagrinėjami toliau šio sprendimo 528–543 punktuose, būtų pripažinti pagrįstais, atrodo, jog Komisija įrodė, kad nagrinėjami veiksmai turėjo pakankamą poveikį *Google* konkurentams arba bent reikšmingos *Google* konkurentų dalies padėčiai, kad būtų galima konstatuoti antikonkurencinį piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi poveikį.
- 528 Antra, dėl šio sprendimo 512 ir 513 punktuose apibendrintų argumentų, pagal kuriuos Komisija nenustatė patekimo į rinką kliūčių, kurios būtų neleidusios prekių palyginimo paslaugoms gauti duomenų srautą iš kitų šaltinių nei *Google* bendrieji rezultatai, pirmiausia reikia pažymėti, kad Komisija ne tik vertino vieną *Google* konkurentą, nurodytą ginčijamo sprendimo 575 konstatuojamojoje dalyje, siekdama nustatyti šias kliūtis. Kaip jau buvo pažymėta, Komisija ginčijamo sprendimo 7.2.4.2 dalyje išdėstė esminius argumentus, susijusius su tuo, kad tie kiti šaltiniai iš tikrųjų negalėjo pakeisti duomenų srauto iš *Google* bendrųjų rezultatų. Ginčijamo sprendimo 575 konstatuojamojoje dalyje pateiktas vertinimas yra tik vienas iš šiuo klausimu pateiktų argumentų.
- 529 Taigi Komisija pirmiausia išnagrinėjo galimybę duomenų srautą iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių pakeisti reklama, skelbiama tekstiniuose skelbimuose *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapiuose (*AdWords*), (ginčijamo sprendimo 543–567 konstatuojamosios dalys). Pagal 24 lentelės duomenis pripažinusi, kad tam tikros prekių palyginimo paslaugos daugiau nei 30 % viso duomenų srauto gauna iš tokios reklamos, Komisija vis dėlto pateikė įvairios informacijos, skirtos įrodyti, kad interneto naudotojai labiau vertino bendruosius rezultatus. Komisija pateikė kelis grafikus, susijusius su kiekviena iš trylikos valstybių, kuriose ji nustatė *Google* piktnaudžiavimą, ir, remdamasi pašalinimo eksperimento duomenimis, palygino bendrųjų nuorodų ir tekstinių skelbimų nuorodų aktyvavimo rodmenis (angl. *click-through rates*) pagal jų išdėstymą (59–71 grafikai). Iš to matyti, kad apskritai pirmenybė teikiama bendriesiems rezultatams. Komisija, be kita ko, nurodė, kad kai kurie prekių palyginimo paslaugų teikėjai manė, jog abu duomenų srauto šaltiniai labiau papildė vienas kitą, t. y. kad skyrėsi vieno ir kito šaltinio naudotojai, ir kad todėl vienas šaltinis negalėjo būti pakeistas kitu. Atsakydama į *Google*

argumentą, kad daugiau nei šimtas prekių palyginimo paslaugų teikėjų padidino duomenų srautą į savo paslaugas naudodami internetinius skelbimus, o ne bendruosius rezultatus, Komisija kritikavo *Google* pasirinktą imtį ir, taip pat remdamasi duomenimis, gautais iš pašalinimo eksperimento, teigė, kad trylikoje nagrinėjamų valstybių prekių palyginimo paslaugoms tekęs duomenų srautas, gautas iš tekstinių skelbimų, sudarė maždaug ketvirtadalį viso duomenų srauto ir kad pačiam šiam srautui kenkė *Shopping Units* rodymas (atsižvelgiant į konkrečią šalį, duomenų srautas sumažėjo 16–30 %). Komisija šį teiginį pavaizdavo 72–75 grafikais ir 26 lentele. Toliau Komisija nurodė, kad net jei su *Google* konkuruojančių prekių palyginimo paslaugų teikėjai galėtų laikinai kompensuoti prarastą duomenų srautą iš jos bendrųjų rezultatų duomenų srautu iš tekstinių skelbimų, ilgainiui jiems tai ekonomiškai neapsimokėtų. Komisija, be kita ko, nurodė, kad išlaidos, susijusios su tekstinių skelbimų naudojimu, bent du kartus viršija optimizavimo išlaidas, reikalingas rodymui bendruosiuose rezultatuose, siekiant veiksmingumo lygio, susijusio su apsilankymų prekių palyginimo paslaugų interneto svetainėse virtimo paskesniais apsilankymais pardavėjų interneto svetainėse rodikliais, kurie nepateisino tokio išlaidų skirtumo. Komisija taip pat pabrėžė, kad *Google* nereikėjo patirti tokių išlaidų savo pačios prekių palyginimo paslaugai. Komisija dar paminėjo *Kelkoo* liudijimą, kad pajamos iš jos rodymo bendruosiuose rezultatuose beveik 20 % viršijo pajamas, gautas iš jos rodymo tekstiniuose skelbimuose. Apskritai iš tekstinių skelbimų gautos pajamos nepadengė jų išlaidų.

- 530 Paskui Komisija išnagrinėjo duomenų srauto iš *Google* bendrųjų rezultatų pakeičiamumą duomenų srautu iš mobiliųjų programėlių (ginčijamo sprendimo 568–579 konstatuojamosios dalys). Tuo tikslu ji pateikė įvairių argumentų. Komisijos teigimu, mobiliosios programėlės parsisiuntimas jau leidžia preziumuoti apie tvirtas išankstines žinias apie prekių ženklą ir pirmiausia reikia konstatuoti, be kita ko, atsižvelgiant į 24 lentelės duomenis, kad šios taikomosios programėlės, esant tiesioginiam duomenų srautui, paprastai sudaro mažiau nei 20 % viso prekių palyginimo paslaugų gaunamo duomenų srauto, nors kai kurių prekių palyginimo paslaugų atveju ši dalis gali būti didesnė. Dešimties prekių palyginimo paslaugų teikėjų, pateikusių duomenis per administracinę procedūrą, iš mobiliųjų programėlių gaunamo duomenų srauto dalis sudarė tik 5–6 %. Keli prekių palyginimo paslaugų teikėjai nurodė, kad šio vektoriaus įtraukimas reikšmingai nepadidino jų interneto svetainės lankomumo.
- 531 Tada Komisija nagrinėjo galimybę pakeisti duomenų srautą iš *Google* bendrųjų rezultatų tiesioginiu srautu (ginčijamo sprendimo 580–583 konstatuojamosios dalys). Komisija pabrėžė nedidelę šio duomenų srauto dalį ir priminė, kad *Google* apskaičiavo, jog šis duomenų srautas *Google Shopping* specialiųjų rezultatų atveju sudaro 5 %. Šiuo klausimu reikia patikslinti, kad tiesioginės naršymo nuorodos, kurios nukreipia didžiausią jos duomenų srauto dalį į *Google Shopping* ir kurias *Google* paminėjo pateikdama šio sprendimo 514 punkte apibendrintus argumentus, neįeina į tiesioginį srautą, nukreiptą į *Google Shopping*, nes jos rodomos *Google* bendrosios paieškos ir rezultatų tinklalapių meniu nuorodose. Komisija taip pat nurodė, jog du prekių palyginimo paslaugų teikėjai iš esmės nurodė, kad jų surengta neinternetinė reklaminė kampanija, kuria jie siekė padidinti tiesioginį srautą, neleido kompensuoti iš *Google* bendrųjų rezultatų prarasto duomenų srauto. Kaip ir mobiliųjų programėlių atveju, norint padidinti tiesioginį duomenų srautą, pirma būtų reikėję sukurti stiprų prekių ženklo įvaizdį, o prekių palyginimo paslaugų teikėjams tai būtų pernelyg brangu.
- 532 Galiausiai Komisija išnagrinėjo duomenų srauto iš *Google* bendrųjų rezultatų pakeičiamumą kitais srauto šaltiniais (ginčijamo sprendimo 584–588 konstatuojamosios dalys). Ji nagrinėjo sprendimus, susijusius su partneryste su kitomis interneto svetainėmis, naujienlaiškiais, socialiniais tinklais ir su *Google* konkuruojančiomis bendrosios paieškos sistemomis. Komisijos teigimu, šie sprendimai yra arba per brangūs, arba neveiksmingi.

- 533 Taigi ginčijamame sprendime Komisija nurodė daug motyvų, įrodančių esant patekimo į rinką kliūčių, neleidusių prekių palyginimo paslaugų teikėjams naudotis kitais duomenų srauto šaltiniais nei duomenų srautas iš *Google* bendrųjų rezultatų, ir ypač netikslu teigti, kad Komisija nenustatė jokių šiems šaltiniams būdingų kliūčių, kurios trukdytų prekių palyginimo paslaugų teikėjams pritraukti duomenų srautą.
- 534 Vis dėlto ieškinyje *Google* ginčija Komisijos šiuo klausimu pateiktų motyvų pagrįstumą ir pirmiausia pateikia argumentą, kad šių kliūčių buvimą paneigia tai, kad prekybos platformos naudoja tokius alternatyvius duomenų srauto šaltinius (365 punktas, kuriame daroma nuoroda į 320–324 punktus). Vis dėlto šis argumentas pagrįstas tik bendra informacija, kuria siekiama parodyti, kad interneto naudotojai dažnai naudoja prekybos platformas prekių paieškai pradėti, o tai leidžia manyti, kad interneto naudotojai pasiekia jas be išankstinės paieškos. Vis dėlto tai, kas gali būti konstatuota dėl tokio rinkos dalyvio, kuris paprastai yra labai gerai žinomas, nebūtinai taikoma prekių palyginimo paslaugoms.
- 535 Toliau dublike *Google* atkreipia dėmesį į Jungtinės Karalystės rinkų ir konkurencijos institucijos tyrimą, pateiktą C18 priede, pagal kurį internete teikiamos prekių palyginimo paslaugos sėkmingai investuoja į reklamą ir prekių ženklų vystymą ir užsako daug reklamos įvairiose žiniasklaidos priemonėse. Vis dėlto Komisija pagrįstai teigia, kad šis tyrimas nepriimtinas, remdamasi Procedūros reglamento 85 straipsniu, pagal kurį įrodymai ir pasiūlymai pateikti įrodymų pateikiami pirmą kartą pasikeičiant pareiškimais, nebent vėlavimas juos pateikti būtų pagrįstas. Iš tiesų *Google* nepateikė jokio paaiškinimo, kuris galėtų pateisinti pavėluotą šio tyrimo pateikimą, nors pati per administracinę procedūrą nurodė jį atsakydama į Komisijos „raštą, kuriame išdėstytos faktinės aplinkybės“, kaip matyti iš ieškinio A7 priedo 282 punkto.
- 536 Dėl bendros išvados, kurią *Google* daro remdamasi šiuo tyrimu ir kitais tyrimais, kad teikiant kitas elektronines paslaugas, be kita ko, įvairias specializuotas įvairiose srityse konkurentų teikiamas prekių palyginimo paslaugas, sėkmingai naudojami alternatyvūs duomenų srauto šaltiniai, pažymėtina, kad ji yra pernelyg bendra ir pagrįsta kitų rinkų stebėjimu, todėl neleidžia suabejoti ginčijamame sprendime Komisijos atlikta išsamia analize, susijusia su prekių palyginimo paslaugomis.
- 537 *Google* taip pat iš esmės nurodo, kad net darant prielaidą, jog prekių palyginimo paslaugoms sunku pasinaudoti alternatyviais duomenų srauto šaltiniais, ji už tai neatsakinga. Vis dėlto svarbu ne tai, ar *Google* yra atsakinga už kliūtis, trukdančias gauti prieigą prie kitų duomenų srauto šaltinių nei jos bendrieji rezultatai, bet ar šios kliūtys apskritai yra. Iš tiesų ginčijamame sprendime Komisija įvertino, kad *Google* sudarė prieigos prie duomenų srauto šaltinio – savo bendrųjų rezultatų, kurį ji gali kontroliuoti, kliūtis ir kad šio šaltinio negalima veiksmingai pakeisti kitais šaltiniais, kuriuos pačius veikia kitos patekimo į rinką kliūtys, kiek tai susiję su konkurentų prekių palyginimo paslaugomis. Tokiomis aplinkybėmis argumentas, kad, priešingai nei byloje, kurioje priimtas 2007 m. rugsėjo 17 d. Sprendimas *Microsoft / Komisija* (T-201/04, EU:T:2007:289), *Google* nesudarė patekimo į rinką kliūčių, susijusių su kitais duomenų srauto šaltiniais nei bendrieji rezultatai, neleidžia pagrįstai suabejoti Komisijos analize dėl tokių kliūčių buvimo, kurios prisideda prie *Google* elgesio antikonkurencinio poveikio.
- 538 Trečia, kalbant apie šio sprendimo 514 punkte apibendrintus argumentus, pagal kuriuos Komisija neįrodė, kad sunkumų patyrę konkurentai, teikiantys prekių palyginimo paslaugas, veikė taip pat produktyviai kaip *Google*, nors iš tiesų taip nebuvo, Komisija pagrįstai teigia neprivalėjusi to įrodyti. Tokio pat produktyvaus konkurento kriterijaus taikymas turi pagrindą esant kainų nustatymo veiksams (pavyzdžiui, kai nustatomos grobuoniškos kainos arba esant maržų

mažinimui), siekdama iš esmės įvertinti, ar konkurentas, veikiantis taip pat produktyviai kaip dominuojančią padėtį užimanti įmonė, kaltinama tokių kainų nustatymu, kuris, kad nebūtų iš karto išstumtas iš rinkos, turi taikyti savo klientams tokias pačias kainas kaip ir ši įmonė, turėtų tai daryti nuostolingai ir pabrėždamas šiuos nuostolius, ir todėl ilgainiui jam tektų palikti rinką (šiuo klausimu žr. 2015 m. spalio 6 d. Sprendimo *Post Danmark*, C-23/14, EU:C:2015:651, 53–55 punktus ir juose nurodytą jurisprudenciją). Šiuo atveju veiksmai, kuriais kaltinama *Google*, nėra kainų nustatymo veiksmai.

- 539 Be to, iš esmės „toks pat produktyvus konkurentas“ yra hipotetinis, todėl preziumuojama, kad jis taiko savo klientams tokias pačias kainas kaip ir dominuojanti įmonė, tačiau patiria tokias pat išlaidas kaip išlaidos, kurias dominuojanti įmonė patiria pati ir kurias ji verčia patirti savo konkurentus, jei ji parduoda jiems žaliavą galutiniam produktui (šiuo klausimu žr. 2011 m. vasario 17 d. Sprendimo *TeliaSonera Sverige*, C-52/09, EU:C:2011:83, 40–44 punktus). Taikant tokio pat produktyvaus konkurento kriterijų siekiama įrodyti, kad netgi toks pat produktyvus konkurentas kaip įmonė, kuri taiko nagrinėjamą kainų politiką, ilgainiui negalėtų taikyti tų pačių kainų, nes ji negalėtų remtis dominuojančios padėties suteikta įtaka. Taigi toks konkurentas iš esmės nėra realus konkurentas, kurio realus veiksmingumas būtų vertinamas, kaip *Google* teigia dėl kitų prekių palyginimo paslaugų. Todėl minėto kriterijaus, apimančio kainų ir išlaidų palyginimą, taikymas nagrinėjamu atveju neturėjo prasmės, nes nustatyta konkurencijos problema nebuvo susijusi su kainų nustatymu.
- 540 Be to, darant prielaidą, kad konkurencijos institucija, kaip antai Komisija, gali palyginti tikrąjį kelių įmonių produktyvumą, išsamiai išanalizavusi įvairius jų veiklos parametrus, toks palyginimas galėtų duoti objektyvių rezultatų, tik jei konkurencijos sąlygos nebūtų iškraipytos antikonkurenciniais veiksmais. Todėl toks palyginimas pats savaime negali padėti nustatyti, ar toks elgesys tikrai buvo.
- 541 Vadinas, nagrinėjamu atveju, kaip buvo nurodyta šio sprendimo 441 punkte, Komisija turėjo įrodyti tik potencialų konkurentų išstūmimo ar konkurencijos ribojimo poveikį, priskirtiną nagrinėjamiems veiksams, neatsižvelgiant į tai, ar prekių palyginimo srityje *Google* buvo „produktyvesnė“ už kitus prekių palyginimo paslaugų teikėjus, ir būtent to neįmanoma sužinoti, jei šie veiksmai gali iškraipyti konkurenciją.
- 542 Galiausiai dėl CCIA argumentų, apibendrintų šio sprendimo 516 punkte, reikia konstatuoti, kad, kiek jie susiję su tuo, kad Komisija neatsižvelgė į dvilypių interneto rinkų ir jų ekonominio modelio savybes, pastangas diegti inovacijas, dėl kurių *Google* ėmėsi nagrinėjamų veiksmų, ir į jos antikonkurencinės strategijos nebuvimą, šiais argumentais nekritikuojama nagrinėjamų veiksmų poveikio analizė ar jų antikonkurencinis pobūdis. Todėl šie argumentai turi būti atmesti kaip nereikšmingi, nes jie pateikti grindžiant CCIA pagrindą, kuriuo ji siekia įrodyti, jog „sprendime neįrodyta, kad nagrinėjamas elgesys galėjo turėti antikonkurencinį poveikį“.
- 543 Todėl, atsižvelgiant į šio sprendimo 527 punkte pateiktą tarpinę išvadą ir į tai, kad buvo atmesti kiti *Google* ir CCIA argumentai, reikia atmesti *Google* ieškinio ketvirtąjį pagrindo trečiąją dalį, pagal kurią Komisija neįrodė nagrinėjamų veiksmų antikonkurencinio poveikio nacionalinėse prekių palyginimo paslaugų rinkose.

#### **4. Dėl pirmojo pagrindo trečios dalies ir antrojo pagrindo trečios dalies, susijusių su objektyvių pateisinimų buvimu**

##### **a) Dėl Google pateisinimų, susijusių su *Product Universals* rodymu (pirmojo pagrindo trečia dalis)**

###### **1) Šalių argumentai**

- 544 Google teigia, kad per administracinę procedūrą įrodė, jog, rodydama *Product Universals*, pagerino vartotojams siūlomos paslaugos kokybę, ką ji ir padarė. Tai yra pateisinimas, rodantis, kad jos elgesys buvo naudingas konkurencijai.
- 545 Vis dėlto ginčijamame sprendime Komisija nekvestionuoja, kad specialieji prekių rezultatai buvo rodomi bendrųjų rezultatų tinklalapyje kaip grupė. Komisija tik nusprendė, kad Google turėjo rodyti konkurentų prekių palyginimo paslaugų specialiuosius rezultatus naudodama „tokius pačius pagrindinius procesus ir metodus“ kaip ir savo paslaugoms, nepareiškusi pozicijos dėl per administracinę procedūrą Google pateiktų pateisinimų dėl naudos konkurencijai ir jų neįvertinusi atsižvelgiant į neigiamą poveikį, kurį ji galėjo nustatyti. Taigi ginčijamame sprendime nepaneigti Google veiksmų pateisinimai ir nemėginta atsakyti į Google paaiškinimus ar atlikti jurisprudencijoje reikalaujamą įvertinimą.
- 546 Be to, ginčijamame sprendime Komisija nepaaiškino, kaip Google galėtų rodyti konkurentų prekių palyginimo paslaugų specialiuosius rezultatus naudodama „tokius pačius procesus ir metodus“ kaip ir savo paslaugoms, nors Google jai paaiškino, kad to padaryti neįmanoma. Google primena, kad jai nebuvo žinoma jos konkurentų rezultatų atrankos tvarka, todėl rezultatų nebuvo įmanoma įvertinti atsižvelgiant į įvairių prekių palyginimo paslaugų siūlomus kitus rezultatus. Ji taip pat teigia, kad negalėjo per pakankamai trumpą laiką iš anksto numatyti arba gauti atsakymų į konkrečią interneto naudotojo atliktą paiešką ir galiausiai kad ji negalėjo taikyti savo kokybės kontrolės mechanizmų konkurentų prekių palyginimo paslaugoms. Ginčijamame sprendime Komisija nepaneigė šių paaiškinimų ir toliau reikalavo Google rodyti tokius rezultatus naudojant tuos pačius procesus ir metodus. Šiomis aplinkybėmis Komisija turėjo parodyti, kaip Google būtų galėjusi veikti taikydama realius ir įmanomus sprendimus, tačiau to nepadarė. Komisija klaidingai manė, kad pasiūlymuose, kuriuos Google pateikė per aptarimą, surengtą siekiant užbaigti procedūrą sprendimu dėl išipareigojimų priėmimo, ir Google vidiniuose svarstymuose aptiko tokio rodymo galimybės įrodymų. Iš tiesų numatytuose pasiūlymuose nebuvo numatyta su Google konkuruojančių prekių palyginimo paslaugų rezultatus rikiuoti naudojant tuos pačius pagrindinius procesus ir metodus kaip tie, kurie naudojami pačios Google specialiosios prekių paieškos rezultatams.
- 547 Dublike Google pakartoja, kad dėl techninių priežasčių negalėjo rodyti konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatų *Product Universals*, antraip būtų pakenkusi savo paieškos rezultatų kokybei, kaip ji tai aiškino per visą administracinę procedūrą, tačiau ginčijamame sprendime į tai nebuvo atsižvelgta. Google teigia, kad per administracinę procedūrą pateiktais pateisinimais, priešingai, nei tvirtina Komisija, Google išsamiai pateisino tariamą piktnaudžiavimą.
- 548 CCIA pabrėžia, kad ginčijamame sprendime Google objektyviems pateisinimams skirti vos trys puslapiai, o analizei, ar iš Google reikalaujama taisomoji priemonė yra techniškai įgyvendinama, skirta tik viena konstatuojamoji dalis.

549 Komisija ginčija šiuos argumentus.

550 Palaikydama Komisiją, BDZV teigia, kad Komisija neturėjo nurodyti konkrečių techninių sprendimų, kad būtų nutrauktas piktnaudžiavimas.

## 2) Bendrojo Teismo vertinimas

551 Iš suformuotos jurisprudencijos matyti, kad dominuojančią padėtį užimanti įmonė gali pateisinti veiksmus, kuriems gali būti taikomas SESV 102 straipsnyje nustatytas draudimas, ir įrodyti, kad jos elgesys yra objektyviai reikalingas techniniu ar komerciniu požiūriu arba kad jos sukiamas konkurentų išstūmimo poveikis kompensuojamas ar jį netgi viršija produktyvumo nauda, kuri naudinga ir vartotojams (šiuo klausimu žr. 2012 m. kovo 27 d. Sprendimo *Post Danmark*, C-209/10, EU:C:2012:172, 40 ir 41 punktus ir juose nurodytą jurisprudenciją).

552 Objektyvią būtinybę gali lemti ne tik teisėtos komercinės priežastys, pavyzdžiui, siekis apsaugoti nuo nesąžiningos konkurencijos ar atsižvelgti į derybas su klientais (šiuo klausimu žr. 1978 m. vasario 14 d. Sprendimo *United Brands ir United Brands Continentaal / Komisija*, 27/76, EU:C:1978:22, 184–187 punktus ir 1983 m. lapkričio 9 d. Sprendimo *Nederlandsche Banden-Industrie-Michelin / Komisija*, 322/81, EU:C:1983:313, 90 punktą), bet ir techniniai pateisinimai, pavyzdžiui, susiję su aptariamos prekės ar paslaugos produktyvumo rodiklių išlaikymu ar šių rodiklių pagerinimu (šiuo klausimu žr. 2007 m. rugsėjo 17 d. Sprendimo *Microsoft / Komisija*, T-201/04, EU:T:2007:289, 1146 ir 1159 punktus).

553 Kalbant apie didesnę produktyvumą pažymėtina, jog dominuojančią padėtį užimanti įmonė turi įrodyti, kad dėl atitinkamo elgesio galintis atsirasti padidėjęs veiksmingumas neutralizuoja tikėtiną žalingą poveikį konkurencijai ir vartotojų interesams paveiktose rinkose, kad šis padidėjęs veiksmingumas buvo arba gali būti pasiektas dėl tokio elgesio, kad toks elgesys yra būtinas jam pasiekti ir kad jis nepanaikina veiksmingos konkurencijos, pašalindamas visus esamus faktinės ar potencialios konkurencijos šaltinius ar daugelį jų (2012 m. kovo 27 d. Sprendimo *Post Danmark*, C-209/10, EU:C:2012:172, 42 punktą), užkertant kelią šiai įmonei pateikti tik neaiškius, bendro pobūdžio ir teorinius argumentus dėl šio klausimo ar remtis vien savo komerciniais interesais (žr. 2020 m. sausio 30 d. Sprendimo *Generics (UK) ir kt.*, C-307/18, EU:C:2020:52, 166 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

554 Nors pareiga įrodyti aplinkybių, sudarančių SESV 102 straipsnio pažeidimą, buvimą tenka Komisijai, prireikus būtent atitinkama dominuojanti įmonė, o ne Komisija iki administracinės procedūros pabaigos privalo remtis galimu objektyviu pateisinimu ir pateikti atitinkamų argumentų bei įrodymų. Norėdama konstatuoti piktnaudžiavimą dominuojančia padėtimi, Komisija taip pat turi įrodyti, kad tokios įmonės pateikti argumentai ir įrodymai nėra pagrįsti ir todėl toks pateisinimas nepriimtinas (2007 m. rugsėjo 17 d. Sprendimo *Microsoft / Komisija*, T-201/04, EU:T:2007:289, 1144 punktą).

555 *Google* iš esmės tvirtina, pirma, kad ginčijamame sprendime Komisija nepaneigė *Google* veiksmų pateisinimų, pateiktų per administracinę procedūrą, ir nemėgina atsakyti į jos paaiškinimus ar atlikti teismų praktikoje reikalaujamą įvertinimą ir, antra, kad Komisija nepaaiškina, kaip *Google* galėtų rodyti konkurentų prekių palyginimo paslaugų specialiosios paieškos rezultatus naudodama tokius pat procesus ir metodus kaip tie, kuriuos ji naudoja savo paslaugoms, jei to nebūtų įmanoma padaryti dėl techninių priežasčių.

- 556 Šioje byloje Bendrasis Teismas turi išnagrinėti, ar *Google* pateikta informacija, priešingai nei nusprendė Komisija, gali būti pripažinta tokių veiksmų pateisinimais, kaip tai suprantama pagal šio sprendimo 551–553 punktuose nurodytą jurisprudenciją.
- 557 Ginčijamo sprendimo 7.5 dalyje Komisija išnagrinėjo per administracinę procedūrą *Google* pateiktą informaciją dėl objektyvių pateisinimų ir padidėjusio veiksmingumo. Kaip nurodyta ginčijamo sprendimo 655–659 konstatuojamosiose dalyse, o *Google* savo ieškinyje tokio pateikimo neginčija, ji iš esmės pateikė įvairių argumentų. Pirma, *Google* teigė, kad bendrųjų rezultatų tikslinimo mechanizmai buvo naudingi konkurencijai, nes buvo išlaikoma šių rezultatų kokybė. Antra, ji tvirtino, kad *Product Universals* išdėstymas ir pateikimas, kaip ir jų veikimo mechanizmai, buvo naudingi konkurencijai, užtikrinant aukščiausią jos paslaugos kokybę interneto naudotojams ir pardavėjams. Trečia, *Google* teigė, kad jei ji savo bendrųjų rezultatų tinklalapyje turėtų konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatus išdėstyti ir pateikti taip pat, kaip ir savo pačios prekių palyginimo paslaugos rezultatus, tai sumažintų konkurenciją, nes, pirma, pačiai konkurencijai ir interneto naudotojų lūkesčiams svarbiausia tai, kad kiekviena paieškos paslauga pateiktų savo rezultatus, ir, antra, dėl to sumažėtų jos galimybė gauti pajamų iš erdvės jos bendrųjų rezultatų tinklalapiuose. Ketvirta, ji nurodė, kad techniškai ji negali nuosekliai rikiuoti konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatų taip pat kaip savo paslaugos rezultatų ir kad, be to, taip jie virstų jos pačios prekių palyginimo paslaugos rezultatais. Penkta, per administracinę procedūrą *Google* pateikė argumentą, susijusį su jos pagrindinių teisių pažeidimu, tačiau ieškinyje neginčija Komisijos atsakymo į jį ginčijamame sprendime.
- 558 Šio sprendimo 557 punkte apibendrinti pirmi trys *Google* argumentai, kaip jie išdėstyti ieškinyje, pabrėžiant konkurencijai naudingas jos elgesio savybes, t. y. kad dėl šio elgesio pagerėjo *Google* paieškos paslaugos kokybė. Tokiais argumentais iš esmės siekiama įrodyti, kaip nurodyta šio sprendimo 551 punkte, kad konkurentų išstūmimo efektas, kurį sukėlė elgesys, kuriuo kaltinama, kompensuojamas nauda, susijusia su veiksmingumu, kuris taip pat naudingas vartotojams, ar netgi nusveriamas šios naudos. Ketvirtuoju argumentu, trumpai pristatytu šio sprendimo 557 punkte, siekiama atkreipti dėmesį į techninius suvaržymus, kurie neleido *Google* užtikrinti Komisijos norimo vienodo požiūrio į savo prekių palyginimo paslaugos rezultatus ir konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatus. Galiausiai *Google* teigia, kad nuolat stengėsi pagerinti vartotojams siūlomų prekių palyginimo paslaugą, atsižvelgdama į susirūpinimą dėl nuopelnais paremtos konkurencijos, tačiau ji tai darė atsižvelgdama į tai, kas techniškai įmanoma. Komisija kaltina *Google* neužtikrinus vienodo rezultatų vertinimo, kurio ji negalėjo užtikrinti dėl techninių priežasčių.
- 559 Ginčijamame sprendime, atsižvelgdama į du pirmuosius *Google* argumentus, apibendrintus šio sprendimo 557 punkte, Komisija 661 ir 662 konstatuojamosiose dalyse nurodė, kad ji netrukdytų *Google* taikyti tikslinimo mechanizmų ar rodyti jos specialiosios paieškos rezultatų bendrųjų rezultatų tinklalapiuose, jei *Google* manė, kad jie yra reikšmingi ar naudingi paieškai, tačiau kad nustatytas piktnaudžiavimas pasireiškė tuo, kad *Google* savo prekių palyginimo paslaugos rezultatų išdėstymui ir pateikimui taikė kitokius kriterijus nei konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatų išdėstymui ir pateikimui.
- 560 Iš šio atsakymo matyti, jog Komisija neneigė, kad bendrųjų rezultatų tikslinimo algoritmai ar *Google* prekių specialiųjų rezultatų išdėstymo ir rodymo kriterijai gali reikšti konkurencijai naudingus paslaugos patobulinimus, kaip ji teigia pateikdama pirmus du argumentus, apibendrintus šio sprendimo 557 punkte, tačiau Komisija teisingai pažymėjo, kad *Google* nepateikė jokio argumento dėl nevienodo požiūrio į jos prekių palyginimo paslaugos ir konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatus. Kitaip tariant, Komisija iš esmės nusprendė,

jog *Google* nepateikė jokių įrodymų, patvirtinančių, kad abiem atvejais jos suteikta nauda konkurencijai kompensavo ar netgi nusiųrė neigiamą poveikį konkurencijai, susijusį su šiuo nevienodu požiūriu, kurį Komisija nustatė ankstesnėse ginčijamo sprendimo dalyse.

- 561 Tada ginčijamame sprendime, atsižvelgdama į trečiąją *Google* argumentą, apibendrintą šio sprendimo 557 punkte, kuriuo siekta bendrai įrodyti, kad nevienodas požiūris, kurį siekė įrodyti Komisija, iš tikrųjų silpnino konkurenciją, 663 ir 664 konstatuojamosiose dalyse Komisija atsakė į abi šio argumento dalis, nurodydama, pirma, jog *Google* neįrodė, kad interneto naudotojai tikėjosi, jog paieškos sistemos pateiks rezultatus iš vieno šaltinio ir kad šioje byloje nagrinėjamu atveju jie nebuvo informuoti apie tai, kad *Product Universals* buvo rodomi naudojant kitokius mechanizmus nei taikytieji bendriesiems rezultatams ir, antra, vienodo požiūrio į *Google* prekių palyginimo paslaugą ir jos konkurentų prekių palyginimo paslaugas užtikrinimas jos bendrųjų rezultatų tinklalapiuose nekludė gauti pajamų iš tam tikrų šiuose tinklalapiuose esančių erdvių, ir *Google* kontroliavo šį procesą.
- 562 Šiuo Komisijos atsakymu, pirma, siekiama įrodyti, kad, priešingai, nei teigia *Google*, jos pasirinkimas išdėstyti ir pateikti savo prekių rezultatus palankiau nei konkurentų prekių rezultatus nėra palankesnis konkurencijai nei situacija, kai šioje srityje užtikrinamas vienodas požiūris. Komisija teisingai nurodo abejojanti, ar internautai tikisi bendrųjų rezultatų tinklalapiuose rasti tik vienos specializuotos paieškos sistemos rezultatus. Iš tiesų šioje byloje, kaip primena Komisija, aptariamas skirtingas požiūris, susijęs su išdėstymu ir pateikimu, pasireiškia bendrųjų rezultatų tinklalapiuose, kuriuose internautai iš esmės tikisi rasti rezultatus iš viso interneto, kurie būtų pateikiami nediskriminuojamai ir skaidriai, kaip tai akivaizdu ir iš šio sprendimo 178 punkte pateiktų argumentų.
- 563 Šio sprendimo 561 punkte apibendrintas atsakymas, antra, apima nesutikimą su tuo, kad *Google* galėtų nukentėti finansiškai, jei vienodai vertintų savo ir konkurentų prekių rezultatus savo bendrųjų rezultatų tinklalapiuose. Ieškinyje *Google* nepateikia jokio argumento, kuriuo pagrįstai užginčytų šį vertinimą, ir darant prielaidą, kad *Google* finansiškai nukentėtų, jei padarytų savo paslaugą prieinamą prekių palyginimo paslaugų teikėjams tokiomis pačiomis sąlygomis kaip ir taikomos jos paslaugai, ši aplinkybė nebūtų tinkamas jos antikonkurencinio elgesio pateisinimas.
- 564 Taigi, priešingai, nei tvirtinama ieškinyje, Komisija išreiškė savo poziciją dėl grindžiant trečiąjį argumentą pateikto pateisinimo, ir *Google* neginčijo šios pozicijos pagrįstumo.
- 565 Todėl Komisija pagrįstai atmetė trečiąjį *Google* argumentą, kuriuo *Google* siekė pabrėžti konkurencijai naudingas savo elgesio savybes, ginčydama šio pobūdžio savybes, nurodytas pateikiant šį argumentą.
- 566 Komisijos pozicija dėl šių pirmų trijų argumentų, susijusių su nagrinėjamų veiksmų nauda konkurencijai, juo labiau pateisinama atsižvelgiant į tai, kad, pirma, kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 593–596 konstatuojamųjų dalių ir išnagrinėjus trečiąjį ir ketvirtąjį pagrindus, dėl šių veiksmų išstumiami su *Google* konkuruojantys prekių palyginimo paslaugų teikėjai ir dėl to gali būti taikomi didesni tarifai pardavėjams, didesnės kainos vartotojams ir diegiama mažiau konkurentų ir pačios *Google* prekių palyginimo paslaugų inovacijų. Antra, kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 597–600 konstatuojamųjų dalių, nagrinėjami veiksmai gali susiaurinti vartotojų pasirinkimą prekių palyginimo paslaugų srityje ne tik todėl, kad sumažėja rinkoje veikiančių prekių palyginimo paslaugų teikėjų, atsižvelgiant į šių veiksmų sukeltą konkurentų išstūmimo poveikį, kuris nustatytas ginčijamo sprendimo 7.3.1 ir 7.3.2 dalyse, bet ir, kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 598 konstatuojamosios dalies, kadangi vartotojų dėmesys nukreipiamas į

*Google* prekių palyginimo paslaugos rezultatus, nes jie labiau matomi, nepaisant to, kad šie rezultatai nebūtinai yra svarbesni už konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatus (žr. šio sprendimo 296–299 punktus).

- 567 Be to, *Google* neįrodė, kaip antrasis ginčijamų veiksmų aspektas, t. y. reikšmingo konkurentų prekių palyginimo paslaugų kiekio nukėlimas į blogesnę padėtį jos bendrųjų rezultatų tinklalapyje taikant tikslinimo algoritmus, galėjo lemti didesnę veiksmingumą.
- 568 Tokiomis aplinkybėmis, net darant prielaidą, kad nagrinėjami veiksmai galėjo pagerinti kai kurių interneto naudotojų patirtį rodant ir rikiuojant prekių paieškos rezultatus, tai bet kuriuo atveju negali neutralizuoti žalingo šių veiksmų poveikio konkurencijai ir visų vartotojų interesams, remiantis šio sprendimo 553 punkte nurodyta jurisprudencija. Bet kuriuo atveju *Google* nepateikė priešingų įrodymų, nors privalėjo tai padaryti, kaip pažymėta šio sprendimo 554 punkte.
- 569 Šio sprendimo 557 punkte apibendrintas ketvirtasis argumentas susijęs su objektyviu *Google* elgesio pateisinimu, grindžiamu techniniu suvaržymu. Juo siekta įrodyti, kad, priešingai, nei teigė Komisija, *Google* techniškai negalėjo nuosekliai rikiuoti konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatų taip pat kaip savo paslaugos rezultatų ir kad, be to, taip jie būtų virtę *Google* prekių rezultatais.
- 570 Ginčijamo sprendimo 671 konstatuojamojoje dalyje Komisija atsakė, jog *Google* neįrodė, kad negalėjo naudoti tų pačių procesų ir metodų, priimdama sprendimus dėl savo ir konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatų išdėstymo ir pateikimo. Komisija pridūrė, kad *Google* pasiūlymai, pateikti vykstant aptarimui siekiant užbaigti procedūrą sutikus su išipareigojimais, ir *Google* vidiniai svarstymai įrodė, kad šioje srityje buvo įmanomas vienodas požiūris.
- 571 Per administracinę procedūrą, kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 659 konstatuojamosios dalies ir kaip *Google* pati tai patvirtina ieškinio 130–138 punktuose, *Google* paaikškino, kad negali taikyti tų pačių atrankos kriterijų konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatams ir savo pačios prekių rezultatams, kitaip tariant, ji negalėjo atrinkti geriausių atsakymų iš visų atsakymų į interneto naudotojo prekių užklausą, kurie galėjo būti pateikti teikiant prekių palyginimo paslaugas, įskaitant jos pačios prekių palyginimo paslaugą. Šiuo klausimu ji iš esmės nurodė tai, kad nežinojo nei konkurentų prekių palyginimo paslaugų duomenų bazių organizavimo ir turinio, nei jų katalogo ir indeksavimo būdų, juolab jų specializuotų algoritmų, kuriuos naudojant, po internauto atliktos paieškos pateikiami tam tikri rezultatai, ir kad todėl ji negalėjo įvertinti nei pačių konkurentų prekių palyginimo paslaugų, nei jos pačios paslaugos rezultatų kokybės, nei tikėtis konkretaus rezultato, kurį reaguojant į internauto užklausą duotų tokia prekių palyginimo paslauga ar šimtai tokių paslaugų. *Google* nebūtų buvę realu mėginti sušvelninti šį negalėjimą iš anksto numatyti atsakymus į konkrečią internauto užklausą teikiant konkurentų prekių palyginimo paslaugas, išsiunčiant šią užklausą šimtams šių paslaugų ir tada palyginant visus gautus atsakymus. Tai mažiausiai būtų sukėlę didelių vėlavimų atsakant į interneto naudotojų užklausas *Google* ir dėl to būtų suprastėjusi jos teikiamos paslaugos kokybė. *Google* galėjo nebent palyginti su *Universal Search* savo specialiuosius prekių rezultatus kartu su jos pačios bendraisiais rezultatais (ką ji ir darė), nes žinojo, kaip jie gaunami. Tačiau, kadangi konkurentų prekių palyginimo paslaugų specialieji rezultatai galėjo būti rodomi bendruosiuose rezultatuose tik taikant vadinamąjį „crawling“, indeksavimą ir bendrosios paieškos algoritmus, šis palyginimas su *Universal Search* neleido palyginti *Google* prekių rezultatų su tais rezultatais, kurie iš tikrųjų būtų buvę gauti teikiant konkurentų prekių palyginimo paslaugas, jeigu jos būtų tiesiogiai gavusios prekių paieškos užklausas, kurias gavo *Google*.

- 572 Vis dėlto, pirma, kiek ketvirtasis *Google* argumentas gali būti suprantamas taip, kad padidėjus veiksmingumui, susijusiam su jos paieškos paslaugos patobulinimu, techniškai nebuvo įmanoma išvengti žalingo poveikio konkurencijai, ir kad iš esmės *Google* negalėjo padaryti daugiau nei padarė siekdama pagerinti savo paieškos paslaugą, reikia konstatuoti, kad elgesys, kuriuo kaltinama *Google* ir dėl kurio daug prekių palyginimo paslaugų rezultatų buvo nukelta į blogesnę padėtį ir taip nuo jų nukreiptas naudotojų dėmesys, negalėjo padidinti veiksmingumo, pagerinant naudotojų patirtį (žr. šio sprendimo 566 ir 567 punktus) ir neatrodo, kad šis padidėjęs veiksmingumas, net darant prielaidą, kad jis padidėjo, galėtų kaip nors neutralizuoti reikšmingą faktiškai ar potencialiai žalingą šių veiksmų poveikį konkurencijai ir vartotojų gerovei apskritai (žr. šio sprendimo 568 punktą). Nesant padidėjusio veiksmingumo, neturi reikšmės ta aplinkybė, kad tai, kas buvo padaryta šiam veiksmingumui padidinti, negalėjo būti techniškai įgyvendinta kitomis priemonėmis nei veiksmai, už kuriuos Komisija nubaudė.
- 573 Antra, bet kuriuo atveju Komisija nekaltino *Google*, kad nustatydamą pažeidimą ji nepalygino savo prekių rezultatų su konkurentų prekių palyginimo paslaugų duodamais rezultatais pagal interneto naudotojų užklausas taikydama tuos pačius procesus ir metodus, visų pirma tuos pačius algoritmus, kuriuos ji naudojo specialiajai paieškai.
- 574 Komisija apgailestavo dėl to, kad *Google* netaikė tų pačių procesų ir metodų priimdama sprendimus dėl savo prekių palyginimo paslaugos ir konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatų, kurie galėjo būti rodomi jos bendrųjų rezultatų tinklalapiuose, išdėstymo ir pateikimo, visų pirma tų pačių algoritmų, kuriuos ji naudojo savo specialiosioms paieškoms.
- 575 Taigi ginčijamame sprendime Komisija neapgailestavo dėl to, kad *Google* į bendrųjų rezultatų tinklalapius neįtraukė naujo pobūdžio rezultatų, t. y. konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatų, kurie iš tikrųjų būtų pateikti, jei konkreti interneto naudotojo užklausa būtų pateikta tiesiogiai tų konkurentų specialiosios paieškos sistemoje, ir siekė tik vienodo požiūrio, kiek tai susiję su išdėstymu ir pateikimu, į abiejų rūšių *Google* rezultatus, ir nepriekaištavo dėl to, kad *Google* nepalygino savo pačios pateikiamų prekių rezultatų ir prekių rezultatų, kurie būtų pateikiami konkurentams teikiant prekių palyginimo paslaugas pagal tą pačią užklausą, teigdama, kad negalėjo jų palyginti. Beje, būtent dėl šios priežasties *Google* negali kaltinti Komisijos tuo, kad ši nepaneigė jos techninių paaiškinimų, nei, kaip ji teigė per administracinę procedūrą, skūstis, kad Komisija įpareigojo ją paversti konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatus *Google* prekių rezultatais taikant tą patį atrankos procesą ir metodus kaip ir savo pačios rezultatams.
- 576 Be to, nors *Google* negalėjo taikyti vienodų pagrindinių procesų ir metodų, kad vienodai palygintų savo prekių palyginimo paslaugos ir konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatus, visų pirma neturėdama prieigos prie konkurentų prekių palyginimo paslaugų duomenų bazės ir jų pačių prekių atrankos algoritmų, ji neįrodė, kad negalėjo taikyti šių procesų ir metodų, kuriuos taikant būtų užtikrintas vienodas požiūris į jos prekių palyginimo paslaugos ir konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatus, kalbant apie jų išdėstymą ir pateikimą.
- 577 Be to, reikia priminti, kad, kaip jau buvo pažymėta šio sprendimo 554 punkte, įmonė, kuri remiasi tokiais savo elgesio pateisinimais, turi pateikti juos įtikinamai, o tokį elgesį nagrinėjanti konkurencijos institucija neprivalo iš pradžių įrodyti, kad tokių pateisinimų nėra. Taip visų pirma yra tuo atveju, kai šis objektyvus pateisinimas yra žinomas tik nagrinėjamai įmonei arba jeigu ji gali geriau negu Komisija atskleisti šio pateisinimo buvimą ir įrodyti jo reikšmingumą (2010 m. liepos 1 d. Sprendimo *AstraZeneca / Komisija*, T-321/05, EU:T:2010:266, 686 punktas).

578 Be to, išsamumo sumetimais galima pažymėti, kad ginčijamo sprendimo 671 konstatuojamojoje dalyje Komisija vis dėlto pateikė argumentų, kuriais siekė įrodyti, kad buvo galima taikyti bendrus procesus ir metodus siekiant nuspręsti dėl *Google* prekių rezultatų ir konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatų, kurie galėjo būti rodomi bendruosiuose rezultatuose. Komisija rėmėsi *Google* pasiūlymais, pateiktais per aptarimą, skirtą užbaigti procedūrą priimant išipareigojimus, ir *Google* vidaus svarstymais. Tačiau ginčydama šiuos argumentus *Google* ieškinio 140–142 punktuose pateikia tik kontrargumentus, kuriais siekiama parodyti, kad į šias diskusijas ir svarstymus nebuvo įtrauktas konkurentų prekių palyginimo paslaugų ir *Google* prekių rezultatų rikiavimas taikant tuos pačius procesus ir metodus. Vis dėlto šie kontrargumentai nesusiję su tuo, kad *Google* tariamai negalėjo išdėstyti ir pateikti *Google* prekių rezultatų ir savo bendrųjų rezultatų, į kuriuos galėjo būti įtraukti konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatai, taikydama tuos pačius kriterijus.

579 Iš to, kas išdėstyta, matyti, kad ieškinio pirmojo pagrindo trečia dalis, kuria siekiama pateisinti *Product Universals* rodymą, turi būti atmesta.

***b) Dėl Google pateisinimų, susijusių su Shopping Units rodymu (antrojo pagrindo trečia dalis)***

***1) Šalių argumentai***

580 *Google* pateikti argumentai dėl ginčijamo sprendimo, susiję su Komisijos atliktu *Shopping Units* rodymo pateisinimų vertinimu, iš esmės nesiskiria nuo argumentų, kuriuos ji pateikė dėl *Product Universals* rodymo pateisinimų vertinimo (žr. šio sprendimo 544 ir 546 punktus).

581 Visų pirma *Google* nurodo, kad Komisija padarė tokio pat pobūdžio klaidas, kai ginčijamame sprendime nepaaiškino, kodėl nauda konkurencijai dėl *Shopping Units* rodymo neleido jį pateisinti. Šiuo klausimu, siekdama pateisinti konkurencijai naudingus savo elgesio aspektus, *Google* nurodo, kad *Shopping Units* pateikia geresnius atsakymus į prekių paieškas nei tekstiniai skelbimai.

582 Be to, dėl objektyvios būtinybės *Google* teigia, kad, kaip ir *Product Universals* atveju, dėl tų pačių priežasčių ji negalėjo *Shopping Units* rodomų savo prekių skelbimų lyginti su teikiant konkurentų prekių palyginimo paslaugas rodomais prekių skelbimais, naudodama kitokius nei savo metodus. Tačiau Komisija šio aspekto nenagrinėjo, nors privalejo tai padaryti. Ji taip pat nenurodė kitų, alternatyvių išeičių.

583 Galiausiai *Google* nurodo, kad jau įtraukė konkurentų prekių palyginimo paslaugų skelbimus į *Shopping Units*, kaip ir kitų reklamos užsakovų skelbimus. Taip ji siekia ginčyti ne vien tai, kad suteikė pranašumą savo pačios prekių palyginimo paslaugai, kaip buvo pažymėta šio sprendimo 304 punkte, bet ir siekdama pabrėžti, kad Komisija nenustatė kitų realistiškų ir įgyvendinamų išeičių, alternatyvių veiksams, kurių *Google* jau ėmėsi, kad rodytų konkurentų prekių palyginimo paslaugų skelbimus. *Google* teigia, kad paieškos sistema *Bing* veikia lygiai taip pat kaip ir jos sistema ir kad *Kelkoo* per administracinę procedūrą taip pat pasiūlė panašią išeitį, o Komisija nekritikavo tokių veikimo būdų.

584 Komisija ginčija šiuos argumentus.

## 2) Bendrojo Teismo vertinimas

- 585 Reikėtų nurodyti šio sprendimo 551–554 punktus, susijusius su pateisinimais, kuriuos dominuojančią padėtį užimanti įmonė gali pateikti dėl savo veiksmų, kuriems gali būti taikomas SESV 102 straipsnis, siekdama įrodyti, kad jis šiems veiksmams netaikomas.
- 586 Iš ginčijamo sprendimo 655–659 konstatuojamųjų dalių, esančių jo 7.5 dalyje, kurioje Komisija nagrinėja *Google* per administracinę procedūrą pateiktus argumentus dėl objektyvių pateisinimų ir padidėjusio veiksmingumo, matyti, kad *Google* pateikė tuos pačius argumentus siekdama pateisinti *Shopping Units* ir *Product Universals* rodymą. Kaip buvo pažymėta šio sprendimo 557 punkte, *Google* ieškinyje neginčija šių argumentų pateikimo. Antrojo pagrindo trečioje dalyje *Google* savo procesiniuose dokumentuose konkrečiai ginčija ginčijamame sprendime Komisijos pateiktą atsakymą bendrai dėl *Product Universals* ir *Shopping Units* į jos antrąjį ir penktąjį argumentus, iškeltus per administracinę procedūrą ir paminėtus šio sprendimo 557 punkte (ginčijamo sprendimo 656 ir 659 konstatuojamosios dalys).
- 587 Dėl antrojo argumento, kad *Google* nurodo konkurencijai naudingas savo elgesio savybes, t. y. kad *Shopping Units* išdėstymas ir pateikimas, kaip ir jų kūrimo technologijos buvo naudingos konkurencijai, užtikrinant aukščiausią jos interneto paieškos paslaugos kokybę interneto vartotojų ir pardavėjų naudai, Komisija pateikė bendrus atsakymus, susijusius su *Shopping Units* ir *Product Universals* rodymo pateisinimu.
- 588 Nėra pagrindo atlikti skirtingos analizės nei ta, kuri buvo išdėstyta šio sprendimo 559–568 punktuose. Visų pirma tai, kad, kaip teigia *Google*, *Shopping Units* pateikiami geresni atsakymai į prekių paieškas nei tekstiniuose skelbimuose, visiškai neįrodo, kad tokia nauda konkurencijai kompensuotų ar net nusvertų Komisijos nustatytą neigiamą *Google* elgesio poveikį konkurencijai. Be to, nors ieškinio priede *Google* nurodo, kad atsakymai yra svarbesni ir todėl geresnės kokybės, jeigu jie yra iš mokamų aukcionų sistemos (*Shopping Units*), nei tuo atveju, kai jie rodomi be išankstinio komercinio atlygio, kaip tai buvo *Product Universals* laikotarpiu, šis teiginys neįtikina, kad tokia sistema yra geresnė, be kita ko, nes tokia sistema siekiama sumažinti rezultatų, kurie gali būti rodomi, skaičių ir taip susiaurinti vartotojo pasirinkimą.
- 589 Dėl per administracinę procedūrą pateikto ir ieškinyje pakartoto penktojo *Google* argumento, susijusio su techniniu negalėjimu nuosekliai rikiuoti skirtingus savo pačios prekių palyginimo paslaugos ir konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatus, ir su tuo, kad net jei tai būtų buvę įmanoma, visus šiuos rezultatus tektų paversti *Google* rezultatais, Komisija pateikė tą patį atsakymą dėl pateikto pateisinimo, susijusio su *Shopping Units* skelbimų ir *Product Universals* skelbimų rodymu.
- 590 Nėra jokio pagrindo atlikti kitokios analizės nei nurodytoji šio sprendimo 569–578 punktuose. Kaip nurodyta šio sprendimo 572 punkte, *Google* neįrodo, kad *Shopping Units* paleidimas atliepia su nauda konkurencijai susijusius nuogastavimus tiek, kad padidėja veiksmingumas ir taip nusveriamas veiksmų padaryta žala konkurencijai, todėl neturi reikšmės ir tai, kad šis tariamas veiksmingumo padidėjimas nebūtų įmanomas netaikant tam tikrų aptariamų techninių suvaržymų, Komisija nereikalauja, kaip nurodyta šio sprendimo 575 ir 576 punktuose, kad *Google* taikytų konkurentų prekių palyginimo paslaugų specialiosios paieškos algoritmus ar vertintų jų rezultatus pagal savo rezultatus pagal savo algoritmus, tačiau reikalauja, kad ji išdėstytų ir pateiktų jų rezultatus nediskriminuojamai, palyginti su savo prekių palyginimo paslauga, naudodama tuos pačius pagrindinius procesus ir metodus.

- 591 Konkrečiai kalbant, tai, kad *Google* įtraukė į *Shopping Units* konkurentų prekių palyginimo paslaugų skelbimus jos prekių skelbimų kūrimui įprastai naudojamu būdu, kaip ji nurodo ieškinio 199 punkte, be kita ko, su sąlyga, kad, kaip pabrėžia Komisija, pačių šių prekių palyginimo paslaugų teikėjai taps prekių pardavėjais, visiškai neįrodo, kad, kiek tai susiję su prekių palyginimo paslaugomis, tai buvo vienintelis įmanomas padaryti dalykas. Iš tiesų tai visiškai neįrodo, kad buvo techniškai neįmanoma nediskriminacinėmis sąlygomis užtikrinti konkurentų prekių palyginimo paslaugų skelbimų įtraukimo į *Shopping Units* arba lygiaverčius „boxes“, kalbant apie išdėstymą ir pateikimą, nesant reikalo šiems prekių palyginimo paslaugų teikėjams patiems pardavinėti atitinkamas prekes ir nesant reikalo rengti šių reklamos skelbimų taip, kaip yra rengiami *Google* prekių skelbimai. Komisija teisingai padarė tokias išvadas ginčijamo sprendimo 671 konstatuojamojoje dalyje. Reikia dar kartą priminti, kaip tai jau buvo padaryta šio sprendimo 554 punkte, kad būtent įmonė, kuri remiasi objektyviais savo elgesio pateisinimais, turi pateikti juos įtikinamai, o ne šį elgesį nagrinėjanti konkurencijos institucija turi iš pradžių įrodyti, kad tokio pateisinimo nėra.
- 592 Taigi *Google* negali pagrįstai teigti, kad, atsižvelgiant į jos taikytą konkurentų prekių palyginimo paslaugų skelbimų įtraukimo į *Shopping Units* metodą, Komisija nenustatė kitų realistiškų ir įgyvendinamų galimybių skelbti tokius skelbimus. *Google* pateiktus objektyvius pateisinimus, atsižvelgiant į jiems pagrįsti pateiktus argumentus, galima paneigti, o Komisija neprivalo, pati pateikdama kitą konkurentų prekių palyginimo paslaugų įtraukimo į *Shopping Units* metodą, įrodyti, kad nagrinėjamas elgesys negalėjo būti pateisinamas techniniais suvaržymais. Be to, *Google* neįrodė, kad vienintelis būdas užtikrinti vienodą požiūrį *Shopping Units* yra paversti konkurentų prekių palyginimo rezultatus *Google* rezultatais. Be to, atsakydama į Bendrojo Teismo raštu pateiktus klausimus, susijusius su ginčijamo sprendimo įgyvendinimu, palyginti su jos siūlytais išipareigojimais, *Google* parodė, kad ji gali integruoti konkurentų prekių palyginimo rezultatus į *Shopping Units*, juos identifikuodama kaip tokius.
- 593 Galiausiai reikia pridurti, kad ginčijamame sprendime nėra jokios informacijos, kuri leistų manyti, jog Komisija galiausiai netiesiogiai patvirtino konkurentų prekių palyginimo paslaugų įtraukimo į *Shopping Units* metodą, kurį *Google* įgyvendino, nes paieškos sistema *Bing* veikė panašiai arba todėl, kad *Kelkoo* pasiūlė panašų sprendimą.
- 594 Be to, kaip pažymėta šio sprendimo 353 punkte, *Google* savo procesiniuose dokumentuose neįrodo, kad taikė *Kelkoo* pasiūlytą metodą.
- 595 Iš to, kas išdėstyta, matyti, kad antrojo pagrindo trečia dalis, kuria siekiama pateisinti *Shopping Units* rodymą, turi būti atmesta.

## **5. Išvada dėl pagrindinių reikalavimų**

- 596 Išnagrinėjus ieškinio pagrindus, susijusius su SESV 102 straipsnio pažeidimo konstatavimu ginčijamo sprendimo 1 straipsnyje, darytina išvada, kad šį konstatavimą reikia patvirtinti, kiek jis susijęs su piktnaudžiavimu dominuojančia padėtimi nacionalinėse prekių specialiosios paieškos rinkose toje nuostatoje nurodytose trylikoje valstybių. Vis dėlto reikia panaikinti šio straipsnio dalį, susijusią su piktnaudžiavimu dominuojančia padėtimi nacionalinėse paieškos rinkose, atsižvelgiant į tai, kad šiose rinkose daromas antikonkurencinis poveikis.

597 Kadangi Komisija padarė teisingą išvadą, kad *Google* piktnaudžiavo dominuojančia padėtimi nacionalinėse prekių specialiosios paieškos rinkose, ieškinys turi būti atmestas, kiek juo taip pat prašoma panaikinti ginčijamo sprendimo 3–5 straipsnius, kuriais *Google* įpareigojama nutraukti 1 straipsnyje konstatuotą pažeidimą, įpareigojant ją informuoti Komisiją apie priemones, kurių imtasi šiuo tikslu, ir numatant periodinę baudą už šių įpareigojimų nesilaikymą.

## C. Dėl papildomų reikalavimų, susijusių su baudos principu ir dydžiu

### 1. Dėl šeštojo pagrindo pirmos dalies, susijusios su galimybe skirti piniginę baudą

#### a) Šalių argumentai

598 *Google* teigimu, net jei būtų pripažinta, kad pažeidimas konstatuotas pagrįstai, Komisija neturėjo skirti sankcijos dėl trijų priežasčių: tai pirmas kartas, kai Komisija elgesį, kuriuo siekta pagerinti kokybę, pripažino piktnaudžiavimu; Komisija nusprendė šioje byloje taikyti įsipareigojimų procedūrą ir per administracinę procedūrą atmetė taisomąsias priemones, kurių ji dabar reikalauja ginčijamame sprendime. CCIA teigia, kad tokia „stratosferinė“ piniginė bauda kaip ta, kuri paskirta *Google*, kuri iš pirmo žvilgsnio, atsižvelgiant į precedentes ir jurisprudenciją, nepažeidė konkurencijos taisyklių, kelia problemų visam pramonės sektoriui ir sukelia neigiamų pasekmių įmonių paskatoms diegti inovacijas.

599 Konkrečiai kalbant, pabrėždama, kad Komisijos jai skirta bauda buvo didžiausia iš kada nors skirtųjų už antikonkurencinius veiksmus, *Google*, palaikoma CCIA, primena, kad Komisija įmonei gali skirti baudą tik tuo atveju, jeigu ši tyčia ar dėl neatsargumo pažeidė SESV 101 ar 102 straipsnius. Tam reikėjo, kad *Google* negalėtų nežinoti apie savo veiksmų antikonkurencinį tikslą. Šiuo klausimu ji remiasi, be kita ko, 1989 m. liepos 11 d. Sprendimu *Belasco ir kt. / Komisija* (246/86, EU:C:1989:301, 41 punktą). Tačiau ginčijamame sprendime nėra jokios informacijos, kuri būtų leidusi *Google* nustatyti, kad jos atliekami savo paslaugų pagerinimai buvo neteisėti ir kad dėl to jie turėjo būti pašalinti arba turėjo būti sudaryta galimybė jais naudotis konkurentams, juo labiau kad prie ginčijamo sprendimo pridėtame pranešime spaudai Komisija nurodė, jog tai yra „precedentas, nustatantis tokio pobūdžio elgesio teisėtumo vertinimo pagrindą“. Todėl jos net negalima kaltinti neatsargumu. Šiuo klausimu CCIA remiasi, be kita ko, 2019 m. sausio 22 d. Komisijos sprendimu dėl procedūros pagal SESV 101 straipsnį ir EEE susitarimo 53 straipsnį (AT.40049 *MasterCard II*), kuriame pripažinta, kad *MasterCard* galėjo pagrįstai nežinoti apie savo veiksmų antikonkurencinį pobūdį prieš Komisijai priimant kitos tarpbankinių mokėjimų kortelėmis sistemos *Visa* įsipareigojimus, susijusius su analogišku elgesiu. *Google* teigia, kad ankstesnėse bylose Komisija nusprendė, jog sankcijos nėra tinkamos, jeigu nustatoma nauja „piktnaudžiavimo teorija“ arba jeigu nacionalinių teismų jurisprudencija dėl nagrinėjamų veiksmų yra nevienoda. Tačiau keliuose nacionalinių administracinių institucijų ar teismų sprendimuose, kuriuos nurodo *Google*, konstatuota, kad jos elgesys yra teisėtas. Tai, kad Komisija nagrinėja elgesį, kuriuo kaltinama *Google*, kvalifikavo kaip piktnaudžiavimą vienoje rinkoje užimama dominuojančia padėtimi, nukreiptą į kitą rinką, patenkantį į piktnaudžiavimo svertą poveikiu sąvoką, nereiškia, kad ginčijamas sprendimas nėra naujoviškas, nes ši sąvoka gali apimti labai skirtingas situacijas.

600 Tai, kad byloje iš pradžių buvo pradėta įsipareigojimų priėmimo procedūra, reiškia, kad byloje nebuvo tinkama skirti sankciją, kaip matyti iš Reglamento Nr. 1/2003 13 konstatuojamosios dalies, Komisijos pranešimo, kuriame pristatyta tokio pobūdžio procedūra, ir Komisijos

Konkurencijos generalinio direktorato (GD) procedūros vadovo, prieinamo šio GD interneto svetainėje. Komisijos galimybės grįžti prie klasikinės procedūros, jei išipareigojimų priėmimo procedūra pasirodytų neperspektyvi, nereikia painioti su klausimu, ar už nagrinėjamą elgesį verta skirti sankciją. Dublike *Google* priduria, kad bent jau reikėjo pateikti paaiškinimų šiuo klausimu. CCIA nuomone, ginčijamas sprendimas šiuo klausimu nepakankamai motyvuotas.

- 601 Galiausiai Komisija administracinės procedūros dalyviams iš pradžių nurodė, kad, remiantis Sąjungos konkurencijos taisyklėmis, *Google* neįmanoma įpareigoti padaryti tai, ko iš jos galiausiai buvo pareikalauta ginčijamame sprendime, t. y. naudoti tuos pačius procesus ir metodus jos pačios prekių palyginimo paslaugos ir konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatų rodymui jos bendrųjų rezultatų tinklalapiuose. Iš esmės tai taip pat rodo, kad *Google* negalėjo žinoti, jog ji pažeidžia Sąjungos konkurencijos taisykles, nes Komisija tam tikrą laiką teigė, kad taip nėra.
- 602 Visų pirma Komisija, kaip ir Vokietijos Federacinė Respublika, teigia, kad teisinėje analizėje, kuria grindžiamas ginčijamas sprendimas, nėra nieko naujo. Piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi rinkoje nustatymas siekiant išplėsti šią padėtį į gretimas rinkas nėra naujas dalykas ir *Google* painioja naujų principų nustatymą ir nusistovėjusių principų taikymą naujiems veiksams. Daugumos bylų, atskleidžiančių tokių piktnaudžiavimą, aplinkybės buvo sudėtingos, kaip ir šios bylos, tačiau tai nesutrukdė Sąjungos teismams patvirtinti tose bylose skirtų didelių piniginių sankcijų. Priešingai, nei buvo tam tikrose CCIA nurodytose bylose, šioje byloje nebuvo jokių neaiškumų, susijusių su teisiniu kriterijumi, taikytinu *Google* elgesio vertinimui prieš priimančią ginčijamą sprendimą. Bet kuriuo atveju tai, kad pažeidėjas subjektyviai žinojo apie piktnaudžiavimą elgesio pobūdį, nėra galimybės skirti jam sankciją sąlyga.
- 603 Be to, kadangi Komisija turi diskreciją rinktis, ar nagrinėti bylą taikant išipareigojimų priėmimo procedūrą be sankcijos, ar klasikinę procedūrą ir kadangi ji turėjo daug priežasčių grįžti prie klasikinės procedūros, kaip paaiškinta ginčijamo sprendimo 123 ir paskesnėse konstatuojamosiose dalyse, ji atgavo teisę skirti piniginę baudą. Be to, informacija, kurią *Google* pateikė vykstant susirašinėjimui dėl išipareigojimų priėmimo, priešingai, nei teigia Komisija, niekaip nepalengvino Komisijos užduoties kvalifikuoti pažeidimą, o tai priešingu atveju būtų galėję turėti įtakos sankcijai. *Google* aiškiai neigė bet kokią pažeidimą.
- 604 Galiausiai Komisija iš esmės teigia, kad to, ką ji administracinės procedūros etapu nurodė kaip preliminarį išvadą, nebuvo galima reikalauti iš *Google*, t. y. bendruosiuose rezultatuose vienodai rikiuoti visus prekių palyginimo paslaugų rezultatus, įskaitant pačios *Google* rezultatus, neatitinka to, ką ji vėliau uždraudė, nes nusprendė, kad tai yra piktnaudžiavimas, t. y. teikiamas pranašumas jos pačios prekių palyginimo paslaugai, palyginti su kitomis paslaugomis jos bendrųjų rezultatų tinklalapiuose. Net jei už konkurencijos klausimus atsakingo buvusio Komisijos nario pozicijas, kurias nurodė *Google*, būtų galima aiškinti kitaip, tai būtų asmeninės jo pozicijos, kurios neįpareigotų Komisijos.

#### **b) Bendrojo Teismo vertinimas**

- 605 Pirmiausia reikia priminti, kad Bendrasis Teismas turi neribotą jurisdikciją dėl piniginių baudų, kurias Komisija paskyrė už SESV 101 ir 102 straipsnių pažeidimą, pagal SESV 261 straipsnį grindžiamų Reglamento Nr. 1/2003 31 straipsniu. Be teisėtumo kontrolės, leidžiančios tik atmesti ieškinį dėl panaikinimo arba panaikinti ginčijamą aktą, ši neribota jurisdikcija suteikia Bendrajam Teismui teisę pakeisti ginčijamą aktą net jo nepanaikinus, siekiant, pavyzdžiui, pakeisti baudos dydį, siekiant jį sumažinti arba padidinti (2009 m. rugsėjo 3 d. Sprendimo *Prym ir Prym Consumer* / Komisija, C-534/07 P, EU:C:2009:505, 86 punktą; šiuo klausimu taip pat žr. 1957 m.

gruodžio 3 d. Sprendimo *ALMA / Vyriausioji valdyba*, 8/56, EU:C:1957:12, p. 191 ir 2007 m. vasario 8 d. Sprendimo *Groupe Danone / Komisija*, C-3/06 P, EU:C:2007:88, 60–63 punktus). Tokiomis aplinkybėmis Bendrasis Teismas prireikus gali pateikti kitokį vertinimą nei tas, kurį Komisija pateikė ginčijamame sprendime, kiek tai susiję su *Google* skirta pinigine bauda.

- 606 *Google* kaip pirmąjį argumentą, kuriuo ji siekia užginčyti jai paskirtą piniginę baudą, iš esmės nurodo, kad, atsižvelgiant į ginčijamame sprendime pateiktos analizės dėl elgesio, kuriuo ji kaltinama, naujumą, ji negalėjo tyčia ar dėl neatsargumo pažeisti SESV 102 straipsnio, o tai reiškia, kad ji negali būti baudžiama.
- 607 Pagal Reglamento 1/2003 23 straipsnio 2 dalies a punktą Komisija savo sprendimu gali skirti baudas įmonėms, jei jos tyčia ar dėl neatsargumo pažeidžia SESV 102 straipsnio nuostatas.
- 608 Kabant apie tai, ar pažeidimai buvo padaryti tyčia, ar dėl neatsargumo, pagal jurisprudenciją, kad pažeidimas laikomas padarytu tyčia, jei aptariama įmonė negali nežinoti apie tai, kad jos elgesys prieštarauja konkurencijai (šiuo klausimu žr. 1978 m. vasario 1 d. Sprendimo *Miller International Schallplatten / Komisija*, 19/77, EU:C:1978:19, 18 punktą; 1983 m. lapkričio 8 d. Sprendimo *IAZ International Belgium ir kt. / Komisija*, 96/82–102/82, 104/82, 105/82, 108/82 ir 110/82, EU:C:1983:310, 45 punktą ir 2014 m. liepos 10 d. Sprendimo *Telefónica ir Telefónica de España / Komisija*, C-295/12 P, EU:C:2014:2062, 156 punktą). Vis dėlto įmonė taip pat gali būti nubausta, jei ji padarė SESV 102 straipsnio pažeidimą dėl neatsargumo, o pasirinkimas tarp antrojo atvejo, kai gali būti skirta bauda, ir pirmojo atvejo yra alternatyva (šiuo klausimu žr. 1996 m. kovo 25 d. Nutarties *SPO ir kt. / Komisija*, C-137/95 P, EU:C:1996:130, 53–57 punktus).
- 609 Ginčijamo sprendimo 723–729 konstatuojamosiose dalyse siekdama įrodyti, kad *Google* tyčia ar dėl neatsargumo pažeidė SESV 102 straipsnį, Komisija nurodė, kad *Google* negalėjo nežinoti, pirma, jog užima dominuojančią padėtį atitinkamose nacionalinėse bendrosios paieškos rinkose ir, antra, kad jos elgesys yra piktnaudžiavimas šia dominuojančia padėtimi. Komisija pridūrė, kad tai, jog konkretus nagrinėjamų veiksmų pobūdis nebuvo ankstesnių sprendimų dalykas, netrukdo skirti baudos. Dėl teiginio, kad *Google* negalėjo nežinoti apie piktnaudžiaujamą savo elgesio pobūdį, Komisija motyvavo savo teiginį, nurodydama, kad dominuojančios padėties vienoje ar keliose susijusiose rinkose naudojimas siekiant išplėsti šią padėtį į vieną ar kelias susijusias rinkas yra nusistovėjusi piktnaudžiavimo forma, kuria nukrypsta nuo nuopelnais paremtos konkurencijos. Darydama nuorodą į ginčijamo sprendimo 334 konstatuojamąją dalį ji, be kita ko, rėmėsi 1985 m. spalio 3 d. Sprendimu *CBEM* (311/84, EU:C:1985:394, 27 punktą), 1996 m. lapkričio 14 d. Sprendimu *Tetra Pak / Komisija* (C-333/94 P, EU:C:1996:436, 25 punktą), 2011 m. vasario 17 d. Sprendimu *TeliaSonera Sverige* (C-52/09, EU:C:2011:83, 85 punktą), 1999 m. spalio 7 d. Sprendimu *Irish Sugar / Komisija* (T-228/97, EU:T:1999:246, 166 punktą) ir 2007 m. rugsėjo 17 d. Sprendimu *Microsoft / Komisija* (T-201/04, EU:T:2007:289, 1344 punktą). Komisija taip pat pabrėžė, kad 2013 m. kovo 13 d. nusiuntė *Google* išankstinį vertinimą, kuriame nurodė, kaip jos elgesys pažeidžia SESV 102 straipsnį.
- 610 Šio sprendimo 609 punkte nurodyti sprendimai, aiškinant juos pagal jų aplinkybes, išties neleidžia, kaip matyti iš šio sprendimo 162 ir 163 punktų, spręsti, kad bet koks naudojimasis dominuojančia padėtimi rinkoje siekiant išplėsti šią dominuojančią padėtį į vieną ar daugiau susijusių rinkų yra nusistovėjusi piktnaudžiavimo forma. Kiekvienoje iš aptariamų bylų buvo nuspręsta, kad nuopelnais paremtai konkurencijai nepriskiriamas tam tikro pobūdžio elgesys, kuris skyrėsi nuo *Google* elgesio, pavyzdžiui, teisinė monopolija, susieti pardavimai ir grobuoniškos kainos, „maržų mažinimas“, diskriminacinės kainos, klientų lojalumo užtikrinimas arba atsisakymas užtikrinti informacinių technologijų sistemų sąveiką. Be to, šių sprendimų punktuose, kuriuos mini

Komisija, pažymėta tik tai, kad piktnaudžiavimas dominuojančia padėtimi gali būti, net jei šis piktnaudžiavimas turi poveikį kitoje rinkoje nei ta, kurioje užimama dominuojanti padėtis, arba jei jis turi poveikį rinkoje, kurioje dominuojama, nors nagrinėjami veiksmai buvo vykdomi kitoje rinkoje, arba jei aptariamais veiksmais vykdomi ir jų poveikis atsiranda tik kitoje rinkoje nei ta, kurioje dominuojama. Galimybė prireikus pagal SESV 102 straipsnį nustatyti piktnaudžiavimą kitoje rinkoje nei ta, kurioje užimama dominuojanti padėtis, nereiškia, kad visi veiksmai, kuriais įmonė naudojasi dominuojančia padėtimi rinkoje siekdama išsiplėsti į kitą rinką, neišvengiamai yra antikonkurencinio pobūdžio. Kaip priminta šio sprendimo 162 punkte, vien įmonės dominuojančios padėties išplėtimas į gretimą rinką pats savaime negali būti elgesio, kuriuo nukrypstama nuo „normalios konkurencijos“, įrodymas, kaip tai suprantama pagal 2012 m. kovo 27 d. Sprendimą *Post Danmark* (C-209/10, EU:C:2012:172, 24 punktą ir jame nurodyta jurisprudencija), net jei dėl tokio išplėtimo konkurentai išnyktų arba būtų išstumti.

- 611 Be to, kadangi buvo nustatyta, kad *Google* pažeidimas septyniose iš atitinkamų šalių i pradėtas anksčiau nei 2013 m. kovo mėn., Komisijos argumentas, kad ji informavo *Google* apie antikonkurencinį jos elgesio pobūdį jai atsiųstame išankstiniame vertinime, yra nepakankamas laiko atžvilgiu, kiek tai susiję su laikotarpiu iki 2013 m. kovo mėn.
- 612 Vis dėlto pagal suformuotą jurisprudenciją, neatsižvelgiant į tai, dėl kokių priežasčių įmonė užima dominuojančią padėtį rinkoje, net jei ji užima šią padėtį dėl savo prekių ir paslaugų kokybės, šią padėtį užimanti įmonė turi ypatingą pareigą savo elgesiu nepažeisti veiksmingos ir neiškraipytos konkurencijos vidaus rinkoje (šiuo klausimu žr. 1983 m. lapkričio 9 d. Sprendimo *Nederlandsche Banden-Industrie-Michelin / Komisija*, 322/81, EU:C:1983:313, 57 punktą ir 2011 m. vasario 17 d. Sprendimo *TeliaSonera Sverige*, C-52/09, EU:C:2011:83, 24 punktą).
- 613 Taigi dominuojančiai įmonei SESV 102 straipsnio taikymo srityje numatyti tam tikri apribojimai, kurie tokia forma nėra taikomi kitoms įmonėms. Veiksmai, kurie normaliomis konkurencijos sąlygomis yra teisėti, gali būti piktnaudžiavimas, jei jų imasi įmonė, rinkoje užimanti dominuojančią padėtį (generalinės advokatės J. Kokott išvados byloje *Post Danmark*, C-23/14, EU:C:2015:343, 25 punktą; šiuo klausimu taip pat žr. 2000 m. kovo 16 d. Sprendimo *Compagnie maritime belge transports ir kt. / Komisija*, C-395/96 P ir C-396/96 P, EU:C:2000:132, 131 punktą).
- 614 Be to, iš suformuotos jurisprudencijos aišku, kad, kaip teigia Komisija ir Vokietijos Federacinė Respublika, dėl dominuojančios padėties vienoje rinkoje gali būti konstatuotas nesąžiningas naudojimasis šia padėtimi kitoje rinkoje dėl atitinkamos įmonės veiksmų, kuriais kitoje rinkoje iškraipoma konkurencija (šiuo klausimu žr. 1974 m. kovo 6 d. Sprendimo *Istituto Chemioterapico Italiano ir Commercial Solvents / Komisija*, 6/73 ir 7/73, EU:C:1974:18, 25 punktą ir 1985 m. spalio 3 d. Sprendimo *CBEM*, 311/84, EU:C:1985:394, 25 ir 26 punktus).
- 615 Šio pobūdžio situacijas Komisija aptaria savo Gairėse dėl SESV 102 straipsnio taikymo dominuojančių įmonių piktnaudžiaujamam antikonkurenciniam elgesiui, remdamasi daugeliu Teisingumo Teismo ir Bendrojo Teismo sprendimų (konkrečiai žr. 52 ir paskesnius punktus). Tose gairėse Komisija, pavyzdžiui, nagrinėja pardavimų susiejimą ir sujungimą, nurodydama, kad tai yra įprasta praktika, kuria paprastai siekiama pasiūlyti klientams geresnius produktus ar ekonomiškесnius sprendimus. Vis dėlto ji nurodo, kad tokia dominuojančią padėtį užimančios įmonės praktika gali pakenkti vartotojui, jei dėl tokio pobūdžio pardavimų rinkoje būtų ribojamos naudojimo galimybės ir pažeidžiant konkurenciją iš jos būtų išstumiami konkurentai.

- 616 Atsižvelgiant į tai, kas nurodyta pirmiau, atrodo, jog dėl to, kad *Google* žinojo apie savo dominuojančią padėtį bendrosios paieškos rinkose EEE ir savo bendrųjų rezultatų tinklalapiuose teikė pranašumą savo pačios prekių palyginimo paslaugai, palyginti su konkurentų prekių palyginimo paslaugomis, ir toks elgesys nebuvo visai normalus, kaip konstatuota šio sprendimo 179 punkte, ir, kad taip pat žinodama, kad šie tinklalapiai yra svarbūs kaip duomenų srauto šaltinis prekių palyginimo paslaugų teikėjams, *Google* turėjo žinoti, kad savo elgesiu ji pažeidžia vienodas įvairių ekonominės veiklos vykdytojų galimybes, kuriomis užtikrinama neiškraipytos konkurencijos sistema (žr. šio sprendimo 180 punkto pabaigoje nurodytą jurisprudenciją), ir kad toks elgesys galėjo išstumti jos konkurentus arba apriboti konkurenciją kai kuriose specialiosios prekių paieškos rinkose EEE. Taigi *Google* sąmoningai ėmėsi antikonkurencinių veiksmų, kaip nurodyta šio sprendimo 608 punkte paminėtoje jurisprudencijoje, kurie galėjo būti laikomi piktnaudžiavimu dominuojančia padėtimi. Reikia konstatuoti, kad todėl šis pažeidimas buvo padarytas tyčia, taip pat prieš *Google* gaunant pirminį vertinimą 2013 m. kovo mėn., kuriame Komisija nurodė, kaip *Google* elgesys galėjo pažeisti SESV 102 straipsnį.
- 617 Gavus tokį vertinimą, pažeidimas juo labiau buvo tęsiamas tyčia. *Google* išties neginčija, kad tame vertinime, kaip nurodyta ginčijamo sprendimo 63 konstatuojamojoje dalyje, Komisija nurodė *Google*, kad tai, jog ji savo bendrųjų rezultatų tinklalapiuose suteikė pranašumą nuorodoms į savo pačios specialiosios paieškos paslaugas, palyginti su nuorodomis į konkurentų specialiosios paieškos paslaugas, gali būti SESV 102 straipsnio ir EEE susitarimo 54 straipsnio pažeidimas (šiuo klausimu žr. 2011 m. balandžio 14 d. Sprendimo *Visa Europe ir Visa International Service / Komisija*, T-461/07, EU:T:2011:181, 250–252 punktus). Nepaisiusi Komisijos nuogastavimų dėl jos prekių palyginimo paslaugos, *Google* būtų turėjusi dar mažiau priežasčių teigti, jog yra įsitikinusi, kad jos veiksmai atitinka SESV 102 straipsnyje nustatytas taisykles (šiuo klausimu žr. 2003 m. gruodžio 17 d. Sprendimo *British Airways / Komisija*, T-219/99, EU:T:2003:343, 314 punktą). Taigi Komisija buvo tokioje situacijoje, kai galėjo skirti sankciją, nebent to būtų neleidusios ypatingos aplinkybės.
- 618 Tai, kad dėl konkretaus pobūdžio elgesys, kuriuo kaltinama *Google*, iki ginčijamo sprendimo dar nebuvo nagrinėtas sprendime, kuriame buvo taikomos ES konkurencijos taisyklės, ką Komisija pripažino, viešai pareiškdamą spaudos pranešime, kuriuo paskelbta apie ginčijamą sprendimą, kad tai yra „precedentas, kuriuo nustatytas tokio pobūdžio elgesio teisėtumo vertinimo pagrindas“, nereiškia, kad *Google* negalėjo numatyti pažeidimo konstatavimo arba sankcijos, atsižvelgiant į tai, kas nurodyta šio sprendimo 612–616 punktuose (šiuo klausimu žr. 2016 m. rugsėjo 8 d. Sprendimo *Lundbeck / Komisija*, T-472/13, EU:T:2016:449, 761–767 punktus).
- 619 Tas pats pasakytina apie Komisijos ginčijamą galimą aplinkybę, kad tam tikru procedūros etapu ji galėjo nurodyti, jog negali įpareigoti *Google* įgyvendinti savo veiksmų pakeitimų, kuriuos ji galiausiai įpareigojo atlikti. Šiuo procedūros etapu, kai Komisija planavo priimti *Google* įpareigojimus ir atmesti jai pateiktus skundus, tai galėjo būti tik laikina pozicija ir, be to, negali pateisinti to, kad *Google* negalėjo numatyti nei pažeidimo konstatavimo, nei sankcijos, atsižvelgiant į šio sprendimo 612–616 punktuose nurodytus aspektus.
- 620 Nors bausmių ir sankcijų teisėtumo principo, įtvirtinto, be kita ko, Europos Sąjungos pagrindinių teisių chartijos 49 straipsnyje, turi būti laikomasi taikant Reglamento Nr. 1/2003 nuostatas, kuriose numatytos sankcijos už SESV 101 ir 102 straipsniuose nustatytų konkurencijos taisyklių pažeidimus (šiuo klausimu žr. 2014 m. liepos 10 d. Sprendimo *Telefónica ir Telefónica de España / Komisija*, C-295/12 P, EU:C:2014:2062, 146–149 punktus), šis principas negali būti aiškinamas kaip draudžiantis laipsnišką baudžiamosios atsakomybės taisyklių aiškinimą, kurį teismas atlieka vienoje ar kitoje byloje pateikdamas išaiškinimą, jeigu tokio išaiškinimo rezultatai

vykdant pažeidimą galima protingai numatyti, atsižvelgiant į tuo metu jurisprudencijoje dėl nagrinėjamos įstatymo nuostatos pateikiamą išaiškinimą (žr. 2015 m. spalio 22 d. Sprendimo *AC-Treuhand / Komisija*, C-194/14 P, EU:C:2015:717, 41 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

- 621 *Google*, šiuo klausimu palaikoma CCIA, kaip antrąjį argumentą, siekdama užginčyti jai skirtą piniginę sankciją, iš esmės nurodo nevienodą požiūrį, palyginti su kitomis bylomis, kuriose konkurencijos normas pažeidusios įmonės nebuvo nubaustos, kadangi nežinojo, kad pažeidžia šias taisykles, arba dėl ankstesnių neaiškumų dėl pažeidimo buvimo todėl, kad skirtingos nacionalinės valdžios institucijos skirtingai vertino pažeidimą.
- 622 Vienodo požiūrio principas yra bendrasis Sąjungos teisės principas, įtvirtintas Pagrindinių teisių chartijos 20 ir 21 straipsniuose. Remiantis suformuota jurisprudencija, pagal šį principą reikalaujama, kad panašios situacijos nebūtų vertinamos skirtingai, o skirtingos – vienodai, nebent toks vertinimas būtų objektyviai pagrįstas (2014 m. lapkričio 12 d. Sprendimo *Guardian Industries ir Guardian Europe / Komisija*, C-580/12 P, EU:C:2014:2363, 51 punktas ir 2017 m. sausio 26 d. Sprendimo *Roca / Komisija*, C-638/13 P, EU:C:2017:53, 65 punktas).
- 623 Vis dėlto iš jurisprudencijos taip pat matyti, kad palyginimas su kitais Komisijos sprendimais, kuriais paskirtos baudos, gali būti svarbus atsižvelgiant į vienodo požiūrio principo laikymąsi tik tuo atveju, jei įrodoma, kad bylų, susijusių su tais kitais sprendimais, aplinkybės, kaip antai rinkos, prekės, šalys, įmonės ir aptariami laikotarpiai, yra panašios į šios bylos aplinkybes. Iš jurisprudencijos taip pat matyti, kad palyginimui reikia remtis to paties laikotarpio sprendimais (2011 m. kovo 24 d. Sprendimo *IMI ir kt. / Komisija*, T-378/06, nepaskelbtas Rink., EU:T:2011:109, 42 punktas ir 2012 m. birželio 27 d. Sprendimo *YKK ir kt. / Komisija*, T-448/07, nepaskelbtas Rink., EU:T:2012:322, 151 punktas).
- 624 Net neatsižvelgiant į šį antrąjį – laiko – veiksnį, reikia pažymėti, kad 2014 m. balandžio 29 d. Komisijos sprendimas C(2014) 2892 *final*, skirtas *Motorola Mobility LLC*, dėl procedūros pagal SESV 102 straipsnį ir EEE susitarimo 54 straipsnį (byla AT.39985 – *Motorola* – GPRS esminių standartų patentų galiojimo užtikrinimas), 2004 m. birželio 2 d. Komisijos sprendimas dėl procedūros pagal EB sutarties 82 straipsnį (byla COMP/38.096, *Clearstream* (Kliringas ir atsiskaitymai)], 2003 m. rugpjūčio 27 d. Komisijos sprendimas dėl procedūros pagal EB sutarties 82 straipsnį (COMP/37.685 GVG/FS), 2019 m. sausio 22 d. Komisijos sprendimas C(2019) 241 *final* dėl procedūros pagal SESV 101 straipsnį ir EEE susitarimo 53 straipsnį (AT.40049, *MasterCard II*), ir 2001 m. liepos 25 d. Komisijos sprendimas dėl procedūros pagal EB sutarties 82 straipsnį (COMP/C-1/36.915 – *Deutsche Post AG* – Tarpvalstybinio pašto perėmimas), kuriuos nurodė *Google* arba CCIA, buvo susiję su visiškai kitokiais sektoriais ir problemomis nei keliamos šioje byloje: atitinkamai su telekomunikacijų technologijų sektoriumi, kuriame kilo problemų, susijusių su patento buvimu ir ieškiniu teismui dėl įpareigojimo nutraukti vienos iš šių technologijų naudojimą; su kliringo ir atsiskaitymų pagal sandorius dėl vertybinių popierių sektoriumi, kai atsisakoma teikti paslaugas ir taikomos diskriminacinės kainos; su tarptautinio keleivinio geležinkelių transporto sektoriumi ir problemomis, susijusiomis su atsisakymu pateikti informaciją, kuri leistų prieigą prie tinklo, įsteigiant tarptautinę geležinkelio įmonių grupę; su mokėjimų banko kortelėmis tarp skirtingų EEE šalių sektoriumi, kai iškilo kainų nustatymo problemų, susijusių su tarpbankiniais mokesčiais, ir su pašto sektoriumi, kai kilo problemų, susijusių su vadinamąja „tarptautinio pašto persiuntimo“ arba „nukreiptojo vidaus pašto“ praktika. Daugelio kitų sprendimų, kuriais remiasi *Google*, aplinkybės taip pat nėra panašios į šios bylos aplinkybes, ir *Google* negali to pagrįstai ginčyti, nes iš esmės teigia, kad ginčijamas sprendimas yra „pirmasis“.

- 625 Kalbant apie sprendimus, kurių aplinkybės nėra panašios, reikia pažymėti, kad Komisijos ankstesnių sprendimų praktika nėra teisinis pagrindas skirti baudas konkurencijos srityje, nes šioje srityje Komisija turi didelę diskreciją ir įgyvendindama šią diskreciją nėra saistoma savo anksčiau pateiktų vertinimų (šiuo klausimu žr. 2009 m. rugsėjo 24 d. Sprendimo *Erste Group Bank ir kt. / Komisija*, C-125/07 P, C-133/07 P, C-135/07 P ir C-137/07 P, EU:C:2009:576, 123 punktą).
- 626 Todėl tai, kad tam tikruose ankstesniuose sprendimuose Komisija, konstatavusi Sąjungos konkurencijos taisyklių pažeidimą, galėjo nuspręsti, kad baudą skirti netikslinga, pavyzdžiui, dėl to, kad nagrinėjamas elgesys buvo nustatytas pirmą kartą arba dėl to, kad nacionalinės administracinės valdžios institucijos ar teismai nusprendė kitaip, nėra privaloma jai nei juo labiau Bendrajam Teismui.
- 627 Šiomis aplinkybėmis reikia pabrėžti, kad, kaip priminta šio sprendimo 608 punkte, galima teigti, kad Sąjungos konkurencijos taisyklių pažeidimas padarytas tyčia, jei atitinkama įmonė negalėjo nežinoti apie savo veiksmų antikonkurencinį pobūdį, ir tokiu atveju ji gali būti nubausta už padarytą pažeidimą.
- 628 Be to, nei Reglamente Nr. 1/2003, nei gairėse nėra jokios informacijos, kuri rodytų, kad Komisija, kaip teigia *Google*, turėtų nebausti už Sąjungos konkurencijos taisykles pažeidžiantį elgesį „pirmą kartą“, jei jo pobūdis ar tikslas nėra antikonkurencinis. Reikšmingas teisinis kriterijus, kaip priminta šio sprendimo 607 punkte, yra tas, ar nustatytas pažeidimas buvo padarytas tyčia, ar dėl neatsargumo.
- 629 Vadinasi, tai, kad nustatytas piktnaudžiavimas susijęs su situacija, kuriai dar niekada nebuvo taikytos Sąjungos konkurencijos taisyklės, yra aplinkybė į kurią atsižvelgtina vertinant sankciją, tačiau ši aplinkybė netrukdo jos skirti (šiuo klausimu žr. 1991 m. liepos 3 d. Sprendimo *AKZO / Komisija*, C-62/86, EU:C:1991:286, 163 punktą).
- 630 Tokiomis aplinkybėmis ankstesni Komisijos sprendimai, kuriais rėmėsi *Google* ir CCIA, arba net nacionalinių teismų sprendimai ar administraciniai sprendimai, kurie, kaip jos nurodo, buvo „palankūs“ *Google*, susiję su ginčijamame sprendime nagrinėjamu elgesiu, neleidžia daryti išvados, kad *Google* neturėtų būti skirta pinigine bauda.
- 631 *Google*, kuriai šiuo klausimu pritaria CCIA, kaip trečiąjį argumentą, kuriuo siekia ginčyti jai skirtą pinigine baudą, iš esmės nurodo, kad po to, kai buvo priimtas sprendimas nagrinėti bylą taikant išipareigojimų priėmimo procedūrą, o tai reiškė, kad byloje negalėjo būti skirta sankcija, Komisija galiausiai negalėjo jai skirti tokios sankcijos, net jei nusprendė grįžti prie įprastos pažeidimo konstatavimo procedūros.
- 632 Komisija į šį argumentą per administracinę procedūrą atsakė ginčijamo sprendimo 730–734 konstatuojamosiose dalyse. Komisija nurodė turinti diskreciją priimti sprendimą dėl išipareigojimų priėmimo pagal Reglamento Nr. 1/2003 9 straipsnį arba sprendimą, kuriuo konstatuojamas pažeidimas pagal to paties reglamento 7 straipsnį. Ji rėmėsi 2010 m. birželio 29 d. Sprendimu *Komisija / Alrosa* (C-441/07 P, EU:C:2010:377, 40 punktas) ir 2016 m. birželio 30 d. Sprendimu *CB / Komisija* (T-491/07 RENV, nepaskelbtas Rink., EU:T:2016:379, 470 punktas). Po to, darydama nuorodą į ginčijamo sprendimo 123–137 konstatuojamąsias dalis, Komisija priminė priežastis, paskatinusias ją grįžti prie įprastos pažeidimo konstatavimo procedūros, t. y. iš esmės pasiūlytų išipareigojimų nepakankamumą nustatytoms konkurencijos problemoms išspręsti, ir nurodė, kad, grįžusi prie šios sistemos, ji turėjo visas su tuo susijusias įgaliojimus, įskaitant teisę

skirti piniginę baudą. Komisija pridūrė, kad atleidimas nuo sankcijos galimas tik išimtinėmis aplinkybėmis, pavyzdžiui, jeigu įmonė lemiama prisideda prie pažeidimo nustatymo, tačiau *Google* pasiūlyti išipareigojimai visiškai tam nepasitarnavo.

- 633 Kaip Bendrasis Teismas pažymėjo 2016 m. birželio 30 d. Sprendime *CB / Komisija* (T-491/07 RENV, nepaskelbtas Rink., EU:T:2016:379, 470 punktas), kuriuo Komisija rėmėsi ginčijamame sprendime, iš Reglamento Nr. 1/2003 teksto matyti, kad Komisija turi diskreciją nuspręsti, ar priimti sprendimą remiantis šio reglamento 7 straipsniu, ar remiantis jo 9 straipsniu. Be to, iš veiksmažodžio „gali“ vartojimo šio reglamento 9 straipsnyje taip pat matyti, kad „jei <...> įmonės pasiūlo savo išipareigojimus dėl Komisijos išankstiniame vertinime iškeltų problemų, Komisija savo sprendimu gali padaryti šiuos išipareigojimus privalomus įmonėms“, kad Komisija neprivalo tęsti pradėtos išipareigojimų priėmimo procedūros ir gali pradėti įprastą pažeidimo konstatavimo procedūrą. Komisija turi teisę tai padaryti, pavyzdžiui, dėl to, kad mano, jog pasiūlytų išipareigojimų nepakanka nustatyti konkurencijos problemoms išspręsti paaiškėjus, kad faktinių aplinkybių ar problemų apimtis yra didesnė nei iš pradžių nustatyta, ar jei galiausiai Komisija mano esant prasmingiau bendros konkurencijos politikos sumetimais nustatyti pažeidimą, kuriam prireikus bus taikoma teisminė kontrolė.
- 634 Kaip teigia Komisija, sugrįžimas prie įprastos pažeidimo konstatavimo procedūros pradėjus išipareigojimų priėmimo procedūrą savaime nekeičia skirti piniginių baudų, nes įprasta procedūra apima tokią teisę, kaip matyti iš Reglamento Nr. 1/2003 7 straipsnio 1 dalies ir 23 straipsnio 2 dalies a punkto. Būtent tai Komisija iš esmės išdėstė ginčijamo sprendimo 730- 733 konstatuojamosiose dalyse, kurios, priešingai, nei teigia CCIA, šiuo klausimu nėra nemotyvuotos.
- 635 Atrodo, *Google* ir CCIA mano, kad nagrinėjamu atveju Komisija pažeidė teisėtų lūkesčių apsaugos principą, skirdama sankciją po to, kai iš pradžių pradėjo išipareigojimų priėmimo procedūrą. Jos *a contrario* nurodo Reglamento Nr. 1/2003 13 konstatuojamąją dalį, Komisijos pranešimą spaudai, kuriame apibūdinta išipareigojimų priėmimo procedūra, ir Komisijos konkurencijos GD procedūros vadovą, kur nurodyta, kad ši procedūra nėra tinkama, jei dėl bylos pobūdžio joje būtų tinkama skirti sankciją.
- 636 Reikia priminti, kad teisėtų lūkesčių principo, kuris yra bendrasis Sąjungos teisės principas, pažeidimas reiškia, kad tam asmeniui, kuris juo remiasi, atitinkama institucija sukėlė pagrįstų lūkesčių dėl suteiktų konkrečių garantijų (šiuo klausimu žr. 2005 m. lapkričio 24 d. Sprendimo *Vokietija / Komisija*, C-506/03, nepaskelbtas Rink., EU:C:2005:715, 58 punktą; 2006 m. birželio 22 d. Sprendimo *Belgija ir Forum 187 / Komisija*, C-182/03 ir C-217/03, EU:C:2006:416, 147 punktą ir 2011 m. liepos 21 d. Sprendimo *Alcoa Trasformazioni / Komisija*, C-194/09 P, EU:C:2011:497, 71 punktą).
- 637 Nors tiesa, kad, be pranešimo spaudai ir procedūros vadovo, kuriais remiasi *Google* ir CCIA, Reglamento Nr. 1/2003 13 konstatuojamojoje dalyje nurodyta, kad sprendimai pritarti išipareigojimams nėra tinkami, kai Komisija ketina skirti baudą, aplinkybė, kad tam tikru galimo SESV 101 ir 102 straipsnių pažeidimo tyrimo etapu Komisija pradeda išipareigojimų priėmimo procedūrą, o ne galutinę, reiškia tik preliminarą, negalutinę procesinę galimybę. Toks procedūrinis pasirinkimas negali būti tiksli garantija, kad Komisija negrįš prie įprastos pažeidimo konstatavimo procedūros ir neskirs sankcijos. Reikėtų pažymėti šio sprendimo 633 ir 634 punktuose nurodytus motyvus (šiuo klausimu ir pagal analogiją žr. 2003 m. spalio 23 d.

Sprendimo *Van den Bergh Foods / Komisija*, T-65/98, EU:T:2003:281, 192–194 punktus ir 2011 m. balandžio 14 d. Sprendimo *Visa Europe ir Visa International Service / Komisija*, T-461/07, EU:T:2011:181, 223 ir 224 punktus).

- 638 Todėl aplinkybė, kad tam tikru procedūros etapu Komisija nusprendė, jog byla tam tikrais atvejais gali būti nagrinėjama per išipareigojimų priėmimo procedūrą, netrukdytų jai galiausiai skirti *Google* pinigines baudas po to, kai ji grįžo prie įprastos pažeidimo konstatavimo procedūros.
- 639 Taigi iš to, kas išdėstyta, matyti, kad Komisija turėjo teisę skirti *Google* piniginę baudą.

## **2. Dėl šeštojo pagrindo antros dalies, susijusios su piniginių baudos dydžiu**

- 640 Pirmiausia reikia priminti, jog gairėse Komisija nurodo, kad apskaičiuodama baudą už Sąjungos konkurencijos taisyklių pažeidimą ji naudoja su pažeidimu susijusių prekių ar paslaugų pardavimo vertės dalį ir pažeidimo trukmę. Taigi pardavimų, tiesiogiai ar netiesiogiai susijusių su pažeidimu referenciniais metais, vertei taikomas sunkumo koeficientas, kuris gali siekti iki 30 % (0,3 koeficientas). Tada gauta suma dauginama iš pažeidimo trukmės, išreikštos metais, tam tikrais atvejais atgrasymo tikslais didinant papildomą sumą 15–25 % nuo minėtos metinės pardavimų vertės, siekiant nustatyti „bazinį baudos dydį“. Komisija patikslina, kad nustatydamas pardavimų vertę ji iš esmės atsižvelgia į paskutinius ištikus dalyvavimo darant pažeidimą metus (gairių 5–25 punktai). Ji taip pat nurodo, kad dėl sunkinančių ar lengvinančių aplinkybių ji gali pakeisti bazinį baudos dydį ir galiausiai gali padidinti baudą, visų pirma siekdama atgrasyti įmones, kurių apyvarta, neįskaitant prekių ir paslaugų, su kuriomis susijęs pažeidimas, yra ypač didelė, su sąlyga, kad šis dydis neviršys teisės aktuose nustatytos maksimalios ribos, kuri yra 10 % finansiniais metais iki sprendimo priėmimo pasiektos pasaulinės apyvartos (gairių 27–33 punktai).
- 641 Kaip išsamiau nurodyta šio sprendimo 75–77 punktuose, nagrinėjamu atveju Komisija pritaikė 10 % pažeidimo sunkumo koeficientą, taikomą pajamoms, gautoms 2016 m. iš *Shopping Units*, taip pat specializuotame *Google Shopping* tinklalapyje rodytų prekių skelbimų ir tame pat tinklalapyje rodytų tekstinių skelbimų 13 valstybių, kuriose ji nustatė veiksmus, kuriais kaltino. Šią sumą ji padaugino iš pažeidimo metų skaičiaus, nustatyto nuo to laiko, kai pradėjo veikti *Product Universals* arba, jų nesant, *Shopping Units*, ir, siekdama užtikrinti sankcijos atgrasomąjį poveikį, pridėjo papildomą sumą, atitinkančią 10 % minėtų pajamų, ir, nenustačiusi sunkinančių ar lengvinančių aplinkybių, dar padidino nustatytą sumą, pritaikiusi dauginimo koeficientą 1,3.

### **a) Šalių argumentai**

- 642 *Google* teigia, jog darant prielaidą, kad Komisija turėjo teisę skirti jai baudą, ji bet kuriuo atveju buvo apskaičiuota klaidingai. Remdamasi gairėmis *Google* mano, kad Komisija nustatė neteisingą pardavimo vertę, pernelyg ilgą pažeidimo laikotarpį, per didelį koeficientą už pažeidimo sunkumą, nepagrįstai didelį padidinimą, kuris paprastai taikomas siekiant atgrasyti nuo antikonkurencinių susitarimų, taip pat nepagrįstą papildomą atgrasymo koeficientą ir netinkamą keitimo kursą, ir kad, atvirkščiai, ji neatsižvelgė į lengvinančias aplinkybes.
- 643 Visų pirma *Google* ginčija pasirinkimą remtis 2016 metais kaip referenciniais metais pardavimo vertei apskaičiuoti. *Google* teigimu, reikėjo atsižvelgti į pajamų vidurkį per veiksmų, kuriais kaltinama, laikotarpį, o tai būtų labiau atspindėję ekonominę tikrovę ir *Google* padėtį. Be to, Komisija apie tai pranešė pranešime apie kaltinimus ir taip pasiūlė keliose bylose.

- 644 Toliau dėl kiekvienos atitinkamos šalies Komisija nustatė pernelyg ilgą pažeidimo laikotarpį. Dėl laikotarpio iki 2011 m. nebuvo atlikta jokios konkurencijos analizės, tik paieškos srautų analizė Prancūzijoje, Vokietijoje ir Jungtinėje Karalystėje, o keliose valstybėse *Google Shopping*, kuri ginčijamame sprendime nurodyta kaip *Google* prekių palyginimo paslauga, atsirado tik 2016 m. rugsėjo mėn., nors ten jau buvo *Shopping Units*. Be to, neturėjo būti atsižvelgta ir į 2012 m. gegužės mėn.–2015 m. kovo mėn. laikotarpį, per kurį Komisija ir *Google* derėjosi dėl galimų įsipareigojimų, tačiau buvo padaryta priešingai, to visiškai nepaaiškinus.
- 645 Nustatytas 10 % koeficientas už pažeidimo sunkumą yra per didelis. Tai didžiausias sunkumo koeficientas (palyginti su taikytu byloje, kurioje konkurencijos teisės pažeidimas, beje, buvo daug sunkesnis), kada nors taikytas už SESV 102 straipsnio pažeidimą. Net sunkiausiais atvejais, susijusiais su karteliais, kurie draudžiami pagal SESV 101 straipsnį, šis koeficientas retai viršija 20 %. Pateikti motyvai, t. y. ryšys su didelėmis *Google* rinkos dalimis ir atitinkamų rinkų ekonominė svarba, to nepateisina. Šie veiksniai iš tikrųjų susiję su padėtimi rinkoje, bet ne su elgesio, už kurį baudžiama, sunkumu. Byloje, kurioje buvo priimtas 2009 m. gegužės 13 d. Komisijos sprendimas D(2009) 3726 *final* dėl procedūros pagal EB sutarties 82 straipsnį ir EEE susitarimo 54 straipsnį (COMP/C-3/37.990 – *Intel*), kurioje buvo nagrinėjama analogiška padėtis rinkoje, buvo pritaikytas 5 % koeficientas, nors elgesys, kuriuo buvo kaltinama, kaip pati Komisija detalizavo toje byloje priimtame sprendime, buvo nesąžiningas, kompleksinis ir slaptas, ir kad nustatyta konkurentų išstūmimo strategija buvo pasaulinio masto.
- 646 Papildomos 10 % metinių pajamų, sudarančių daugiau kaip 200 mln. EUR, sumos taikymas yra beprecedentis už SESV 102 straipsnio pažeidimą, nors gairėse nurodyta, kad tokiu padidiniu siekiama atgrasyti nuo kartelių, kuriems taikomas SESV 101 straipsnis. Nėra jokių motyvų, kurie paaiškintų, kodėl buvo taikomas šis padidinimas. Atsiliepime į ieškinį nurodytas atgrasymo tikslas kitų įmonių atžvilgiu nepateisina neproporcingos sankcijos skyrimo už elgesį, kurio ėmėsi ir *Google* konkurentai, kurie, beje, atsižvelgiant į ginčijamame sprendime pateiktą rinkos analizę, mažai tikėtina, kad gali užimti dominuojančią padėtį.
- 647 Be to, galiausiai nustatytas dauginimo koeficientas 1,3, kurį pritaikius bauda padidinta daugiau nei 500 mln. EUR, yra nepagrįstas. Šiuo atveju nepakanka ginčijamame sprendime pateikto bendro pobūdžio pateisinimo, susijusio su atgrasymo būtinybe ir su *Alphabet* pasauline apyvarta. Toks padidinimas buvo taikomas tik vieną kartą, kartu nepridedant pirmiau nurodytos papildomos sumos už SESV 102 straipsnio pažeidimą. Šis pažeidimas buvo susijęs su atsisakymu tiekti neišvengiamai būtiną išteklių ir tarifų žirklių (maržų mažinimo) poveikiu. Be to, šioje byloje *Google* konstruktyviai bendradarbiavo su Komisija, neslėpdama veiksmų, kuriais ji buvo kaltinama, todėl nereikėjo pridėti papildomos sumos, skiriamos atgrasymo tikslais, nes šiuo atveju bauda jau buvo pakankamai didelė.
- 648 Siekdama nustatyti su pažeidimu susijusių prekių ar paslaugų pardavimų vertę eurai, Komisija, remdamasi *Google* pateiktais duomenimis, išreikštais Jungtinių Amerikos Valstijų doleriais (USD), neteisingai naudojo 2016 m. vidutinį keitimo kursą, kuris buvo dar ir klaidingas, nors turėjo remtis kiekvienų konkrečių metų vidutiniu keitimo kursu.
- 649 Galiausiai Komisija kaip į lengvinančią aplinkybę turėjo atsižvelgti į *Google* sąžiningas pastangas derėtis dėl įsipareigojimų, į teorijos, kuria grindžiamas pažeidimas, naujumą, o tai reiškia, kad galimas pažeidimas nebuvo padarytas tyčia, naudą, kurią vartotojai ir prekybininkai gavo iš nagrinėjamų veiksmų, taip pat į tai, kad šie veiksmai nebuvo nuslėpti.

- 650 Iš to, kas nurodyta pirmiau, ypač taikant 2,5 % koeficientą už pažeidimo sunkumą [jis prilygsta pusei koeficiento, taikyto byloje, kurioje buvo priimtas 2009 m. gegužės 13 d. Komisijos sprendimas D(2009) 3726 *final* dėl procedūros pagal EB sutarties 82 straipsnį ir EEE susitarimo 54 straipsnį (COMP/C-3/37.990 – *Intel*)] vietoj ginčijamame sprendime taikyto 10 % koeficiento, darytina išvada, kad net neatsižvelgus į švelninančias aplinkybes, paskirta bauda neturėjo viršyti 91 mln. EUR. Taigi, jeigu Bendrasis Teismas paliktų galioti piniginę baudą, *Google* prašo jo, naudojantis neribota jurisdikcija, atsižvelgti į visa tai, kas išdėstyta.
- 651 Dėl 2016 metų pasirinkimo kaip referencinių metų nustatant su pažeidimu susijusių prekių ar paslaugų pardavimo vertę Komisija nurodo, kad šis pasirinkimas atitinka tai, kas nurodyta gairių 13 punkte, ir kad paskutiniai ištisi metai iki pažeidimo konstatavimo atspindi ekonominę tikrovę, be kita ko, pažeidimo mastą ir iš esmės jo rezultatą atitinkamose rinkose, t. y. *Google* prekių palyginimo paslaugos plėtojimą konkurentų paslaugų nenaudai. Nė vienas *Google* pateiktas įrodymas nerodo priešingai. Konkrečiai kalbant, ypatingos aplinkybės, kurių šioje byloje nebuvo, tam tikrose *Google* nurodytose bylose, atsižvelgiant į vienodo požiūrio principą, galėjo pateisinti tai, kad Komisija rėmėsi kelių metų vidurkiais.
- 652 Dėl konstatuoto pažeidimo trukmės Komisija primena, kad pateikė konkrečių įrodymų, patvirtinančių veiksmų, kuriais kaltinama, buvimą iki 2011 m. Prancūzijoje, Vokietijoje ir Jungtinėje Karalystėje, t. y. laikotarpio, dėl kurio ji konstatavo pažeidimą tik šiose trijose šalyse. Šiuo atveju būtų buvusi svarbi duomenų srauto analizė iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapio ir prekių palyginimo paslaugas. Dėl kitų šalių, kuriose pažeidimas pradėtas daryti vėliau, Komisija pabrėžia, kad *Google* prekių palyginimo paslauga apima ne vien specializuotą tinklalapį, bet ir prekių skelbimus bei specialiosios prekių paieškos rezultatus, rodomus bendrosios paieškos rezultatų tinklalapiuose dar prieš šiam specializuotam tinklalapiui tampant prieinamu kai kuriose šalyse. Konkrečiai kalbant, ginčijamo sprendimo 412 konstatuojamojoje dalyje, kurią nurodo *Google*, nenurodyta priešingai. Taigi *Shopping Units* rodymas su jų prekių skelbimais įvairiose šalyse galėjo būti laikomas veiksmų, kuriais siekiama sudaryti palankesnes sąlygas *Google* prekių palyginimo paslaugai, pradžia. Galiausiai Komisija nurodo, kad nebuvo jokios priežasties neįtraukti galimų išsipareigojimų aptarimo laikotarpio, nes šiuo laikotarpiu nagrinėjami veiksmai nebuvo nutraukti.
- 653 Dėl nustatyto 10 % koeficiento už pažeidimo sunkumą Komisija pažymi, kad jis yra gerokai mažesnis už gairėse nurodytą maksimalų 30 % koeficientą, kad jis atspindi rinkų, kuriose vykdyti veiksmai, kuriais kaltinama, dydį, šių veiksmų pobūdį bei geografinę aprėptį ir kad Bendrasis Teismas nėra kvestionavęs tokio koeficiento nė vienoje byloje, susijusioje su SESV 102 straipsnio taikymu. Be to, *Google* neįrodė, kad kitų bylų, kuriomis ji rėmėsi, be kita ko, bylos, kurioje buvo priimtas 2009 m. gegužės 13 d. Komisijos sprendimas D(2009) 3726 *final* dėl procedūros pagal EB sutarties 82 straipsnį ir EEE susitarimo 54 straipsnį (COMP/C-3/37.990 – *Intel*), aplinkybės buvo panašios į šios bylos aplinkybes. Komisija pabrėžia prekių ir rinkų, aptariamų įmonių ir laikotarpių, per kuriuos buvo nustatyti veiksmai, skirtumus.
- 654 Papildoma 10 % metinių pajamų suma taip pat buvo pateisinama. Gairių 25 punkte nenurodyta, kad tokia papildoma suma gali būti taikoma tik SESV 101 straipsniu draudžiamų kartelių atvejais; ji numatyta siekiant atgrasyti kitas įmones nuo neteisėto elgesio, panašaus į elgesį, už kurį nubausta, taip pat ir kitose prekių rinkose. *Google* taip pat neįrodė, kad atvejai, kai Komisija tokios sumos neįtraukė į sankciją, yra panašūs į šioje byloje nagrinėjamą atvejį. Todėl nebuvo būtina konkrečiai motyvuoti tokios sumos taikymo.

- 655 Galiausiai pritaikyto dauginimo koeficiento 1,3 tikslas, kaip matyti iš gairių 30 punkto, buvo atsižvelgti į *Google* veiklos mastą už rinkų, kurias paveikė elgesys, kuriuo kaltinama, ribų. Komisija nurodo 40 kartų didesnę pasaulinę *Google* apyvartą. Ji leido skirti pakankamai didelę sankciją tokiai įmonei, kad būtų užtikrintas atgrasomasis aspektas. *Google* elgesys vykstant procedūrai, kai ji siekė išspręsti bylą prisiimtais išipareigojimais, šiuo atveju nėra svarbus veiksnys.
- 656 Be to, ginčijamame sprendime naudotas vidutinis 2016 m. USD/EUR keitimo kursas, nurodytas Europos Centrinio Banko (ECB) leidiniuose, t. y. 1 USD/0,9039 EUR.
- 657 Galiausiai, Komisijos teigimu, ji teisingai nenustatė lengvinančių aplinkybių. Beje, *Google* nenurodė tokių aplinkybių per ginčijimo sprendimo priėmimo procedūrą, o tai paaiškina, kodėl Komisija jame nenurodė, dėl kokios priežasties į jas nebuvo atsižvelgta. Dėl esmės Komisija pateikia kelis argumentus. Tai, kad *Google* pasiūlė išipareigojimus, nėra jos elgesį švelninanti aplinkybė, nes pasiūlyti išipareigojimai, be kita ko, nepadėjo konstatuoti pažeidimo. Net jei sankcija už tokį elgesį, kaip *Google* elgesys, būtų naujoviška, tai taip pat nebūtų lengvinanti aplinkybė, kaip ir pažeidimo, susijusio su tam tikro elgesio rūšimi, konstatavimo naujumas netrukdo nubausti už šį elgesį. Ginčijamame sprendime nustatyta, kad *Google* veikė ne tiesiog dėl neatsargumo, bet tyčia. Net jei vartotojai ar prekybininkai vertino *Google* prekių palyginimo paslaugos rezultatų pateikimą, tai taip pat negali būti lengvinanti aplinkybė, nes konkurentų prekių palyginimo paslaugų rezultatų nerodymas taip pat galėjo turėti jiems neigiamą poveikį. Galiausiai, nors neteisėto elgesio slėpimas būtų buvusi sunkinanti aplinkybė, tas faktas, kad apie tai buvo gerai žinoma, vis dėlto nėra lengvinanti aplinkybė.

#### ***b) Bendrojo Teismo vertinimas***

- 658 Prieš priimdamas sprendimą dėl šalių argumentų, Bendrasis Teismas dar kartą pabrėžia, kad turi neribotą jurisdikciją šio sprendimo 605 punkte apibūdintomis sąlygomis.
- 659 Visų pirma *Google* ginčija 2016 m. pardavimų vertę, kuria Komisija rėmėsi ginčijamame sprendime nustatydamą bazinį baudos dydį. *Google* teigimu, vidutinės pajamos veiksmų, kuriais kaltinama, laikotarpiu labiau atspindi ekonominę tikrovę ir jos pačios padėtį.
- 660 Reikia pažymėti, kad, kaip nurodyta ginčijamo sprendimo 738 konstatuojamojoje dalyje, Komisija kaip į pardavimo vertę atsižvelgė tik į pajamas iš reklamos, susijusias su specialiosios prekių paieškos rinkomis (pajamos, susijusios su prekių skelbimais *Shopping Units*, pajamos iš prekių skelbimų specializuotame tinklalapyje *Google Shopping* ir iš tekstinių skelbimų tame pačiame specializuotame tinklalapyje), bet neatsižvelgė į jokiais reklamines pajamas, susijusias su bendrosios paieškos rinkomis. Todėl ginčijamo sprendimo dalies panaikinimas dėl to, kad Komisija klaidingai konstatavo piktnaudžiavimą dominuojančia padėtimi nacionalinėse bendrosios paieškos rinkose, neturi įtakos pardavimų vertei, į kurią buvo atsižvelgta.
- 661 Kalbant apie referencinius metus, į kuriuos reikia atsižvelgti, pažymėtina, kad Komisija teisingai atsižvelgė į 2016 metus, t. y. paskutinius ištisus metus, kuriais buvo konstatuotas pažeidimas, kaip ir nurodyta gairių 13 punkte. Jei nėra ypatingų aplinkybių, būtent šis referencinis kriterijus leidžia geriausiai atsižvelgti į nustatyto pažeidimo poveikį (šiuo klausimu žr. 2013 m. gruodžio 5 d. Sprendimo *Caffaro / Komisija*, C-447/11 P, nepaskelbtas Rink., EU:C:2013:797, 51 punktą). Reikia pabrėžti, kad pranešime apie kaltinimus, kaip *Google* pati nurodo ieškinio 404 išnašoje, Komisija nurodė ketinanti naudoti vidutinę kelerių metų pardavimų vertę tik tuo atveju, jei paskutiniai finansiniai metai nebūtų pakankamai reprezentatyvūs.

- 662 Toliau reikia išnagrinėti *Google* kritiką, susijusią su JAV dolerių keitimo į eurus kursu, taikytu ginčijamame sprendime. Kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 739 konstatuojamosios dalies ir 839 išnašos, Komisija naudojo 2016 m. vidutinį keitimo kursą siekdama nustatyti 2016 m. pardavimo vertę eurai, nes *Google* pateikė jai šiuo tikslu naudingą informaciją, išreikštą JAV doleriais.
- 663 Visų pirma, atsižvelgiant į tai, kad Komisija galėjo pagrįstai remtis 2016 m. pardavimų verte nustatydamas bazinį baudos dydį, *Google* kritika, kad Komisija turėjo naudoti kiekvienų su pažeidimu susijusių metų vidutinį keitimo kursą, turi būti atmesta.
- 664 Dėl būtinybės atsižvelgti į 2016 m. pardavimų vertę *Google* atkreipia dėmesį į ECB statistikos biuletenį (ieškinio priedas A173), kuriame nurodytas vidutinis 2016 m. eurų keitimo į JAV dolerius kursas yra 1,1069, o tai, skaičiuojant atvirkščiai, reikštų, kad JAV dolerių keitimo į eurus kursas yra 0,9034. Komisija savo ruožtu naudojo 0,9039 JAV dolerių keitimo į eurus kursą, kurį paėmė iš ECB interneto svetainėje esančio interaktyvaus statistinio tinklalapio. Kaip matyti, Komisija savo naudotame interaktyviame tinklalapyje lankėsi 2017 m. balandžio 27 d., t. y. (logiška) iki ginčijamo sprendimo priėmimo, o statistikos biuletenis, kuriuo remiasi *Google*, buvo atnaujintas 2017 m. liepos 31 d., t. y. vėliau, nei 2017 m. birželio 27 d. buvo priimtas ginčijamas sprendimas. Todėl Komisijos negalima kritikuoti dėl to, kad ji pasinaudojo patikima ECB informacija, kuri buvo prieinama netrukus prieš jai priimant ginčijamą sprendimą (šiuo klausimu žr. 2016 m. rugsėjo 7 d. Sprendimo *Pilkington Group ir kt. / Komisija*, C-101/15 P, EU:C:2016:631, 43 punktą).
- 665 *Google* taip pat ginčija įvairiose atitinkamose šalyse konstatuoto pažeidimo trukmę. Ji mano, kad pažeidimas nebuvo įrodytas iki 2011 m., nes nebuvo atlikta konkurencinė analizė. *Google* pabrėžia, kad specializuotas tinklalapis *Google Shopping* tam tikrose atitinkamose šalyse buvo paleistas tik 2016 metais. Ji taip pat teigia, kad į pažeidimo trukmę nereikėtų įtraukti įsipareigojimų pasiūlymų aptarimo laikotarpio.
- 666 Ginčijamame sprendime pažeidimas buvo nustatytas Vokietijoje ir Jungtinėje Karalystėje nuo 2008 m. sausio mėn., Prancūzijoje – nuo 2010 m. spalio mėn., Italijoje, Nyderlanduose ir Ispanijoje – nuo 2011 m. gegužės mėn., Čekijoje – nuo 2013 m. vasario mėn., Austrijoje, Belgijoje, Danijoje, Norvegijoje, Lenkijoje ir Švedijoje – nuo 2013 m. lapkričio mėn. Taigi *Google* kritika dėl konkurencijos analizės nebuvimo iki 2011 m. susijusi tik su Vokietija, Jungtine Karalyste ir Prancūzija.
- 667 Išanalizavus šio sprendimo 383–388 punktuose nurodytas aplinkybes, darytina išvada, kad duomenų srautas iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į konkurentų prekių palyginimo paslaugas apskritai sumažėjo reikšmingai Jungtinėje Karalystėje, Vokietijoje ir Prancūzijoje nuo 2011 m., nors kai kurie iš šių prekių palyginimo paslaugų teikėjų jau anksčiau nurodė duomenų srauto mažėjimą. Išnagrinėjus šio sprendimo 402 ir 403 punktuose nurodytus aspektus matyti, kad duomenų srautas iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių į jos pačios prekių palyginimo paslaugą nuo 2008 m. sausio mėn. reikšmingai didėjo Vokietijoje ir Jungtinėje Karalystėje, o nuo 2010 m. spalio mėn. – Prancūzijoje, šios datos atitinka *Product Universals* paleidimo datas šiose šalyse. Galiausiai išnagrinėjus tris *Google* ketvirtojo panaikinimo pagrindo dalis matyti, kad, išskyrus nacionalinių bendrosios paieškos rinkų atvejus, Komisija teisingai įrodė galimą antikonkurencinį *Google* elgesio poveikį trylikoje valstybių, kuriose Komisija konstatavo piktnaudžiavimą dominuojančia padėtimi. Be to, *Google* neginčija, kad ji elgėsi taip, kaip yra kaltinama, Jungtinėje Karalystėje, Vokietijoje ir Prancūzijoje, t. y. nuo 2008 m. sausio mėn. iki 2010 m. spalio mėn. paleidžiant *Product Universals*, nors konkurentų prekių palyginimo

paslaugoms ir toliau buvo apsiribojama bendraisiais rezultatais. Taigi, nors dalis šio elgesio faktinio poveikio duomenų srautui iš *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapių, darančio poveikį duomenų srautams į konkurentų prekių palyginimo paslaugas, paprastai buvo stebima tik nuo 2011 m., Komisija teisingai nusprendė, kad pažeidimas buvo pradėtas ėmus įgyvendinti nagrinėjamus veiksmus ir kad pažeidimo trukmė atitiko šių veiksmų įgyvendinimo laikotarpį. Galima pažymėti, kad gairių 22 punkte nurodytas „pažeidimo įgyvendinimo (arba neįgyvendinimo)“ veiksnys susijęs su pažeidimo dalyvių elgesiu, o ne pažeidimo poveikiu rinkai (2018 m. gruodžio 12 d. Sprendimo *Servier ir kt. / Komisija*, T-691/14, dėl kurio paduotas apeliacinis skundas, EU:T:2018:922, 1805 punktas).

- 668 Argumentą, susijusį su specializuoto tinklalapio *Google Shopping* paleidimu tam tikrose iš nagrinėjamų šalių tik 2016 m., reikia atmesti dėl tos pačios priežasties. Komisija kaltina *Google* ne tuo, kad ji sukūrė specializuotą prekių palyginimo paieškos ir rezultatų tinklalapį, o tuo, kad ji bendrųjų rezultatų tinklalapyje skirtingai vertino savo prekių palyginimo paslaugą ir konkurentų prekių palyginimo paslaugas, palankiau išdėstydamą ir rodydamą savo rezultatus *Product Universals* ir vėliau – *Shopping Units*.
- 669 Dėl tos pačios priežasties taip pat reikia atmesti *Google* argumentą, kad išipareigojimų pasiūlymų aptarimo laikotarpis neturi būti įtrauktas į pažeidimo laikotarpį. Iš tiesų per šį laikotarpį *Google* nenutraukė nagrinėjamų veiksmų. Šiomis aplinkybėmis, priešingai, nei teigia *Google*, Komisijai taip pat nereikėjo pateikti konkrečių motyvų, dėl kurių ji įtraukė šį aptarimų laikotarpį į pažeidimo laikotarpį.
- 670 Iš to, kas išdėstyta, matyti, kad pažeidimo trukmė, nustatyta kiekvienai iš atitinkamų šalių apskaičiuojant sankcijas dydį, nekvestionuotina.
- 671 *Google* taip pat mano, kad Komisijos nustatytas 10 % koeficientas už pažeidimo sunkumą yra nepagrįstai didelis. Ji nurodo, be kita ko, 2009 m. gegužės 13 d. Komisijos sprendimą D(2009) 3726 byloje pagal EB sutarties 82 straipsnį ir EEE susitarimo 54 straipsnį (COMP/C-3/37.990 – *Intel*), kuriame Komisija taikė tik 5 % koeficientą, nors jame nagrinėtas pažeidimas buvo daug sunkesnis nei tas, kuriuo Komisija šioje byloje kaltina *Google*.
- 672 Pirmiausia, kaip buvo nurodyta šio sprendimo 623 punkte, reikia priminti, kad palyginimai su kitais Komisijos sprendimais, kuriais buvo paskirtos baudos, gali būti reikšmingi, vertinant pagal vienodo požiūrio principą, tik jeigu įrodoma, kad bylų, dėl kurių buvo priimti tie sprendimai, faktinės aplinkybės, t. y. rinkos, įmonės ir atitinkami laikotarpiai, yra panašios į šios bylos, ir kad palyginimo tikslais svarbu remtis tuo pačiu laikotarpiu priimtais sprendimais. Šiuo klausimu buvo nuspręsta, jog tai, kad praeityje Komisija skyrė tam tikro dydžio baudas, neatima iš jos galimybės padidinti jas, neperžengiant atitinkamame reglamente ir jos pačios priimtose gairėse nustatytų ribų, jei tai būtina Sąjungos konkurencijos politikos įgyvendinimui užtikrinti. Be kita ko, ji gali padidinti baudų lygį, kad sustiprintų jų atgrasomąjį poveikį. Todėl ankstesnė Komisijos sprendimų praktika savaime nėra teisinis pagrindas priimti sprendimą dėl baudos dydžio konkurencijos byloje, nes šis pagrindas dabar apibrėžtas tik Reglamente Nr. 1/2003 ir gairėse (2003 m. rugsėjo 30 d. Sprendimo *Michelin / Komisija*, T-203/01, EU:T:2003:250, 254 punktas; taip pat šiuo klausimu žr. 1983 m. birželio 7 d. Sprendimo *Musique Diffusion française ir kt. / Komisija*, 100/80–103/80, EU:C:1983:158, 109 punktą ir 2008 m. rugsėjo 11 d. Nutarties *Coats Holdings ir Coats / Komisija*, C-468/07 P, nepaskelbta Rink., EU:C:2008:503, 30 punktą).

- 673 Gairių 19–22 punktuose iš esmės nurodyta, kad, neatsižvelgiant į pažeidimo trukmę ir galimą papildomą sumą atgrasymo tikslais, bazinį baudos dydį sudaro atitinkamos įmonės prekių ir paslaugų, susijusių su pažeidimu, metinės vertės dalis (paprastai vadinama „pažeidimo sunkumo koeficientu“), kuri paprastai nustatoma skalėje iki 30 %, atsižvelgiant į pažeidimo sunkumą, kuris vertinamas pagal kiekvieną konkretų atvejį, atsižvelgiant į bylos aplinkybes, susijusias su tam tikrais veiksniais, pavyzdžiui, pažeidimo pobūdžiu, atitinkamoms įmonėms priklausančia rinkos dalimi, pažeidimo geografinė aprėptimi ir tuo, ar pažeidimas buvo įgyvendintas, ar ne. Gairių 23 punkte patikslinta, kad horizontalūs kainų nustatymo, rinkų pasidalijimo ir gamybos ribojimo susitarimai priskiriami prie didžiausių konkurencijos apribojimų, už kuriuos turi būti griežtai baudžiama, o tai reiškia, kad tokiais atvejais pardavimo vertės dalis paprastai bus didelė.
- 674 Be to, iš suformuotos jurisprudencijos matyti, kad konkurencijos taisyklių pažeidimo sunkumas turi būti vertinamas atsižvelgiant į daugelį veiksnių, kaip antai, be kita ko, konkrečias bylos aplinkybes, jos kontekstą ir baudų atgrasomąjį poveikį, tačiau privalomo ar išsamaus kriterijų, į kuriuos būtina atsižvelgti vertinant pažeidimo sunkumą, sąrašo nėra (2010 m. spalio 14 d. Sprendimo *Deutsche Telekom / Komisija*, C-280/08 P, EU:C:2010:603, 273 punktą ir 2012 m. balandžio 19 d. Sprendimo *Tomra Systems ir kt. / Komisija*, C-549/10 P, EU:C:2012:221, 107 punktą; taip pat šiuo klausimu žr. 2018 m. rugšėjo 26 d. Sprendimo *Infineon Technologies / Komisija*, C-99/17 P, EU:C:2018:773, 198 punktą).
- 675 Nagrinėjamu atveju ginčijamo sprendimo 743 konstatuojamojoje dalyje Komisija pagrindė, kodėl buvo nustatyta 10 % pardavimo vertės dalis, ir nurodė, kad atitinkamos nacionalinės specialiosios prekių paieškos ir bendrosios paieškos rinkos turėjo didelę ekonominę reikšmę, o tai reiškia, kad bet koks antikonkurencinis elgesys šiose rinkose galėjo daryti didelį poveikį ir kad pažeidimo laikotarpiu *Google* ne tik užėmė dominuojančią padėtį trylikoje nacionalinių atitinkamų bendrosios paieškos rinkų, bet ir jose *Google* priklausė daug didesnės rinkos dalys nei jos konkurentams.
- 676 Reikia konstatuoti, kad vien remiantis ginčijamo sprendimo 743 konstatuojamąja dalimi, atsižvelgiant į gaires, negalima pateisinti pritaikyto 10 % koeficiento už pažeidimo sunkumą, kaip iš esmės teigia *Google*. Iš tikrųjų Komisija šioje konstatuojamojoje dalyje nesiremia pakankamai reikšmingais įrodymais. Joje Komisija nurodo tik vieną iš keturių gairių 22 punkte nurodytų veiksnių, t. y. atitinkamos įmonės užimamą rinkos dalį, ir nenurodo nė vieno iš kitų veiksnių, pavyzdžiui, pažeidimo pobūdžio ar jo geografinės aprėpties. Konkrečiai kalbant, Komisija nepateikia elgesio, kuriuo kaltinama *Google*, aiškaus ir išsamaus sunkumo vertinimo, kitaip tariant, pažeidimo sunkumo laipsnio, nors tai yra gairių 22 punkte aiškiai paminėtas veiksnys, kurio nagrinėjimas yra būtinas vertinant bendrą pažeidimo sunkumą, kuriuo atsižvelgiama ir į kitus veiksnius.
- 677 Įgyvendindamas savo neribotą jurisdikciją, Bendrasis Teismas turi iš naujo įvertinti *Google* pažeidimo sunkumą, atsižvelgdamas į papildomus veiksnius, kaip antai tuos, kurie nurodyti šio sprendimo 673 ir 674 punktuose, palyginti su nurodytaisiais šio sprendimo 675 punkte.
- 678 Kaip jau buvo priminta šio sprendimo 614 ir 615 punktuose, daugelyje bylų Komisija ir Europos Sąjungos teismai yra nusprendę, kad dominuojančią padėtį užimančių įmonių konkurentų išstūmimo veiksmai yra antikonkurenciniai, ir nubaudę už juos. Iš esmės šie antikonkurenciniai veiksmai laikomi sunkiu pažeidimu (šiuo klausimu žr. 1991 m. liepos 3 d. Sprendimo *AKZO / Komisija*, C-62/86, EU:C:1991:286, 162 punktą). Dėl jų konkurentams užkertamas kelias patekti į rinką arba mažinamas konkurentų skaičius arba bent jų daromas konkurencinis spaudimas, o ne tik ribojama jų veiksmų laisvė. Todėl tam tikromis aplinkybėmis jie gali būti tokie pat sunkūs

pažeidimai kaip ir kainų nustatymo, rinkos pasidalijimo ar gamybos ribojimo susitarimai, nurodyti gairių 23 punkte, kurie paprastai pateisina didelio koeficiento taikymą už pažeidimo sunkumą, nes tokie veiksmai daro tokį patį poveikį konkurencijai tuo požiūriu, kad paklausa atitinkamose rinkose formuojantys subjektai po bet kurio iš tokių pažeidimų gali atsisturti monopolinėje, oligopolinėje ar lygiavertėje situacijoje arba bent tokioje situacijoje, kai yra labai sumažinama konkurencija.

- 679 Vis dėlto dominuojančią padėtį užimančios įmonės išstūmimo iš rinkos veiksmų sunkumas gali būti didesnis ar mažesnis. Šiuo atžvilgiu galima atsižvelgti į tai, ar šiais veiksmais aiškiai siekiama išstumti konkurentus, pavyzdžiui, taikant grobuoniškas kainas, atsisakymą suteikti esminį išteklių arba maržų mažinimą. Be to, galima atsižvelgti į rinkos, kurioje tokie veiksmai taikomi, aprėptį. Iš tiesų pripažįstant veiksmus neteisėtais gali būti atsižvelgiama ir į kitą informaciją (šiuo klausimu žr. 2017 m. rugsėjo 6 d. Sprendimo *Intel / Komisija*, C-413/14 P, EU:C:2017:632, 139 punktą), tačiau ji taip pat gali būti reikšminga siekiant įvertinti tokių veiksmų sunkumą.
- 680 Šioje byloje nagrinėjamu atveju, kaip matyti iš šio sprendimo 616 punkto, *Google* tyčia ėmėsi veiksmų, kuriais yra kaltinama, žinodama, kad dėl jų gali būti išstumti konkurentai ir ribojama konkurencija. Tai, kad Komisija iš pradžių nusprendė nagrinėti bylą pradėdama įsipareigojimų priėmimo procedūrą, ir kad iš esmės šios procedūros nėra tinkamos, kai pažeidimo pobūdis iš pat pradžių pateisina sankciją, kad kelios nacionalinės administracinės institucijos ar nacionaliniai teismai nepripažino *Google* elgesio neteisėtu ar kad ginčijamame sprendime Komisija neįrodė tikro ketinimo pašalinti konkurentus ir šiuo tikslu parengtos strategijos, neleidžia suabejoti šiuo vertinimu. Nagrinėjami veiksmai išlieka antikonkurenciniai konkurentų išstūmimo veiksmai, kurie gali būti tokie pat kenksmingi konkurencijai, kaip ir susitarimai dėl kainų arba rinkų pasidalijimo. Atrodo, kad kai kurie su *Google* konkuruojantys prekių palyginimo paslaugų teikėjai prarado labai didelę duomenų srauto dalį iš jos bendrųjų rezultatų tinklalapių, kaip buvo paaiškinta šio sprendimo 383–387 punktuose. *Google* laipsniškai plėtojo nagrinėjamus veiksmus trylikoje EEE valstybių beveik dešimt metų ir net šešiose iš jų ji darė tai net ir po to, kai 2013 m. kovo mėn. gavo išankstinį Komisijos vertinimą.
- 681 Taip pat reikia atsižvelgti, pirma, į tai, kad Komisija tinkamai neįrodė piktnaudžiavimo bendrosios internetinės paieškos rinkoje (žr. šio sprendimo 596 punktą) ir kad nagrinėjami veiksmai nebuvo slepiami, todėl šis veiksnys, dėl kurio pažeidimas laikomas sunkesniu, gali būti atmestas (šiuo klausimu žr. 2006 m. gruodžio 14 d. Sprendimo *Raiffeisen Zentralbank Österreich ir kt. / Komisija*, T-259/02–T-264/02 ir T-271/02, EU:T:2006:396, 252 punktą). Antra, reikia atsižvelgti į tai, kad Bendrasis Teismas nusprendė, kaip buvo priminta šio sprendimo 680 punkte, jog nagrinėjami veiksmai buvo tyčiniai, o ne neatsargūs. Nors dėl pirmojo motyvo už pažeidimo sunkumą taikytinas koeficientas turėtų būti sumažintas, dėl antrojo motyvo šis koeficientas turėtų būti padidintas.
- 682 Taigi Bendrasis Teismas, laikydamasis šio sprendimo 673 punkte primintų gairių principų, nors ir nebūdamas saistomas jų (šiuo klausimu žr. 2016 m. sausio 21 d. Sprendimo *Galp Energía España ir kt. / Komisija*, C-603/13 P, EU:C:2016:38, 90 punktą; 2011 m. spalio 5 d. Sprendimo *Romana Tabacchi / Komisija*, T-11/06, EU:T:2011:560, 266 punktą ir 2014 m. gruodžio 12 d. Sprendimo *H & R ChemPharm / Komisija*, T-551/08, EU:T:2014:1081, 221 punktą), konstatuoja, kad už pažeidimo sunkumą turi būti taikomas 10 % koeficientas, t. y. pardavimo vertės dalis.
- 683 *Google* taip pat teigia, kad papildoma 10 % pardavimo vertės dalis, kurią Komisija įtraukė į bazinį baudos dydį, pirmą kartą už piktnaudžiavimą dominuojančia padėtimi, nesusijusį su kartelio veiksmais, taip pat nebuvo pateisinama.

- 684 Ginčijamo sprendimo 750 konstatuojamojoje dalyje Komisija šios papildomos sumos taikymą motyvavo veiksniais, į kuriuos buvo atsižvelgta to sprendimo 743 konstatuojamojoje dalyje vertinant pažeidimo sunkumą (žr. šio sprendimo 675 punktą). Ji priduria, kad nustatant šią sumą buvo atsižvelgta į būtinybę užtikrinti, kad bauda būtų pakankamai atgrasanti įmonėms, kurios yra panašaus dydžio kaip *Google* ir disponuoja panašiais išteklių.
- 685 Tokia papildoma suma numatyta gairių 25 punkte, kuriame, beje, nurodyta, kad ši suma yra lygi 15–25 % pardavimo vertės. Tame pačiame punkte patikslinama, kad tokia suma, be kita ko, atliepia būtinybę atgrasyti įmones net nuo horizontalių kainų nustatymo, rinkos pasidalijimo ir gamybos ribojimo susitarimų, ir kad Komisija gali taikyti ją kitų pažeidimų atveju. Siekiamas tikslas skelbiamas gairių 7 punkte, kuriame nurodyta, kad „reikėtų į baudą įtraukti konkrečią sumą, nepriklausančią nuo pažeidimo trukmės, kuria būtų siekiama atgrasyti įmones nuo dalyvavimo neteisėtose veiklose“. Taigi iš gairių matyti, kad šia suma už tam tikrus pažeidimus siekiama nustatyti „fiksoto dydžio baudą“, kuri gali būti paskirta vien dėl pažeidimo padarymo, visiškai neatsižvelgiant į jo trukmę.
- 686 Toks baudos dydis tikrai turi atgrasomąjį poveikį visoms įmonėms, tačiau juo konkrečiai nesiekama, priešingai nei Komisija nurodė ginčijamo sprendimo 750 konstatuojamosios dalies antroje sakinio dalyje, užtikrinti pakankamai atgrasantį baudų poveikį didelėms įmonėms, nes tai numatyta kitoje gairių nuostatoje, kurią Komisija šioje byloje taikė kartu, kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 753 konstatuojamosios dalies, t. y. nuostatoje, esančioje gairių 30 punkte, kuris susijęs su galimu galutiniu baudos padidiniu po to, kai nustatomas bazinis baudos dydis ir kai atsižvelgiama į atsakomybę sunkinančias ir lengvinančias aplinkybes.
- 687 Taigi Bendrasis Teismas konstatuoja, kad Komisijos motyvai, kuriuos ji pateikė ginčijamame sprendime siekdama pateisinti papildomos 10 % sumos taikymą, yra daliniai, nes jie susiję su pažeidimo sunkumu, turint omenyje tai, kas buvo konstatuota šio sprendimo 676 punkte, ir gali kelti abejonių, tiek, kiek jie susiję su skelbiamu tikslu, kaip nurodyta gairėse.
- 688 Įgyvendinant neribotą jurisdikciją bet kuriuo atveju būtina pakartotinai įvertinti, ar į bazinį *Google* paskirtos baudos dydį buvo tinkama įtraukti papildomą sumą, nes, kaip jau buvo nurodyta šio sprendimo 682 punkte, šioje byloje Bendrasis Teismas vis vien taiko gairėse numatytą schemą.
- 689 Iš gairių 25 punkte nurodyto pagrindinio pažeidimo, t. y. dalyvavimo horizontaliuose kainų nustatymo, rinkos pasidalijimo ir gamybos ribojimo susitarimuose galima spręsti, kad papildomą sumą reikia skirti už labai sunkius pažeidimus (šiuo klausimu žr. 2018 m. gruodžio 12 d. Sprendimo *Servier ir kt. / Komisija*, T-691/14, dėl kurio paduotas apeliacinis skundas, EU:T:2018:922, 1883 punktą). Šia papildoma suma siekiama atgrasyti įmones net nuo įsitraukimo į tokius pažeidimus, neatsižvelgiant į jų dalyvavimo darant juos trukmę.
- 690 Iš šio sprendimo 678–680 punktų darytina išvada, kad *Google* savo veiksmais padarė labai sunkų pažeidimą. Tokiomis aplinkybėmis papildoma 10 % 2016 m. pardavimų vertės dydžio suma, kuri buvo įtraukta į Komisijos nustatytą bazinį baudos dydį, nekelia Bendrajam Teismui abejonių.
- 691 Taigi bazinis baudos dydis, kurį Bendrasis Teismas įvertino įgyvendindamas savo neribotą jurisdikciją, yra toks pats kaip ir tas, kurį Komisija nustatė ginčijamame sprendime, t. y. jis lygus ginčijamo sprendimo 748 konstatuojamojoje dalyje pateiktoje 29 lentelėje nurodytai 2016 m. pardavimų vertei, patikslintai pritaikius 10 % koeficientą ir kiekvienoje atitinkamoje šalyje

padauginus iš pažeidimo trukmės metais, kurią Komisija nustatė toje pat ginčijamo sprendimo lentelėje išreiškė dienų skaičiumi, ir pridėjus papildomą 10 % 2016 m. pardavimo vertės sumą. Šis bazinis dydis yra 1 866 424 914 EUR.

- 692 *Google* taip pat pateikė kelis argumentus, kuriais ginčijo pačią aplinkybę, kad jai galėjo būti paskirta bauda, ir šį argumentą Bendrasis Teismas atmetė, kai juos išnagrinėjo atsižvelgdamas į šį aspektą. Vis dėlto, kadangi Bendrasis Teismas pakeitė ginčijamą sprendimą ir pats turi atsižvelgti į bylos aplinkybes, jis mano, kad turi iš naujo išnagrinėti kai kuriuos iš šių argumentų, kad galimai pripažintų lengvinančias aplinkybes.
- 693 Šiuo klausimu *Google* tvirtino, kad Komisija pradėjo nagrinėti bylą inicijuodama įsipareigojimų priėmimo procedūrą ir kad ji pati pasiūlė tris įsipareigojimų grupes. Kaip pažymėta šio sprendimo 638 punkte, Komisija iš pradžių nusprendė, kad trečia įsipareigojimų grupė gali išspręsti konkurencijos problemas, kurias ji iškėlė atlikdama išankstinį vertinimą, nes ji pasidalijo jais su skundo pateikėjais, jiems nurodydama, kad ketina atmesti jų skundus. Kaip buvo nurodyta šio sprendimo 632–638 punktuose, šis išankstinis vertinimas netrukdė Komisijai sugrįžti prie pažeidimo konstatavimo procedūros ir nubausti *Google*. Vis dėlto, jeigu paaiškėtų, kad *Google* po to, kai Komisija ėmėsi išspręsti šį atvejį priimdama įsipareigojimus, iš tikrųjų pasiūlė rimtus įsipareigojimus, kuriais būtų buvę galima pašalinti Komisijos nustatytas konkurencijos problemas, tai galėtų būti lengvinanti aplinkybė.
- 694 Vis dėlto atsakydama į Bendrojo Teismo klausimą *Google* iš esmės nurodė, kad įsipareigojimais, kuriuos ji galiausiai pasiūlė Komisijai, labai skyrėsi nuo to, ką buvo reikalaujama įgyvendinti norint taikyti ginčijamą sprendimą. Remiantis *Google* paaiškinimais, šie įsipareigojimai reiškė ne tai, kad konkurentų prekių palyginimo paslaugoms būtų taikomi tie patys rodymo *Shopping Units* procesai ir metodai kaip ir *Google* prekių palyginimo paslaugai, kaip reikalaujama ginčijamame sprendime, o tai, kad bus taikomi kiti mechanizmai. Be to, kaip buvo nurodyta šio sprendimo 26 punkte, šiuos pasiūlytus įsipareigojimus neigiamai įvertino daug skundo pateikėjų, kaip tai matyti iš ginčijamo sprendimo 73 konstatuojamosios dalies. Tokiomis aplinkybėmis Bendrasis Teismas mano, kad nėra lengvinančios aplinkybės, į kurią būtų galima atsižvelgti *Google* naudai dėl jos pasiūlytų įsipareigojimų.
- 695 Galiausiai *Google* mano, kad dauginimo koeficientas 1,3, kurį *in fine* pritaikė Komisija, taip pat nepagrįstas. *Google* nurodo, be kita ko, savo konstruktyvų požiūrį per administracinę procedūrą ir vienintelį precedentą, kai toks veiksnys buvo naudojamas byloje dėl piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi, kuri buvo susijusi su daug sunkesniu pažeidimu.
- 696 Vis dėlto, pirma, *Google* elgesys per administracinę procedūrą jau buvo išnagrinėtas kaip galimai lengvinanti aplinkybė ir nepripažintas tokiau.
- 697 Antra, kaip buvo priminta šio sprendimo 672 punkte, šioje srityje precedentai yra privalomi Komisijai tik esant panašioms, bet ne priešingoms aplinkybėms. Šiuo atveju byla, kuria remiasi *Google* ir kurioje buvo priimtas 2014 m. spalio 15 d. sprendimas byloje pagal SESV 102 straipsnį ir EEE susitarimo 54 straipsnį (AT.39523 – *Slovak Telekom*), nebuvo susijusi nei su tomis pačiomis prekių rinkomis, nei su ta pačia geografine aprėptimi, kuri nagrinėjama šioje byloje, o nustatyti veiksmai buvo kitokio pobūdžio, nors tai taip pat buvo konkurentų išstūmimo veiksmai.
- 698 Trečia, kaip matyti iš gairių 30 punkto, nagrinėjamu padidiniu siekiama užtikrinti atgrasomąjį baudų poveikį didelę įtaką turinčioms įmonėms, kurių apyvarta, be su pažeidimu susijusių prekių ir paslaugų, yra ypač didelė. Jei Komisija apskaičiuotų baudą tokioms įmonėms vadovaudamasi tik

tuo, kas nurodyta pirmiau minėtuose gairių punktuose, baudos dydis, apskaičiuotas remiantis vien tiesiogine ar netiesiogine atitinkamos prekės ar paslaugos apyvarta, galėtų būti nepakankamas atgrasymui užtikrinti, atsižvelgiant į šių įmonių veiklą ir įtaką apskritai (šiuo klausimu žr. 2014 m. rugsėjo 4 d. Sprendimo *YKK ir kt. / Komisija*, C-408/12 P, EU:C:2014:2153, 84–86 ir 93 punktus).

- 699 Nagrinėjamu atveju ginčijamo sprendimo 753 konstatuojamojoje dalyje Komisija nurodė, kad daugiau nei 80 mlrd. EUR *Alphabet* apyvarta 2016 m. gerokai viršijo jos pajamas iš prekių palyginimo paslaugos, todėl dauginimo koeficientas 1,3 buvo pateisinamas, kad bauda turėtų pakankamą atgrasomąjį poveikį ne tik *Google*, bet ir kitoms panašaus dydžio įmonėms.
- 700 Bendrasis Teismas konstatuoja, kad ši pozicija yra pagrįsta ir, įgyvendindamas savo neribotą jurisdikciją, ją patvirtina. 2016 m. užfiksuota atitinkamų paslaugų pardavimo vertė yra 2 045 300 588 EUR, t. y. maždaug 40 kartų mažesnė už šio sprendimo 699 punkte nurodytą *Alphabet* apyvartą.
- 701 Po tokio *Google* paskirtos piniginių baudos dydžio įvertinimo atrodo, kad jos nereikia keisti. Todėl net jei per teismo posėdį buvo aptartas klausimas, ar Bendrasis Teismas galėtų padidinti Komisijos sprendimu paskirtą sankciją, jei šiuo klausimu nepateiktas toks reikalavimas, nėra reikalo priimti sprendimo dėl to.
- 702 Taigi išnagrinėjus šeštąjį ieškinio pagrindą reikia patvirtinti paskirtą 2 424 495 000 EUR baudą. Kadangi, kaip priminta ginčijamo sprendimo 735 ir 736 konstatuojamosiose dalyse, nuo įsteigimo 2015 m. spalio 2 d. *Alphabet* yra solidariai atsakinga kartu su *Google LLC* ir šios atsakomybės jos neginčijo, taip pat reikia patvirtinti *Google LLC* skirtą 2 424 495 000 EUR baudą, iš šios sumos – 523 518 000 EUR solidariai su *Alphabet*.

#### **D. Bendra išvada**

- 703 Išnagrinėjus pirmąjį, antrąjį, trečiąjį, ketvirtąjį ir penktąjį ieškinio pagrindus (žr. šio sprendimo 596 punktą), iškeltus grindžiant pagrindinį reikalavimą, darytina išvada, jog Komisija ginčijamo sprendimo 1 straipsnyje teisingai konstatavo, kad, piktnaudžiaudama dominuojančia padėtimi, užimama nacionalinėse bendrosios paieškos rinkose, *Google* pažeidė SESV 102 straipsnį ir EEE susitarimo 54 straipsnį, kiek tai susiję su nacionalinėmis specialiosios paieškos rinkomis trylikoje šio sprendimo 55 punkte nurodytų valstybių, skaičiuojant nuo skirtingų datų, atitinkančių specialiosios prekių paieškos rezultatų arba prekių skelbimų rezultatų pateikimo pradžią *Google* bendrųjų rezultatų tinklalapyje. Tačiau šį straipsnį reikia iš dalies panaikinti, tiek, kiek jame Komisija padarė išvadą, kad toks pažeidimas buvo padarytas, remdamasi piktnaudžiavimo poveikiu nacionalinėse bendrosios paieškos rinkose tose trylikoje valstybių.
- 704 Išnagrinėjus šeštąjį pagrindą (žr. šio sprendimo 702 punktą) darytina išvada, kad reikia patvirtinti ginčijamame sprendime paskirtos baudos dydį. Todėl papildomai pateiktą reikalavimą panaikinti arba sumažinti baudą reikia atmesti.

#### **V. Dėl bylinėjimosi išlaidų**

- 705 Pagal Procedūros reglamento 134 straipsnio 1 dalį pralaimėjusiai šaliai nurodoma padengti bylinėjimosi išlaidas, jeigu laimėjusi šalis to reikalavo. Pagal Procedūros reglamento 138 straipsnio 1 ir 2 dalis įstojusios į bylą valstybės narės ir ELPA priežiūros institucija padengia

savo bylinėjimosi išlaidas, susijusias su įstojimu į bylą. Pagal Procedūros reglamento 138 straipsnio 3 dalį Bendrasis Teismas gali nuspręsti, kad į bylą įstojusi šalis, kuri nenurodyta šio straipsnio 1 ir 2 dalyse, padengia savo bylinėjimosi išlaidas.

706 Šioje byloje nagrinėjamu atveju, atsižvelgiant į šio sprendimo 113–118 punktuose nurodytus *Google* ir Komisijos, taip pat CCIA, BEUC, *Foundem*, VDZ, BDZV, *Visual Meta*, *Twenga* ir *Kelkoo* prašymus dėl išlaidų, kadangi *Google* iš esmės pralaimėjo bylą, be savo bylinėjimosi išlaidų, ji turi padengti Komisijos bylinėjimosi išlaidas, išskyrus išlaidas, kurias Komisija patyrė dėl CCIA įstojimo į bylą, nes šias išlaidas turi padengti CCIA. Be to, BEUC, *Foundem*, VDZ, BDZV, *Visual Meta*, *Twenga*, ELPA priežiūros institucija, *Kelkoo* ir Vokietijos Federacinė Respublika padengia savo bylinėjimosi išlaidas.

Remdamasis šiais motyvais,

#### BENDRASIS TEISMAS (devintoji išplėstinė kolegija)

nusprendžia:

1. Panaikinti tik tą 2017 m. birželio 27 d. Komisijos sprendimo C(2017) 4444 *final* dėl procedūros pagal Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 102 straipsnį ir EEE susitarimo 54 straipsnį (byla AT.39740 – Paieškos sistema *Google (Shopping)*) 1 straipsnio dalį, kurioje Komisija konstatavo, kad *Google LLC* ir *Alphabet, Inc.* pažeidė šias nuostatas trylikoje nacionalinių bendrosios paieškos rinkų Europos ekonominėje erdvėje (EEE), remdamasi antikonkurencinio poveikio buvimu šiose rinkose.
2. Atmesti likusią ieškinio dalį.
3. *Google* ir *Alphabet* padengia savo ir Komisijos bylinėjimosi išlaidas, išskyrus išlaidas, kurias Komisija patyrė dėl *Computer & Communications Industry Association* įstojimo į bylą.
4. *Computer & Communications Industry Association* padengia savo ir Komisijos bylinėjimosi išlaidas, patirtas dėl jos įstojimo į bylą.
5. Vokietijos Federacinė Respublika, ELPA priežiūros institucija, *Bureau européen des unions de consommateurs* (BEUC), *Infederation Ltd*, *Kelkoo*, *Verband Deutscher Zeitschriftenverleger eV*, *Visual Meta GmbH*, BDZV – *Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger eV* ir *Twenga* padengia savo bylinėjimosi išlaidas.

Gervasoni

Madise

da Silva Passos

Kowalik-Bańczyk

Mac Eochaidh

Paskelbta 2021 m. lapkričio 10 d. viešame teismo posėdyje Liuksemburge.

Parašai

## Turinys

|      |                                                                                                                                                                                                                                                                                     |    |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| I.   | Ginčo aplinkybės .....                                                                                                                                                                                                                                                              | 3  |
| A.   | Kontekstas .....                                                                                                                                                                                                                                                                    | 3  |
| B.   | Administracinė procedūra .....                                                                                                                                                                                                                                                      | 7  |
| C.   | Ginčijamas sprendimas .....                                                                                                                                                                                                                                                         | 9  |
| II.  | Procesas .....                                                                                                                                                                                                                                                                      | 17 |
| III. | Šalių reikalavimai .....                                                                                                                                                                                                                                                            | 20 |
| IV.  | Dėl teisės .....                                                                                                                                                                                                                                                                    | 21 |
| A.   | Pirminės pastabos .....                                                                                                                                                                                                                                                             | 21 |
| 1.   | Dėl ieškinio pagrindų ir argumentų nagrinėjimo tvarkos šioje byloje .....                                                                                                                                                                                                           | 21 |
| 2.   | Dėl Bendrojo Teismo kontrolės apimties šioje byloje .....                                                                                                                                                                                                                           | 22 |
| B.   | Dėl pirmiausia pateiktų reikalavimų panaikinti ginčijamą sprendimą .....                                                                                                                                                                                                            | 24 |
| 1.   | Dėl penktojo pagrindo ir pirmojo pagrindo pirmos dalies, susijusių su tuo, kad nagrinėjami veiksmai atitinka nuopelnais paremtą konkurenciją .....                                                                                                                                  | 24 |
| a)   | Dėl penktojo pagrindo pirmos dalies, kad nagrinėjami veiksmai yra kokybės pagerinimas, priskiriamas nuopelnais paremtai konkurencijai, ir negali būti laikomi piktnaudžiavimu .....                                                                                                 | 24 |
| 1)   | Šalių argumentai .....                                                                                                                                                                                                                                                              | 24 |
| 2)   | Bendrojo Teismo vertinimas .....                                                                                                                                                                                                                                                    | 26 |
| b)   | Dėl penktojo pagrindo antros dalies, kurioje Komisija reikalauja, kad <i>Google</i> suteiktų konkurentų prekių palyginimo paslaugoms prieigą prie savo pagerintų paslaugų, nesilaikydama jurisprudencijoje nustatytų sąlygų .....                                                   | 34 |
| 1)   | Šalių argumentai .....                                                                                                                                                                                                                                                              | 34 |
| 2)   | Bendrojo Teismo vertinimas .....                                                                                                                                                                                                                                                    | 37 |
| c)   | Dėl pirmojo pagrindo pirmos dalies, pagal kurią faktinės aplinkybės buvo pateiktos klaidingai, nes <i>Google</i> ėmė rodyti prekių rezultatų grupes tam, kad pagerintų savo paslaugos kokybę, o ne tam, kad nukreiptų duomenų srautą į savo pačios prekių palyginimo paslaugą ..... | 44 |
| 1)   | Šalių argumentai .....                                                                                                                                                                                                                                                              | 44 |
| 2)   | Bendrojo Teismo vertinimas .....                                                                                                                                                                                                                                                    | 45 |

|                                                                                                                                                                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2. Dėl pirmojo ir antrojo pagrindų dalių, susijusių su nagrinėjamų veiksmų nediskriminaciniu pobūdžiu .....                                                                                                               | 47 |
| a) Dėl pirmojo pagrindo dalių, susijusių su tuo, kad Komisija klaidingai nusprendė, jog <i>Google</i> teikė pranašumą savo prekių palyginimo paslaugai, rodydama <i>Product Universals</i> .....                          | 47 |
| 1) Šalių argumentai .....                                                                                                                                                                                                 | 47 |
| 2) Bendrojo Teismo vertinimas .....                                                                                                                                                                                       | 48 |
| b) Dėl antrojo pagrindo dalių, kuriose teigiama, kad Komisija padarė klaidingą išvadą, jog <i>Google</i> , rodydama <i>Shopping Units</i> , teikė pirmenybę savo pačios prekių palyginimo paslaugai .....                 | 52 |
| 1) Dėl antrojo pagrindo pirmos dalies, pagal kurią Komisija padarė klaidingą išvadą, kad skirtingas prekių skelbimų ir bendrųjų rezultatų vertinimas yra favoritizmas, nes nebuvo jokios diskriminacijos .....            | 53 |
| i) Šalių argumentai .....                                                                                                                                                                                                 | 53 |
| ii) Bendrojo Teismo vertinimas .....                                                                                                                                                                                      | 54 |
| 2) Dėl antrojo pagrindo antros dalies, pagal kurią Komisija padarė klaidingą išvadą, kad <i>Shopping Units</i> esantys prekių skelbimai buvo naudingi <i>Google</i> prekių palyginimo paslaugai .....                     | 56 |
| i) Šalių argumentai .....                                                                                                                                                                                                 | 56 |
| ii) Bendrojo Teismo vertinimas .....                                                                                                                                                                                      | 57 |
| c) Dėl antrojo pagrindo trečios dalies aspektų, pagal kuriuos <i>Google</i> jau įtraukia konkurentų prekių palyginimo paslaugas į <i>Shopping Units</i> , todėl negalėjo būti jokio favoritizmo .....                     | 59 |
| 1) Šalių argumentai .....                                                                                                                                                                                                 | 59 |
| 2) Bendrojo Teismo vertinimas .....                                                                                                                                                                                       | 60 |
| 3. Dėl trečiojo ir ketvirtojo pagrindų, susijusių su tuo, kad nagrinėjami veiksmai neturėjo antikonkurencinio poveikio .....                                                                                              | 62 |
| a) Dėl trečiojo pagrindo pirmos dalies, pagal kurią Komisija neįrodė, kad dėl nagrinėjamų veiksmų sumažėjo duomenų srautas iš <i>Google</i> bendrųjų rezultatų tinklalapių į konkurentų prekių palyginimo paslaugas ..... | 62 |
| 1) Šalių argumentai .....                                                                                                                                                                                                 | 62 |
| 2) Bendrojo Teismo vertinimas .....                                                                                                                                                                                       | 65 |
| b) Dėl trečiojo pagrindo antros dalies, pagal kurią Komisija neįrodė, kad dėl nagrinėjamų veiksmų padidėjo duomenų srautas iš <i>Google</i> bendrųjų rezultatų tinklalapių į jos pačios prekių palyginimo paslaugą .....  | 71 |

|                                                                                                                                                        |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1) Šalių argumentai . . . . .                                                                                                                          | 71  |
| 2) Bendrojo Teismo vertinimas . . . . .                                                                                                                | 73  |
| c) Dėl ketvirtojo pagrindo pirmos dalies, pagal kurią Komisija spėliojo dėl nagrinėjamų veiksmų antikonkurencinio poveikio . . . . .                   | 77  |
| 1) Šalių argumentai . . . . .                                                                                                                          | 77  |
| 2) Bendrojo Teismo vertinimas . . . . .                                                                                                                | 79  |
| d) Dėl ketvirtojo pagrindo antros dalies, pagal kurią vertinant poveikį nebuvo atsižvelgta į prekybos platformų vaidmenį . . . . .                     | 85  |
| 1) Dėl ketvirtojo pagrindo antros dalies aspektų, kad prekių rinka apibrėžta klaidingai . . . . .                                                      | 85  |
| i) Šalių argumentai . . . . .                                                                                                                          | 85  |
| ii) Bendrojo Teismo vertinimas . . . . .                                                                                                               | 87  |
| 2) Dėl ketvirtojo pagrindo antros dalies aspektų, kad bet kuriuo atveju nebuvo atsižvelgta į prekybos platformų daromą konkurencinį spaudimą . . . . . | 93  |
| i) Šalių argumentai . . . . .                                                                                                                          | 93  |
| ii) Bendrojo Teismo vertinimas . . . . .                                                                                                               | 94  |
| e) Dėl ketvirtojo pagrindo trečios dalies, pagal kurią Komisija neįrodė antikonkurencinio poveikio . . . . .                                           | 96  |
| 1) Šalių argumentai . . . . .                                                                                                                          | 96  |
| 2) Bendrojo Teismo vertinimas . . . . .                                                                                                                | 98  |
| 4. Dėl pirmojo pagrindo trečios dalies ir antrojo pagrindo trečios dalies, susijusių su objektyvių pateisinimų buvimu . . . . .                        | 105 |
| a) Dėl <i>Google</i> pateisinimų, susijusių su <i>Product Universals</i> rodymu (pirmojo pagrindo trečia dalis) . . . . .                              | 105 |
| 1) Šalių argumentai . . . . .                                                                                                                          | 105 |
| 2) Bendrojo Teismo vertinimas . . . . .                                                                                                                | 106 |
| b) Dėl <i>Google</i> pateisinimų, susijusių su <i>Shopping Units</i> rodymu (antrojo pagrindo trečia dalis) . . . . .                                  | 111 |
| 1) Šalių argumentai . . . . .                                                                                                                          | 111 |
| 2) Bendrojo Teismo vertinimas . . . . .                                                                                                                | 112 |
| 5. Išvada dėl pagrindinių reikalavimų . . . . .                                                                                                        | 113 |

|    |                                                                                            |     |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| C. | Dėl papildomų reikalavimų, susijusių su baudos principu ir dydžiu . . . . .                | 114 |
| 1. | Dėl šeštojo pagrindo pirmos dalies, susijusios su galimybe skirti piniginę baudą . . . . . | 114 |
| a) | Šalių argumentai . . . . .                                                                 | 114 |
| b) | Bendrojo Teismo vertinimas . . . . .                                                       | 115 |
| 2. | Dėl šeštojo pagrindo antros dalies, susijusios su piniginės baudos dydžiu . . . . .        | 122 |
| a) | Šalių argumentai . . . . .                                                                 | 122 |
| b) | Bendrojo Teismo vertinimas . . . . .                                                       | 125 |
| D. | Bendra išvada . . . . .                                                                    | 132 |
| V. | Dėl bylinėjimosi išlaidų . . . . .                                                         | 132 |