

**Sommarju ta' Deciżjoni tal-Kummissjoni****tal-11 ta' Marzu 2008****li tiddikjara konċentrazzjoni kompatibbli mas-suq komuni u t-thaddim tal-Ftehim taż-ŻEE****(Każ COMP/M. 4731 — Google/DoubleClick)****(It-test bl-Ingliż biss huwa awtentiku)****(Test b'rilevanza għaż-ŻEE)**

(2008/C 184/06)

Fil-11 ta' Marzu 2008 l-Kummissjoni adottat Deciżjoni f'każ ta' amalgamazzjoni skond ir-Regolament tal-Kunsill (KE) Nru 139/2004 ta' l-20 ta' Jannar 2004 dwar il-kontroll ta' konċentrazzjonijiet bejn l-imprizi<sup>(1)</sup> (ir-Regolament ta' Amalgamazzjoni tal-KE), u b'mod partikolari l-Artikolu 8(1) ta' dak ir-Regolament. Verżjoni mhux kunfidenzjali tad-Deciżjoni sfiha tinstab fil-lingwa awtentika tal-każ fil-websajt tad-Direttorat Ġenerali għall-Kompetizzjoni, fl-indirizz li ġej:

[http://ec.europa.eu/comm/competiton/index\\_en.html](http://ec.europa.eu/comm/competiton/index_en.html)

**I. INTRODUZZJONI**

1. Fil-21 ta' Settembru 2007, il-Kummissjoni rċeviet notifika ta' konċentrazzjoni proposta skond l-Artikolu 4 u wara referenza skond l-Artikolu 4(3) tar-Regolament tal-Kunsill (KE) Nru 139/2004 (ir-Regolament dwar l-Amalgamazzjonijiet) li permezz tagħha l-impriza Google Inc. ("Google", l-Istati Uniti) takkwista fit-tifsira ta' l-Artikolu 3(1)(b) tar-Regolament tal-Kunsill, il-kontroll shih ta' l-impriza DoubleClick Inc. ("DoubleClick", ta' l-Istati Uniti) permezz ta' xiri ta' ishma.

**II. IL-PARTIJET**

2. Google topera magna tat-tiftix fuq l-Internet u tipprovdi spazju *online* għar-reklamar fuq il-websajts tagħha stess kif ukoll fuq il-websajts imsieħba (affiljati man-netwerk Google "AdSense") lktar reċentament, speċjalment wara l-akkwist ta' YouTube, Google bdiet tipprovdi kontenut ukoll. Google iġġib kważi d-dhul tagħha kollu mir-reklamar *online*.
3. DoubleClick prinċipalment tbigh teknoloġija ta' servizzi ta' reklamar, ta' ġestjoni u ta' rapurtaġġ fuq skala mondjali lill-pubblikaturi ta' websajts, dawk li jirreklamaw u agenziji tar-reklamar. Qieghda wkoll tnedi pjattaforma ta' intermedjazzjoni (skambji ta' reklami).

**III. RIFERIMENT KONFORMI MA' L-ARTIKOLU 4(5)**

4. It-tranzazzjoni proposta m'għandhiex dimensjoni Komunitarja skond it-tifsira ta' l-Artikolu 1(2) u (3) tar-Regolament ta' l-Amalgamazzjonijiet. Mandanakollu, wara talba għal riferiment taht l-Artikolu 4(5) tar-Regolament ta' l-Amalgamazzjonijiet tal-KE, il-konċentrazzjoni hija meqjusa li għandha dimensjoni Komunitarja.

**IV. IS-SUQ TAL-PRODOTTI RELEVANTI**

5. Google hija attiva prinċipalment fil-forniment ta' spazju *online* għar-reklamar. Is-suq tal-prodott relevant l-iktar

wiesa' possibbli kkunsidrat f'din id-Deciżjoni huwa s-suq tar-reklamar *online* globali. Il-Kummissjoni għamlet valutazzjoni dwar jekk dan is-suq għandux ikompli jinqasam iktar fuq il-bażi tal-forom differenti ta' reklamar *online* (reklamar b'test vs reklamar mhux b'test (viżwali) u/jew reklamar ta' tftixxija vs reklamar mhux ta' tftixxija) jew fuq il-bażi ta' mezzi ta' bejgħ differenti (bejgħ dirett vs bejgħ intermedjat permezz ta' networks ta' reklamar u skambji ta' reklami). Madanakollu, id-definizzjoni eżatta tas-suq tal-prodott relevanti baqgħet vaga fid-Deciżjoni billi t-tranzazzjoni ma twassalx għal thassib dwar kompetizzjoni taht ebda definizzjoni possibbli tas-suq tal-prodott.

**V. IS-SWIEQ ĠEOGRAFIĊI RILEVANTI**

7. Id-Deciżjoni tiddefinixxi s-suq ta' l-ispażju *online* għar-reklamar globali bħala ġeografikament maqsum matul il-fruntieri nazzjonali u lingwistiċi fiż-ŻEE. F'dak li għandu x'jaqsam ma' l-intermedjazzjoni, id-Deciżjoni tikkonkludi li dan is-suq ipotetiku huwa mill-inqas wiesa' daqs iż-ŻEE fl-ambitu ta' applikazzjoni.

8. Fl-ahharnett, id-Deciżjoni tiddefinixxi s-swieq għall-forniment tat-teknoloġija ta' servizzi għar-reklamar viżwali lil dawk li jirreklamaw u lill-pubblikaturi bħala mill-inqas wiesgħa daqs iż-ŻEE fl-ambitu ta' applikazzjoni.

(<sup>1</sup>) ĠUL 24, 29.1.2004, p. 1.

## VI. EVALWAZZJONI KOMPETITTIVA

## 6.2. Effetti Orizzontali

## 6.1. Pożizzjoni tal-partijiet fis-swieq relevanti

9. Google hija attiva bħalissa fis-suq ta' reklamar *online* (i) bħala pubblikatur, bil-pagna tagħha stess bil-magna ta' tfittxija Google.com (u l-paġni web nazzjonali bħal ma huma google.fr, google.it eċċ.), u (ii) bħala intermedjarja bin-netwerk ta' reklamar tagħha (AdSense). Permezz ta' dawn il-mezzi diretti jew indiretti, Google hija l-fornitur prinċipali fir-reklamar *online*, u partikularment fl-ispazju tar-reklamar ta' tfittxija fiz-ŻEE b'sehem fis-suq ta' bejn (25-35) % u (60-70) % jiddependi fuq id-definizzjoni eżatta tas-suq.
10. Il-kompetituri prinċipali ta' Google fir-reklamar ta' tfittxija huma Yahoo! u Microsoft b'ishma fis-suq sa (10-20) % fuq livell dinji u mill-inqas (0-10) % fiz-ŻEE għal Yahoo! u madwar (0-10) % għal Microsoft kemm fuq livell dinji kif ukoll fuq livell taż-ŻEE. Għall-intermedjazzjoni mhux ta' tfittxija fiz-ŻEE, per eżempju TradeDoubler, Zanox (li hija parti minn Axel Springer), AdLink, Interactive Media (li hija parti minn Deutsche Telekom), Advertising.com u Lightningcast (it-tnejn AOL/TimeWarner) u Tomorrow Focus huma attivi (madwar (10-20) % ta' ishma fis-suq fil-każ ta' TradeDoubler, (0-10) % fil-każ ta' Zanox u madwar (0-10) % għal kull parti oħra).
11. DoubleClick tipprovdi teknologija ta' servizzi għar-reklamar. Fuq in-naha ta' dawk li jirreklamaw, DoubleClick għandha rwol prinċipali fis-suq ta' servizzi għar-reklamar fiz-ŻEE flimkien ma aQuantive/Atlas (reċentament akkwistata minn Microsoft). Dawn għandhom madwar (30-40) % sehem kull wahda fis-suq taż-ŻEE. Fuq in-naha tal-pubblikaturi, l-investigazzjoni tas-suq turi li DoubleClick hija l-impriz ewlenija b'madwar (40-50) % sehem fis-suq taż-ŻEE, segwita minn 24/7 Real Media/OpenAdStream (reċentament akkwistata mill-aġenzija tar-reklamar WPP) b'inqas minn (20-30) % u AdTech/AOL (inqas minn (10-20) %).
12. Minkejja dawn l-ishma fis-suq relativament għoljin, il-poter fis-suq ta' DoubleClick huwa limitat minhabba li DoubleClick tiffaċċja kompetizzjoni sinifikanti minn fornituri rivali ta' għodod ta' servizzi għar-reklamar, li għalihom imorru l-klijenti f'każ li huma jgħollu l-prezz. Waqt li l-investigazzjoni tas-suq ipprovidiet risposti mħallta dwar il-livell teoretiku ta' spejjeż ta' tranżizzjoni, hemm evidenza li numru kbir ta' publikaturi u dawk li jirreklamaw fil-verità qalbu minn DoubleClick għal fornituri oħra ta' servizzi (u bil-maqlub) fis-snuq li għaddew. Il-fatt li s-suq ta' servizzi għar-reklamar bħalissa huwa kompetittiv jidher ukoll mit-tnaqqis sinifikanti fil-prezz tal-prodotti ta' DoubleClick lil dawk li jirreklamaw u lill-pubblikaturi waqt perjodu ta' bżonn ikbar.
13. DoubleClick qiegħda tniehdi wkoll skambju ta' reklami għdid. Dan l-iskambju ta' reklami beda' l-*beta testing* f'Ġunju 2007. In-numru ta' tranżazzjonijiet li għamlet s'issa mhux sinifikanti u, hekk jew hekk, għadu ma lahaqx kumerċjalizzazzjoni shiħa.
14. Bhalissa DoubleClick mhix preżenti fuq is-suq għall-forniment ta' spazju *online* u Google mhix qed tipprovdi għodod ta' servizzi għar-reklamar wahedhom. Għalhekk, m'hemm ebda kompetizzjoni vera bejn iż-żewġ kumpaniji.
15. Id-Deciżjoni tikkonkludi wkoll li t-tranzazzjoni proposta ma twassal għal ebda thassib dwar il-kompetizzjoni b'għan li possibilment tkun eliminata kompetizzjoni potenzjali bejn Google u DoubleClick. L-iskambju ta' reklami ta' DoubleClick għadu ma żviluppax pożizzjoni sinifikanti fis-suq, iżda ma tistax tkun eliminata l-possibiltà li DoubleClick, jekk tibqa' indipendenti, tista' tiżviluppa rwol importanti fis-suq ta' intermedjazzjoni. Madanakollu, huwa probabbli li jibqa' numru biżżejjed ta' kompetituri li jżommu biżżejjed pressjoni kompetittiva wara l-amalgamazzjoni għalhekk il-kompetizzjoni ma tkunx sinifikattivament imfixkla. Partikularment, meta mqabbla ma' partijiet oħra attivi f'dan is-suq, DoubleClick ma tidhirx li għandha xi vantaġġi sinifikanti fil-kompetizzjoni ma' Google fis-suq ta' intermedjazzjoni tar-reklamar.
16. Għal dak li għandu x'jaqsam mal-kompetizzjoni potenzjali minn Google fis-suq ta' servizzi għar-reklamar, id-Deciżjoni tezamina l-fatt li Google bħalissa qed tiżviluppa prodott ta' servizzi għar-reklamar għdid kemm għas-servizzi għar-reklamar viżwali għal dawk li jirreklamaw kif ukoll għall-pubblikaturi, iżda telimina kull thassib dwar l-eliminazzjoni possibbli tal-kompetizzjoni potenzjali billi m'hemm l-ebda indikazzjoni li l-prodotti godda ta' Google kienu se jkunu f-pożizzjoni ahjar biex jikkompetu mal-prodotti rispettivi ta' DoubleClick milli kienu l-bosta partijiet diġa' preżenti fis-suq.

## 6.3. Effetti mhux orizzontali

## 6.3.1. Esklużjoni bbażata fuq il-pożizzjoni fis-suq ta' DoubleClick fis-servizzi għar-reklamar

17. Il-Kummissjoni investigat numru ta' strateġiji ta' esklużjoni bbażati fuq il-pożizzjoni fis-suq tas-servizzi għar-reklamar ta' DoubleClick li setghat ttwettaq l-entità amalgamata. Dawn l-istrateġiji jinkludu (a) iż-żieda fil-prezz ta' l-għodod ta' DoubleClick meta użati minn publikaturi jew dawk li jirreklamaw meta qed jikkompetu ma' networks ta' reklamar jew zieda selettiva fil-prezz ta' l-għodod ta' DoubleClick lill-klijenti li huma inqas probabbli li jaqilbu għal fornituri oħra ta' għodod ta' servizzi għar-reklamar, (b) tnaqqis fil-kwalità ta' l-għodod ta' DoubleClick meta użati ma' networks ta' reklamar li qed jikkompetu magħhom, (c) assoċjazzjoni ta' l-għodod ta' DoubleClick mas-servizzi ta' intermedjazzjoni ta' Google (b'assoċjazzjoni pura jew imħallta), (d) "tghawwig" tal-mekkanismu ta' l-arbitraġġ tar-reklami biex isservi reklami favur AdSense, u (e) taġġmel esklużjoni (jiġifieri tirrifjuta li tbigh jew iżżid l-ispejjeż tar-rivali) fil-bejgħ ta' għodod ta' servizzi għar-reklamar lil networks ta' reklamar li qed jikkompetu magħhom.

18. Id-Deciżjoni telimina dan it-thassib kollu. L-ewwelnett, l-investigazzjoni tas-suq uriet li l-entità amalgamata ma tkunx tista' teskludi r-rivali tagħha fis-suq tas-servizzi għar-reklamar b'suċċess minhabba li DoubleClick qed tiffaċċja numru ta' limitazzjonijiet kompetittivi u mhux probabbli li teżerċita poter sinifikanti fis-suq.
19. It-tieni, l-inċentivi ta' l-entità amalgamata biex toħloq l-istrategġija deskritti wkoll tidher limitata. Differenzi (anke sinifikanti) fil-prezz ta' l-għodod tas-servizzi għar-reklamar mhux probabbli li jwasslu għal tibdil sinifikanti bejn networks ta' reklamar minhabba li l-ispejjeż tas-servizzi għar-reklamar jirrapreżentaw proporzjon żgħir ta' l-ispejjeż/id-dhul ta' reklamar *online* għal dawk li jirreklamaw u għall-pubblikaturi. Dan probabbilment inaqqas kull inċentiv biex DoubleClick toffri t-teknoloġija ta' servizzi għar-reklamar viżwali bi prezz inqas (jew anke b'xejn) lill-pubblikaturi meta użata ma' AdSense (jiġifieri assoċjazzjoni mhallta). Assoċjazzjoni pura (jiġifieri l-assoċjazzjoni tat-teknoloġija ta' servizzi għar-reklamar viżwali ma' intermedjazzjoni permezz ta' AdSense) mhux probabbli li thalli profit minhabba t-tranzizzjonijiet li din tista' teżiġi. L-istrategġija ta' "tghawwig" tikkostittwixxi nuqqas fl-obbligazzjonijiet kuntrattwali ta' l-entità amalgamata lejn il-klijenti tagħha, li, jekk issir fuq livell sinifikanti, probabbilment tkun innutata.
20. Fl-ahharnett, ukoll jekk xi waħda minn dawn l-istrategġiji kellha tkun implimentata b'suċċess, it-tranzazzjoni xorta mhix probabbli li jkollha effett negattiv fuq il-kompetizzjoni billi l-entità amalgamata tkompli tikkompeti ma' numru ta' rivali finanzjarjament b'sahhithom u vertikalment integrati (inklużi Microsoft, Yahoo!, AOL u WPP) li joffru l-istess grupp ta' prodotti.
- 6.3.2. *Esklużjoni bbażata fuq il-pożizzjoni fis-suq ta' Google fir-reklamar ta' tfittxija u s-servizzi ta' intermedjazzjoni tar-reklamar*
21. Minhabba l-pożizzjoni b'sahhitha ta' Google fil-forniment ta' reklami ta' tfittxija, Google tista' wkoll tuża din il-pożizzjoni tagħha biex tidhol fis-suq tas-servizzi għar-reklamar viżwali billi titlob lill-utenti tas-servizzi tagħha ta' reklami ta' tfittxija (intermedjazzjoni) jużaw il-prodotti DoubleClick biex iservu l-inventarju tagħhom kollu jew parti minnu. Id-Deciżjoni telimina wkoll dan it-thassib.
22. Diġa' l-kapaċità biex jiġu esklużi r-rivali b'użu ta' din l-istrategġija tidher li hi limitata billi hemm numru limitat hafna ta' klijenti komuni li jużaw kemm ir-reklami ta' tfittxija jew is-servizzi intermedjarji ta' reklami ta' tfittxija kif ukoll it-teknoloġija tas-servizz għar-reklamar viżwali. Minbarra hekk, minn naħa ta' dawk li jirreklamaw, jista' jkun hemm diffikultajiet prattiċi fil-każ li ż-żewġ partijiet rilevanti tal-pakkett ma jkunux mibjugha flimkien.
23. Minbarra hekk, l-investigazzjoni tas-suq uriet li l-entità amalgamata ma jkollhiex inċentiv li taddotta strategġija bħal din billi din l-istrategġija probabbilment ma tkunx ta' profit.
24. Madanakollu, ukoll jekk xi waħda minn dawn l-istrategġiji kellha tkun implimentata b'suċċess, it-tranzazzjoni xorta mhix probabbli li jkollha effett negattiv fuq il-kompetizzjoni billi l-entità amalgamata tkompli tikkompeti ma' numru ta' rivali finanzjarjament b'sahhithom u vertikalment integrati (inklużi Microsoft, Yahoo!, AOL u WPP) li diffiċli li jkunu esklużi.
- 6.3.3. *Esklużjoni bbażata fuq l-assi magħquda ta' Google u ta' DoubleClick*
25. Fl-ahharnett, l-għaqda waħedha ta' l-assi ta' DoubleClick ma' dawk ta' Google, u partikularment id-*databases* li iż-żewġ kumpaniji għandhom u li jistgħu jiżviluppaw fuq il-bażi ta' l-imġiba *online* tal-klijenti tista' thalli lill-entità amalgamata tilhaq pożizzjoni li ma tkunx tista' tintlaħaq mill-kompetituri tagħha. B'riżultat ta' din l-għaqda, il-kompetituri ta' Google ikunu progressivament marginalizzati u fl-ahhar mill-ahhar dan jippermetti li Google tgħolli l-prezzijiet għas-servizzi tagħha ta' intermedjazzjoni.
26. Madanakollu, l-investigazzjoni tas-suq uriet li dan it-thassib m'għandux bażi. Il-kuntratti ta' DoubleClick ma dawk li jirreklamaw u l-pubblikaturi tagħha jhallu lil DoubleClick tuża d-dejta mahluqa permezz tat-teknoloġija tas-servizz għar-reklamar tagħha biss għall-benefiċċju tal-klijent rispettiv. M'hemm ebda indikazzjoni li l-entità amalgamata tkun tista' timponi bdil fil-kuntratti fuq il-klijenti li jhallu l-użu trażversali tad-dejta tagħhom fil-futur. Barra minn hekk, l-għaqda tad-dejta dwar it-tfittxija mad-dejta dwar l-imġiba tal-*web surfing* ta' l-utenti hija diġa' disponibbli għal numru ta' kompetituri ta' Google illum (eż. Microsoft u Yahoo).

## VII. GHELUQ

27. Id-Deciżjoni għalhekk tikkonkludi li l-koncentrazzjoni proposta mhux ser twassal għal thassib dwar kompetizzjoni li bħala riżultat jimpedixxi b'mod sinifikanti l-kompetizzjoni effettiva fis-Suq Komuni jew f'parti sostanzjali minnu. Għalhekk, il-Kummissjoni ddikjarat li t-tranzazzjoni hija kompatibbli mas-Suq Komuni u l-Ftehim taż-ŻEE, skond l-Artikolu 8(1) tar-Regolament ta' Amalgamazzjoni u l-Artikolu 57 tal-Ftehim taż-ŻEE.