



Zbirka odločb sodne prakse

SODBA SPLOŠNEGA SODIŠČA (deveti razširjeni senat)

z dne 10. novembra 2021 *

„Konkurenca – Zloraba prevladujočega položaja – Splošno in specializirano spletno iskanje proizvodov – Sklep o ugotovitvi kršitve člena 102 PDEU in člena 54 Sporazuma EGP – Zloraba z učinkom vzvoda – Konkurenca na podlagi učinkovitosti ali protikonkurenčno ravnanje – Pogoji dostopa za konkurente do storitve podjetja s prevladujočim položajem, katere uporabe ni mogoče učinkovito nadomestiti – Podjetje s prevladujočim položajem, ki daje prednost prikazovanju zadetkov lastne storitve specializiranega iskanja – Posledice – Potreba po vzpostavitvi hipotetičnega scenarija – Neobstoj – Objektivna utemeljitev – Neobstoj – Možnost naložitve globe glede na nekatere okoliščine – Smernice o načinu določanja glob – Neomejena pristojnost“

V zadevi T-612/17,

Google LLC, nekdanja Google Inc., s sedežem v Mountain Viewju, Kalifornija (Združene države Amerike),

Alphabet, Inc. s sedežem v Mountain Viewju,

ki ju zastopajo T. Graf, R. Snelders, C. Thomas, K. Fountoukakos-Kyriakakos, odvetniki, R. O'Donoghue in M. Pickford, QC, ter D. Piccinin, barrister,

tožeči stranki,

ob intervenciji

Computer & Communications Industry Association s sedežem v Washingtonu, DC (Združene države Amerike), ki ga zastopata J. Killick in A. Komninos, odvetnika,

intervenient,

proti

Evropski komisiji, ki jo zastopajo T. Christoforou, N. Khan, A. Dawes, H. Leupold in C. Urraca Cavedes, agenti,

tožena stranka,

ob intervenciji

* Jezik postopka: angleščina.

Zvezne republike Nemčije, ki jo zastopajo J. Möller, S. Heimerl in S. Costanzo, agenti,

Nadzornega organa EFTA, ki ga zastopata C. Zatschler in C. Simpson, agenta,

Evropske potrošniške organizacije (BEUC) s sedežem v Bruslju (Belgija), ki jo zastopa A. Fratini, odvetnik,

Infederation Ltd s sedežem v Crowthornu (Združeno kraljestvo), ki jo zastopajo A. Morfey, S. Gartagani, L. Hannah, A. D'heygere in K. Gwilliam, solicitors, ter T. Vinje, odvetnik,

Kelkoo s sedežem v Parizu (Francija), ki jo zastopata J. Koponen in B. Meyring, odvetnika,

Verband Deutscher Zeitschriftenverleger eV s sedežem v Berlinu (Nemčija), ki ga zastopajo T. Höppner, profesor, ter P. Westerhoff in J. Weber, odvetnika,

Visual Meta GmbH s sedežem v Berlinu, ki jo zastopata T. Höppner, profesor, in P. Westerhoff, odvetnik,

BDZV – Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger eV, nekdanji Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger eV, s sedežem v Berlinu, ki ga zastopata T. Höppner, profesor, in P. Westerhoff, odvetnik,

ter

Twenga s sedežem v Parizu, ki jo zastopajo L. Godfroid, S. Hautbourg in S. Pelsy, odvetniki,

intervenienti,

zaradi predloga na podlagi člena 263 PDEU, primarno, za razglasitev ničnosti Sklepa Komisije C(2017) 4444 final z dne 27. junija 2017 v zvezi s postopkom na podlagi člena 102 PDEU in člena 54 Sporazuma EGP (Zadeva AT.39740 – Google Search (Shopping)) in, podredno, za odpravo ali znižanje globe, naložene tožečima strankama,

SPLOŠNO SODIŠČE (deveti razširjeni senat),

v sestavi S. Gervasoni, predsednik, L. Madise (poročevalec), R. da Silva Passos, sodnika, K. Kowalik-Bańczyk, sodnica, in C. Mac Eochaidh, sodnik,

sodna tajnica: E. Artemiou, administratorka,

na podlagi pisnega postopka in obravnave z dne 12., 13. in 14. februarja 2020

izreka naslednjo

Sodbo

I. Dejansko stanje

A. Okvir

- 1 Google LLC, nekdanja Google Inc., je ameriška družba, specializirana za proizvode in storitve, povezane z uporabo interneta. Večinoma je znana po svojem iskalniku, ki internetnim uporabnikom (v nadaljevanju: glede na sobesedilo poimenovani tudi „uporabniki“ ali „potrošniki“) omogoča, da z brskalnikom, ki ga uporabljajo, in prek hiperpovezav poiščejo spletna mesta, ki jih potrebujejo, in dostopajo do njih. Od 2. oktobra 2015 je družba Google LLC hčerinska družba v stoddotni lasti družbe Alphabet, Inc., krovne družbe skupine (v nadaljevanju skupaj: Google).
- 2 Iskalnik Google, ki je na voljo na naslovu www.google.com ali na podobnih naslovih z nacionalno končnico, omogoča pridobivanje zadetkov iskanja, izpisanih na straneh, ki se prikažejo na zaslonih internetnih uporabnikov. Te zadetke navedeni iskalnik izbere bodisi v skladu s splošnimi merili in ne da bi spletna mesta, na katere zadetki vodijo, družbi Google plačala za prikaz (v nadaljevanju: zadetki splošnega iskanja ali splošni zadetki), bodisi jih izbere v skladu s specializirano logiko za posamezno vrsto iskanja (v nadaljevanju: zadetki specializiranega iskanja). Zadetki specializiranega iskanja se lahko, odvisno od primera, prikažejo, ne da bi internetni uporabnik za to kaj posebej naredil, in sicer skupaj z zadetki splošnega iskanja na isti strani (v nadaljevanju: stran(i) s splošnimi zadetki), lahko pa se prikažejo tudi sami na podlagi ukaza, ki ga da internetni uporabnik prek specializirane strani iskalnika Google, ali po aktiviranju povezav na nekaterih predelih njegovih strani s splošnimi zadetki. Družba Google je razvila različne storitve specializiranega iskanja, na primer za aktualne novice, za lokalne informacije in komercialne ponudbe, za potovanja z letalom ali zaradi nakupa proizvodov. V obravnavani zadevi gre za zadnjo kategorijo.
- 3 Storitve specializiranega iskanja zaradi nakupa proizvodov (v nadaljevanju: storitve primerjave proizvodov) same ne prodajajo proizvodov, temveč primerjajo in izbirajo ponudbe spletnih prodajalcev, ki ponujajo iskani proizvod. Ti prodajalci so lahko neposredni prodajalci ali prodajne platforme, na katerih so zbrane ponudbe številnih prodajalcev in pri katerih je mogoče takoj naročiti iskani proizvod (eBay, Amazon, PriceMinister ali Fnac so med najbolj znanimi).
- 4 Podobno kot zadetki splošnega iskanja so lahko tudi zadetki specializiranega iskanja zadetki, ki se včasih označujejo kot „naravni“, saj niso odvisni od plačil spletnih mest, na katera preusmerjajo, čeprav so to trgovska spletna mesta. Prav tako ni od plačil odvisen niti vrstni red prikazovanja teh naravnih zadetkov na straneh z zadetki.
- 5 Na straneh z zadetki iskalnika Google – kot tudi na straneh drugih iskalnikov – se prikažejo tudi zadetki, ki so, nasprotno, vezani na plačila spletnih mest, na katera preusmerjajo. Ti zadetki, običajno poimenovani kar „oglas“ (v angleščini skrajšano „ads“), so prav tako povezani z iskanjem internetnega uporabnika, od naravnih zadetkov splošnega ali specializiranega iskanja pa se ločujejo z navedbo na primer besede „oglas“ ali „sponzorirano“. Prikazani so bodisi na posebnih predelih strani z zadetki bodisi med preostalimi zadetki. Lahko so zadetki specializiranega iskanja in dejansko nekatere storitve specializiranega iskanja družbe Google temeljijo na sistemu plačljive vključitve. Njihov prikaz je povezan z zavezami oglaševalcev

o plačilu, sprejetimi v okviru dražbe. V nekaterih okoliščinah se lahko uporabijo dodatna merila za izbor. Oglaševalci plačajo družbi Google, ko internetni uporabnik s klikom aktivira hiperpovezavo v njihovem oglasu, ki vodi na njihovo spletno mesto.

- 6 Strani s splošnimi zadetki družbe Google lahko vsebujejo ali so vsebovale vse vrste zadetkov, navedenih v točkah od 2 do 5 zgoraj. Kot je bilo prav tako navedeno v točki 2 zgoraj, se lahko zadetki specializiranega iskanja – pa naj bodo naravni ali oglasi – prikažejo tudi sami na strani s specializiranimi zadetki na podlagi ukaza, ki ga da internetni uporabnik prek specializirane strani iskalnika Google ali po aktiviranju povezav na nekaterih predelih njegovih strani s splošnimi zadetki.
- 7 Drugi iskalniki poleg iskalnika družbe Google ponujajo ali so ponujali storitve splošnega iskanja in storitve specializiranega iskanja, na primer Alta Vista, Yahoo, Bing ali Qwant. Poleg tega obstajajo iskalniki, ki so posebej namenjeni za primerjavo proizvodov, kot so Bestlist, Nextag, IdealPrice, Twenga, Kelkoo ali Prix.net.
- 8 Kot je razvidno iz pojasnil družbe Google, ki se ne izpodbijajo, je ta družba začela storitev primerjave proizvodov internetnim uporabnikom ponujati leta 2002, to je po drugih iskalnikih, kot so Alta Vista, Yahoo, AskJeeves ali America On Line (AOL), ali vzporedno z njimi. S temi pobudami naj bi se odzvali na ugotovitev, da postopki, ki so jih iskalniki uporabljali dotlej, ne dajejo nujno najustrežnejših zadetkov v odgovor na posebne poizvedbe, na primer tiste v zvezi z aktualnimi novicami ali proizvodi za nakup. Družba Google je tako začela zagotavljati zadetke za primerjavo proizvodov (v nadaljevanju: zadetki za proizvode), in sicer od konca leta 2002 v ZDA, približno dve leti zatem pa postopoma še v nekaterih evropskih državah. Ti zadetki niso bili več zadetki njenih običajnih algoritmov splošnega iskanja, ki se uporabljajo za informacije, prikazane na spletnih mestih – ki se najprej izvelečejo s postopkom, poimenovanim „crawling“ („pajek“), to je z dejavnostjo raziskovanja spletnih vsebin, ki jo izvaja iskalnik Google za indeksiranje, se nato izberejo za vključitev v „spletni indeks“ iskalnika Google, nazadnje pa so še razvrščene glede na njihovo upoštevnost za prikaz v odgovor na ukaz internetnega uporabnika – temveč zadetki specifičnih algoritmov, uporabljenih za informacije v zbirki podatkov, tako imenovanem „indeksu proizvodov“, v katero prispevajo sami prodajalci. Ti zadetki so se najprej zagotavljali prek strani za specializirano iskanje, poimenovane Froogle, ki je bila ločena od strani za splošno iskanje iskalnika, nato pa od leta 2003 v ZDA in od leta 2005 v nekaterih evropskih državah tudi prek strani za splošno iskanje iskalnika. V zadnjem primeru so bili zadetki za proizvode prikazani tako, da so bili zbrani na straneh s splošnimi zadetki v tako imenovanem Product OneBox (v nadaljevanju: Product OneBox) pod oglašni, prikazanimi na vrhu ali ob robu strani, ali vzporedno z njimi, in nad zadetki splošnega iskanja, kot je prikazano na spodnji ponazoritvi, ki jo je skupaj z dodano legendo predložila družba Google:

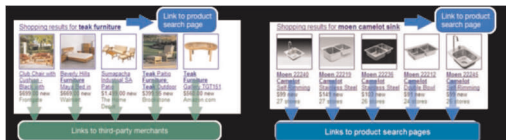


- 9 Če je namreč internetni uporabnik prek strani za splošno iskanje vnesel poizvedbo v zvezi s proizvodom, so zadetki, ki jih je izpisal iskalnik, hkrati zajemali zadetke na podlagi specializiranega iskanja in tiste na podlagi splošnega iskanja. Ko je kliknil na povezavo iz zadetka Product OneBox, je bil neposredno preusmerjen na ustrezno stran spletnega mesta proizvajalca iskanega proizvoda, ki ga je tam lahko tudi kupil. Poleg tega je posebna povezava znotraj Product OneBox omogočala preusmeritev na stran z zadetki iskalnika Froogle, na kateri je bil prikazan razširjen izbor specializiranih zadetkov za proizvode. Družba Google pojasnjuje, da se po drugi strani zadetki iskalnika Froogle niso nikoli izpisali med zadetki splošnega iskanja, medtem ko so se lahko tam izpisali zadetki drugih specializiranih iskalnikov za primerjavo proizvodov.
- 10 Družba Google navaja, da je od leta 2007 spremenila način priprave zadetkov za proizvode.
- 11 Družba Google je v okviru teh sprememb opustila ime Froogle, namesto katerega je za svoje specializirane strani za iskanje in zadetke za primerjavo proizvodov začela uporabljati ime Product Search.
- 12 Glede zadetkov za proizvode, prikazanih prek strani za splošno iskanje na straneh s splošnimi zadetki, je družba Google po eni strani vsebino Product OneBox obogatila tako, da je dodala fotografije. V zvezi s tem je priložila spodnjo ponazoritev prve vrste dodajanja fotografij:



- 13 Družba Google je poleg tega omogočila več izidov klika na povezavo tam prikazanega zadetka: internetni uporabnik je bil, odvisno od primera, enako kot prej preusmerjen neposredno na ustrezno stran spletnega mesta prodajalca iskanega proizvoda, kjer ga je lahko kupil, ali pa je bil preusmerjen na stran s specializiranimi zadetki Product Search, kjer se je lahko seznanil z več

ponodbami za isti proizvod. Product Onebox je bil v različnih državah postopoma preimenovan v Product Universal (v nadaljevanju: Product Universal) (na primer leta 2008 v Združenem kraljestvu in Nemčiji), hkrati pa je postal tudi privlačnejši. Družba Google je predložila spodnjo ponazoritev obeh različic Product Universal z dodanimi legendami:



- 14 Po drugi strani je družba Google izoblikovala mehanizem, poimenovan Universal Search, ki je lahko, če je zaznal iskanje zaradi nakupa proizvoda na strani s splošnimi zadetki, vzpostavil hierarhijo med proizvodi iz okvira Product Onebox – in nato Product Universal – glede na zadetke splošnega iskanja.
- 15 Glede zadetkov za proizvode, povezanih s plačili, ki se prikazujejo na straneh z zadetki, je družba Google od septembra 2010 v Evropi uvedla obogaten format v primerjavi z oglasi, sestavljenimi samo iz besedila (v angleščini „text ads“; v nadaljevanju: besedilni oglasi), ki so se prikazali dotle. Oglaševalec je lahko izbral možnost, da je internetni uporabnik s klikom na besedilo v povečanem formatu v primerjavi s prvotnim besedilnim oglasom videl fotografije iskanih proizvodov in njihove cene, kot jih je ponujal oglaševalec. Družba Google je predložila ponazoritev tako razširjenega besedilnega oglasa skupaj z dodano legendo:

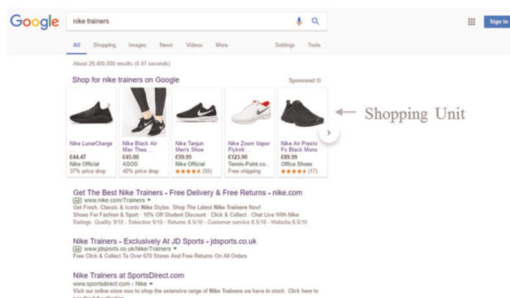


- 16 Družba Google je od leta 2011 v Evropi ta mehanizem povečevanja besedilnih oglasov dopolnila tako, da so se na straneh s splošnimi zadetki neposredno prikazale skupine oglasov več oglaševalcev skupaj s fotografijami in cenami, kar je poimenovala „sezname oglasov za proizvode“ ali „oglas za proizvode“ (v nadaljevanju: oglasi za proizvode), umeščene pa so bile bodisi na desni rob bodisi na vrh strani z zadetki. Ko je internetni uporabnik kliknil na oglas iz skupine, je bil preusmerjen na spletno mesto oglaševalca. Družba Google je predložila spodnjo ponazoritev oglasa za proizvode:

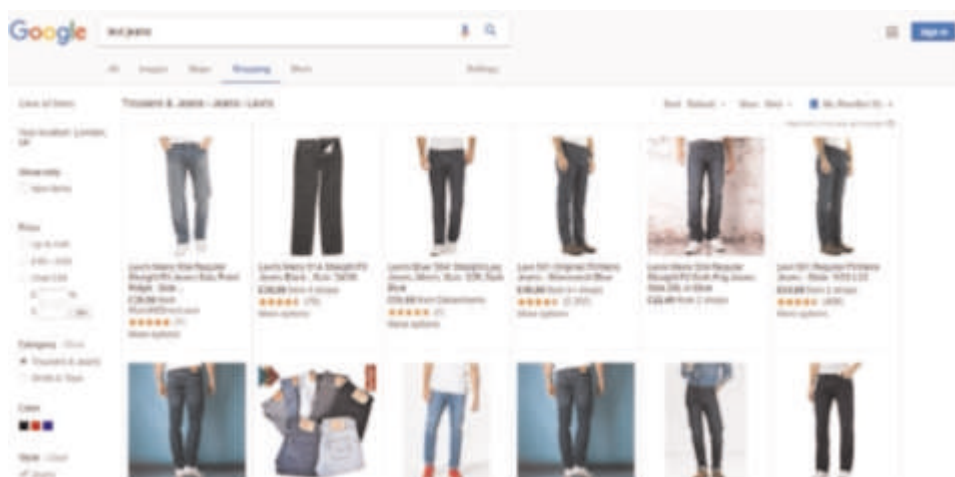


- 17 Zatem je družba Google na svojih straneh s splošnimi zadetki prenehala hkrati prikazovati naravne zadetke za proizvode po skupinah na podlagi specializiranega iskanja (Product Universal), oglase za proizvode po skupinah („product ads“), besedilne oglase („text ads“), ki jih je bilo mogoče razširiti, in zadetke splošnega iskanja, saj je menila, da ohranitev tega položaja ni zaželena. Tako je leta 2013 v Evropi na svojih straneh s splošnimi zadetki ukinila Product Universal in razširjene besedilne oglase. Na teh straneh so bili torej le še oglasi za proizvode po skupinah, preimenovani v „Shopping Commercial Units“ ali „Shopping Units“ (v nadaljevanju:

Shopping Units), besedilni oglasi in zadetki splošnega iskanja. Družba Google je predložila spodnjo ponazoritev za Shopping Unit skupaj z dodano legendo, na kateri je ta skupina proizvodov umeščena pred besedilne oglase in enega od zadetkov splošnega iskanja:



- 18 Tako je bil internetni uporabnik, ki je kliknil na enega od oglasov v Shopping Unit, vedno preusmerjen na prodajno spletno mesto oglaševalca. S strani s splošnimi zadetki je na stran za specializirano iskanje in zadetke za primerjavo proizvodov družbe Google, kjer je bilo na voljo več oglasov, dostopal samo še s klikom na posebno povezavo na vrhu Shopping Unit ali na povezavo, ki je bila na voljo v splošnem navigacijskem meniju (zavihek „Shopping“).
- 19 Družba Google pojasnjuje, da izbor oglasov za Shopping Unit ni bil opravljen samo z mehanizmom dražbe, omenjenim v točki 5 zgoraj, ampak tudi na podlagi podobnih meril, kakršna so se uporabljala za izpis naravnih zadetkov za proizvode, omenjenih v točki 8 zgoraj. Pri tem navaja – ne da bi se to izpodbijalo – da je bila lahko v izboru, odvisno od primera, pri vrstnem redu prikaza na strani s splošnimi zadetki dana prednost besedilnim oglasom v primerjavi s Shopping Unit ali obratno, možno pa je, da Shopping Unit sploh ni bil prikazan, če v njem ni bilo dovolj kakovostnih oglasov.
- 20 Hkrati je družba Google s svoje strani s splošnimi zadetki umaknila Product Universal in tudi prenehala prikazovati naravne zadetke za proizvode na svoji specializirani strani z zadetki Product Search, ki se je razvila v stran, na kateri so bili zgolj oglasi, poimenovana pa je bila Google Shopping. Družba Google je predložila spodnjo ponazoritev strani Google Shopping:



B. Upravni postopek

- 21 Obravnavana zadeva izhaja iz več pritožb, ki so jih od novembra 2009 pri Evropski komisiji vložila podjetja, podjetniška združenja in združenja potrošnikov, ter zadev, ki so jih Komisiji predložili nacionalni organi, pristojni za konkurenco (zlasti Bundeskartellamt (zvezni urad za varstvo konkurence, Nemčija)).
- 22 Komisija je 30. novembra 2010 začela postopek proti družbi Google na podlagi člena 2(1) Uredbe Komisije (ES) št. 773/2004 z dne 7. aprila 2004 v zvezi z vodenjem postopkov Komisije v skladu s členoma [101] in [102 PDEU] (UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 8, zvezek 3, str. 81).
- 23 Komisija je 13. marca 2013 na podlagi člena 9 Uredbe Sveta (ES) št. 1/2003 z dne 16. decembra 2002 o izvajanju pravil konkurence iz členov [101] in [102 PDEU] (UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 8, zvezek 2, str. 205) sprejela predhodno oceno zaradi morebitnega sprejetja zavez družbe Google, ki bi odpravile pomisleke Komisije. Komisija je v predhodni oceni zlasti menila, da bi ugodnejše obravnavanje povezav, prikazanih na straneh s splošnimi zadetki družbe Google, ki vodijo na njene lastne storitve specializiranega iskanja, v primerjavi s povezavami do konkurenčnih storitev specializiranega iskanja lahko kršilo člen 102 PDEU in člen 54 Sporazuma o Evropskem gospodarskem prostoru (EGP).
- 24 Čeprav je družba Google navedla, da se ne strinja s pravno analizo iz predhodne ocene, in je izpodbijala trditve, da prakse, ki jih je opisala Komisija, kršijo člen 102 PDEU, je predložila tri sklope zavez, in sicer prvega 3. aprila 2013, drugega 21. oktobra 2013 in tretjega 31. januarja 2014.
- 25 Komisija je med 27. majem 2014 in 11. avgustom 2014 na podlagi člena 7(1) Uredbe št. 773/2004 pritožnikom, ki so pritožbo vložili pred 27. majem 2014, poslala dopise, v katerih je navedla, da namerava njihove pritožbe zavrnila. V dopisih je bila predstavljena začasna presoja Komisije, v skladu s katero lahko tretji sklop zavez, ki jih je predložila družba Google, odpravi pomisleke glede konkurence, izražene v predhodni oceni.
- 26 V odgovor na te dopise je 19 pritožnikov predložilo pripombe. Komisija je po analizi teh pripomb 4. septembra 2014 družbo Google obvestila, da navsezadnje ne more sprejeti sklepa o sprejetju zavez v skladu s členom 9 Uredbe št. 1/2003.
- 27 Komisija je 15. aprila 2015 znova začela postopek za ugotavljanje kršitev iz člena 7(1) Uredbe št. 1/2003 in sprejela obvestilo o ugotovitvah o možnih kršitvah, naslovljeno na družbo Google, v katerem je začasno ugotovila, da zadevna ravnanja pomenijo zlorabo prevladujočega položaja in zato kršijo člen 102 PDEU.
- 28 Komisija je 27. aprila 2015 družbi Google odobrila vpogled v spis.
- 29 Komisija je med junijem in septembrom 2015 poslala nezaupno različico obvestila o ugotovitvah o možnih kršitvah 24 pritožnikom in 10 zainteresiranim strankam. Skupno 20 pritožnikov in 7 zainteresiranih strank je predložilo pripombe.
- 30 Družba Google je 27. avgusta 2015 predložila odgovor na obvestilo o ugotovitvah o možnih kršitvah.

- 31 Komisija je med oktobrom in novembrom 2015 poslala nezaupno različico odgovora na obvestilo o ugotovitvah o možnih kršitvah 23 pritožnikom in 9 zainteresiranim strankam. Pripombe je predložilo 14 pritožnikov in 7 zainteresiranih strank.
- 32 Komisija je 14. julija 2016 sprejela dodatno obvestilo o ugotovitvah o možnih kršitvah.
- 33 Komisija je 27. julija 2016 družbi Google odobrila nov vpogled v spis.
- 34 Komisija je med septembrom in oktobrom 2016 na 20 pritožnikov in 6 zainteresiranih strank naslovila nezaupno različico dodatnega obvestila o ugotovitvah o možnih kršitvah. Pripombe na dodatno obvestilo o ugotovitvah o možnih kršitvah je predložilo 9 pritožnikov in 3 zainteresirane stranke.
- 35 Družba Google je 3. novembra 2016 predložila odgovor na dodatno obvestilo o ugotovitvah o možnih kršitvah.
- 36 Komisija je 28. februarja 2017 družbi Google poslala „dopis o ugotovljenih dejstvih“, v katerem jo je opozorila na dokaze, ki v obvestilu o ugotovitvah o možnih kršitvah in dodatnem obvestilu o ugotovitvah o možnih kršitvah niso bili izrecno navedeni, vendar bi lahko bili po analizi spisa potencialno upoštevni za utemeljitev predhodne ugotovitve, sprejete v teh aktih.
- 37 Komisija je 1. marca 2017 družbi Google odobrila nov vpogled v spis.
- 38 Družba Google je 18. aprila 2017 odgovorila na „dopis o ugotovljenih dejstvih“.
- 39 Komisija je 27. junija 2017 sprejela Sklep C(2017) 4444 final v zvezi s postopkom na podlagi člena 102 PDEU in člena 54 Sporazuma EGP (Zadeva AT.39740 – Google Search (Shopping)) (v nadaljevanju: izpodbijani sklep).

C. Izpodbijani sklep

- 40 Komisija je v izpodbijanem sklepu, potem ko je predstavila faze postopka, ki je privedel do njegovega sprejetja, in zavrnila očitke družbe Google glede vodenja tega postopka, najprej opredelila upoštevne trge v smislu pravil o konkurenci.
- 41 Komisija je opozorila, da mora pri ugotavljanju morebitnega prevladujočega položaja podjetja na trgu upoštevati ne samo značilnosti zadevnih proizvodov ali storitev, ampak tudi strukturo ponudbe in povpraševanja, da tako opredeli upoštevni trg ali upoštevne trge. Poudarila je, da je treba vprašanje, ali se v tem okviru proizvodi ali storitve med seboj razlikujejo, presojati z vidika potrošnikovega povpraševanja.
- 42 Komisija je ugotovila, da sta upoštevna proizvodna trga trg storitev splošnega spletnega iskanja in trg storitev spletne primerjave proizvodov.
- 43 Na prvem mestu, Komisija je v zvezi s trgom storitev splošnega spletnega iskanja navedla, da je dejavnost ponujanja take storitve gospodarska dejavnost, saj internetni uporabniki – čeprav to storitev uporabljajo brezplačno – sprejmejo, da operater iskalnika zbira podatke v zvezi z njimi, ki jih lahko nato unovči zlasti pri oglaševalcih, ki želijo na straneh z zadetki prikazovati oglase. Na splošno naj bi na „dvostranskih“ platformah brezplačna stran za eno vrsto uporabnikov (v obravnavani zadevi internetnega uporabnika) omogočala – če dobro deluje – krepitev

povpraševanja druge strani, ki pa je za svojo vrsto uporabnika (v obravnavani zadevi oglaševalca, ki želi doseči čim več internetnih uporabnikov) plačljiva. V tem obsegu naj bi si različne storitve splošnega spletnega iskanja med seboj konkurirale za to, da bi s kakovostjo svojega iskalnika pritegnile tako internetne uporabnike kot tudi oglaševalce.

- 44 Komisija je nato menila, da je z vidika povpraševanja internetnih uporabnikov zamenljivost med storitvami splošnega iskanja in drugimi storitvami, ki se ponujajo na spletu, majhna.
- 45 Natančneje, storitve specializiranega iskanja naj bi bile slabo zamenljive s storitvami splošnega iskanja, saj naj bi vsaka od njih zajemala zgolj svoje specializirano področje. Poleg tega naj bi storitve specializiranega iskanja najpogosteje preusmerile izključno na trgovske ponudbe, medtem ko storitve splošnega iskanja preusmerijo na vse vrste spletnih storitev. Razlikoval naj bi se tudi način dajanja odgovorov teh različnih storitev, pa čeprav samo v zvezi z izoblikovanjem njihovih zbirk podatkov. Prav tako naj bi se razlikovali tudi finančni modeli, saj naj bi se storitve splošnega iskanja financirale izključno s plačilom za objavo oglasov na straneh z zadetki, storitve specializiranega iskanja pa naj bi se poleg tega financirale tudi s plačili podjetij, katerih spletna mesta so omenjena v zadetkih iskanja, kadar internetni uporabniki v zvezi s to omembo izvršijo določeno dejanje (plačila na klik ali nadaljnjo transakcijo). Konkretni primeri, zlasti primer družbe Google, naj bi te razlike potrjevali. Tako naj številna podjetja, ki ponujajo storitve specializiranega iskanja, na primer družba Shopzilla (storitev primerjave proizvodov) ali družba Kayak (storitev primerjave cen potovanj), ne bi ponujala storitev splošnega iskanja. Tudi sama družba Google naj bi jasno razlikovala med tema vrstama storitev iskanja in naj bi sistematično imela strani za iskanje in strani s specifičnimi zadetki za svoje storitve specializiranega iskanja. Sektorski analitiki naj bi prav tako razlikovali med tema vrstama storitev. Komisija izpostavlja še druge razlike, ki se nanašajo na funkcije ali uporabo obeh vrst storitev, čeprav je včasih mogoče z vsako od njiju odgovoriti na isto povpraševanje.
- 46 Glede zamenljivosti na strani ponudbe je Komisija prav tako navedla, da so storitve splošnega iskanja slabo zamenljive z drugimi storitvami, ki se ponujajo na spletu. Glede storitev splošnega iskanja je izkazala, da bi operaterji drugih spletnih storitev glede na vstopne ovire, ki so obstajale, kratkoročno in brez velikih stroškov ali tveganj težko konkurirali sedanjim ponudnikom storitev splošnega iskanja.
- 47 Komisija je v bistvu menila, da bi moral ponudnik spletnih storitev, ki bi želel ponuditi novo storitev splošnega iskanja, v to zelo veliko vložiti. Več velikih internetnih podjetij naj bi poudarilo, da s tega vidika obstajajo velike vstopne ovire. Če naj storitev splošnega iskanja dobro in vzdržno deluje, naj bi potrebovala številne iskalne poizvedbe. Ker se je kakovost odgovorov na poizvedbe internetnih uporabnikov zelo spremenila, naj danes prerazporeditev položajev na trgu, kakršno je bilo mogoče opazovati v preteklosti, ko je družba Google prehitela nekdanja vodilna iskalnika Alta Vista in Lycos, ne bi bila več verjetna. Prav tako naj bi imel vodilni iskalnik prednost zaradi razvoja oglaševanja na straneh s splošnimi zadetki, saj naj bi ta iskalnik zaradi števila uporabnikov njegove storitve splošnega iskanja pritegnil več oglaševalcev. Zato naj bi bil vzpon novih operaterjev še toliko bolj otežen in naj bi bilo, nasprotno, od leta 2007 mogoče ugotoviti umik nekaterih operaterjev iz te dejavnosti ali njihovo omejitev na nacionalni trg oziroma jezikovno območje. Samo družba Microsoft naj bi bila zmožna v večjem obsegu opravljati to dejavnost s svojim iskalnikom Bing, ki pa naj kljub vsemu ne bi v nobeni državi EGP presegel 10-odstotnega tržnega deleža.

- 48 Komisija je nato menila, da se storitve splošnega spletnega iskanja ne smejo razlikovati glede na to, ali internetni uporabniki do njih dostopajo prek računalnikov ali drugih naprav, kot so tablice ali pametni telefoni. Zato je ugotovila obstoj proizvodnega trga storitev splošnega spletnega iskanja.
- 49 Na drugem mestu, glede trga storitev spletne primerjave proizvodov je Komisija navedla naslednje razloge za njegov obstoj. Storitve primerjave proizvodov naj bi se razlikovale od drugih storitev specializiranega spletnega iskanja. Z vidika povpraševanja naj bi vsaka storitev specializiranega iskanja odgovarjala poizvedbam, osredotočenim na posebno vrsto tematike, in naj bi dala odgovor zgolj v zvezi s tem, zato naj različne storitve specializiranega iskanja ne bi bile medsebojno zamenljive. Z vidika ponudbe naj bi se merila za izbor odgovorov, vsebina zbirk podatkov, narava in obseg skrbnikov spletnih mest, na katera lahko specializirano iskanje preusmeri, ter pogodbeni razmerja z njimi glede na vrsto specializiranega iskanja med seboj tako zelo razlikovala, da bi bilo za ponudnika ene od storitev specializiranega iskanja kratkoročno in brez velikih dodatnih stroškov težko ponuditi storitev specializiranega iskanja druge vrste in torej konkurirati v zvezi s tem. Torej naj zamenljivost med različnimi vrstami storitev specializiranega iskanja ne bi obstajala niti na strani ponudbe.
- 50 Prav tako naj bi bile iz različnih razlogov s storitvami primerjave proizvodov slabo zamenljive tudi storitve prikazovanja splošnih oglasov na straneh s splošnimi zadetki („online search advertising platforms“ v izpodbijanem sklepu). Komisija je v zvezi s tem večinoma navedla razloge, ki se nanašajo na način izoblikovanja in delovanja obeh vrst storitev, zlasti na to, da naj internetni uporabnik ne bi posebej iskal oglasov, medtem ko naj bi storitev primerjave proizvodov uporabil načrtno, ker želi pridobiti zadetke.
- 51 Storitve neposrednih spletnih prodajalcev naj bi bile prav tako slabo zamenljive s storitvami primerjave proizvodov. Komisija je v zvezi s tem v bistvu poudarila, da se neposredni prodajalci osredotočajo na proizvode ali storitve, ki jih imajo sami naprodaj, in da naj to, da lahko internetni uporabnik opravi nakup pri takih prodajalcih, ne da bi šel pred tem skozi fazo iskanja prek storitve primerjave proizvodov, še ne bi pomenilo, da sta ti vrsti storitev, ki naj bi se med seboj zelo razlikovali, zamenljivi.
- 52 Tudi same storitve spletnih prodajnih platform, poimenovanih „trgovske platforme“, naj bi bile slabo zamenljive s storitvami primerjave proizvodov. Komisija je v zvezi s tem – zlasti v odgovor na različne nasprotni trditve družbe Google – predložila poglobljeno analizo tega, kar so po njenem mnenju razlike med obema vrstama storitev, ki se še zlasti navezujejo na dejstvo, da ti vrsti storitev po njenem mnenju zadovoljujeta različne potrebe internetnih uporabnikov in spletnih prodajalcev, vključno s tem, da storitve primerjave proizvodov v nasprotju s temi platformami ne prodajajo proizvodov in torej ne zagotavljajo različnih storitev ali prevzemajo obveznosti, povezanih s prodajo.
- 53 V zvezi z geografsko razsežnostjo upoštevanih trgov je Komisija ugotovila, da so tako trgi splošnega iskanja kot trgi specializiranega iskanja za primerjavo proizvodov nacionalni. Čeprav je do spletnih strani mogoče dostopati od koder koli, naj bi dejavniki, povezani z nacionalno drobitvijo, zlasti tisti jezikovne narave, in obstoj „nacionalnih“ iskalnikov vodili do te ugotovitve, ki ji družba Google tudi ne nasprotuje.
- 54 Komisija je nato navedla, da ima družba Google od leta 2008 prevladujoč položaj na trgu za splošno iskanje v vseh državah EGP, razen na Češkem, kjer ima takšen položaj šele od leta 2011. Komisija se je v zvezi s tem oprla na različne dejavnike. Poudarila je, da so bili v različnih študijah ugotovljeni po obsegu zelo veliki in stabilni tržni deleži družbe Google, ki so bili od leta 2008

skoraj vedno višji od 80 %, razen v Češki republiki, kjer pa naj bi ta družba od januarja 2011 kljub vsemu postala nesporni voditelj s tržnim deležem, večjim od 70 %. Komisija je poudarila majhne tržne deleže konkurentov družbe Google, kot sta Bing ali Yahoo. Ponovila je preudarke o vstopnih ovirah na trg, kot so bile že predstavljene v njeni analizi o opredelitvi trga, in še poudarila, da malo internetnih uporabnikov uporablja več iskalnikov za splošno iskanje, da ima družba Google velik ugled in da internetni uporabniki, ker so drug od drugega neodvisni, ne pomenijo izravnalne kupne moči. Zavrnila je trditve družbe Google, da se položaj spremeni zaradi brezplačnosti storitve za internetne uporabnike, in navedla, da prevladujoči položaj družbe Google obstaja tako za poizvedbe prek stacionarnih računalnikov kot tudi za tiste prek mobilnih naprav.

- 55 Komisija je nato menila, da je družba Google od različnih trenutkov, ki segajo najdlje do januarja 2008, zlorabljala prevladujoči položaj, ki ga je imela na trinajstih nacionalnih trgih splošnega iskanja v EGP, tako da je zmanjšala promet s svojih strani s splošnimi zadetki h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov ob hkratnem povečanju tega prometa k svoji storitvi primerjave proizvodov, kar bi lahko imelo – ali je verjetno imelo – protikonkurenčne učinke na ustreznih trinajstih nacionalnih trgih specializiranega iskanja za primerjavo proizvodov, pa tudi na navedenih trgih splošnega iskanja. Zadevne države so Belgija, Češka republika, Danska, Nemčija, Španija, Francija, Italija, Nizozemska, Avstrija, Poljska, Švedska, Združeno kraljestvo in Norveška.
- 56 Komisija je zlorabo, ki se očita družbi Google, opisala tako. Glede načel je navedla, da se lahko prepovedi iz člena 102 PDEU in člena 54 Sporazuma EGP nanašajo ne samo na ravnanje podjetja, ki je želelo okrepiti svoj položaj na trgu, na katerem je že prevladujoče, ampak tudi na ravnanje podjetja s prevladujočim položajem na danem trgu, ki je želelo svoj položaj z izkrivljanjem konkurence razširiti na sosednji trg. Komisija je opozorila, da je zloraba prevladujočega položaja prepovedana ne glede na sredstva ali postopke, ki se za to uporabijo, in neodvisno od kakršne koli krivde, da pa lahko zadevno podjetje kljub temu poda utemeljitev, s katero dokaže, da je bilo njegovo ravnanje objektivno potrebno ali da je bil povzročni učinek izključitve lahko izravnani s prednostmi z vidika večje učinkovitosti, ki je koristila tudi potrošnikom.
- 57 Komisija je v oddelku 7.2 izpodbijanega sklepa navedla, da je zlorabo, ugotovljeno v obravnavani zadevi, pomenilo ugodnejše razvrščanje in prikazovanje lastne storitve primerjave proizvodov družbe Google na njenih straneh s splošnimi zadetki v primerjavi s konkurenčnimi storitvami primerjave proizvodov.
- 58 Komisija je pri dokazovanju, zakaj so te prakse pomenile zlorabo in so odstopale od konkurence na podlagi učinkovitosti, na prvem mestu v oddelku 7.2.1 izpodbijanega sklepa opisala, kako je družba Google ugodneje razvrščala in prikazovala lastno storitev primerjave proizvodov v primerjavi s tovrstnimi konkurenčnimi storitvami. Najprej je preučila, kako so bile razvrščene in prikazane konkurenčne storitve primerjave proizvodov na straneh s splošnimi zadetki družbe Google, nato pa še, kako je bila na teh straneh razvrščena in prikazana storitev primerjave proizvodov te družbe.
- 59 Na eni strani je Komisija v zvezi z razvrščanjem konkurenčnih storitev primerjave proizvodov ugotovila, da so bile te prikazane med splošnimi zadetki v obliki povezav, ki so preusmerile na njihove strani z zadetki, ki bi lahko odgovarjali poizvedbi, pri čemer pa so jih algoritmi za tako imenovano „prilagoditev“ teh zadetkov, med njimi zlasti tisti z imenom Panda, znotraj razvrstitve splošnih zadetkov razvrstili slabše, predvsem zaradi značilnosti storitev primerjave proizvodov in, natančneje, tega, da niso imele izvirne vsebine. Komisija je med drugim navedla, da so bili zadevni algoritmi od začetka njihove uporabe uporabljeni za zelo veliko večino od 361 storitev primerjave

proizvodov, ki jih je družba Google navedla v odgovoru na obvestilo o ugotovitvah o možnih kršitvah (v nadaljevanju: 361 konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, ki jih je navedla družba Google), ter da je v Združenem kraljestvu, Nemčiji, Franciji, Italiji in Španiji med 2. avgustom 2010 in 2. decembrom 2016 vidnost konkurenčnih storitev primerjave proizvodov na straneh s splošnimi zadetki družbe Google, ki je bila najboljša ob koncu leta 2010 in v začetku leta 2011, po začetku uporabe algoritma Panda nenadoma upadla, ne da bi se zatem spet izboljšala.

- 60 Na drugi strani je Komisija v zvezi s prikazom konkurenčnih storitev primerjave proizvodov ugotovila, da so bile lahko navedene storitve primerjave na straneh družbe Google s splošnimi zadetki prikazane zgolj kot splošni zadetki, torej v obliki preprostih modrih povezav, in torej niso mogle biti prikazane v formatu, obogatenem s slikami in dodatnimi informacijami o proizvodih, cenah in prodajalcu, čeprav tovrstne informacije povečajo delež klikov (delež aktiviranja povezave). Komisija je navedla nekaj elementov, ki podpirajo to trditev, med drugim študije in poskuse.
- 61 Dalje, Komisija je preučila, kako je bila na straneh s splošnimi zadetki razvrščena in prikazana storitev primerjave proizvodov družbe Google. V zvezi z njenim razvrščanjem je Komisija ugotovila dve razliki v primerjavi z razvrščanjem konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, in sicer, prvič, da se za storitev primerjave proizvodov družbe Google niso uporabljali enaki mehanizmi razvrščanja, že zlasti ne prilagoditveni algoritmi, kakršen je bil algoritem Panda, in drugič, da je bila storitev primerjave družbe Google, kadar je bila prikazana v „boxu“, prikazana na zelo dobro vidnem mestu. Glede uporabe prilagoditvenih mehanizmov je Komisija ugotovila, da se navedeni algoritmi za storitev primerjave proizvodov družbe Google niso uporabljali, čeprav je imela številne skupne značilnosti s konkurenčnimi storitvami primerjave proizvodov, to je značilnosti, zaradi katerih bi morala biti dovzetna za enaka poslabšanja razvrstitve med splošnimi zadetki. Glede vidnosti storitve primerjave proizvodov družbe Google na straneh s splošnimi zadetki je Komisija natančneje navedla, da je ta družba od začetka uporabe Product Universal zadetke lastne storitve primerjave proizvodov v večini primerov razvrstila bodisi nad vse splošne zadetke bodisi na raven prvih splošnih zadetkov, pri čemer je iz internega elektronskega sporočila družbe Google razvidno, da je bil namen takega ravnanja „močno povečati promet“. Komisija je po opisu razvoja Product Universal med letoma 2007 in 2012 preučila razvrščanje Shopping Units in navedla, da so bili ti vedno razvrščeni nad prve splošne zadetke iskalnika Google. V zvezi s tem je v odgovor na trditev družbe Google, da je bil delež proženja (delež prikazov) Shopping Units majhen, poudarila, da je bil delež njihovega proženja v večini primerov večji od deleža proženja 361 konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, ki jih je navedla družba Google, in sicer tako med prvimi štirimi splošnimi zadetki kot tudi na mestu prvega splošnega zadetka. Komisija je v utemeljitev te trditve predložila številčne podatke za zadevnih trinajst geografskih trgov.
- 62 Glede prikaza storitve primerjave družbe Google je Komisija ugotovila, da je bila glavna razlika pri prikazu v primerjavi s konkurenčnimi storitvami primerjave proizvodov to, da je bila storitev primerjave proizvodov družbe Google prikazana z bogatejšimi grafičnimi značilnostmi, vključno s slikami in dinamičnimi informacijami. Prav te obogatene grafične značilnosti pa naj bi po mnenju Komisije privedle do večjega deleža klikov za družbo Google in torej do povečanja njenih prihodkov. Komisija je našla več elementov, ki kažejo na to ter so izpeljani iz pojasnil same družbe Google in prispevka enega od drugih podjetij v upravnem postopku.
- 63 Komisija je nato odgovorila na trditve, s katerimi je družba Google izpodbijala dajanje prednosti, ki se ji je pripisovalo. Natančneje, navedla je različne razloge, iz katerih sta prikazovanje in uporaba Product Universals in Shopping Units pomenila ugodnejšo obravnavo storitve

primerjave proizvodov družbe Google. Menila je še, da ni mogoče upoštevati niti trditve, da je družba Google uporabljala enaka merila upoštevnosti za Product Universal in splošne zadetke na eni strani ter za Shopping Units in preostale oglase v zvezi s proizvodi na drugi.

- 64 Na drugem mestu, Komisija je pri dokazovanju, da so zadevne prakse pomenile zlorabo, v oddelku 7.2.2 izpodbijanega sklepa preučila vrednost obsega prometa za storitve primerjave proizvodov. Glede tega je navedla, da je bil obseg pometa s številnih vidikov pomemben za sposobnost konkuriranja posamezne storitve primerjave proizvodov. Komisija je v zvezi s tem najprej citirala lastnika več storitev primerjave proizvodov, ki je navedel, da je promet bistven adut specializiranega iskalnika, saj iz več razlogov velja, da večji kot je ta promet, bolj se povečuje upoštevnost storitev iskanja, nato pa je zlasti na podlagi številnih izjav potrdila, da je upoštevnost storitve specializiranega iskanja povezana z obsegom in aktualnostjo zagotovljenih informacij. Storitve primerjave proizvodov naj bi prav z velikim prometom prodajalce prepričale, da jim dajo na voljo še več podatkov o svojih proizvodih in tako povečajo njihovo ponudbo spletne primerjave proizvodov, s tem pa posledično tudi njihove prihodke. Komisija je še navedla – s sklicevanjem na številne izjave v zvezi s tem – da je imel promet učinke učenja, zaradi katerih se je lahko povečala upoštevnost zadetkov iskanja in posledično uporabnost storitve primerjave proizvodov, ponujene internetnim uporabnikom. Nazadnje je še pojasnila, da je promet storitvam primerjave proizvodov omogočil, da na podlagi poskusov izboljšajo svoje storitve iskanja in internetnim uporabnikom, ki jih uporabijo, predlagajo dodatne poizvedbe.
- 65 Na tretjem mestu, Komisija je pri dokazovanju, da so zadevna ravnanja pomenila zlorabo, v oddelku 7.2.3 izpodbijanega sklepa pojasnila, da se je zaradi njih zmanjšal promet s strani s splošnimi zadetki družbe Google h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov, medtem ko se je povečal promet s teh strani k storitvi primerjave proizvodov družbe Google. To ugotovitev je utemeljila s tremi elementi. Najprej je na podlagi analize ravnanja internetnih uporabnikov ugotovila, da so splošni zadetki povzročili velik promet na spletno mesto, če so bili razvrščeni med tremi do petimi prvimi zadetki na prvi strani s splošnimi zadetki, medtem ko internetni uporabniki niso posvečali (veliko) pozornosti naslednjim zadetkom, ki pogosto niso bili prikazani neposredno na zaslonu. K temu je dodala, da je prvih deset zadetkov prejelo približno 95 % klikov internetnih uporabnikov. Na podlagi študij, ki jih je opravila družba Microsoft, je Komisija pojasnila, da ima položaj dane povezave med splošnimi zadetki bistven vpliv na delež klikov na to povezavo, in sicer neodvisno od upoštevnosti spletne strani, na katero je preusmerjeno, ter da sprememba vrstnega reda posameznega zadetka iskanja na straneh s splošnimi zadetki družbe Google bistveno vpliva na promet iz splošnega iskanja. Nato je Komisija navedla, da so zadevne prakse privedle do precej dolgotrajnega upada prometa s strani s splošnimi zadetki družbe Google k skoraj vsem konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov v vsaki od trinajstih držav EGP, v katerih so se izvajale. Nazadnje je še ugotovila, da se je zaradi zadevnih praks povečal promet družbe Google k njeni lastni storitvi primerjave proizvodov. Komisija se je v utemeljitev tem ugotovitvam oprla na različne elemente. Zavrnila je trditve, ki jih je družba Google navedla, da bi izpodbila ugotovljene trende glede prometa ali vzročno zvezo med njenim ravnanjem in temi trendi.
- 66 Na četrtem mestu, Komisija je pri dokazovanju, da zadevne prakse pomenijo zlorabo, v oddelku 7.2.4 izpodbijanega sklepa trdila, da je promet, ki je bil zaradi njih preusmerjen, pomenil velik del prometa h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov in da dejansko ni bil nadomestljiv z drugimi viri prometa, ki so trenutno na voljo za konkurenčne storitve primerjave proizvodov, kot so besedilni oglasi AdWords, aplikacije na mobilnem telefonu, neposredni promet, preusmeritve z drugih partnerskih spletnih mest, družbena omrežja in drugi iskalniki za splošno iskanje.

- 67 Na petem mestu, Komisija je pri dokazovanju, da so zadevne prakse pomenile zlorabo, v oddelku 7.3 izpodbijanega sklepa navedla, da so imele te prakse potencialne protikonkurenčne učinke na vseh trinajstih nacionalnih trgih specializiranega iskanja za primerjavo proizvodov in vseh trinajstih nacionalnih trgih splošnega iskanja, navedenih v točki 55 zgoraj. Glede prvonavedenih je želela izkazati, da so lahko zadevne prakse konkurenčne storitve primerjave proizvodov privedle do opustitve dejavnosti, da so lahko negativno vplivala na inovacije in da so se lahko zato zmanjšale možnosti za potrošnike, da dostopajo do najzmogljivejših storitev. Zato naj bi bilo poseženo v konkurenčno strukturo teh trgov. Če bi bilo treba na te trge vključiti trgovske platforme, je Komisija menila, da bi se pokazali enaki učinki na najbližje konkurente družbe Google, to je konkurenčne storitve primerjave proizvodov. Glede nacionalnih trgov splošnega iskanja naj bi protikonkurenčni učinki zadevnih praks po mnenju Komisije izhajali iz tega, da naj bi dodatna sredstva, ki jih je družba Google pridobila iz storitve primerjave proizvodov prek svojih strani s splošnimi zadetki, tej omogočili, da je okrepila svojo storitev splošnega iskanja.
- 68 Skratka, Komisija je želela v izpodbijanem sklepu dokazati, da je družba Google svojo storitev primerjave proizvodov na svojih straneh s splošnimi zadetki razvrščala in izpostavljala ugodneje kot konkurenčne storitve primerjave proizvodov (oddelek 7.2.1 izpodbijanega sklepa), da je velik promet – ali, drugače povedano, velik obisk – za storitve primerjave proizvodov bistven (oddelek 7.2.2 izpodbijanega sklepa), da se je zaradi ravnanja družbe Google povečal promet k njeni storitvi primerjave proizvodov in zmanjšal promet h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov (oddelek 7.2.3 izpodbijanega sklepa), da je promet s strani s splošnimi zadetki družbe Google pomenil velik del prometa teh konkurenčnih storitev primerjave in da ta promet dejansko ni bil nadomestljiv z drugimi viri prometa (oddelek 7.2.4 izpodbijanega sklepa), da je zadevno ravnanje lahko privedlo do razširitve prevladujočega položaja družbe Google še na druge trge poleg trga, na katerem je tak položaj že imela, torej na trge specializiranega iskanja za primerjavo proizvodov (oddelek 7.3.1 izpodbijanega sklepa), da bi se – tudi če bi bilo treba storitve primerjave proizvodov vključiti na širše trge, ki zajemajo tudi storitve spletnih prodajnih platform – enaki protikonkurenčni učinki pokazali v segmentu teh trgov, ki zajema storitve primerjave proizvodov (oddelek 7.3.2 izpodbijanega sklepa), ter da je to ravnanje varovalo tudi prevladujoči položaj družbe Google na trgih splošnega iskanja (oddelek 7.3.3 izpodbijanega sklepa). Zlasti je izpostavila škodljive posledice za potrošnike, ki bi lahko izhajali iz tega položaja. Komisija je zavrnila trditve, ki jih je družba Google navedla zoper to analizo in v skladu s katerimi uporabljena pravna merila niso bila pravilna (oddelek 7.4 izpodbijanega sklepa). Zavrnila je tudi utemeljitve, ki jih je družba Google navedla, da bi dokazala, da njeno ravnanje ni pomenilo zlorabe (oddelek 7.5 izpodbijanega sklepa), in sicer, da je bilo tako ravnanje objektivno potrebno ali da so morebitne omejitve konkurence, ki jih povzroča, izravnane s povečanjem učinkovitosti, ki koristi potrošniku.
- 69 Tako zlasti iz točk 344 in 512 obrazložitve izpodbijanega sklepa izhaja, da je točno ravnanje, ki ga je Komisija opredelila kot vir zlorabe družbe Google, v bistvu to, da je navedena družba svojo storitev primerjave proizvodov na straneh s splošnimi zadetki prikazovala prednostno in privlačno v temu namenjenih „boxih“, ne da bi zanjo veljali njeni prilagoditveni algoritmi, ki so se uporabljali za splošno iskanje, medtem ko so bile lahko konkurenčne storitve primerjave proizvodov na teh straneh istočasno prikazane zgolj v obliki zadetkov splošnega iskanja (modre povezave), zaradi uporabe navedenih prilagoditvenih algoritmov pa so bile večinoma slabo razvrščene. V točkah 440 in 537 obrazložitve izpodbijanega sklepa je poudarila, da ne izpodbija različnih meril za izbor, ki jih je izbrala družba Google in so bila opredeljena kot merila upoštevnosti, ampak dejstvo, da se niso enaka merila za razvrščanje in prikaz hkrati uporabljala za njeno storitev primerjave proizvodov in tovrstne konkurenčne storitve. Prav tako je v točki 538 obrazložitve

izpodbijanega sklepa pojasnila, da ne izpodbija izpostavitve specializiranih zadetkov primerjave proizvodov, za katere je družba Google presodila, da so upoštevni, ampak dejstvo, da se enaka izpostavitve ni uporabljala hkrati za njeno storitev primerjave proizvodov in za tovrstne konkurenčne storitve.

- 70 Komisija je po teh ponazoritvah v členu 1 izpodbijanega sklepa navedla, da sta družba Google Inc. in družba Alphabet – odkar je prevzela nadzor nad družbo Google Inc. – kršili člen 102 PDEU in člen 54 Sporazuma EGP v trinajstih državah, navedenih v točki 55 zgoraj, to je državah članicah Evropske unije ali drugih državah pogodbenicah Sporazuma EGP, in sicer od različnih datumov, ki se ujemajo z uvedbo specializiranih zadetkov za proizvode ali oglase za proizvode na straneh s splošnimi zadetki družbe Google.
- 71 Komisija je menila, da je treba zaradi tega položaja družbi Google naložiti, naj očitano ravnanje v 90 dneh odpravi in naj se vzdrži podobnega ravnanja, ki ima enak cilj ali učinek. Poudarila je, da lahko družba Google to odredbo sicer uresniči na različne načine, da pa je treba upoštevati določena načela ne glede na to, ali se bo odločila na svojih straneh s splošnimi zadetki ohraniti Shopping Units ali druge skupine zadetkov iskanja za primerjavo proizvodov. Med temi načeli je v bistvu načelo nediskriminatorne obravnave storitve primerjave proizvodov družbe Google in tovrstnih konkurenčnih storitev. Odredba o odpravi očitane ravnanja je navedena v členu 3 izreka izpodbijanega sklepa.
- 72 Nazadnje, Komisija je menila, da je treba družbi Google naložiti globo. Opozorila je, da lahko v skladu s členom 23(2)(a) Uredbe št. 1/2003 in členom 5 Uredbe Sveta (ES) št. 2894/94 z dne 28. novembra 1994 o pravilih za izvajanje Sporazuma o Evropskem gospodarskem prostoru (UL 1994, L 305, str. 6) naloži tako globo podjetjem, ki so naklepno ali iz malomarnosti kršila člen 102 PDEU in člen 54 Sporazuma EGP. Opozorila je tudi na splošne parametre za določitev globe iz člena 23(3) Uredbe št. 1/2003, in sicer na težo in trajanje kršitve, ter na način uporabe teh parametrov, ki ga je navedla v Smernicah o načinu določanja glob, naloženih v skladu s členom 23(2)(a) Uredbe št. 1/2003 (UL 2006, C 210, str. 2, v nadaljevanju: Smernice).
- 73 Komisija je v zvezi s tem menila, da družba Google ni mogla prezreti svojega prevladujočega položaja na nacionalnih trgih splošnega iskanja niti tega, da njeno ravnanje pomeni zlorabo, čeprav se nekateri vidiki položaja v predhodnih zadevah še niso obravnavali. Družba Google naj bi torej ravnala naklepno ali iz malomarnosti. Komisija je menila, da dejstvo, da se je v eni od faz postopka razpravljalo o tem, da bi ugotovljeno težavo v zvezi s konkurenco odpravili s sprejetjem zavez družbe Google, še ni ovira za naložitev globe.
- 74 Komisija je nato navedla, da mora biti družba Alphabet, ker od 2. oktobra 2015 izvaja nadzor nad družbo Google Inc., za obdobje od tega datuma solidarno odgovorna za plačilo naložene globe.
- 75 Komisija je nato kot izhodiščno osnovo za izračun globe, kakršna je v točkah od 12 do 19 Smernic opredeljena kot „vrednost prodaje“, določila prihodke, ki so bili v letu 2016 v trinajstih državah, za katere je ugotovila očitano ravnanje, ustvarjeni prek oglasov za proizvode, prikazane v Shopping Units ali na specializirani strani Google Shopping, in prek besedilnih oglasov, prav tako prikazanih na navedeni strani.
- 76 Komisija je ugotovila, da je treba ob upoštevanju gospodarskega pomena zadevnih trinajstih nacionalnih trgov storitev primerjave proizvodov in dejstva, da je bila družba Google v zadevnih državah na trgu storitev splošnega iskanja ne samo v prevladujočem položaju, ampak z vidika tržnih deležev tudi daleč pred konkurenti, za določitev globe uporabiti koeficient teže, kakršen je

določen v točkah od 20 do 23 Smernic in ki se mora ujemati z 10 % osnove, opisane v točki 75 zgoraj. Nato je v skladu z določbo iz točke 24 Smernic za vsako od trinajstih držav, v katerih je bila ugotovljena kršitev, ta znesek pomnožila s številom let kršitve, ki so pretekla od začetka uporabe Product Universals ali, če se ta storitev ni uporabljala, Shopping Units. Na podlagi tega je Komisija ugotovila, da so obdobja, odvisno od države, trajala od 1305 do 3435 dni.

- 77 Komisija je v bistvu zato, da bi globi zagotovila odvračilni učinek, zlasti glede enako velikih in finančno zmogljivih podjetij, kot je družba Google – pri čemer je poudarila, da je njen svetovni promet leta 2016 znašal 81.597.000.000 EUR – k temu prištela dodaten znesek, kakršen je določen v točki 25 Smernic, in sicer v višini 10 % osnove, navedene v točki 75 zgoraj, tako dobljeni znesek pa je še pomnožila z 1,3. Ni upoštevala oteževalnih ali olajševalnih okoliščin, ki bi upravičevale povečanje ali znižanje globe.
- 78 Tako je Komisija v členu 2 izpodbijanega sklepa družbi Google Inc. naložila globo v višini 2.424.495.000 EUR, od tega 523.518.000 EUR solidarno z družbo Alphabet.

II. Postopek

- 79 Družba Google je 11. septembra 2017 v sodnem tajništvu Splošnega sodišča vložila to tožbo.
- 80 Evropska potrošniška organizacija (v nadaljevanju: organizacija BEUC) je 28. novembra 2017 v sodnem tajništvu Splošnega sodišča vložila predlog za intervencijo v podporo predlogom Komisije.
- 81 Družbe Connexity Inc., Connexity UK Ltd, Connexity Europe GmbH in Pricegrabber.com so 4. decembra 2017 v sodnem tajništvu Splošnega sodišča vložile predlog za intervencijo v podporo predlogom Komisije.
- 82 Družba Infederation Ltd (v nadaljevanju: Foundem) je 7. decembra 2017 v sodnem tajništvu Splošnega sodišča vložila predlog za intervencijo v podporo predlogom Komisije.
- 83 Nadzorni organ EFTA in organizacija Initiative for a Competitive Online Marketplace sta 11. decembra 2017 v sodnem tajništvu Splošnega sodišča vložila predlog za intervencijo v podporo predlogom Komisije.
- 84 Družba Prestige Gifting Ltd je 19. decembra 2017 v sodnem tajništvu Splošnega sodišča vložila predlog za intervencijo v podporo predlogom družbe Google.
- 85 Družba Kelkoo je 19. decembra 2017 v sodnem tajništvu Splošnega sodišča vložila predlog za intervencijo v podporo predlogom Komisije.
- 86 Združenje Computer & Communication Industry Association (v nadaljevanju: CCIA) je 20. decembra 2017 v sodnem tajništvu Splošnega sodišča vložilo predlog za intervencijo v podporo predlogom družbe Google.
- 87 Organizacija Consumer Watchdog, družba Yelp Inc., združenje Verband Deutscher Zeitschriftenverleger eV (v nadaljevanju: VDZ), družba Visual Meta GmbH, združenje BDZV – Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger eV, nekdanji Bundesverband Deutscher

Zeitungsverleger eV (v nadaljevanju: BDZV), Zvezna republika Nemčija, združenje Open Internet Project (OIP) in družba Twenga so 20. decembra 2017 v sodnem tajništvu Splošnega sodišča vložili predlog za intervencijo v podporo predlogom Komisije.

- 88 Združenje FairSearch je 21. decembra 2017 v sodnem tajništvu Splošnega sodišča vložilo predlog za intervencijo v podporo predlogom Komisije.
- 89 Komisija je 31. januarja 2018 vložila odgovor na tožbo.
- 90 Družba StyleLounge GmbH je 20. marca 2018 v sodnem tajništvu Splošnega sodišča vložila predlog za intervencijo v podporo predlogom Komisije.
- 91 Družba Google in Komisija sta z dopisom z dne 23. marca 2018 v skladu s členom 144 Poslovnika Splošnega sodišča predlagali, naj se zaradi zaupnosti nekateri podatki iz spisa ne sporočijo intervenientom. Družba Google in Komisija sta v zvezi s tem vložili enake predloge glede vseh predlagateljev intervencije, vključno z Nadzornim organom EFTA.
- 92 Družba Google je 7. maja 2018 vložila repliko.
- 93 Predsednik devetega senata Splošnega sodišča je s sklepom z dne 16. maja 2018, Google in Alphabet/Komisija (T-612/17, neobjavljen, EU:T:2018:292), zavrnil predlog družbe StyleLounge za intervencijo v podporo Komisiji, ker je bil vložen prepozno.
- 94 Komisija je 20. julija 2018 vložila dupliko.
- 95 Na podlagi ukrepa procesnega vodstva, ki ga je Splošno sodišče sprejelo za zmanjšanje obsega predlogov za zaupno obravnavanje podatkov iz spisa, sta družba Google in Komisija 28. septembra 2018 vložili spremenjena predloga za zaupno obravnavanje tožbe in odgovora na tožbo ter nato 12. oktobra 2018 še predloga za zaupno obravnavanje replike in duplike, in sicer v razmerju do vseh predlagateljev intervencije. Ti predlogi so bili tudi po vsebini enaki v zvezi z vsemi predlagatelji intervencije.
- 96 S sklepi z dne 7. decembra 2018, Google in Alphabet/Komisija (T-612/17, neobjavljen, EU:T:2018:978), z dne 7. decembra 2018, Google in Alphabet/Komisija (T-612/17, neobjavljen, EU:T:2018:982), z dne 7. decembra 2018, Google in Alphabet/Komisija (T-612/17, neobjavljen, EU:T:2018:996), z dne 7. decembra 2018, Google in Alphabet/Komisija (T-612/17, neobjavljen, EU:T:2018:1001), in z dne 7. decembra 2018, Google in Alphabet/Komisija (T-612/17, neobjavljen, EU:T:2018:1002), je predsednik devetega senata Splošnega sodišča zavrnil predloge za intervencijo, ki so jih vložili družba Prestige Gifting, združenji FairSearch in Consumer Watchdog, družbe Yelp, Connexity, Connexity UK, Connexity Europe in Pricegrabber.com ter organizacija Initiative for a Competitive Online Marketplace, ker niso izkazali interesa za rešitev spora.
- 97 S sklepi z dne 17. decembra 2018, Google in Alphabet/Komisija (T-612/17, neobjavljen, EU:T:2018:1007), z dne 17. decembra 2018, Google in Alphabet/Komisija (T-612/17, neobjavljen, EU:T:2018:1008), z dne 17. decembra 2018, Google in Alphabet/Komisija (T-612/17, neobjavljen, EU:T:2018:1009), z dne 17. decembra 2018, Google in Alphabet/Komisija (T-612/17, neobjavljen, EU:T:2018:1010), z dne 17. decembra 2018, Google in Alphabet/Komisija (T-612/17, neobjavljen, EU:T:2018:1011), z dne 17. decembra 2018, Google in Alphabet/Komisija (T-612/17, neobjavljen, EU:T:2018:1028), in z dne 17. decembra 2018, Google in Alphabet/Komisija (T-612/17, neobjavljen, EU:T:2018:1029), je predsednik devetega senata Splošnega sodišča dopustil

intervencije organizacije BEUC, družbe Foundem, združenj CCIA, VDZ in BDZV, družb Visual Meta in Twenga, Nadzornega organa EFTA, družbe Kelkoo ter Zvezne republike Nemčije. V teh sklepih je bila odločitev o stroških, povezanih z intervencijami, pridržana.

- 98 Predsednik devetega senata Splošnega sodišča je s sklepom z dne 17. decembra 2018, Google in Alphabet/Komisija (T-612/17, neobjavljen, EU:T:2018:1005), zavrnil predlog za intervencijo združenja OIP, ker ni izkazalo interesa za rešitev spora.
- 99 V sklepih o ugoditvi predlogom za intervencijo je bila odločitev o utemeljenosti predlogov za zaupno obravnavanje pridržana, organizacija BEUC, družba Foundem, združenja CCIA, VDZ in BDZV, družbi Visual Meta in Twenga, Nadzorni organ EFTA, družba Kelkoo ter Zvezna republika Nemčije pa so prejeli nezaupno različico procesnih aktov, dokler ne predložijo pripomb glede predlogov za zaupno obravnavanje.
- 100 Družba Foundem je 15. januarja 2019 delno ugovarjala predlogom družbe Google za zaupno obravnavanje.
- 101 Nadzorni organ EFTA je 15. januarja 2019 in nato 25. januarja 2019 navedel, da so bili predlogi Komisije in družbe Google za zaupno obravnavanje v delu, v katerem se nanašajo nanj, v celoti ali deloma brezpredmetni ali neutemeljeni. Kljub temu je pojasnil, da ne predlaga, naj se mu pošljejo zaupne različice listin iz spisa.
- 102 Predsednik devetega senata Splošnega sodišča je s sklepom z dne 11. aprila 2019, Google in Alphabet/Komisija (T-612/17, neobjavljen, EU:T:2019:250), ugodil, prvič, nekaterim spremenjenim predlogom za zaupno obravnavanje informacij iz tožbe in odgovora na tožbo, in drugič, nekaterim predlogom za zaupno obravnavanje informacij iz replike in duplike. V preostalem je predloge za zaupno obravnavanje zavrnil. Zato je bil družbi Google in Komisiji določen rok za predložitev novih nezaupnih različic nekaterih listin iz spisa, družbi Foundem pa je bil določen rok za dopolnitev intervencijske vloge glede na elemente, katerih zaupnost je bila odpravljena. Predsednik devetega senata Splošnega sodišča je v odgovor na pripombe Nadzornega organa EFTA, ki se je skliceval na svoj poseben položaj v upravnih postopkih, ki vodijo do sklepov Komisije, kot je izpodbijani sklep, s katerim je ugotovljena kršitev pravil o konkurenci iz Sporazuma EGP, navedel, da za ta organ v okviru sodnega postopka pred Splošnim sodiščem veljajo enake zahteve kot za druge interveniente in da v okoliščinah obravnavane zadeve njegovih pripomb ni mogoče upoštevati.
- 103 Organizacija BEUC, družba Foundem, združenja CCIA, VDZ in BDZV, družbi Visual Meta in Twenga, Nadzorni organ EFTA, družba Kelkoo in Zvezna republika Nemčija so 15. marca 2019 vložili intervencijske vloge, družba Foundem pa je 11. junija 2019 vložila dodatno intervencijsko vlogo. Komisija je 20. maja 2019 predložila stališče o intervencijski vlogi združenja CCIA, družba Google pa 21. junija 2019 stališča o intervencijskih vlogah organizacije BEUC, združenj CCIA, VDZ in BDZV, družb Visual Meta in Twenga, Nadzornega organa EFTA, družbe Kelkoo in Zvezne republike Nemčije, vendar ne tudi družbe Foundem, glede intervencijske vloge družbe Foundem je družba Google stališče predložila posebej 1. julija 2019.
- 104 Splošno sodišče je 10. julija 2019 na predlog devetega senata na podlagi člena 28 Poslovnika odločilo, da zadevo predodeli razširjenemu senatu.

- 105 Komisija in družba Google sta z dopisoma z dne 9. in 23. avgusta 2019 predlagali, naj se zaradi zaupnosti nekateri elementi stališč družbe Google o več intervencijskih vlogah ne posredujejo organizaciji BEUC, družbi Foundem, združenjem CCIA, VDZ in BDZV, družbama Visual Meta in Twenga, Nadzornemu organu EFTA, družbi Kelkoo in Zvezni republiki Nemčiji.
- 106 Organizacija BEUC in družba Kelkoo sta 5. oziroma 10. septembra 2019 ugovarjali nekaterim predlogom družbe Google za zaupno obravnavanje stališč te družbe o njenih intervencijskih vlogah.
- 107 Predsednik devetega razširjenega senata Splošnega sodišča je s sklepom z dne 8. oktobra 2019, Google in Alphabet/Komisija (T-612/17, neobjavljen, EU:T:2019:770), menil, da ni treba odločiti o predlogih za zaupno obravnavanje, navedenih v točki 105 zgoraj, zoper katere ugovor ni bil vložen, glede tistih, zoper katere je bil ugovor vložen, je ugodil nekaterim predlogom v zvezi z organizacijo BEUC, združenji CCIA, VDZ in BDZV, družbama Visual Meta in Twenga, Nadzornim organom EFTA, družbo Kelkoo ter Zvezno republiko Nemčijo, ugodil je tudi nekaterim drugim predlogom razen v zvezi z družbo Kelkoo, druge pa zavrnil.
- 108 Splošno sodišče (deveti razširjeni senat) je na podlagi poročila sodnika poročevalca odločilo, da začne ustni del postopka, in na podlagi člena 89(2) in (3) Poslovnika glavni stranki pozvalo, naj bodisi pisno bodisi na obravnavi odgovorita na več vprašanj.
- 109 Komisija in družba Google sta 21. oziroma 22. januarja 2020 odgovorili na vprašanja Splošnega sodišča, na katera je bilo treba odgovoriti pisno. Družba Google je predlagala, naj se zaradi zaupnosti nekateri elementi njenega odgovora ne posredujejo organizaciji BEUC, družbi Foundem, združenjem CCIA, VDZ in BDZV, družbama Visual Meta in Twenga, Nadzornemu organu EFTA, družbi Kelkoo in Zvezni republiki Nemčiji.
- 110 Združenje BDZV je 5. februarja 2020 ugovarjalo nekaterim predlogom družbe Google za zaupno obravnavanje njenega pisnega odgovora na vprašanja Splošnega sodišča, pa tudi prilog k odgovoru na tožbo in repliki.
- 111 Predsednik devetega razširjenega senata Splošnega sodišča je s sklepom z dne 10. februarja 2020, Google in Alphabet/Komisija (T-612/17, neobjavljen, EU:T:2020:69), kot nedopustne zavrnil predloge združenja BDZV za odpravo zaupnosti prilog k odgovoru na tožbo in repliki, menil, da o predlogih za zaupnost, navedenih v točki 109 zgoraj, zoper katere ugovor ni bil vložen, ni treba odločiti, in ugodil tistim, zoper katere je bil ugovor vložen.
- 112 Obravnava je potekala od 12. do 14. februarja 2020, potem ko sta se po pripravljalnem sestanku predsednika senata in sodnika poročevalca z glavnima strankama, ki je potekal 15. januarja 2020 na podlagi člena 89 Poslovnika, ti stranki strinjali z odpravo zaupnosti nekaterih elementov spisa v razmerju do organizacije BEUC, družbe Foundem, združenj CCIA, VDZ in BDZV, družb Visual Meta in Twenga, Nadzornega organa EFTA, družbe Kelkoo, Zvezne republike Nemčije ter javnosti.

III. Predlogi strank

- 113 Družba Google Splošnemu sodišču predlaga, naj:
- primarno, izpodbijani sklep razglasi za ničen;

- podredno, v okviru svoje neomejene sodne pristojnosti odpravi ali zniža znesek globe;
- vsekakor Komisiji naloži plačilo stroškov;
- organizaciji BEUC, družbi Foundem, združenjema VDZ in BDZV, družbama Visual Meta in Twenga, Nadzornemu organu EFTA, družbi Kelkoo in Zvezni republiki Nemčiji naloži plačilo stroškov, povezanih z njihovo intervencijo.

114 Komisija Splošnemu sodišču predlaga, naj:

- tožbo zavrne;
- družbi Google naloži plačilo stroškov;
- združenju CCIA naloži plačilo stroškov, ki so nastali Komisiji zaradi intervencije združenja CCIA.

115 Združenje CCIA Splošnemu sodišču predlaga, naj izpodbijani sklep razglasi za ničen in Komisiji naloži plačilo stroškov, povezanih z intervencijo združenja CCIA.

116 Zvezna republika Nemčija Splošnemu sodišču predlaga, naj tožbo zavrne.

117 Organizacija BEUC Splošnemu sodišču predlaga, naj tožbo zavrne in družbi Google naloži plačilo stroškov, povezanih z njeno intervencijo organizacije BEUC.

118 Družbi Foundem, Kelkoo, združenje VDZ, družba Visual Meta, združenje BDZV in družba Twenga Splošnemu sodišču predlagajo, naj tožbo zavrne in družbi Google naloži plačilo stroškov.

IV. Pravo

A. Uvodne ugotovitve

119 Uvodoma je treba poudariti, da družba Google ne zanika, da ima prevladujoč položaj na trinajstih nacionalnih trgih splošnega iskanja, ki ustrezajo državam, v katerih je Komisija ugotovila, da je ta družba zlorabila tak položaj. Ta podatek je premisa, na kateri temeljijo vse analize, ki sledijo.

1. Vrstni red obravnave tožbenih razlogov in trditev v obravnavani zadevi

120 Družba Google navaja šest razlogov za razglasitev ničnosti izpodbijanega sklepa, ki jih predstavlja tako:

„S prvim in drugim tožbenim razlogom se dokazuje, da je v sklepu napačno ugotovljeno, da daje družba Google s prikazovanjem zadetkov Product Universals in Shopping Units prednost svoji storitvi primerjave proizvodov. S tretjim tožbenim razlogom se pojasnjuje, da je v sklepu napačno ugotovljeno, da je bil z razvrščanjem in prikazovanjem zadetkov Product Universals in Shopping Units preusmerjen promet, ki izhaja iz iskanja z iskalnikom Google. S četrtem tožbenim razlogom se dokazuje, da špekulacija o protikonkurenčnih učinkih v sklepu ni utemeljena. S petim tožbenim

razlogom se dokazuje, da so v sklepu izboljšave kakovosti, ki pomenijo konkurenco na podlagi učinkovitosti, napačno opredeljene kot zloraba. Iz šestega tožbenega razloga izhaja, da razlogi, iz katerih je bila s sklepom naložena globa, niso utemeljeni.“

- 121 Splošno sodišče ugotavlja, da trditve družbe Google vsebujejo številne elemente dejanskega stanja in tehnične elemente ter pravne očitke, ki se ponavljajo v utemeljitev različnim tožbenim razlogom. Tožbene razloge in trditve družbe Google bo obravnavalo v naslednjem vrstnem redu.
- 122 Splošno sodišče bo v razdelku B tega dela, ki se nanaša na primarne predloge, v točki 1 najprej preučilo trditve družbe Google, da prakse, ki jih Komisija očita, dejansko pomenijo izboljšave kakovosti njene storitve spletnega iskanja (peti tožbeni razlog), iz česar naj bi na eni strani izhajalo, da družba Google ni mogla storiti zlorabe, saj Komisija znotraj teh izboljšav ni izpostavila elementov, ki bi odstopali od konkurence na podlagi učinkovitosti, na drugi strani pa, da je Komisija, ker ni mogla izolirati teh elementov, družbi Google dejansko naložila obveznost dobave, ne da bi bili izpolnjeni strogi pogoji, ki se zahtevajo na podlagi sodbe z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569). V zvezi s tem družba Google natančneje meni, da ji je Komisija naložila, da mora svojim konkurentom zagotoviti dostop do svojih storitev, kot da bi bila to „bistvena zmogljivost“, ki bi bila zanje nujno potrebna, ne da bi dokazala, da so izpolnjeni pogoji, ki se za to zahtevajo v sodni praksi Sodišča. Še vedno v okviru trditev družbe Google o konkurenci na podlagi učinkovitosti bo preučena trditev, da ta družba z vzpostavitev specializiranih zadetkov iz obravnavane zadeve v bistvu ni uresničevala nobenega protikonkurenčnega cilja, saj naj bi ti zadetki pomenili izboljšave kakovosti njene storitve iskanja. Ta trditev, navedena v prvem delu prvega tožbenega razloga, bo preučena tudi v razdelku B, točka 1.
- 123 Tako bo Splošno sodišče v razdelku B, točka 1, preučilo zakonitost pravne opredelitve dajanja prednosti, ki ga je upoštevala Komisija na podlagi člena 102 PDEU, in vprašanje, ali je ta institucija lahko upravičeno upoštevala tak koncept zlorabe, v okviru katerega se podjetju s prevladujočim položajem v bistvu očita, da daje prednost svoji storitvi v škodo storitev konkurentov.
- 124 Nato bo Splošno sodišče v razdelku B, točka 2, tega dela te sodbe preučilo resničnost različnega obravnavanja na podlagi te opredelitve, torej (ne)obstoja diskriminacije, ki jo je družba Google vzpostavila v korist lastne storitve specializiranega iskanja, in sicer za obdobje, ki se ujema z obdobjem vzpostavitve Product Universal (prvi tožbeni razlog), in za obdobje, ki se ujema z vzpostavitev Shopping Units (drugi tožbeni razlog).
- 125 Zatem bo Splošno sodišče v razdelku B, točka 3, tega dela preučilo tretji in četrti tožbeni razlog, ki ju uveljavlja družba Google in v skladu s katerima očitano ravnanje ni imelo protikonkurenčnih učinkov.
- 126 Nazadnje bo Splošno sodišče v razdelku B, točka 4, tega dela preučilo tretji del prvega in drugega tožbenega razloga, ki ju uveljavlja družba Google, to je, da je bilo očitano ravnanje objektivno utemeljeno, zato ni bilo v nasprotju s členom 102 PDEU.
- 127 Splošno sodišče bo po tem, ko bo v razdelku B, točka 5, tega dela te sodbe podalo ugotovitev o vsebini, v razdelku C te sodbe preučilo šesti tožbeni razlog, ki ga uveljavlja družba Google, to je, da globa nikakor ni utemeljena in je vsaj previsoka.

2. Obseg nadzora Splošnega sodišča v obravnavani zadevi

- 128 Splošno sodišče najprej opozarja na obseg nadzora sodišča Unije nad sklepi o uporabi člena 102 PDEU, ki jih sprejme Komisija.
- 129 Sodni nadzor, ki ga izvaja Splošno sodišče, zajema nadzor nad zakonitostjo aktov institucij, določen v členu 263 PDEU, ki se lahko na podlagi člena 261 PDEU dopolni z neomejeno pristojnostjo glede naloženih sankcij (glej v tem smislu sodbo z dne 21. januarja 2016, Galp Energía España in drugi/Komisija, C-603/13 P, EU:C:2016:38, točka 71).
- 130 Kot je pojasnilo Sodišče, se obseg nadzora zakonitosti iz člena 263 PDEU razteza na vse elemente sklepov Komisije v zvezi s postopki na podlagi členov 101 in 102 PDEU, nad katerimi Splošno sodišče zagotavlja poglobljen nadzor, tako glede prava kot glede dejstev, glede na razloge, ki jih navedejo tožeče stranke, in ob upoštevanju vseh elementov, ki jih te predložijo, bodisi zgodnejših ali poznejših od sprejetega sklepa in ne glede na to, ali so bili predloženi predhodno v okviru upravnega postopka ali prvič v okviru tožbe, vložene pri Splošnem sodišču, če so ti elementi upoštevni za nadzor nad zakonitostjo sklepa Komisije (sodba z dne 21. januarja 2016, Galp Energía España in drugi/Komisija, C-603/13 P, EU:C:2016:38, točka 72; glej v tem smislu tudi sodbo z dne 26. septembra 2018, Infineon Technologies/Komisija, C-99/17 P, EU:C:2018:773, točka 48).
- 131 Sodišče je menilo, da čeprav ima Komisija polje proste presoje na gospodarskem področju, to ne pomeni, da se mora sodišče Unije vzdržati nadzora nad razlago podatkov gospodarske narave, ki jo poda Komisija. Sodišče Unije mora namreč med drugim preveriti ne le vsebinsko pravilnost navedenih dokazov ter njihovo zanesljivost in doslednost, ampak tudi, ali ti dokazi vsebujejo vse upoštevne podatke, ki jih je treba upoštevati pri presoji zapletenega položaja, in ali lahko utemeljijo iz njih izvedene sklepe (sodbe z dne 15. februarja 2005, Komisija/Tetra Laval, C-12/03 P, EU:C:2005:87, točka 39; z dne 8. decembra 2011, Chalkor/Komisija, C-386/10 P, EU:C:2011:815, točka 54, in z dne 10. julija 2014, Telefónica in Telefónica de España/Komisija, C-295/12 P, EU:C:2014:2062, točka 54). Če Komisija za to, da bi opredelila prakso glede na določbe člena 102 PDEU, nameni dejansko vlogo ekonomski analizi, mora sodišče Unije preučiti vse trditve, ki jih v zvezi s to analizo navede kaznovano podjetje (glej v tem smislu sodbo z dne 6. septembra 2017, Intel/Komisija, C-413/14 P, EU:C:2017:632, točke od 141 do 144).
- 132 Poleg tega iz sodne prakse Sodišča izhaja, da je na področju konkurenčnega prava v primeru spora glede obstoja kršitve Komisija tista, ki mora predložiti dokaz o kršitvah, ki jih ugotovi, in navesti, kateri dokazi pravno zadostno dokazujejo obstoj dejstev, ki pomenijo kršitev. Dvom sodišča je treba razlagati v dobro podjetja, naslovnika sklepa o ugotovitvi kršitve (sodbi z dne 22. novembra 2012, E.ON Energie/Komisija, C-89/11 P, EU:C:2012:738, točki 71 in 72, in z dne 16. februarja 2017, Hansen & Rosenthal in H&R Wax Company Vertrieb/Komisija, C-90/15 P, neobjavljena, EU:C:2017:123, točki 17 in 18).
- 133 Čeprav mora organ, ki očita kršitev pravil o konkurenci, za to predložiti dokaz, mora podjetje, ki uveljavlja pravno sredstvo obrambe zoper ugotovitev kršitve teh pravil, dokazati, da je treba temu pravnemu sredstvu obrambe ugoditi, tako da se mora navedeni organ opreti na druge dokaze iz sklepa, ki se izpodbija. Poleg tega, tudi če bi v skladu s temi načeli dokazno breme nosila bodisi Komisija bodisi zadevno podjetje, lahko dejstva, na katera se sklicuje ena stranka, drugo stranko zavežejo k pojasnilu ali utemeljitvi, saj je sicer mogoče ugotoviti, da so bila pravila v zvezi z dokaznim bremenom upoštevana (glej v tem smislu sodbo z dne 17. junija 2010, Lafarge/Komisija, C-413/08 P, EU:C:2010:346, točki 29 in 30 ter navedena sodna praksa).

- 134 Kadar se tako Komisija opira na dokaze, ki načeloma zadostujejo za to, da se dokaže obstoj kršitve, ne zadostuje, da se zadevno podjetje sklicuje na možnost, da je nastala okoliščina, ki bi lahko vplivala na dokazno vrednost teh dokazov, da bi morala zato Komisija dokazati, da ta okoliščina ni mogla vplivati na njihovo dokazno vrednost. Nasprotno, zadevno podjetje mora po eni strani pravno zadostno dokazati obstoj okoliščine, na katero se sklicuje, in po drugi strani to, da je zaradi te okoliščine omajana dokazna vrednost dokazov, na katere se opira Komisija, razen če takega dokaza ne bi moglo predložiti zaradi ravnanja Komisije (sodba z dne 22. novembra 2012, E.ON Energie/Komisija, C-89/11 P, EU:C:2012:738, točka 76).
- 135 Nazadnje je treba spomniti, da Sodišče in Splošno sodišče v okviru nadzora zakonitosti iz člena 263 PDEU nikakor ne moreta nadomestiti obrazložitve avtorja izpodbijanega akta s svojo obrazložitvijo, kar se tiče presoje dejanskega stanja (sodbe z dne 27. januarja 2000, DIR International Film in drugi/Komisija, C-164/98 P, EU:C:2000:48, točka 38; z dne 24. januarja 2013, Frucona Košice/Komisija, C-73/11 P, EU:C:2013:32, točka 89, in z dne 21. januarja 2016, Galp Energía España in drugi/Komisija, C-603/13 P, EU:C:2016:38, točka 73). Ker se nadzor zakonitosti izpodbijanega sklepa nanaša na obrazložitev, navedeno v tem sklepu, sodišče ne more ne na svojo pobudo ne na predlog uprave dopolniti obrazložitve, ki je bila uporabljena v navedenem sklepu.

B. Primarni predlogi za razglasitev ničnosti izpodbijanega sklepa

1. Peti tožbeni razlog in prvi del prvega tožbenega razloga: skladnost zadevnih ravnanj s konkurenco na podlagi učinkovitosti

- 136 Kot je bilo navedeno v točkah 122 in 123 zgoraj, družba Google v prvem delu petega tožbenega razloga najprej trdi, da v izpodbijanem sklepu v njenem ravnanju, ki je zajemalo uresničitev izboljšav kakovosti njene storitve spletnega iskanja, ni opredeljen noben element, ki bi pomenil odstopanje od konkurence na podlagi učinkovitosti.
- 137 Nato družba Google v drugem delu petega tožbenega razloga trdi, da očitano ravnanje iz izpodbijanega sklepa dejansko pomeni zavrnitev dobave, saj ji Komisija očita, da zadetkom konkurenčnih storitev primerjave proizvodov ni dala dostopa do svojih „tehnologij in videzov“ in še zlasti do „boxov“, umeščenih na vrh strani s splošnimi zadetki. Komisija naj bi morala za dokaz, da je bilo tako ravnanje v nasprotju s členom 102 PDEU, dokazati, da so bili izpolnjeni pogoji iz sodbe z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), česar pa naj ne bi storila. S tem, da je neko ravnanje opisala kot dajanje prednosti, naj bi tako dejansko želela zaobiti pogoje, ki se uporabljajo za zavrnitev dobave, zato naj bi bilo v njenem sklepu napačno uporabljeno pravo.
- 138 Nazadnje družba Google v prvem delu prvega tožbenega razloga še trdi, da so v izpodbijanem sklepu izkrivljeni razlogi za vzpostavitev specializiranih zadetkov za proizvode. Družba Google naj namreč skupin zadetkov za proizvode ne bi uvedla zato, da bi promet preusmerila k svoji storitvi primerjave, kot trdi Komisija, ampak zato, da bi izboljšala kakovost svojih zadetkov in njihov prikaz za uporabnike.

a) Prvi del petega tožbenega razloga: zadevne prakse so izboljšave kakovosti, ki pomenijo konkurenco na podlagi učinkovitosti, in jih ni mogoče opredeliti kot zlorabo

1) Trditve strank

- 139 Družba Google v prvem delu petega tožbenega razloga trdi, da so očitane prakse izboljšave kakovosti, ki pomenijo konkurenco na podlagi učinkovitosti, in da jih ni mogoče opredeliti kot zlorabo.
- 140 V zvezi s prvim vidikom se družba Google sklicuje zlasti na sodbe z dne 13. februarja 1979, Hoffmann-La Roche/Komisija (85/76, EU:C:1979:36, točka 91), z dne 3. julija 1991, AKZO/Komisija (C-62/86, EU:C:1991:286, točka 70), in z dne 14. oktobra 2010, Deutsche Telekom/Komisija (C-280/08 P, EU:C:2010:603, točka 177), da bi pojasnila, da Sodišče v zvezi s prevladujočimi podjetji razlikuje med protikonkurenčnimi praksami, ki pomenijo zlorabo, in praksami, ki imajo pozitivne posledice za konkurenco ter spadajo pod „normalno“ konkurenco ali konkurenco „na podlagi učinkovitosti“.
- 141 Tako naj bi bil osrednji element vseh zadev, v katerih so bile izdane sodbe, navedene v točki 140 zgoraj, ta, da imajo podjetja pravico uporabiti „običajna“ sredstva za sodelovanje v konkurenci in pridobiti tržne deleže. To naj bi za družbo Google pomenilo pravico do „boljšega konkuriranja“ z izboljšanjem kakovosti svojih tehnologij in storitev specializiranega iskanja za naravne zadetke za proizvode in oglase za proizvode, ki so na voljo prek njene strani za splošno iskanje. Združenje CCIA v zvezi s tem poudarja, da so razvoj in izboljšave „videza“ spletnega mesta sestavni del konkurenčnega procesa. Ti razvojni trendi naj bi se namreč ujemali s pričakovanji potrošnikov in oglaševalcev. Kakovost spletnega mesta naj bi bila ključni parameter konkurence na digitalnih trgih. Združenje CCIA še dodaja, da je v sedanjem gospodarstvu vertikalna integracija vseprisotna in je na splošno z ekonomskega vidika pozitivna.
- 142 Družba Google meni, da ni v teoriji iz izpodbijanega sklepa opredeljen noben element, po katerem bi bilo mogoče njene prakse razlikovati od konkurence na podlagi učinkovitosti. Trditve, da je družba Google vzpostavila prakse dajanja prednosti, in domneva o potencialnih učinkih naj ne bi spremenila tega, da so zadetki in oglasi za proizvode po skupinah izboljšali kakovost njene storitve splošnega iskanja. S prikazom takih „videzov“ na svojih straneh s splošnimi zadetki in razvojem s tem povezanih inovativnih tehnologij naj bi konkurirala na podlagi učinkovitosti na trgu splošnega iskanja.
- 143 Komisija naj bi poskusila ta dejstva zaobiti s trditvijo iz točke 334 obrazložitve izpodbijanega sklepa, da lahko „praksa družbe s prevladujočim položajem na danem trgu“ pomeni zlorabo, če „je njen namen ta položaj razširiti na ločen, vendar sosednji trg“. V točki 652 obrazložitve izpodbijanega sklepa naj bi trdila, da je uporaba tega pravila za izboljšave proizvodov in storitev v skladu z obstoječo sodno prakso. Tako naj bi se po mnenju družbe Google Komisija zadovoljila z oceno, da je imelo njeno ravnanje prek „učinka vzvoda“ razširiti njen prevladujoči položaj na trge, sosednje tistim, na katerih je imela tak položaj, ne da bi upoštevala, da je to ravnanje pomenilo izboljšavo storitev družbe Google in ni odstopalo od „normalne“ konkurence ali konkurence „na podlagi učinkovitosti“.
- 144 Iz sodne prakse naj bi izhajalo, da ni nujno, da vsak učinek izrinjenja negativno vpliva na konkurenco, saj naj bi lahko konkurenca na podlagi učinkovitosti privedla do izginotja ali marginalizacije manj učinkovitih konkurentov. Družba Google se v zvezi s tem sklicuje na sodbi z dne 27. marca 2012, Post Danmark (C-209/10, EU:C:2012:172, točka 22), in z dne

6. septembra 2017, Intel/Komisija (C-413/14 P, EU:C:2017:632, točka 134). Ta trditev naj ne bi veljala samo takrat, kadar se tak učinek kaže na trgu, na katerem podjetje že ima prevladujoči položaj, ampak tudi takrat, kadar se kaže na drugem trgu. Držalo naj bi sicer, da izboljšava storitve ne pomeni „imunizacije“ pred opredelitvijo za zlorabo prevladujočega položaja, vendar naj v obravnavani zadevi Komisija tega ravnanja ne bi mogla opredeliti za zlorabo, ne da bi v ravnanju družbe Google poleg navedenega „učinka vzvoda“ opredelila dodaten protikonkurenčni element.

- 145 Družba Google ob podpori združenja CCIA v zvezi s tem trdi, da je izraz „zloraba z učinkom vzvoda“ splošni „krovni“ izraz, ki zajema različne vrste zlorab. Za vsako posamezno vrsto „zlorabe z učinkom vzvoda“ naj bi bili v sodni praksi opredeljeni posebni elementi, po katerih se zadevno ravnanje razlikuje od konkurence na podlagi učinkovitosti in zato postane zloraba, na primer poslabšanje kakovosti, cenovne škarje ali zavrnitev zagotovitve nujnega proizvodnega dejavnika. Tako naj prakse nizkih cen podjetja s prevladujočim položajem same zase ne bi bilo mogoče šteti za zlorabo. To prakso naj bi bilo mogoče opredeliti kot uporabo plenilskih cen le, če se opredeli dodaten element, ki odstopa od konkurence na podlagi učinkovitosti. Tako združenje CCIA meni, da pomanjkljiva teoretična osnova zlorabe v obliki dajanja prednosti, ki jo je ugotovila Komisija, ne omogoča razumevanja dodatnih dejavnikov ali pravnih načel, zaradi katerih naj bi bilo to dajanje prednosti – ki je poleg tega povsem naravno – v nasprotju s členom 102 PDEU, kar naj bi bilo problematično z vidika pravne varnosti za celoten internetni sektor.
- 146 Komisija, ki jo v zvezi s tem podpira Zvezna republika Nemčija, navaja, da izboljšava storitve še ne izključuje možnosti, da taka izboljšava pomeni zlorabo prevladujočega položaja, zlasti če privede do tega, da podjetje s prevladujočim položajem daje prednost lastni storitvi z uporabo drugih sredstev razen konkurence na podlagi učinkovitosti, in če lahko to povzroči protikonkurenčne učinke.
- 147 Komisija pojasnjuje, da poleg tega izpodbija izboljšavo storitve splošnega iskanja družbe Google. Dejansko naj bi bilo sicer mogoče, da bi družba Google svojo storitev splošnega iskanja izboljšala tako, da bi na svojih straneh s splošnimi zadetki „določene“ zadetke prikazala po skupinah, ne bi pa naj svoje storitve splošnega iskanja mogla izboljšati tako, da je na svojih straneh s splošnimi zadetki prikazala „samo“ zadetke po skupinah svoje storitve primerjave proizvodov. Komisija ob tem še opozarja, da po njenem mnenju ravnanja družbe Google ni mogoče utemeljiti z nobenim objektivnim razlogom, povezanim z izboljšavo kakovosti storitve splošnega iskanja te družbe.
- 148 Zvezna republika Nemčija trdi, da ravnanje, ki se očita družbi Google, ne pomeni konkurence na podlagi učinkovitosti, saj preprečuje obstoj konkurence na podlagi kakovosti algoritma, ki bi omogočal izvedbo specializiranih poizvedb v zvezi s proizvodi. Kakovost algoritma za specializirano iskanje naj bi bila parameter, na podlagi katerega bi si zadevna podjetja konkurirala. Družba Google naj bi z zadevnim ravnanjem uporabnike spodbujala h kliku ne na najbolj upoštevne zadetke, ampak na najvidnejše zadetke, torej na svoje zadetke ne glede na njihovo dejansko upoštevnost za uporabnika.
- 149 Združenje VDZ trdi, da je vprašanje, ali je družba Google izboljšala svojo storitev, brezpredmetno. Postavljalo naj bi se samo vprašanje, ali je družba Google uporabila nove značilnosti svojih storitev (Product Universals, Shopping Units, prilagoditveni algoritmi) kot orodje za promocijo svoje storitve primerjave proizvodov v škodo konkurenčnih storitev primerjave proizvodov. Izboljšave storitve primerjave proizvodov družbe Google naj bi bilo mogoče presojati kvečjemu z vidika povečanja učinkovitosti. Vendar naj družba Google ne bi predložila dokaza o takem povečanju učinkovitosti, kot je to zahtevano v sodni praksi. Združenje VDZ dodaja, da je obravnavana zadeva tipičen primer zlorabe z učinkom vzvoda. V bistvu naj bi navedene prakse odstopale od

konkurence na podlagi učinkovitosti, saj naj ravnanje družbe Google na primarnem trgu ne bi moglo imeti drugega ekonomskega smisla, kot je omejevanje konkurence na sekundarnem trgu. Ravnanje družbe Google, ki je dajala prednost svoji storitvi primerjave proizvodov v škodo tovrstnih konkurenčnih storitev, naj bi privedlo do izključitve bolj upoštevnihih zadetkov specializiranega iskanja konkurentov, kar naj ne bi imelo ekonomskega smisla.

2) Presoja Splošnega sodišča

- 150 Kot izhaja iz ustaljene sodne prakse, je podjetju, ki ima prevladujoč položaj, naložena posebna odgovornost, da s svojim ravnanjem ne ogroža učinkovite in neizkrivljene konkurence na notranjem trgu (glej sodbo z dne 6. septembra 2017, Intel/Komisija, C-413/14 P, EU:C:2017:632, točka 135 in navedena sodna praksa).
- 151 V zvezi s tem člen 102 PDEU meri zlasti na ravnanje podjetja s prevladujočim položajem, ki v škodo potrošnikov ovira ohranjanje obstoječe konkurence na trgu ali razvoj te konkurence z drugačnimi sredstvi od tistih, ki so značilna za normalno konkurenco na podlagi dejavnosti gospodarskih subjektov (glej sodbo z dne 27. marca 2012, Post Danmark, C-209/10, EU:C:2012:172, točka 24 in navedena sodna praksa).
- 152 Člen 102 PDEU tako podjetju s prevladujočim položajem prepoveduje med drugim izvajanje ravnanj, ki imajo učinek izrinjenja njegovih konkurentov z uporabo drugih sredstev kot so tista, ki temeljijo na konkurenci na podlagi učinkovitosti (glej v tem smislu sodbi z dne 27. marca 2012, Post Danmark, C-209/10, EU:C:2012:172, točka 25 in navedena sodna praksa, in z dne 6. septembra 2017, Intel/Komisija, C-413/14 P, EU:C:2017:632, točka 136).
- 153 Člen 102 PDEU se ne nanaša le na ravnanje, ki potrošnikom povzroči takojšno škodo, ampak tudi na tisto, ki jih oškoduje tako, da posega v konkurenco (sodba z dne 27. marca 2012, Post Danmark, C-209/10, EU:C:2012:172, točka 20 in navedena sodna praksa; glej v tem smislu tudi sodbo z dne 29. marca 2012, Telefónica in Telefónica de España/Komisija, T-336/07, EU:T:2012:172, točka 171).
- 154 Seznam zlorab iz člena 102 PDEU ni izčrpen, tako da njihovo naštevanje v tej določbi ne pomeni taksativnega seznama vrst zlorabe prevladujočega položaja, ki jih prepoveduje pravo Unije (sodbe z dne 21. februarja 1973, Europemballage in Continental Can/Komisija, 6/72, EU:C:1973:22, točka 26; z dne 17. februarja 2011, TeliaSonera Sverige, C-52/09, EU:C:2011:83, točka 26, in z dne 29. marca 2012, Telefónica in Telefónica de España/Komisija, T-336/07, EU:T:2012:172, točka 174).
- 155 Zloraba je lahko v obliki neutemeljenega različnega obravnavanja (glej v tem smislu sodbe z dne 17. julija 1997, GT-Link, C-242/95, EU:C:1997:376, točka 41; z dne 24. oktobra 2002, Aéroports de Paris/Komisija, C-82/01 P, EU:C:2002:617, točka 114, in z dne 7. oktobra 1999, Irish Sugar/Komisija, T-228/97, EU:T:1999:246, točka 140). V zvezi s tem splošno načelo enakega obravnavanja kot splošno načelo prava Unije zahteva, da se primerljivi položaji ne obravnavajo različno in da se različni položaji ne obravnavajo enako, razen če tako obravnavanje ni objektivno utemeljeno (glej sodbo z dne 16. decembra 2008, Arcelor Atlantique et Lorraine in drugi, C-127/07, EU:C:2008:728, točka 23).
- 156 Vendar cilj člena 102 PDEU nikakor ni preprečiti podjetju, da po lastni zaslugi osvoji prevladujoč položaj na trgu (glej sodbo z dne 6. septembra 2017, Intel/Komisija, C-413/14 P, EU:C:2017:632, točka 133 in navedena sodna praksa).

- 157 Vsak učinek izrinjenja zato ne pomeni nujno škodovanja konkurenci. Konkurenca na podlagi učinkovitosti lahko po definiciji vodi do izginotja s trga ali do marginalizacije konkurentov, ki so za potrošnike manj zanimivi, zlasti z vidika cen, izbire, kakovosti in inovacij (glej sodbo z dne 6. septembra 2017, Intel/Komisija, C-413/14 P, EU:C:2017:632, točka 134 in navedena sodna praksa).
- 158 Družba Google v bistvu trdi, da prakse iz izpodbijanega sklepa pripomorejo k izboljšavam kakovosti njenih storitev iskanja in se torej umeščajo v okvir konkurence na podlagi učinkovitosti. V zvezi s tem navaja, da ni Komisija v praksah, ki se ji očitajo družbi Google, opredelila nobenega elementa, ki bi odstopal od konkurence na podlagi učinkovitosti. Sodišča Unije pa naj ne bi izboljšav kakovosti proizvoda ali storitve nikoli obravnavala kot oviro za konkurenco.
- 159 Glede trditve, da Komisija domnevno ni opredelila elementov, po katerih se zadevne prakse razlikujejo od normalne konkurence, ki naj bi bila omejena, je treba ugotoviti, da zgolj na podlagi prevladujočega položaja podjetja, pa čeprav je njegov obseg takšen, kakršen je obseg položaja družbe Google z vidika storitve splošnega iskanja, še ni mogoče ugotoviti kršitve člena 102 PDEU.
- 160 Iz ustaljene sodne prakse namreč izhaja, da ugotovitev obstoja prevladujočega položaja sama po sebi ne pomeni nobenega očitka zoper zadevno podjetje (glej sodbo z dne 27. marca 2012, Post Danmark, C-209/10, EU:C:2012:172, točka 21 in navedena sodna praksa). Člen 102 PDEU prepoveduje „zlorabo“ prevladujočega položaja.
- 161 V zvezi s tem mora Komisija, da bi opredelila tako „zlorabo“, ugotoviti, kako je zadevno podjetje z uporabo svojega prevladujočega položaja uporabilo sredstva, ki so drugačna od tistih, ki so značilna za normalno konkurenco (glej točko 151 zgoraj).
- 162 V zvezi s tem zgolj razširitev prevladujočega položaja podjetja na sosednji trg sama po sebi ne more biti dokaz za ravnanje, ki odstopa od normalne konkurence, tudi če ta razširitev povzroči izginotje ali marginalizacijo konkurentov (glej v tem smislu sodbi z dne 27. marca 2012, Post Danmark, C-209/10, EU:C:2012:172, točka 22, in z dne 6. septembra 2017, Intel/Komisija, C-413/14 P, EU:C:2017:632, točka 134).
- 163 Poleg tega, kot v bistvu izhaja iz sodbe z dne 25. oktobra 2002, Tetra Laval/Komisija (T-5/02, EU:T:2002:264, točke 156, 158 in 217), je učinek vzvoda splošen izraz v zvezi z učinkom, ki ga ima lahko praksa, ugotovljena na enem trgu, na drugem trgu. Ta pojem lahko označuje več različnih praks, ki lahko pomenijo zlorabo, kot so zlasti vezana prodaja kot v zadevi, v kateri je bila izdana sodba z dne 17. septembra 2007, Microsoft/Komisija (T-201/04, EU:T:2007:289), prakse cenovnih škarij kot v zadevi, v kateri je bila izdana sodba z dne 29. marca 2012, Telefónica in Telefónica de España/Komisija (T-336/07, EU:T:2012:172), ali rabati za zvestobo kot v zadevi, v kateri je bila izdana sodba z dne 30. septembra 2003, Michelin/Komisija (T-203/01, EU:T:2003:250).
- 164 Ugotoviti je treba, da člen 102 PDEU sicer ne prepoveduje učinkov vzvoda, ki jih povzroča podjetje s prevladujočim položajem, se pa ta člen za tovrstne prakse uporablja. Ne da bi se bilo treba v tej fazi izreči o pogojih za prepoved učinkov vzvoda, je treba torej ugotoviti – kot je bilo navedeno v točki 163 zgoraj – da se je za več vrst takih učinkov že štelo, da so v nasprotju s členom 102 PDEU. Natančneje, Splošno sodišče je v sodbi z dne 17. septembra 2007, Microsoft/Komisija (T-201/04, EU:T:2007:289, točka 1344), menilo, da sta zadevni praksi, in sicer vezana prodaja in zavrnitev posredovanja informacij o interoperabilnosti, del kršitve, povezane s strategijo učinka

vzvoda, v okviru katere je družba Microsoft uporabila prevladujoči položaj, ki ga ima na trgu operacijskih sistemov za odjemalske osebne računalnike (PC), v želji, da bi tak položaj razširila na druga dva sosednja trga.

- 165 Poleg tega je treba stvarno področje uporabe posebne odgovornosti, naložene podjetju s prevladujočim položajem, presojati glede na posebne okoliščine posamezne zadeve, ki kažejo na oslabitev konkurence (glej v tem smislu sodbo z dne 17. februarja 2011, TeliaSonera Sverige, C-52/09, EU:C:2011:83, točka 84 in navedena sodna praksa).
- 166 Kot je razvidno iz izpodbijanega sklepa in na kar je Komisija upravičeno opozorila na obravnavi, v obravnavani zadevi Komisija obstoja kršitve člena 102 PDEU ni ugotovila zgolj s sklicevanjem na prakse, ki so povzročile učinek vzvoda.
- 167 Komisija je namreč menila, da je družba Google prek učinka vzvoda na podlagi prevladujočega položaja na trgu splošnega iskanja dajala prednost svoji storitvi primerjave proizvodov na trgu specializiranega iskanja za primerjavo proizvodov, tako da je zagotovila boljšo razvrstitev in prikaz te storitve primerjave in njenih zadetkov na svojih straneh s splošnimi zadetki v primerjavi s storitvami konkurenčnih storitev primerjave, katerih zadetki so bili že samo zaradi sebi lastnih značilnosti dovzetni za to, da so prilagoditveni algoritmi poslabšali njihovo razvrstitev med splošnimi zadetki na navedenih straneh.
- 168 Komisija je v zvezi s tem v točki 344 obrazložitve izpodbijanega sklepa navedla, da so bili lahko zadetki konkurenčnih storitev primerjave proizvodov prikazani samo kot splošni zadetki, torej kot preproste modre povezave, poleg tega pa so lahko prilagoditveni algoritmi še poslabšali njihovo razvrstitev, medtem ko so bili po drugi strani zadetki storitve primerjave proizvodov družbe Google razvrščeni na dobro vidno mesto na vrhu strani s splošnimi zadetki družbe Google, prikazani so bili v obogatenem formatu in jim ti algoritmi niso mogli poslabšati razvrstitve, kar je privedlo do različnega obravnavanja tako, da je družba Google dajala prednost svoji storitvi primerjave.
- 169 Komisija je zlasti pojasnila, da bi zaradi sovpadanja treh posebnih okoliščin, in sicer, prvič, pomembnosti prometa, ki ga ustvari splošni iskalnik družbe Google, za storitve primerjave proizvodov (oddelek 7.2.2 izpodbijanega sklepa), drugič, ravnanja uporabnikov, ko nekaj iščejo na spletu (oddelek 7.2.3 izpodbijanega sklepa), in tretjič, dejstva, da pomeni preusmerjeni promet, ki izvira s strani s splošnimi zadetki družbe Google, velik del prometa h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov in ga ni mogoče učinkovito nadomestiti z drugimi viri (oddelek 7.2.4 izpodbijanega sklepa), to dajanje prednosti lahko oslabilo konkurenco na trgu.
- 170 Na prvem mestu, Komisija je v zvezi s pomembnostjo prometa, ki ga ustvari iskalnik za splošno iskanje družbe Google, v oddelku 7.2.2 izpodbijanega sklepa (točke od 444 do 450 obrazložitve izpodbijanega sklepa) poudarila, da je v skladu z izjavo ene od konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, navedeno v točki 444 obrazložitve izpodbijanega sklepa, ta promet „najpomembnejši adut specializiranega iskalnika“. Komisija je tako pojasnila, da promet omogoča večjo upoštevnost zadetkov specializiranega iskanja ter zlasti aktualnost in obseg ponudbe storitev primerjave proizvodov, saj se tako poveča sposobnost prepričati trgovce, da jim dajo na voljo podatke o svojih proizvodih (točka 445 obrazložitve), da ustvarja prihodke bodisi prek provizij, ki jih plačujejo trgovci, bodisi prek spletnega oglaševanja (točka 446 obrazložitve) ter da zagotavlja informacije o ravnanju uporabnikov, kar je omogočilo večjo upoštevnost in uporabnost zadetkov

iskanja zlasti prek učinkov strojnega učenja („machine learning“, točka 447 obrazložitve), poskusov (točka 448 obrazložitve) ali predlogov drugih iskalnih izrazov, ki bi bili lahko zanimivi za uporabnike (točka 449 obrazložitve).

- 171 Komisija je tako v oddelku 7.2.2 izpodbijanega sklepa v bistvu pojasnila, da je navedeni promet omogočil izkoriščanje učinkov omrežja (več kot ima namreč storitev primerjave proizvodov obiskov internetnih uporabnikov, bolj se povečujeta njena upoštevnost in uporabnost njenih storitev in bolj se trgovci nagibajo k njeni uporabi) ter da je ta promet omogočil tudi ustvarjanje prihodkov po zaslugi provizij ali oglasnih sporočil, pri čemer je bilo te prihodke mogoče po potrebi uporabiti za izboljšanje uporabnosti zagotovljenih storitev in razlikovanje od konkurentov. Drugače povedano, Komisija je pokazala, da je lahko z ustvarjanjem prometa nastal začarani krog, saj se je izboljšala upoštevnost zadetkov, kar je pritegnilo več uporabnikov in nazadnje več prihodkov od oglaševalskih partnerjev ali spletnih prodajalcev, ki so svoje proizvode objavljali na spletnem mestu storitve primerjave, to pa je posledično pomenilo, da je zadevno podjetje lahko več vlagalo v izboljšanje ali vsaj ohranjanje svojega konkurenčnega položaja v digitalnem sektorju, v katerem so za komercialni uspeh ključne inovacije. Nasprotno, izguba prometa lahko vodi v začarani krog in navsezadnje v izstop s trga zaradi nezmožnosti konkuriranja glede bistvenih elementov, kot sta upoštevnost zadetkov in inovacije, ki sta med seboj povezana, saj storitve primerjave proizvodov uvajajo novosti za izboljšanje upoštevnosti svojih zadetkov, s čimer pritegnejo več prometa in torej več prihodkov.
- 172 Na drugem mestu, Komisija je v zvezi z ravnanjem uporabnikov navedla, da je dajanje prednosti, ki ga je vzpostavila družba Google za vidnejši prikaz svojih zadetkov in manj viden prikaz zadetkov konkurentov, lahko vplivalo na ravnanje internetnih uporabnikov, kadar so želeli uporabiti spletna mesta za primerjavo proizvodov (oddelek 7.2.3.1 in točke od 454 do 461 obrazložitve izpodbijanega sklepa). Komisija je v zvezi s tem v točkah od 455 do 457 obrazložitve izpodbijanega sklepa pojasnila, da se uporabniki na splošno osredotočajo na prvih tri do pet zadetkov iskanja, medtem ko naslednjim zadetkom ne posvečajo (veliko) pozornosti, še zlasti ne tistim pod vsebino, prikazano neposredno na zaslonu („fold“). Komisija je tako v točki 535 obrazložitve izpodbijanega sklepa navedla, da uporabniki običajno domnevajo, da so najbolj vidni zadetki najbolj upoštevni, in sicer ne glede na njihovo dejansko upoštevnost.
- 173 Na tretjem mestu, glede vpliva preusmerjenega prometa je Komisija poudarila, da ta pomeni velik del prometa h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov (oddelek 7.2.4.1 izpodbijanega sklepa) in ga ni mogoče učinkovito nadomestiti z drugimi viri, vključno z besedilnimi oglasi, mobilnimi aplikacijami, neposrednim prometom, preusmeritvami s partnerskih spletnih strani, družbenimi omrežji ali drugimi iskalniki (oddelek 7.2.4.2 izpodbijanega sklepa).
- 174 Komisija ni napačno uporabila prava, ker je glede na okoliščine, navedene v točkah od 168 do 173 zgoraj, pomembnost prometa družbe Google, ustvarjenega z njenimi stranmi za splošno iskanje, in dejansko nenadomestljivost tega prometa obravnavala kot upoštevne okoliščine, ki bi lahko kazale na obstoj praks, ki ne spadajo v konkurenco na podlagi učinkovitosti.
- 175 Iz navedenega izhaja, da Komisija ni zgolj ugotovila učinka vzvoda in da je – v skladu z zahtevami iz sodne prakse – pravno opredelila prakse družbe Google, ki so spremljale ta učinek, pri čemer se je oprla na upoštevna merila. Če bi torej Komisija veljavno dokazala dajanje prednosti in njegove učinke, opredeljene glede na posebne okoliščine zadevnih trgov, kar bo preverjeno v zvezi z vsemi tožbenimi razlogi in trditvami, bi ta institucija upravičeno menila, da to dajanje prednosti odstopa od konkurence na podlagi učinkovitosti.

- 176 V zvezi s tem je treba opozoriti, da je promocija – na straneh s splošnimi zadetki družbe Google – ene vrste specializiranih zadetkov, in sicer zadetkov družbe Google, v primerjavi s specializiranimi zadetki konkurentov, glede na to, da se splošni iskalnik družbe Google, ki je, kot je razvidno iz točke 12 obrazložitve izpodbijanega sklepa, zasnovan za indeksiranje zadetkov, ki zajemajo vse mogoče vsebine, uporablja univerzalno, določena oblika anomalije.
- 177 Zadevna infrastruktura, torej strani s splošnimi zadetki družbe Google, ki ustvarjajo promet k drugim spletnim mestom, med drugim spletnim mestom konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, je namreč načeloma odprta infrastruktura, po čemer se razlikuje od drugih infrastruktur, na katere se nanaša sodna praksa in ki zajemajo opredmetena (sistemi za distribucijo tiska) ali neopredmetena (pravice intelektualne lastnine) sredstva, katerih vrednost je odvisna od sposobnosti njihovega lastnika, da si pridržijo njihovo izključno uporabo.
- 178 Drugače kakor zadnjenavedene infrastrukture sta razlog za obstoj in vrednost iskalnika za splošno iskanje v njegovi sposobnosti biti odprt za zadetke od zunaj, to je iz virov tretjih strani, ter prikazovanju teh pluralnih in raznolikih virov na njegovih straneh s splošnimi zadetki, saj ti viri iskalnik bogatijo, mu v očeh široke javnosti dajejo verodostojnost in mu omogočajo, da izkoristi učinke omrežja in ekonomij obsega, ki so bistveni za njegov razvoj in obstoj na trgu, na katerem lahko ob upoštevanju navedenih učinkov omrežja že po naravi obstane le malo tovrstnih infrastruktur. Da se doseže kritična velikost, s katero je mogoče izravnati brezplačnost storitve na eni strani trga in ustvarjati prihodke iz oglaševanja na drugi, je namreč potrebno zelo veliko število uporabnikov, zato odločitev iskalnika, da območje zadetkov omeji na svoje zadetke, v sebi nosi nekaj tveganja in ni nujno racionalna, razen v položaju, kakršen je ta iz obravnavane zadeve, v katerem so prevladujoči položaj in vstopne ovire tako veliki, da v odgovor na to omejitev izbire internetnih uporabnikov ni mogoč noben dovolj hiter vstop.
- 179 Torej okoliščina – če bi bila dokazana – da je družba Google dajala prednost svojim specializiranim zadetkom v primerjavi z zadetki tretjih strani, kar se zdi v popolnem nasprotju s poslovnim modelom, na katerem temelji začetni uspeh njenega iskalnika, ne more pomeniti nič drugega kot določeno obliko anomalije. Iz tega sledi, da mora v skladu s sodno prakso, navedeno v točki 133 zgoraj, avtor tega različnega obravnavanja tako obravnavanje upravičiti glede na konkurenčno pravo (glej v tem smislu sodbo z dne 12. decembra 2018, Servier in drugi/Komisija, T-691/14, v pritožbenem postopku, EU:T:2018:922, točka 1377 in navedena sodna praksa).
- 180 Poleg tega je mogoče zaradi celovitosti ugotoviti, da je, čeprav je šlo za položaj, ki se razlikuje od položaja v obravnavani zadevi, Sodišče v zvezi z ponudniki storitev dostopa do interneta razsodilo, da je zakonodajalec Unije z Uredbo (EU) 2015/2120 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 25. novembra 2015 o določitvi ukrepov v zvezi z dostopom do odprtega interneta in spremembi Direktive 2002/22/ES o univerzalni storitvi in pravicah uporabnikov v zvezi z elektronskimi komunikacijskimi omrežji in storitvami ter Uredbe (EU) št. 531/2012 o gostovanju v javnih mobilnih komunikacijskih omrežjih v Uniji (UL 2015, L 310, str. 1) želel tem operaterjem naložiti splošno obveznost enakega obravnavanja brez diskriminacije, omejevanja ali motenja prometa, od katere nikakor ni mogoče odstopiti z uporabo poslovnih praks (glej v tem smislu sodbo z dne 15. septembra 2020, Telenor Magyarország, C-807/18 in C-39/19, EU:C:2020:708, točka 47). Take izbire zakonodajalca in zakonske obveznosti nediskriminatornega obravnavanja, ki izhaja iz nje za ponudnike dostopa do interneta na predhodnem trgu, ni mogoče spregledati pri analizi praks operaterja, kot je družba Google, na nadaljnjem trgu, saj je treba upoštevati nesporno ultraprevladujoči položaj družbe Google na trgu splošnega iskanja in njeno posebno odgovornost, da s svojim ravnanjem ne ogroža učinkovite in neizkrivljene konkurence na notranjem trgu. V zvezi s tem sploh ni pomembno, ali zakonodajno besedilo na splošno nalaga

tak nediskriminatoren dostop do zadetkov spletnega iskanja ali ne, saj – kot je razvidno iz sodne prakse – je lahko sistem neizkrivljene konkurence zagotovljen le, če so različnim gospodarskim subjektom zagotovljene enake možnosti (glej sodbo z dne 14. oktobra 2010, Deutsche Telekom/Komisija, C-280/08 P, EU:C:2010:603, točka 230 in navedena sodna praksa), kar kaže na to, da je mogoče ob obravnavi praks dajanja prednosti, ki jih vzpostavijo gospodarski subjekti s prevladujočim položajem v internetnem sektorju, šteti, da so nekatere vrste različnega obravnavanja v nasprotju s členom 102 PDEU.

- 181 Kot poleg tega poudarja združenje VDZ, bi bilo odstopanje zadevnega ravnanja od konkurence na podlagi učinkovitosti, če bi bilo dokazano, še toliko očitnejše, ker je nastopilo po spremembi ravnanja gospodarskega subjekta s prevladujočim položajem. Družba Google je namreč spremenila svoje ravnanje na trgu splošnega iskanja.
- 182 Iz spisa je razvidno, da je z zgodovinskega vidika družba Google sprva zagotavljala storitve splošnega iskanja in pridobila „superprevladujoč“ položaj na tem trgu, za katerega so značilne zelo velike vstopne ovire. Na tem trgu je družba Google prikazovala zadetke, ki so uporabnike usmerjali k storitvam primerjave proizvodov. Poleg tega je ta družba vse zadetke za storitve specializiranega iskanja prikazovala enako in po enakih merilih. Tudi sam namen storitve splošnega iskanja je brskanje po čim več spletnih mestih in njihovo indeksiranje, da se nato prikažejo vsi zadetki, ki se ujemajo s poizvedbo.
- 183 Družba Google je nato vstopila na trg specializiranega iskanja za primerjavo proizvodov. V času, ko je družba Google začela delovati na trgu specializiranega iskanja za primerjavo proizvodov, so že obstajali številni ponudniki takih storitev. Glede na njen „superprevladujoči“ položaj, njeno vlogo spletnih dveri in zelo velike vstopne ovire na trgu splošnega iskanja ji je bila poleg tega naložena okrepljena obveznost, da s svojim ravnanjem ne ogroža učinkovite in neizkrivljene konkurence na trgu, povezanem s specializiranim iskanjem za primerjavo proizvodov.
- 184 Vendar je po navedbah Komisije družba Google, potem ko je vstopila na trg specializiranega iskanja za primerjavo proizvodov in je njena spletna stran, namenjena tej storitvi (Froogle), doživela neuspeh, spremenila svoje prakse na trgu splošnega iskanja, na katerem je imela prevladujoči položaj, kar naj bi učinkovalo tako, da se je povečala vidnost zadetkov njene storitve primerjave proizvodov na straneh z zadetki splošnega iskanja. Po začetku uporabe zadetkov za proizvode po skupinah naj se namreč ne bi več vse storitve primerjave proizvodov obravnavale enako. Družba Google naj bi izpostavila svoje zadetke specializiranega iskanja (razvrščanje in prikaz) in poslabšala razvrstitev zadetkov svojih konkurentov, ki poleg tega niso mogli izkoristiti enake vrste prikaza (preproste „modre povezave“ brez slik in obogatene besedila). Zaradi spremembe ravnanja družbe Google naj bi se zmanjšala vidnost zadetkov konkurenčnih storitev primerjave proizvodov ob hkratnem povečanju vidnosti zadetkov storitve primerjave proizvodov te družbe. Tako naj bi izvajanje zadevnih praks družbi Google omogočilo, da je na svojih straneh z zadetki splošnega iskanja izpostavila lastno storitev primerjave proizvodov, pri čemer je konkurenčne storitve primerjave proizvodov na teh straneh naredila praktično nevidne, kar se načeloma ne ujema s pričakovanim ciljem storitve splošnega iskanja.
- 185 Če je bilo dajanje prednosti skupaj s svojimi učinki, ugotovljenimi na podlagi analize, povzete v točkah od 170 do 173 zgoraj, veljavno dokazano, torej ravnanje družbe Google ne more spadati v konkurenco na podlagi učinkovitosti.

- 186 Te ugotovitve ni mogoče izpodbiti s trditvami družbe Google, da prikazovanja Product Universals in Shopping Units ni mogoče opredeliti kot zlorabo, saj naj bi ti zadetki in oglasi pomenili izboljšave kakovosti njenih storitev, to pa naj bi bila konkurenca na podlagi učinkovitosti.
- 187 Po eni strani je treba namreč poudariti, da trditve družbe Google temeljijo na napačni premisi, da zadevno ravnanje zajema samo poseben prikaz in posebno razvrščanje Product Universals in Shopping Units, čeprav je to ravnanje sestavljeno iz povezave dveh praks, to je promocije specializiranih zadetkov storitve primerjave družbe Google in hkratnega poslabšanja razvrstitve zadetkov konkurenčnih storitev primerjave prek prilagoditvenih algoritmov. V zvezi s tem je treba ugotoviti, da družba Google z izrazom „izboljšava kakovosti“, s katerim se označuje konkurenca na podlagi učinkovitosti, ne opisuje poslabšanja razvrstitve konkurenčnih storitev primerjave proizvodov – ne pa tudi svoje tovrstne storitve – na svojih straneh s splošnimi zadetki.
- 188 Po drugi strani – v nasprotju s tem, na kar napeljuje družba Google – iz nobene od sodb, ki jih Komisija navaja v točki 334 obrazložitve izpodbijanega sklepa, ne izhaja, da ravnanje, ki povzroči izboljšanje proizvoda ali storitve, ne more pomeniti samostojne oblike zlorabe, če navedena izboljšava privede do tega, da podjetje s prevladujočim položajem daje prednost svojemu proizvodu ali storitvi z uporabo sredstev, ki se razlikujejo od sredstev, značilnih za konkurenco na podlagi učinkovitosti, in če ima lahko to ravnanje protikonkurenčne učinke. Kot v zvezi s tem upravičeno poudarja združenje VDZ, je mogoče tehnične ali komercialne izboljšave proizvoda ali storitve upoštevati šele v fazi preučitve morebitnih objektivnih utemeljitev in morebitnega povečanja učinkovitosti, do katerih bi lahko prišlo.
- 189 Ta ugotovitev, v skladu s katero bi lahko ravnanje družbe Google, če bi bilo dokazano, da ga je mogoče opredeliti kot dajanje prednosti, odstopalo od konkurenca na podlagi učinkovitosti, ni mogoče ovreči s trditvami združenja CCIA, da je bilo, ker izpodbijani sklep ne vsebuje jasnega pravnega preizkusa, kršeno načelo pravne varnosti.
- 190 Uvodoma je treba ugotoviti, da Komisija izpodbija dopustnost te trditve, ker naj bi bila v bistvu nova v primerjavi s trditvami družbe Google.
- 191 V skladu s členom 40, četrti odstavek, Statuta Sodišča Evropske unije, ki se za postopek pred Splošnim sodiščem uporablja na podlagi člena 53, prvi odstavek, navedenega statuta, se lahko s predlogi iz vloge za intervencijo podprejo samo predlogi ene od strank. Tako stranka, ki ji je bila dovoljena intervencija v sporu pred Splošnim sodiščem, ne more spremeniti predmeta spora, kot je omejen s predlogi in tožbenimi razlogi glavnih strank. Iz tega sledi, da so dopustne le trditve intervenienta, ki spadajo v okvir, opredeljen s temi predlogi in tožbenimi razlogi (sodba z dne 29. julija 2019, Bayerische Motoren Werke in Freistaat Sachsen/Komisija, C-654/17 P, EU:C:2019:634, točka 50). Poleg tega člen 142(3) Poslovnika določa, da mora intervenient sprejeti postopek v stanju, v katerem je, ko vanj vstopi.
- 192 V zvezi s tem je treba opozoriti, da čeprav te določbe ne nasprotujejo temu, da intervenient poda nove trditve ali trditve, ki so različne od trditev stranke, ki jo podpira, saj bi bila sicer intervencija omejena na ponovitev trditev tožeče stranke, pa ni mogoče šteti, da te določbe intervenientu omogočajo, da z navajanjem novih tožbenih razlogov spremeni ali izkrivi okvir spora, kot je opredeljen v tožbi (sodba z dne 12. decembra 2006, SELEX Sistemi Integrati/Komisija, T-155/04, EU:T:2006:387, točka 42).

- 193 Vendar je v obravnavani zadevi zadevna trditev navedena v podporo trditvam družbe Google, da Komisija v nasprotju s sodno prakso s področja zlorabe z učinkom vzvoda v obravnavani zadevi ni opredelila nobenega posebnega elementa, po katerem bi se zadevno ravnanje razlikovalo od ravnanj, ki spadajo v konkurenco na podlagi učinkovitosti, kar naj bi imelo konkretno posledico za člane združenja CCIA, to je kršitev načela pravne varnosti. V teh okoliščinah je ta trditev dopustna.
- 194 V zvezi s presojo utemeljenosti te trditve je treba opozoriti, da spoštovanje načela pravne varnosti zahteva, da se institucije praviloma izogibajo nedoslednostim, do katerih lahko pride ob izvrševanju različnih določb prava Unije (glej sodbo z dne 22. aprila 2016, Irska in Aughinish Alumina/Komisija, T-50/06 RENV II in T-69/06 RENV II, EU:T:2016:227, točka 59 in navedena sodna praksa).
- 195 V obravnavani zadevi so v točki 341 obrazložitve izpodbijanega sklepa sicer navedeni razlogi, iz katerih zadevne prakse odstopajo od konkurence na podlagi učinkovitosti, pri čemer je v bistvu pojasnjeno, da je bil z njimi na eni strani preusmerjen promet, na drugi strani pa bi lahko imele protikonkurenčne učinke. Tako se, če se ta točka obrazložitve vzame iz sobesedila, zdi, da je Komisija odstopanje navedenih praks od konkurence na podlagi učinkovitosti izpeljala iz obstoja učinkov izrinjenja, ki izhajajo iz nje. Tak opis, izpeljan samo iz učinkov izrinjenja, ki ga imajo te prakse, bi lahko vzbudil pomisleke o skladnosti preizkusa, ki ga je uporabila Komisija za opis kršitve člena 102 PDEU, z načelom pravne varnosti. Iz sodne prakse, navedene v točki 157 zgoraj, namreč izhaja, da vsake prakse – pa naj bo povezana s cenami ali ne – ki ima učinke izrinjenja, samo iz tega razloga še ni mogoče šteti za protikonkurenčno.
- 196 Vendar je treba točko 341 obrazložitve izpodbijanega sklepa brati skupaj s točko 342 obrazložitve navedenega sklepa, v kateri Komisija, „da bi dokazala, zakaj je to ravnanje zloraba in ni zajeto s konkurenco na podlagi učinkovitosti“, pojasnjuje, da je družba Google v okviru zadevnih praks dajala prednost svoji storitvi primerjave proizvodov v škodo tovrstnih konkurenčnih storitev, pri čemer je do tega dajanja prednosti prišlo v posebnih okoliščinah. Komisija v zvezi s tem v navedeni točki obrazložitve navaja številne elemente, ki jih je upoštevala pri dokazovanju, zakaj ta praksa pomeni zlorabo in odstopa od konkurence na podlagi učinkovitosti ter – kot je razvidno iz točk od 170 do 173 zgoraj – zlasti od treh meril, ki se nanašajo na pomembnost prometa, ki ga je ustvaril iskalnik za splošno iskanje družbe Google za storitve primerjave proizvodov (oddelek 7.2.2 izpodbijanega sklepa), na ravnanje uporabnikov, kadar nekaj iščejo na spletu (oddelek 7.2.3.1 izpodbijanega sklepa), in na dejansko nenadomestljivost preusmerjenega prometa (oddelek 7.2.4 izpodbijanega sklepa).
- 197 Tako analiza, na podlagi katere je Komisija ugotovila zlorabo, nikakor ni „nedosledna“ – v smislu sodne prakse, navedene v točki 194 zgoraj – z vidika sodne prakse o zlorabi z učinkom vzvoda, navedene v točki 334 obrazložitve izpodbijanega sklepa, saj omogoča ugotovitev obstoja kršitve na podlagi, prvič, elementov, ki vzbujaajo sum z vidika konkurenčnega prava (predvsem neutemeljeno različno obravnavanje), ki jih v primeru zavrnitve dostopa ni, in drugič, posebnih okoliščin v skladu s sodno prakso, navedeno v točki 165 zgoraj, ki se nanašajo na naravo infrastrukture, zaradi katere je prišlo do navedenega različnega obravnavanja (v obravnavani zadevi zlasti pomembnost in dejanska nenadomestljivost).
- 198 V teh okoliščinah je treba prvi del petega tožbenega razloga zavrniti.

b) Drugi del petega tožbenega razloga: zahteva Komisije, da družba Google konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov zagotovi dostop do svojih izboljšanih storitev, ne da bi bili izpolnjeni pogoji iz sodne prakse

1) Trditve strank

- 199 Z drugim delom petega razloga za razglasitev ničnosti se Splošnemu sodišču predlaga, naj ugotovi, da Komisija od družbe Google ni mogla zahtevati, naj konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov omogoči dostop do storitev, ki izhajajo iz njenih izboljšav na področju primerjave proizvodov, ne da bi bili izpolnjeni pogoji, ki so opredeljeni v sodni praksi, in zlasti pogoji, ki se uporabljajo za zmogljivosti, opredeljene kot bistvene.
- 200 Na prvem mestu, družba Google poudarja, da je prav tak obseg izpodbijanega sklepa, s katerim naj bi ji bila naložena obveznost dobave, čeprav je očitano ravnanje opisano samo kot dajanje prednosti v tem smislu, da naj bi družba Google dajala prednost svojim zadetkom iskanja v primerjavi z zadetki konkurentov. Ta družba se v zvezi s tem opira zlasti na točki 538 in 662 obrazložitve izpodbijanega sklepa, pri čemer je v drugi od njiju navedeno, da je „[z]loraba, ugotovljena v tem sklepu, [...] preprosto v tem, da družba Google ne razvršča in ne prikazuje na enak način zadetkov svoje storitve primerjave proizvodov in zadetkov konkurenčnih storitev primerjave proizvodov“. Družba Google trdi, da ni v izpodbijanem sklepu opredeljeno nobeno merilo niti nobeno načelo, na podlagi katerih bi bilo mogoče zadevno kršitev razlikovati od katere od zadev v zvezi z obveznostjo dobave. Ne bi naj bilo pomembno, da je bila v sklepu zavrnitev dobave sankcionirana na podlagi drugačnega opisa ravnanja. Potreba po uporabi meril, povezanih z obveznostjo dobave, naj bi bila odvisna od vsebine in narave te obveznosti, ne pa od načina, kako je opisana.
- 201 Trditev o dajanju prednosti iz izpodbijanega sklepa naj bi se dejansko nanašala na dostop konkurenčnih storitev primerjave proizvodov do „tehnologij in videzov“ družbe Google, saj naj namen Komisije ne bi bil preprečiti prikazovanje Product Universals in Shopping Units (točki 656 in 662 obrazložitve izpodbijanega sklepa), ampak naj bi tej družbi očitala, da družba Google enako ne razvršča in prikazuje tudi konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, kar bi pomenilo, da bi te imele dostop do navedenih „tehnologij in videzov“. Enako trditev, kot jo uveljavlja Komisija v izpodbijanem sklepu za ugotovitev prakse dajanja prednosti, bi bilo mogoče uveljavljati v zadevi, v kateri je bila izdana sodba z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), saj je zadevni izdajatelj tiska, Mediaprint, v svojo distribucijsko mrežo vključil svoje časopise, ne pa tudi časopisov svojega konkurenta. Enako bi bilo mogoče v zadevi, v kateri je bila izdana sodba z dne 3. oktobra 1985, CBEM (311/84, EU:C:1985:394), trditi, da je zadevna televizijska mreža dajala prednost svojim telemarketinškim storitvam, saj je dovoljevala le oglase s svojo telefonsko številko. Tako družba Google meni, da bi bilo mogoče – če bi bil izpodbijani sklep potrjen – vsako obveznost dobave prekvalificirati v dejanje dajanja prednosti, ne da bi bilo ob tem treba izpolniti pogoj nujnosti, ki ga Sodišče zahteva v svoji sodni praksi. Omajane naj bi bile vse sodbe, v katerih je zahtevalo izpolnitev navedenega pogoja. Kot pa je poudarilo Bundesgerichtshof (zvezno vrhovno sodišče, Nemčija), pri katerem so bile vložene pritožbe za ista dejanja dajanja prednosti, podjetjem ni treba subvencionirati konkurentov.
- 202 Poleg tega naj se družbi Google ne bi očitalo, da je postavila vstopne ovire ali da je vzpostavila omejitve, ki bi konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov preprečevale, da pritegnejo promet iz tretjih virov. Ker naj bi bili domnevni protikonkurenčni učinki posledica nedostopa do

prometa družbe Google, bi morala Komisija v skladu s sodbo z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), dokazati, da je ta dostop „nujen“ za konkurenco in da bi bila zaradi nedostopa ta lahko odpravljena.

- 203 Na drugem mestu, družba Google trdi, da v izpodbijanem sklepu ni dokazano, da je bil dostop do njenih storitev za konkurenčne storitve primerjave proizvodov nujen in da bi bila lahko brez takega dostopa dejanska konkurenca odpravljena, kar naj bi bila v skladu s sodno prakso nujna pogoja za to, da se podjetju s prevladujočim položajem naloži obveznost dobave. V izpodbijanem sklepu naj bi bilo tako zgolj navedeno, da je promet iz iskanja z iskalnikom Google „pomemben za sposobnost konkuriranja posamezne storitve primerjave proizvodov“ (točka 444 obrazložitve), ne da bi bilo v njem kdaj koli dokazano, da je ta promet „nujen“, prav tako pa naj bi bilo v tem sklepu zgolj navedeno, da so drugi viri prometa za konkurenčne storitve primerjave proizvodov manj ugodni (točka 542 obrazložitve).
- 204 Na tretjem mestu, družba Google dodaja, da se je Komisija v izpodbijanem sklepu s sklicevanjem na dva napačna razloga neupravičeno odmaknila od sodne prakse v zvezi z obveznostjo dobave. Najprej naj bi v točki 650 obrazložitve izpodbijanega sklepa Komisija navedla, da ravnanje družbe Google ni pomenilo zgolj pasivne zavrnitve dostopa do njenih strani s splošnimi zadetki, ampak naj bi bilo to aktivno ravnanje, s katerim je s prednostnim razvrščanjem in prikazom na teh straneh dajala prednost svoji storitvi primerjave proizvodov. Vendar naj bi po navedbah družbe Google Sodišče na primer v zadevi, v kateri je bila izdana sodba z dne 3. oktobra 1985, CBEM (311/84, EU:C:1985:394, točka 5), čeprav je bilo zadevno ravnanje prav tako aktivno, poudarilo nujnost zavrnjene storitve in tveganje odprave vsakršne konkurence ter je šele na podlagi tega menilo, da si podjetje s prevladujočim položajem ne more pridržati te storitve.
- 205 Dalje, Komisija naj bi v točki 651 obrazložitve izpodbijanega sklepa ugotovila, da se merilo nujnosti ne uporablja, saj naj bi se v sklepu zahtevalo samo to, da „družba Google konča prakse“, ne pa, da ta družba prenese sredstvo ali sklene nove sporazume. Vendar bi se – tudi če bi se lahko družba Google, namesto da bi dostop do zadevnih storitev omogočila s sklenitvijo sporazumov z zadevnimi stranmi, odpovedala uporabi teh storitev v svojo korist – enaka izbira ponujala tudi podjetjem, ki jim je bila za odpravo zlorabe prevladujočega položaja naložena obveznost dobave.
- 206 Skratka, Komisija naj bi v izpodbijanem sklepu nasprotovala izboljšavam v zvezi z zadetki iskanja in oglasi, povezanimi s proizvodi, ter s tem povezanim tehnologijam z obrazložitvijo, da družba Google konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov ni dala dostopa do njih. Da pa bi Komisija dokazala zlorabo na podlagi tega razlogovanja, bi morala dokazati, da je bil ta dostop nujen in da bi bila lahko brez njega odpravljena vsakršna konkurenca.
- 207 Združenje CCIA splošneje meni, da izpodbijani sklep temelji na napačni premisi, da je iskalnik družbe Google spletni portal. Danes naj bi bolj kot kdaj koli obstajale številne vstopne točke, ki omogočajo preživetje konkurence na spletu, nobeno spletno mesto pa naj ne bi bilo spletni portal.
- 208 Komisija ob podpori Zvezne republike Nemčije trdi, da se merila, navedena v sodbi z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), v obravnavani zadevi ne uporabljajo. V zvezi s tem ponavlja trditve iz izpodbijanega sklepa, navedene v točkah 204 in 205 zgoraj, in pojasnjuje, da je družbi Google prepustila izbiro sredstev za zagotovitev enakega obravnavanja svoje storitve primerjave proizvodov in tovrstnih konkurenčnih storitev, kar je zajemalo bodisi možnost nadaljnega prikazovanja Shopping Units na njeni strani s splošnimi zadetki, pri čemer pa bi morala v okviru pogodb vanjo vključiti tudi zadetke konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, bodisi prenehanje prikazovanja Shopping Units na tej strani.

- 209 Komisija prereka trditve, s katerimi želi družba Google možnost ugotovitve zlorabe prevladujočega položaja pogojiti z izpolnitvijo pogojev, povezanih z zavrnitvijo dobave „bistvene zmogljivosti“, čeprav lahko obstajajo še druga protikonkurenčna ravnanja, katerih učinek je razširitev ali okrepitev prevladujočega položaja na trgu. Ker naj bi Komisija dokazala, da je mogoče konkurenco omejiti s protikonkurenčnim ravnanjem podjetja s prevladujočim položajem, naj ji ne bi bilo treba dokazati, da je to podjetje zavrnilo dobavo za konkurente nujnega proizvoda ali storitve. Komisija navaja primer zadeve, v kateri je bila izdana sodba z dne 23. oktobra 2003, Van den Bergh Foods/Komisija (T-65/98, EU:T:2003:281, točki 159 in 161).
- 210 Zvezna republika Nemčija v podporo Komisiji trdi, da v obravnavani zadevi – drugače kot v primeru iz sodbe z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569) – dostop do „bistvene zmogljivosti“ ni sporen. Po njenem mnenju je družba Google to svojim konkurentom že „dobavljala“ tako, da jim je dala dostop do svoje storitve splošnega iskanja. Ne bi naj bilo – kot v položaju, v katerem je bila izdana navedena sodba – izključitve konkurentov. Nasprotno naj bi se očitke Komisije družbi Google nanašal na manj ugoden prikaz storitev konkurentov v primerjavi s svojo storitvijo, saj so bili zadetki konkurentov prikazani kot manj upoštevni od zadetkov družbe Google.
- 211 Združenje VDZ trdi, da je zadevno ravnanje tipičen primer zlorabe z učinkom vzvoda, ki ga je mogoče izenačiti z že obsojenimi praksami, kot so vezava in vezana prodaja, cenovne škarje in nekatere posebne vrste zavrnitve dobave, ter da se je to ravnanje obravnavalo kot tako.

2) Presoja Splošnega sodišča

- 212 Komisija je v izpodbijanem sklepu menila, da se pogoji, navedeni v sodbi z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), ne uporabljajo za dejansko stanje v obravnavani zadevi zlasti iz treh razlogov. Komisija je na prvem mestu ugotovila, da so zlorabe z učinkom vzvoda dobro ustaljene in samostojne oblike zlorabe, ki se razlikujejo od konkurence na podlagi učinkovitosti (točka 649 obrazložitve), na drugem mestu je navedla, da se zadevne prakse ne nanašajo na to, da bi družba Google pasivno zavrnila dostop do svojih strani s splošnimi zadetki, ampak na aktivno ravnanje dajanja prednosti s promocijo lastne storitve primerjave proizvodov v primerjavi s tovrstnimi konkurenčnimi storitvami (točka 650 obrazložitve), na tretjem mestu pa še, da v obravnavani zadevi zadevnemu podjetju za odpravo zlorabe ni treba prenesti sredstva ali skleniti pogodb z osebami, ki jih ni izbrala. Komisija je trditev, da se sodba z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), ne uporablja na podlagi zadnjenavedenega razloga, utemeljila s sklicevanjem na sodbo z dne 23. oktobra 2003, Van den Bergh Foods/Komisija (T-65/98, EU:T:2003:281, točka 161) (točka 651 obrazložitve).
- 213 Najprej je treba spomniti, da je Sodišče v sodbi z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), menilo, da je za to, da lahko zavrnitev dostopa do storitve s strani podjetja s prevladujočim položajem pomeni zlorabo v smislu člena 102 PDEU, potrebno, da se s to zavrnitvijo lahko izloči vsa konkurenca na trgu, ki jo ustvarja povpraševalec po storitvi, da te zavrnitve ni mogoče objektivno utemeljiti in da je sama storitev nujna za opravljanje dejavnosti povpraševalca, ker zanjo ni nobenega dejanskega ali potencialnega substituta (sodba z dne 26. novembra 1998, Bronner, C-7/97, EU:C:1998:569, točka 41; glej tudi sodbo z dne 9. septembra 2009, Clearstream/Komisija, T-301/04, EU:T:2009:317, točka 147 in navedena sodna praksa).

- 214 Družba Google v okviru drugega dela petega tožbenega razloga Komisiji v bistvu očita, da je zadevne prakse obravnavala kot „zavrnitev dobave“, ne da bi zlasti preverila „nujnost“ dostopa do zadevnih elementov, torej do strani s splošnimi zadetki in njenih specializiranih zadetkov (Product Universals in Shopping Units), ter tveganje odprave vsakršne konkurence, čeprav bi to v skladu s sodbo z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), morala storiti. Komisija naj bi tako sankcionirala zavrnitev dobave, ne da bi izpolnila pogoje in predložila dokaze, potrebne, da se ta kršitev dokaže.
- 215 Pogoji, navedeni v sodbi z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), se načeloma uporabljajo za infrastrukturo ali storitve, ki so pogosto opredeljene kot „bistvene zmogljivosti“ v smislu, da so nujne za opravljanje dejavnosti na trgu, ker ni nobenega dejanskega ali potencialnega substituta (glej sodbi z dne 15. septembra 1998, European Night Services in drugi/Komisija, T-374/94, T-375/94, T-384/94 in T-388/94, EU:T:1998:198, točki 208 in 212 ter navedena sodna praksa, in z dne 9. septembra 2009, Clearstream/Komisija, T-301/04, EU:T:2009:317, točka 147 in navedena sodna praksa), tako da lahko zavrnitev dostopa pripelje do odprave vsakršne konkurence. Sodna praksa o bistveni zmogljivosti se nanaša zlasti na položaje, v katerih se prosto izvrševanje izključne pravice, ki pripada za izvedeno naložbo ali ustvarjeno inovacijo, lahko omeji v interesu neizkrivljene konkurence na notranjem trgu (glej sodbi z dne 1. julija 2010, AstraZeneca/Komisija (T-321/05, EU:T:2010:266, točka 679, in z dne 18. novembra 2020, Lietuvos geležinkeliai/Komisija, T-814/17, v pritožbenem postopku, EU:T:2020:545, točka 87 in navedena sodna praksa).
- 216 Sodišče Unije je ob opiranju na teorijo bistvene zmogljivosti velikokrat (sodbe z dne 6. marca 1974, Istituto Chemioterapico Italiano in Commercial Solvents/Komisija, 6/73 in 7/73, EU:C:1974:18, točka 25; z dne 3. oktobra 1985, CBEM, 311/84, EU:C:1985:394, točka 26; z dne 6. aprila 1995, RTE in ITP/Komisija, C-241/91 P in C-242/91 P, EU:C:1995:98, točka 56; z dne 26. novembra 1998, Bronner, C-7/97, EU:C:1998:569, točka 41; z dne 29. aprila 2004, IMS Health, C-418/01, EU:C:2004:257, točka 52; z dne 12. junija 1997, Tiercé Ladbroke/Komisija, T-504/93, EU:T:1997:84, točka 132, in z dne 17. septembra 2007, Microsoft/Komisija, T-201/04, EU:T:2007:289, točka 332) uporabilo merili nujnosti in tveganja odprave vsakršne konkurence, da bi ugotovilo ali izključilo obstoj zlorabe v zadevah, v katerih je šlo za možnost, da si podjetje s prevladujočim položajem pridrži dejavnost na sosednjem trgu.
- 217 Kot v bistvu pojasnjuje generalni pravobranilec F. G. Jacobs v sklepnih predlogih v zadevi Bronner (C-7/97, EU:C:1998:264, točke 56, 57 in 62), izbira merila nujnosti in merila v zvezi s tveganjem odprave vsakršne konkurence s pravnega vidika ustreza želji po zaščiti pravice podjetja do izbire pogodbenih partnerjev in do prostega razpolaganja s svojo lastnino, kar sta splošni načeli, priznani v pravnih sistemih držav članic, ki imata ponekod ustavni značaj, z gospodarskega vidika pa želji po dolgoročnem spodbujanju konkurence v interesu potrošnikov s tem, da se družbi dovoli, da infrastrukturo, ki jo je razvila, zadrži za potrebe svoje dejavnosti. Namen treh pogojev, navedenih v sodbi z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), na katere je bilo opozorjeno v točki 213 zgoraj, je torej zagotoviti, da obveznost, naložena podjetju s prevladujočim položajem, da zagotavlja dostop do svoje infrastrukture, nazadnje ne ovira konkurence s tem, da za to podjetje zmanjšuje prvotno spodbudo za gradnjo take infrastrukture. Podjetje s prevladujočim položajem bi bilo namreč manj spodbujeno k vlaganju v infrastrukturo, če bi njegovi konkurenti lahko na zahtevo uživali koristi te infrastrukture (sodba z dne 18. novembra 2020, Lietuvos geležinkeliai/Komisija, T-814/17, v pritožbenem postopku, EU:T:2020:545, točka 90).

- 218 Ob upoštevanju teh uvodnih preudarkov je treba preučiti trditve družbe Google, da Komisija ni ravnala v skladu s členom 102 PDEU, ker je sankcionirala zadevne prakse, ne da bi dokazala, da so izpolnjeni pogoji iz sodbe z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), še zlasti pogoj glede nujnosti.
- 219 Na prvem mestu in v nasprotju s trditvijo Komisije se obravnavana zadeva nanaša na pogoje, pod katerimi družba Google dobavlja svojo storitev splošnega iskanja prek dostopa do strani s splošnimi zadetki za konkurenčne storitve primerjave proizvodov, pri čemer je tak dostop, kot je razvidno iz oddelka 7.2.2 izpodbijanega sklepa, predstavljen kot „pomemben“ za ustvarjanje prometa na spletnem mestu storitev primerjave in torej nazadnje prihodkov, zato je, kot je razvidno iz oddelka 7.2.4.2, „dejansko nenadomestljiv“.
- 220 Kot je razvidno iz točke 662 obrazložitve izpodbijanega sklepa, se družbi Google torej očita, da konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov ni omogočila, da izkoristijo podobno razvrščanje in prikaz, kot ju je bila deležna njena storitev primerjave, zato ni bilo zagotovljeno enako obravnavanje storitve primerjave te družbe in tovrstnih konkurenčnih storitev.
- 221 V izpodbijanem sklepu je v zvezi s tem v točki 699 obrazložitve navedeno, da je treba s kakršnim koli izvedbenim „ukrepom“ zagotoviti, da družba Google konkurenčnih storitev primerjave proizvodov na svojih straneh s splošnimi zadetki ne bo obravnavala „manj ugodno“ od svoje storitve primerjave proizvodov, v točki 700(c) obrazložitve pa še, da bi bilo treba s kakršnim koli izvedbenim ukrepom za storitev primerjave proizvodov družbe Google določiti „enake postopke in metode“ razvrščanja in prikazovanja, kot se uporabljajo za konkurenčne storitve primerjave proizvodov.
- 222 Tako je namen izpodbijanega sklepa storitvi primerjave proizvodov družbe Google in konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov omogočiti enak dostop do strani s splošnimi zadetki družbe Google, in sicer ne glede na vrsto zadevnih zadetkov (splošni zadetki, Product Universals ali Shopping Units), kar torej pomeni, da je njegov cilj prav zagotoviti dostop konkurenčnih storitev primerjave proizvodov do strani s splošnimi zadetki družbe Google z enako vidnim razvrščanjem in prikazovanjem, kot ju je deležna storitev primerjave proizvodov te družbe, čeprav ob tem ni izključeno, da lahko družba Google za izvedbo popravilnih ukrepov, ki jih zahteva Komisija, na svojih straneh s splošnimi zadetki tudi preneha ugodneje prikazovati in razvrščati svoje storitve primerjave proizvodov v primerjavi s tovrstnimi konkurenčnimi storitvami.
- 223 Na drugem mestu je treba ugotoviti, da se Komisija v zvezi z navedeno problematiko dostopa – kot je razvidno iz točk od 649 do 652 obrazložitve izpodbijanega sklepa – pri ugotovitvi, da je zloraba dokazana, vsaj izrecno ni sklicevala na pogoje iz sodbe z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569). Nasprotno, kot izhaja iz točk 334 in 649 obrazložitve izpodbijanega sklepa, se je Komisija oprla na sodno prakso, ki se uporablja za zlorabo z učinkom vzvoda, da bi ugotovila, da so bila zadevna protikonkurenčna ravnanja dokazana. Komisija je v zvezi s tem menila, da družba Google izkorišča svoj prevladujoči položaj na trgu za splošno iskanje, da bi na trgu storitev primerjave proizvodov dajala prednost lastni storitvi primerjave proizvodov, pri čemer takšno dajanje prednosti povzroča potencialno ali dejansko izrinjanje konkurence na trgu nižje v verigi (točki 341 in 342 obrazložitve izpodbijanega sklepa).
- 224 Navesti pa je treba, da ima stran s splošnimi zadetki družbe Google lastnosti, zaradi katerih je podobna bistveni zmogljivosti (glej v tem smislu sodbi z dne 15. septembra 1998, European Night Services in drugi/Komisija, T-374/94, T-375/94, T-384/94 in T-388/94, EU:T:1998:198, točki 208

in 212 ter navedena sodna praksa, in z dne 9. septembra 2009, Clearstream/Komisija, T-301/04, EU:T:2009:317, točka 147 in navedena sodna praksa), saj trenutno na trgu ni nobenega dejanskega ali potencialnega substituta, ki bi jo nadomestil na ekonomsko vzdržen način (glej v tem smislu sodbo z dne 17. septembra 2007, Microsoft/Komisija, T-201/04, EU:T:2007:289, točke 208, 388, 390, 421 in 436).

- 225 V zvezi s tem je treba opozoriti, kot je razvidno iz točk od 170 do 173 zgoraj, da je Komisija v oddelku 7.2.4 izpodbijanega sklepa ugotovila, da promet v zvezi s splošnim iskanjem, ki izvira s strani s splošnimi zadetki družbe Google, pomeni velik delež prometa h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov in da tega prometa ni mogoče učinkovito nadomestiti z drugimi viri prometa, ki so trenutno na voljo za storitve primerjave proizvodov, kar so elementi, ki so navedeni kot bistveni vidiki pri analizi zlorabe.
- 226 Komisija je tako v oddelku 7.2.4.2 izpodbijanega sklepa pojasnila, da trenutno ne obstaja vzdržna alternativa prometu, ki predstavlja velik del dejavnosti storitev primerjave proizvodov. V točki 588 obrazložitve izpodbijanega sklepa je navedla, da „je promet iz preostalih iskalnikov za splošno iskanje (kot sta Bing ali Yahoo) neznaten in zaradi vstopnih ovir na nacionalne trge storitev splošnega iskanja ne more rasti“. Komisija je v točkah od 285 do 305 obrazložitve izpodbijanega sklepa opisala vstopne ovire na trge splošnega iskanja. Menila je, da so lahko te ovire posledica precejšnih naložb ter učinkov obsega in omrežja. Pojasnila je, kako je zgodovinski razvoj trgov splošnega iskanja podkrepil obstoj teh vstopnih ovir, pri čemer se je na tem trgu od leta 2009 zgodil en sam pomemben vstop (družbe Microsoft z iskalnikom Bing), in praktično monopolen položaj družbe Google (v skoraj svetovnem merilu). Komisija je v točki 544 obrazložitve izpodbijanega sklepa še pojasnila, da povečane naložbe v besedilne oglase za izravnavo izgube prometa iz iskalnika družbe Google niso bile – nič bolj kot drugi viri prometa, kot so mobilne aplikacije ali neposreden promet – „ekonomsko vzdržna“ rešitev (točki 568 in 580 obrazložitve).
- 227 Tako je Komisija z ugotovitvijo, da je bil promet, ustvarjen na straneh družbe Google za splošno iskanje, „dejansko nenadomestljiv“ in da drugi viri prometa niso bili „ekonomsko vzdržni“, menila, da je bil promet iz iskalnika Google za konkurenčne storitve primerjave proizvodov nujen (glej v tem smislu in v zvezi z računalniškim operacijskim sistemom s podobnimi značilnostmi sodbo z dne 17. septembra 2007, Microsoft/Komisija, T-201/04, EU:T:2007:289, točke 208, 388, 390, 421 in 436).
- 228 Nazadnje je Komisija v oddelku 7.3 izpodbijanega sklepa ugotovila, da lahko zadevne prakse povzročijo potencialno odpravo vsakršne konkurence. Komisija je tako v točki 594 obrazložitve izpodbijanega sklepa navedla, da bi te prakse „lahko povzročile, da bi konkurenčne storitve primerjave proizvodov prenehale zagotavljati svoje storitve“.
- 229 Na tretjem mestu je treba ugotoviti, da čeprav zadevne prakse, kot trdi družba Google, niso nepovezane z vprašanjem dostopa, se po svojih sestavnih elementih vseeno razlikujejo od zavrnitve dobave, ki je bila obravnavana v zadevi, v kateri je bila izdana sodba z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), kar upravičuje odločitev Komisije, da jih obravnava z vidika drugih meril kot so tista, ki so bila določena v tej sodbi.
- 230 Iz vsakega vprašanja, ki se v celoti ali delno nanaša na dostop, kot je to v obravnavani zadevi, namreč nujno ne izhaja, da je treba uporabiti pogoje iz sodbe z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), ki se nanašajo na zavrnitev dobave.

- 231 To zlasti velja, kot navaja Komisija v točki 649 obrazložitve izpodbijanega sklepa (glej točko 212 zgoraj), če je zadevna praksa samostojno ravnanje, ki se po sestavnih elementih razlikuje od zavrnitve dobave, tudi če ima lahko enake učinke izključitve.
- 232 „Zavrnitev“ dobave, ki upravičuje uporabo pogojev iz sodbe z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), namreč nakazuje na eni strani na izrecno naravo, torej da obstaja „povpraševanje“ ali vsekakor želja po dostopu in posledično „zavrnitev“, ter na drugi strani na to, da je dogodek, ki je povzročil učinek izrinjenja, torej očitano ravnanje, predvsem zavrnitev, in ne zunanja praksa, kot je na primer zlasti druga oblika zlorabe z učinkom vzvoda (glej v tem smislu sodbe z dne 6. marca 1974, Istituto Chemioterapico Italiano in Commercial Solvents/Komisija, 6/73 in 7/73, EU:C:1974:18, točki 24 in 25; z dne 3. oktobra 1985, CBEM, 311/84, EU:C:1985:394, točki 26 in 27; z dne 6. aprila 1995, RTE in ITP/Komisija, C-241/91 P in C-242/91 P, EU:C:1995:98, točke 9, 11, 54 in 55; z dne 26. novembra 1998, Bronner, C-7/97, EU:C:1998:569, točke 8, 11 in 47; z dne 12. junija 1997, Tiercé Ladbroke/Komisija, T-504/93, EU:T:1997:84, točke 5, 7, 110, 131 in 132, in z dne 17. septembra 2007, Microsoft/Komisija, T-201/04, EU:T:2007:289, točki 2 in 7).
- 233 Nasprotno, neobstoj take izrecne zavrnitve dobave izključuje možnost, da se kot zavrnitev dobave opredelijo in z vidika strogih pogojev, določenih za tako zavrnitev, analizirajo prakse, ki – tudi če bi bila lahko konec koncev njihova posledica implicitna zavrnitev dostopa – ob upoštevanju svojih sestavnih elementov, ki že po sami naravi odstopajo od konkurence na podlagi učinkovitosti, pomenijo samostojno kršitev člena 102 PDEU.
- 234 Kot je poleg tega navedel generalni pravobranilec H. Saugmandsgaard Øe v sklepnih predlogih v združenih zadevah Deutsche Telekom/Komisija in Slovak Telekom/Komisija (C-152/19 P in C-165/19 P, EU:C:2020:678, točke od 85 do 89), lahko vse prakse, s katerimi se lahko omejuje ali odpravi konkurenca (v nadaljevanju: prakse izrinjenja ali izrinjanja) – ali vsaj večina od njih – pomenijo implicitno zavrnitev dobave, saj je njihov namen otežiti dostop do trga. Vendar sodbe z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), ni mogoče uporabiti za vse te prakse, razen če se ne bi prezrla besedilo in smisel člena 102 PDEU, katerega področja uporabe ni mogoče omejiti na zlorabe v zvezi z „nujnim“ blagom in storitvami v smislu navedene sodbe.
- 235 Poleg tega je treba ugotoviti, da v več zadevah, v katerih so se tako kot v obravnavani zadevi postavljala vprašanja dostopa do storitve, dokaz o izpolnjenosti pogoja nujnosti ni bil zahtevan. To velja med drugim za prakse cenovnih škarij (sodbi z dne 17. februarja 2011, TeliaSonera Sverige, C-52/09, EU:C:2011:83, točke od 55 do 58, in z dne 10. julija 2014, Telefónica in Telefónica de España/Komisija, C-295/12 P, EU:C:2014:2062, točka 75) ter vezane prodaje (sodba z dne 17. septembra 2007, Microsoft/Komisija, T-201/04, EU:T:2007:289, točka 961).
- 236 V zvezi s tem, kot je razsodilo Sodišče, iz točk 48 in 49 sodbe z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), ni mogoče sklepati, da se morajo pogoji, potrebni za dokaz obstoja nedovoljene zavrnitve dobave, nujno uporabljati v okviru presoje tega, ali ravnanje, ki ga pomeni opravljanje storitev ali prodaja proizvodov, za katero veljajo neugodni pogoji ali pogoji, ki kupcu morda ne bi bili zanimivi, pomeni zlorabo, pri čemer lahko takšno ravnanje samo po sebi pomeni samostojno obliko zlorabe, ki se razlikuje od zavrnitve dobave (sodba z dne 17. februarja 2011, TeliaSonera Sverige, C-52/09, EU:C:2011:83, točki 55 in 56; glej v tem smislu tudi sodbo z dne 10. julija 2014, Telefónica in Telefónica de España/Komisija, C-295/12 P, EU:C:2014:2062, točki 75 in 96).

- 237 V zvezi s tem je treba ugotoviti – kot je razvidno iz oddelka 7.2.3 izpodbijanega sklepa – da zadevne prakse po mnenju Komisije temeljijo na notranji diskriminaciji, ki se izvaja med lastno storitvijo primerjave proizvodov družbe Google in tovrstnimi konkurenčnimi storitvi prek učinka vzvoda s trga, na katerem ima ta družba prevladujoči položaj in za katerega so značilne velike vstopne ovire, to je trga storitev splošnega iskanja.
- 238 Zato, kot je razvidno iz točke 344 obrazložitve izpodbijanega sklepa in njegovega člena 1, v obravnavani zadevi ne gre zgolj za enostransko zavrnitev družbe Google, da konkurenčnim družbam zagotavlja storitev, potrebno za konkuriranje na sosednjem trgu, ki bi bila v nasprotju s členom 102 PDEU in zaradi katere bi bila upravičena uporaba teorije „bistvene zmogljivosti“ (glej v tem smislu sodbo z dne 22. marca 2011, Altstoff Recycling Austria/Komisija, T-419/03, EU:T:2011:102, točka 109), ampak za različno obravnavanje, ki je v nasprotju z določbami tega člena.
- 239 Generalni pravobranilci Sodišča pa so stalno razlikovali zadeve v zvezi z različnim obravnavanjem od zadev, ki se nanašajo na zavrnitev dostopa, tako da so izključili uporabo pogojev, ki izhajajo iz sodbe z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569). Na to izključitev sta napotila generalni pravobranilec F.G. Jacobs v sklepnih predlogih v zadevi Bronner (C-7/97, EU:C:1998:264, točka 54) in generalni pravobranilec J. Mazák, ki je izrecno izključil uporabo pogoja nujnosti v zadevah, v katerih lahko „podjetje s prevladujočim položajem [...] diskriminira med konkurenti in svojimi posli na končnem trgu na podlagi člena 102(c) PDEU“ (sklepni predlogi generalnega pravobranilca J. Mazáka v zadevi TeliaSonera Sverige, C-52/09, EU:C:2010:483, točka 32 in navedena sodna praksa), potrdilo pa jo je Splošno sodišče v sodbi z dne 7. oktobra 1999, Irish Sugar/Komisija, T-228/97, EU:T:1999:246, točki 166 in 167).
- 240 Torej je treba ugotoviti, da Komisiji ni bilo treba dokazati, da so pogoji iz sodbe z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), izpolnjeni, da je lahko na podlagi ugotovljenih praks ugotovila kršitev, saj – kot navaja v točki 649 obrazložitve izpodbijanega sklepa – zadevne prakse pomenijo samostojno obliko zlorabe z učinkom vzvoda, ki zajemajo – kot prav tako navaja Komisija v točki 650 obrazložitve navedenega sklepa – „aktivnost“, izraženo s pozitivnimi dejanji diskriminacije pri obravnavi zadetkov storitve primerjave družbe Google, ki se promovirajo na straneh s splošnimi zadetki, in zadetkov tovrstnih konkurenčnih storitev, dovzetnih za poslabšanje razvrstitve. Tako se razlikujejo od ravnanja, obravnavanega v sodbi z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), v kateri je šlo zgolj za zavrnitev dostopa, kot je Sodišče poleg tega poudarilo v sodbi z dne 25. marca 2021, Deutsche Telekom/Komisija (C-152/19 P, EU:C:2021:238, točka 45), razglašeni po obravnavi v tej zadevi.
- 241 V nasprotju s trditvijo družbe Google (glej točko 204 zgoraj) na to ne vpliva dejstvo, da je Sodišče v sodbi z dne 3. oktobra 1985, CBEM (311/84, EU:C:1985:394), za prakso „aktivnega“ izrinjenja, kakršna je obravnavana, uporabilo pogoje v zvezi z bistvenimi zmogljivostmi. V tej sodbi je bilo Sodišču namreč prek vprašanja za predhodno odločanje postavljeno vprašanje o „zavrnitvi dobave“, zato je zgolj sprejelo stališče o pogojih, ki se uporabljajo za to prakso, kot je bila opredeljena v vprašanju za predhodno odločanje (sodba z dne 3. oktobra 1985, CBEM, 311/84, EU:C:1985:394, točki 19 in 26). Iz tega ni mogoče izpeljati, da se preizkus s področja zavrnitve dobave in iz njega izhajajoči pogoj glede nujnosti uporabljata za vse prakse izrinjenja, na katere se nanaša člen 102 PDEU, med katerimi je praksa dajanja prednosti iz obravnavane zadeve, kar bi bilo poleg tega tudi v nasprotju z razlago, ki jo je Sodišče uporabilo v sodbi z dne 17. februarja 2011, TeliaSonera Sverige (C-52/09, EU:C:2011:83, točki 55 in 56).

- 242 Poleg tega družba Google trdi, da je Splošno sodišče – kot navaja Komisija v točki 651 obrazložitve izpodbijanega sklepa – sicer res že zavrnilo uporabo pogojev iz sodbe z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), zlasti ker zadevnemu podjetju ni bilo treba na podlagi spornega sklepa prenesti sredstva niti skleniti pogodb z osebami, ki jih ni izbralo (glej v tem smislu sodbo z dne 23. oktobra 2003, Van den Bergh Foods/Komisija, T-65/98, EU:T:2003:281, točka 161), vendar je to merilo brezpredmetno, saj lahko lastnik nujnega sredstva vedno odpravi zavrnitev dobave z ukinitvijo zadevnega sredstva, tako da naj bi ji bil v obravnavani zadevi z izpodbijanim sklepom v bistvu naložen prenos sredstva določene vrednosti, to je prostora, namenjenega zadetkom iskanja. Iz tega naj bi sledilo, da se je Komisija napačno oprla na sodbo z dne 23. oktobra 2003, Van den Bergh Foods/Komisija (T-65/98, EU:T:2003:281), da bi zavrnila uporabo pogojev iz sodbe z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569).
- 243 Res je, kot je razvidno iz točk od 219 do 222 zgoraj, da se obravnavana zadeva, čeprav le posredno, nanaša na pogoje, pod katerimi družba Google zagotavlja storitev splošnega iskanja z dostopom do strani s splošnimi zadetki za konkurenčne storitve primerjave proizvodov.
- 244 Vendar obveznost za podjetje, ki zlorablja prevladujoči položaj, da prenese sredstva, sklene pogodbe ali omogoči dostop do svoje storitve pod nediskriminatornimi pogoji, ne pomeni nujno uporabe meril iz sodbe z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569). Ne more biti namreč samodejnosti med merili za pravno opredelitev zlorabe in popravnimi ukrepi, ki omogočajo njeno odpravo. Če bi tako v položaju, kakršen je bil tisti iz zadeve, v kateri je bila izdana sodba z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), podjetje, v lasti katerega je bil sistem dostave časopisov od vrat do vrat, ne samo zavrnilo dostop do svoje infrastrukture, ampak bi hkrati vzpostavilo aktivne prakse izrinjanja, s katerimi bi oviralo razvoj konkurenčnega sistema dostave od vrat do vrat ali s katerimi bi preprečevalo uporabo alternativnih načinov distribucije, bi bila merila za opredelitev zlorabe drugačna. Ob tej predpostavki bi lahko imelo sankcionirano podjetje možnost, da zlorabo odpravi tako, da pod razumnimi in nediskriminatornimi pogoji omogoči dostop do svojega sistema dostave od vrat do vrat. Vendar to ne bi pomenilo, da je bila ugotovljena zloraba zgolj zavrnitev dostopa do svojega sistema dostave od vrat do vrat.
- 245 Drugače povedano, dejstvo, da je eden od načinov odprave zlorabe ta, da se konkurentom omogoči prikaz v „boxih“, ki se prikažejo na vrhu strani z zadetki iskalnika Google, še ne pomeni, da je treba zlorabe omejiti na prikaz navedenih „boxov“ in da je treba pogoje za ugotovitev zlorabe opredeliti ob upoštevanju samo tega vidika. Kot je razvidno zlasti iz točke 344 obrazložitve izpodbijanega sklepa, v obravnavani zadevi zadevne prakse vključujejo tudi izpodrinjanje konkurenčnih storitev primerjave proizvodov na straneh s splošnimi zadetki družbe Google prek prilagoditvenih algoritmov, torej izpodrinjanje, ki je v povezavi s tem, da je družba Google promovirala svoje zadetke, eden od sestavnih elementov teh praks, pri čemer ima ta element po mnenju Komisije bistveno vlogo pri ugotovljenem učinku izrinjenja in ni neposredno povezan z dostopom do „boxov“ družbe Google na njeni strani s splošnimi zadetki.
- 246 Poleg tega uporaba meril iz sodbe z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), ne more biti odvisna od ukrepov, ki jih Komisija odredi za odpravo kršitve. Kršitev se namreč že po naravi ugotovi pred določitvijo ukrepov, s katerimi se ta lahko odpravi. V teh okoliščinah obstoj kršitve in možnost uporabe pogojev iz sodbe z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569), ne moreta biti odvisna od ukrepov, ki jih mora podjetje zatem sprejeti za njeno odpravo.

247 Iz tega sledi, da je merilo v zvezi s potrebo po prenosu sredstev ali sklenitvi pogodb za odpravo kršitve, kadar gre za aktivne kršitve, ki se – kot v obravnavani zadevi – razlikujejo od preproste zavrnitve dobave, brezpredmetno.

248 Nazadnje, trditev družbe Google, da je Bundesgerichtshof (zvezno vrhovno sodišče) redno zavračalo pritožbe, v skladu s katerimi naj bi družba s prevladujočim položajem storila zlorabo s tem, da je zase pridržala ugodnejšo obravnavo, kot jo je namenila konkurentom, ker naj podjetjem ne bi bilo treba subvencionirati svojih konkurentov, je neutemeljena. Kot namreč navaja Zvezna republika Nemčija v intervencijski vlogi, je bilo napotilo na „subvencioniranje“ konkurence podjetja s prevladujočim položajem uporabljeno zgolj v zelo posebnih okoliščinah, to je okoliščinah finančnih tokov znotraj skupine, v okviru katerih je matična družba za odvisno družbo določila zelo ugodne nakupne cene. Pa tudi če nemška sodišča ne bi priznala pojma dajanja prednosti, to vsekakor ne bi izključevalo možnosti, da Komisija navedeni pojem upošteva pri utemeljitvi kršitve člena 102 PDEU. Sodišč Unije namreč ne more zavezovati sodna praksa nacionalnih sodišč, niti vrhovnih in ustavnih (glej v tem smislu sodbo z dne 10. aprila 2014, Acino/Komisija, C-269/13 P, EU:C:2014:255, točka 114), čeprav jim nič ne preprečuje, da se po njej zgledujejo in jo upoštevajo kot element analize. Nasprotno pa morajo nacionalna sodišča in organi člen 102 PDEU uporabljati enotno in v skladu s sodno prakso sodišč Unije, saj bi lahko razhajanja med sodišči in organi držav članic pri njegovi uporabi ogrozila enotnost pravnega reda Unije in pravno varnost.

249 V teh okoliščinah je treba drugi del petega tožbenega razloga in tožbeni razlog v celoti zavrniti.

c) Prvi del prvega tožbenega razloga: domnevno napačna predstavitev dejstev, saj naj bi družba Google skupine zadetkov za proizvode uvedla za izboljšanje kakovosti svoje storitve, ne pa zato, da bi promet usmerila k svoji storitvi primerjave proizvodov

1) Trditve strank

250 Družba Google v bistvu trdi, da je Komisija napačno predstavila dejstva. Na eni strani naj bi ta družba namreč skupine zadetkov za proizvode uvedla za izboljšanje kakovosti svoje storitve splošnega iskanja, ne pa zato, da bi promet usmerila k svoji storitvi primerjave proizvodov. Družba Google tako pojasnjuje, da v nasprotju s tem, kar izhaja iz predstavitve dejstev v točki 386 obrazložitve izpodbijanega sklepa, pri uvedbi zadetkov za proizvode ni imela nikakršnega protikonkurenčnega cilja.

251 Na drugi strani družba Google trdi, da s Product Universals ni bila povzročena škoda uporabnikom, ampak da sta se s to storitvijo – v nasprotju s tem, kar naj bi izhajalo zlasti iz točke 598 obrazložitve izpodbijanega sklepa, v skladu s katero naj ta družba uporabnikom ne bi vedno pokazala najbolj upoštevanih zadetkov – izboljšali kakovost in upoštevnost njenih zadetkov. Skratka, v izpodbijanem sklepu naj se ne bi upoštevali dokazi za to, da je imela družba Google pri razvoju skupin zadetkov za proizvode, tehničnih rešitvah, s katerimi se je izboljšala kakovost njene storitve splošnega iskanja, in dejanskem razvoju prometa cilj spodbujanja konkurence. Iz dejstev naj bi bilo razvidno, da je imela družba Google s tem, da je prikazovala Product Universals, s čimer naj bi se izboljšala kakovost storitve splošnega iskanja v korist uporabnikov, cilj spodbujanja konkurence. Izboljšala naj bi svoje tehnologije, da bi postala konkurenčnejša glede parametrov, na podlagi katerih so si konkurirali iskalniki za splošno iskanje. Dejstvo, da se je ta družba osredotočila na upoštevnost, naj bi bilo podkrepljeno s previdnim proženjem Product Universals, listinskimi dokazi in podatki o prometu.

- 252 Komisija zlasti trdi, da v izpodbijanem sklepu ne zanika cilja spodbujanja konkurence pri razvoju Product Universals. Pri tem opozarja, da družbi Google očita, da je Product Universals prikazovala privlačno, medtem ko so bili vzporedno zadetki konkurenčnih storitev primerjave proizvodov lahko prikazani le kot splošni zadetki brez vsakršne funkcije obogatene prikaza in so lahko algoritmi poslabšali njihovo razvrščanje med temi zadetki (točki 344 in 512 obrazložitve izpodbijanega sklepa).
- 253 Organizacija BEUC poudarja, da je bil dejanski namen družbe Google zavarovati in čim bolj povečati svoje prihodke tako, da je sistematično pridržala najdonosnejši del zaslona za svoje zadetke, prikazane s privlačnimi grafičnimi značilnostmi, čeprav ti zadetki za dano poizvedbo niso bili nujno najbolj upoštevni. Družba Kelkoo trdi, da je družba Google ravnala protikonkurenčno, saj je želela izključiti konkurente in promovirati svojo storitev primerjave proizvodov. Družba Google naj bi tako vzpostavila strategijo naklepnega izključevanja, katere namen naj bi bil na eni strani izpodriniti konkurente s prilagoditvenimi algoritmi, na drugi strani pa dati prednost svoji storitvi primerjave proizvodov s prednostnim prikazom in razvrstitvijo. Družba Visual Meta nazadnje navaja, da domnevni razlog spodbujanja konkurence za to, da je družba Google uvedla Product Universals, v skladu s sodno prakso ni upošteven in da z domnevno izboljšavo, ki naj bi jo s tem zagotovila družba Google – ker je niso mogle izkoristiti vse konkurenčne storitve primerjave proizvodov – nikakor ni bilo mogoče izboljšati upoštevnosti njenih zadetkov kot celote.

2) Presoja Splošnega sodišča

- 254 Ugotoviti je treba, da mora Komisija, kadar preučuje ravnanje podjetja s prevladujočim položajem – tak preizkus je nujen za ugotovitev, ali gre za zlorabo takega položaja – nujno presoditi tudi poslovno strategijo tega podjetja. Pri tem je običajno, da Komisija presoja subjektivne dejavnike, to je nagibe, na katerih temelji zadevna poslovna strategija (sodba z dne 19. aprila 2012, Tomra Systems in drugi/Komisija, C-549/10 P, EU:C:2012:221, točka 19).
- 255 Vendar je obstoj morebitne protikonkurenčne namere le ena od številnih dejanskih okoliščin, ki jih je mogoče upoštevati pri ugotavljanju zlorabe prevladujočega položaja (sodba z dne 19. aprila 2012, Tomra Systems in drugi/Komisija, C-549/10 P, EU:C:2012:221, točka 20).
- 256 Komisiji za uporabo člena 102 PDEU nikakor ni treba dokazati obstoja takega namena podjetja s prevladujočim položajem, dasiravno dokaz o takem namenu, čeprav sam zase ne zadostuje, pomeni dejansko okoliščino, ki jo je mogoče upoštevati pri ugotavljanju zlorabe prevladujočega položaja (glej sodbo z dne 30. januarja 2020, Generics (UK) in drugi, C-307/18, EU:C:2020:52, točka 162 in navedena sodna praksa).
- 257 Poleg tega obstoj namere o konkuriranju na podlagi učinkovitosti, tudi če bi bil dokazan, ne more dokazati neobstoja zlorabe (sodba z dne 19. aprila 2012, Tomra Systems in drugi/Komisija, C-549/10 P, EU:C:2012:221, točka 22).
- 258 V obravnavani zadevi družba Google navaja, da ni nikakor želela odstopati od konkurence na podlagi učinkovitosti in v bistvu trdi, da je Komisija izkrivila dejstva, ker je v izpodbijanem sklepu na podlagi zadevnih praks predpostavila obstoj take protikonkurenčne namere.

- 259 Vendar iz točk obrazložitve izpodbijanega sklepa, ki jih navaja družba Google (zlasti točke 386, od 490 do 492 in 598 obrazložitve izpodbijanega sklepa), ne izhaja, da bi Komisija za opredelitev obstoja zadevne zlorabe upoštevala morebitni „protikonkurenčni cilj“ – vsaj ne kot tak – družbe Google, zaradi katerega bi bile „razvite“ tehnologije, ki so privedle do vzpostavitve Product Universals.
- 260 Nasprotno, kot je razvidno iz besedila oddelka 7.2.1 izpodbijanega sklepa, je Komisija menila, da zlorabo sestavljajo objektivni elementi, to je „ugodnejše razvrščanje in prikazovanje storitve primerjave proizvodov družbe Google med njenimi splošnimi zadetki v primerjavi s konkurenčnimi storitvami primerjave proizvodov“, torej ravnanje, zaradi katerega naj bi se – kot je razvidno iz oddelka 7.2.3 izpodbijanega sklepa – skupaj z uporabo prilagoditvenih algoritmov pri splošnem iskanju za konkurenčne storitve primerjave proizvodov „zmanjšal promet z zadetkov splošnega iskanja v iskalniku Google h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov in povečal [navedeni] promet k lastni storitvi primerjave proizvodov družbe Google“. To je bilo ugotovljeno za čas, ko je bil promet – kot je razvidno iz oddelka 7.2.2 izpodbijanega sklepa – za konkurenčne storitve primerjave proizvodov „pomemben“, in – kot je razvidno iz oddelka 7.2.4 izpodbijanega sklepa – preusmerjenega prometa, ki je za konkurenčne storitve primerjave proizvodov pomenil pomemben del prometa, ni bilo mogoče nadomestiti z drugimi viri.
- 261 Kot je Komisija velikokrat ponovila v svojih vlogah, je po njenem mnenju ravnanje, ki se očita družbi Google, sestavljeno zlasti iz povezave dveh objektivnih ravnanj, in sicer na eni strani iz ugodnejšega razvrščanja in prikazovanja lastnih specializiranih zadetkov na svojih straneh s splošnimi zadetki, kot so bili prikazani zadetki konkurenčnih storitev primerjave, na drugi strani pa iz hkratnega poslabšanja razvrstitve zadetkov konkurenčnih storitev primerjave z uporabo prilagoditvenih algoritmov. Komisija je tako pri dokazovanju kršitve v prvi fazi natančno primerjala način, kako so bili zadetki konkurenčnih storitev primerjave razvrščeni in prikazani (oddelek 7.2.1.1 izpodbijanega sklepa), v drugi fazi način, kako so bili razvrščeni in prikazani zadetki storitve primerjave družbe Google (oddelek 7.2.1.2 izpodbijanega sklepa), nato pa je v tretji fazi preučila še posebne okoliščine, v katere so bile umeščene zadevne prakse, in sicer pomen prometa, njegovo dejansko nenadomestljivost in ravnanje internetnih uporabnikov.
- 262 S tem se je Komisija omejila na primerjavo načina, kako je družba Google razvrščala in prikazovala zadetke konkurenčnih storitev primerjave v primerjavi z zadetki tovrstne lastne storitve, ter je poleg tega opisala ekonomski okvir, v katerem so si storitve primerjave proizvodov konkurirale. Komisija torej pri ugotavljanju kršitve ni upoštevala niti protikonkurenčne strategije niti ciljev, ki bi jim lahko sledila družba Google, kar je na obravnavi izrecno potrdila v odgovor na pisno vprašanje Splošnega sodišča.
- 263 Kot je razvidno iz odgovora Splošnega sodišča na prvi del petega tožbenega razloga (glej točko 175 zgoraj), je Komisija sicer res ugotovila, da zadevne prakse odstopajo od konkurence na podlagi učinkovitosti. Vendar te ugotovitve ni mogoče ovreči z domnevno namero družbe Google, da z izboljšanjem kakovosti svoje storitve splošnega iskanja in upoštevnosti svojih specializiranih zadetkov konkurira na podlagi učinkovitosti, saj – kot je razvidno iz sodne prakse, navedene v točki 257 zgoraj – zgolj namera o konkuriranju na podlagi učinkovitosti, tudi če bi bila dokazana, ne more dokazovati neobstoja zlorabe.
- 264 Spomniti je namreč treba, da je zloraba prevladujočega položaja, ki je prepovedana s členom 102 PDEU, objektivni pojem (sodba z dne 13. februarja 1979, Hoffmann-La Roche/Komisija, 85/76, EU:C:1979:36, točka 91). Poleg tega je treba navesti, da v nasprotju s členom 101(1) PDEU

člen 102 PDEU ne vsebuje nobenega sklicevanja na cilj prakse (sodba z dne 30. septembra 2003, Michelin/Komisija, T-203/01, EU:T:2003:250, točka 237), čeprav posredno napotuje na protikonkurenčni cilj.

- 265 Ker je torej Komisija lahko podala pripombe k poslovni strategiji družbe Google v okviru začetka uporabe Product Universals in je v zvezi s tem lahko navedla subjektivne dejavnike, kot je prizadevanje za popravek slabih dosežkov iskalnika Froogle, je treba trditve, ki se nanašajo na izkrivljanje dejstev v zvezi z razlogi za to, da je družba Google vzpostavila Product Universals – ker se nanašajo na razloge, ki jih Komisija ni uporabila kot sestavne elemente kršitve (ti elementi so povzeti v točki 260 zgoraj) – v okviru analize dokazovanja kršitve zavrniti kot brezpredmetne (glej v tem smislu sodbo z dne 12. decembra 2018, Servier in drugi/Komisija, T-691/14, v pritožbenem postopku, EU:T:2018:922, točka 188 in navedena sodna praksa).
- 266 Dalje, glede dela, v katerem družba Google trdi, da s Product Universals ni bila povzročena škoda uporabnikom, ampak da sta se s to storitvijo izboljšali kakovost in upoštevnost zadetkov, je treba ugotoviti, da je treba to, da se je zaradi zadevnih praks morda povečala učinkovitost, upoštevati kot morebitno objektivno utemeljitev, zato z navedenim povečanjem učinkovitosti ni mogoče utemeljiti prvega dela prvega tožbenega razloga, ki se v bistvu nanaša na to, da je Komisija izkrivila dejstva. Te trditve, ki se nanašajo na izboljšanje kakovosti in upoštevnosti zadetkov, bodo torej preučene v poznejši fazi analize, in sicer v razdelku B, točka 4.
- 267 V teh okoliščinah je treba prvi del prvega tožbenega razloga in peti tožbeni razlog v celoti zavrniti kot neutemeljena.

2. Elementi prvega in drugega tožbenega razloga, ki se nanašajo na nediskriminatornost zadevnih praks

a) Elementi prvega tožbenega razloga, ki se nanašajo na to, da naj bi Komisija napačno ugotovila, da je družba Google s prikazovanjem Product Universals dajala prednost svoji storitvi primerjave proizvodov

- 268 Družba Google v utemeljitev prvega tožbenega razloga navaja tri dele. Kot je bilo že navedeno, družba Google v prvem delu tega tožbenega razloga trdi, da so dejstva v izpodbijanem sklepu predstavljena napačno, saj je skupine zadetkov za proizvode uvedla zaradi izboljšanja svoje storitve, ne pa zato, da bi promet preusmerila k lastni storitvi primerjave proizvodov. V drugem delu trdi, da je Komisija napačno menila, da je različno obravnavanje Product Universals in splošnih zadetkov privedlo do dajanja prednosti, saj ni bilo nikakršne diskriminacije. Ob neobstoju diskriminacije pa naj ne bi šlo za zlorabo. V tretjem delu trdi, da je Komisija glede prikazovanja Product Universals kršila pravna pravila, ki se uporabljajo za presojo objektivnih utemeljitev, s katerimi je mogoče v nekaterih primerih utemeljiti navidezno protikonkurenčna ravnanja. Komisija naj ne bi preučila, ali je mogoče z elementi, ki jih je navedla družba Google v zvezi s koristmi za uporabnike Product Universals, izravnati zatrjevane omejevalne učinke.
- 269 Splošno sodišče meni, da je treba tretji del prvega tožbenega razloga, ki se nanaša na objektivne utemeljitve, obravnavati v samostojnem delu po preučitvi tretjega in četrtega tožbenega razloga v zvezi s protikonkurenčnimi učinki, kot je bilo napovedano v točki 126 zgoraj.

270 Spomniti je treba, da je bil prvi del prvega tožbenega razloga, v skladu s katerim naj bi družba Google skupine zadetkov za proizvode uvedla zaradi izboljšanja svoje storitve, ne pa zato, da bi promet preusmerila k lastni storitvi primerjave proizvodov, kot naj bi to predstavila Komisija, obravnavan v točkah od 250 do 267 zgoraj. Tako bo v tem delu preučen le drugi del tega tožbenega razloga.

1) Trditve strank

271 Družba Google trdi, da je bilo v izpodbijanem sklepu napačno uporabljeno pravo, ker je bilo v njem ugotovljeno, da je dajala prednost Product Universals, saj naj Komisija ne bi preučila pogojev, potrebnih za to, da se dokaže diskriminacija.

272 Družba Google v prvi fazi navaja, da so bili z mehanizmi za ustvarjanje zadetkov za proizvode in splošnih zadetkov različno obravnavani različni položaji, in sicer iz upravičenih razlogov. Ta družba ne izpodbija, da je uporabila različne mehanizme za ustvarjanje zadetkov za proizvode in splošnih zadetkov. Na eni strani se je za splošne zadetke opirala na podatke, pridobljene s tako imenovanim postopkom „crawling“, in na splošne signale upoštevnosti, izpeljane iz teh podatkov. Na drugi strani se je za zadetke za proizvode opirala na vire podatkov, ki so jih zagotavljali neposredno trgovci, in na specifične signale upoštevnosti za proizvode. Tako naj družba Google z uporabo različnih tehnologij za splošne zadetke in zadetke za proizvode ne bi različno obravnavala podobnih položajev. Različno naj bi obravnavala različne položaje, in sicer iz upravičenega razloga, to je izboljšati kakovost svojih zadetkov.

273 Družba Google v drugi fazi trdi, da je nato za razvrščanje zadetkov na svojih straneh za splošno iskanje dosledno uporabljala enak standard upoštevnosti za specializirane zadetke in za splošne zadetke. V zvezi s tem trdi, da je navedba iz izpodbijanega sklepa, da sta bili razvrstitve in prikaz Product Universals ugodnejši v primerjavi s splošnimi zadetki, prav tako napačna, saj naj Product Universals ne bi bili upravičeni do nezaslužene razvrstitve na straneh s splošnimi zadetki družbe Google zaradi razlik pri obravnavanju. Pri tem poudarja, da se v izpodbijanem sklepu ne upošteva delovanje mehanizma Universal Search, ki naj bi ustvaril dosleden sistem razvrščanja za vse kategorije zadetkov iskalnika Google. Tako naj bi si morali Product Universals „prislužiti“ svojo razvrstitev na strani z zadetki na podlagi enakega standarda upoštevnosti, kot ga je družba Google uporabljala za splošne zadetke. Ta družba v zvezi s tem navaja, da je po zaslugi Universal Search in njegovih sestavnih delov neposredno primerjala upoštevnost zadetkov za proizvode s splošnimi zadetki, in sicer na podlagi enakega standarda upoštevnosti. Če je bil torej Product Universal prikazan na dobrem položaju na strani za splošno iskanje, naj bi bilo to posledica dejstva, da je bil bolj upošteven od splošnih zadetkov, razvrščenih pod njim, ne pa ugodnejšega obravnavanja.

274 Odgovor na te trditve v izpodbijanem sklepu pa naj bi bil napačen. Na prvem mestu, Komisija naj bi v točki 440 obrazložitve izpodbijanega sklepa napačno trdila, da to, ali je družba Google za Product Universals in splošne zadetke uporabljala enak standard upoštevnosti, ni pomembno. Ta družba naj bi namreč Product Universals prikazovala samo takrat, kadar so bili bolj upoštevni od splošnih zadetkov, razvrščenih pod njimi, in naj jim ne bi mogla dajati prednosti. Razvrstitev na strani s splošnimi zadetki naj bi bila zaslužena. Razvrščanje zadetkov glede na njihovo upoštevnost naj bi bilo nasprotje dajanja prednosti.

275 Na drugem mestu, Komisija naj bi v točki 441 obrazložitve izpodbijanega sklepa napačno trdila, da družba Google ni dokazala, da uporablja enake standarde upoštevnosti za Product Universals in splošne zadetke. Namen tega razlogovanja naj bi bil prevaliti dokazno breme. Komisija naj bi

morala dokazati, da družba Google pri prikazovanju Product Universals ni uporabljala doslednih standardov upoštevnosti. V nasprotnem primeru naj ne bi mogla dokazati obstoja dajanja prednosti.

276 Na tretjem mestu, družba Google naj bi vsekakor dokazala, da je za Product Universals uporabljala dosledne standarde upoštevnosti. V zvezi s tem naj bi Komisija v točki 442 obrazložitve izpodbijanega sklepa napačno trdila, da je ta družba navedeno podkrepila zgolj z dvema poročiloma o primerjalni oceni. Komisiji naj bi predložila številne listine o delovanju svojega sistema razvrščanja in o standardih upoštevnosti, ki jih je uporabljala. Očitki Komisije v izpodbijanem sklepu v zvezi s tema poročiloma naj ne bi bili utemeljeni. Komisija naj bi v točki 390 obrazložitve izpodbijanega sklepa prav tako napačno trdila, da je ta družba med letom 2009 in septembrom 2010 uporabljala notranje pravilo, ki naj bi zagotavljalo, da so bili Product Universals „vedno razvrščeni na vrhu“ vsakič, ko je bil zadetek konkurenčne storitve primerjave proizvodov razvrščen med prve tri splošne zadetke. Šlo naj bi za predlog, ki naj ne bi bil nikoli uresničen. Trditvi Komisije naj bi nasprotovali podatki o razvrščanju Product Universals, kadar je bila med decembrom 2009 in septembrom 2010 – torej v obdobju, v katerem je po navedbah Komisije veljalo zadevno notranje pravilo – ena od storitev primerjave proizvodov med prvimi tremi zadetki.

277 Komisija te trditve prereka. Družba Kelkoo zlasti trdi, da se prilagoditveni algoritmi niso uporabljali za storitev primerjave proizvodov družbe Google in da konkurenčne storitve primerjave proizvodov niso imele na voljo formatov za prikaz, ki so se uporabljali za navedeno storitev primerjave. Organizacija BEUC navaja, da zadetki iskanja za proizvode v iskalniku Google niso bili določeni samo na podlagi njihove upoštevnosti za potrošnika, saj so se obravnavali tudi na podlagi poslovnih preudarkov. To naj bi bilo v nasprotju z upravičenim pričakovanjem potrošnikov, da bo družba Google pri obravnavi zadetkov nevtralna. Ta naj bi z zadetki iskanja manipulirala, tako da je povzročila nevidnost zadetkov konkurenčnih storitev primerjave proizvodov.

2) Presoja Splošnega sodišča

278 Družba Google v bistvu izpodbija to, da bi lahko zadevne prakse privedle do diskriminacije, saj je na eni strani uporabljala različne mehanizme – torej mehanizme splošnega iskanja prek postopka, poimenovanega „crawling“, in mehanizme specializiranega iskanja prek obdelave podatkovnih tokov, ki so jih pošiljali včlanjeni trgovci – za različna položaja, to je splošne zadetke in specializirane zadetke, na drugi strani pa je po zaslugi svoje tehnologije Universal Search in svojega algoritma Superroot za vse zadetke uporabljala enaka merila upoštevnosti. Tako naj po mnenju navedene družbe ne bi mogla obstajati diskriminacija, saj je Product Universals prikazovala samo takrat, kadar so bili ob upoštevanju teh tehnologij bolj upoštevni kot splošni zadetki, zato naj bi bili Product Universals razvrščeni na podlagi lastnih zaslug.

279 Da bi se preverilo, ali je lahko Komisija upravičeno ugotovila obstoj diskriminacije, je treba uvodoma preučiti različno obravnavanje, za katero je menila, da je v nasprotju s členom 102 PDEU zlasti glede razvrščanja in prikaza Product Universals.

280 V zvezi s tem je treba ugotoviti, da je Komisija v oddelku 7.2.1 izpodbijanega sklepa menila, da je zloraba zajemala ugodnejše „razvrščanje“ in „prikaz“ zadetkov lastne storitve primerjave proizvodov družbe Google (vključno s Product Universals) na njenih straneh s splošnimi zadetki, kot so ju bili deležni zadetki konkurenčnih storitev primerjave proizvodov. Kot je razvidno iz

navedenega oddelka, točke 344 obrazložitve izpodbijanega sklepa in člena 1 njegovega izreka, Komisija družbi Google očita, da je na svojih straneh s splošnimi zadetki svojo storitev primerjave proizvodov razvrščala in prikazovala „ugodnejše“ od konkurenčnih storitev primerjave proizvodov.

- 281 Da je Komisija prišla do take ugotovitve, je primerjala način, kako so bili na straneh s splošnimi zadetki družbe Google „razvrščeni“ in „prikazani“ zadetki konkurenčnih storitev primerjave proizvodov (oddelek 7.2.1.1), in način, kako so bili na navedenih straneh „razvrščeni“ in „prikazani“ zadetki storitve primerjave proizvodov družbe Google, v obravnavani zadevi Product Universals (oddelek 7.2.1.2).
- 282 Komisija je na podlagi tega ugotovila, da so bili lahko zadetki konkurenčnih storitev primerjave proizvodov prikazani samo v obliki splošnih zadetkov, to je v obliki preprostih modrih povezav brez slik ali dodatnih informacij o proizvodih in njihovih cenah (točka 371 obrazložitve izpodbijanega sklepa), in so se zanje – drugače od zadetkov storitve primerjave proizvodov družbe Google – uporabljali nekateri prilagoditveni algoritmi, ki so poslabšali njihovo razvrstitev na straneh s splošnimi zadetki družbe Google tako, da so jih razvrstili na dno prve strani ali na naslednje strani (točke od 352 do 355 obrazložitve), kar se je poleg tega dogajalo po uvedbi algoritma Panda (točka 361 obrazložitve), medtem ko so bili specializirani zadetki storitve primerjave proizvodov družbe Google in v zadevnem obdobju Product Universals, nasprotno, med zadetki splošnega iskanja v iskalniku Google razvrščeni izstopajoče (točki 379 in 385 obrazložitve), prikazani so bili v bogatem formatu s slikami in informacijami o proizvodih (točka 397 obrazložitve), prilagoditveni algoritmi pa niso mogli poslabšati njihovega položaja (točka 512 obrazložitve).
- 283 Komisija je tako ugotovila, da je bila s tem različnim obravnavanjem zadetkov konkurenčnih storitev primerjave glede na zadetke storitve primerjave proizvodov družbe Google (Product Universals) dana prednost drugonavedeni storitvi v primerjavi s prvonavedeno, pri čemer je upoštevala zlasti velik pomen prometa, ki ga je ustvaril iskalnik za splošno iskanje družbe Google za konkurenčne storitve primerjave proizvodov (oddelek 7.2.2 obrazložitve izpodbijanega sklepa), ravnanje internetnih uporabnikov, ki so običajno pozorni samo na najvidnejše zadetke na strani z zadetki splošnega iskanja, torej najboljše razvrščene zadetke (oddelek 7.2.3.1 izpodbijanega sklepa), in „dejansko nenadomestljivost“ prometa, preusmerjenega z navedenimi praksami, z drugimi viri (oddelek 7.2.4 izpodbijanega sklepa).
- 284 Na prvem mestu je razvidno, da se različno obravnavanje, ki ga očita Komisija, ne nanaša – na kar napeljuje družba Google – na uporabo različnih mehanizmov za izbor zadetkov iskanja pri obravnavi zadetkov iskanja storitve primerjave proizvodov družbe Google in zadetkov iskanja konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, torej mehanizmov za izbor splošnih zadetkov za konkurenčne storitve primerjave in mehanizmov za izbor specializiranih zadetkov iskanja za lastno storitev primerjave, ampak se nanaša na ugodnejšo obravnavo v smislu razvrstitve in prikaza lastnih specializiranih zadetkov v primerjavi z zadetki konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, ki so bili prikazani med splošnimi zadetki.
- 285 Torej, čeprav družba Google trdi, da različno obravnavanje njenih zadetkov iskanja izvaja glede na naravo zadetkov, ki jih ponudi njen iskalnik za splošno iskanje, torej glede na to, ali gre za specializirane ali splošne zadetke, se to različno obravnavanje dejansko izvaja glede na izvor zadetkov, torej glede na to, ali so njihov vir konkurenčne storitve primerjave ali njena lastna tovrstna storitev. Družba Google dejansko daje prednost zadnjenavedeni v primerjavi s prvimi, ne pa neki vrsti zadetkov v primerjavi z drugo vrsto.

- 286 Zgolj zadetki specializiranega iskanja družbe Google, torej Product Universals, so namreč lahko prikazani v „boxih“ na strani iskalnika Google za splošno iskanje, pri čemer je njihov prikaz obogaten, prilagoditveni algoritmi pa ne poslabšajo njihove razvrstitve.
- 287 Nasprotno, zadetki konkurenčnih storitev primerjave – tudi če bi bili za internetnega uporabnika še posebej upoštevni – ne morejo biti nikoli deležni obravnave, podobne obravnavi zadetkov storitve primerjave družbe Google, pa naj bo to na ravni njihovega razvrščanja, pri katerem so že zaradi svojih značilnosti dovzetni za to, da prilagoditveni algoritmi poslabšajo njihov položaj, „boxi“ pa so pridržani za zadetke storitve primerjave družbe Google, ali na ravni njihovega prikaza, pri katerem so obogatena pisava in slike prav tako pridržane za storitev primerjave družbe Google. Torej tudi ob predpostavki, da so zadetki konkurenčnih storitev primerjave kljub učinku algoritmov za poslabšanje razvrstitve zaradi upoštevnosti prikazani na prvi strani s splošnimi zadetki družbe Google, ne morejo biti nikoli prikazani tako vidno in privlačno kot zadetki, prikazani v Product Universals.
- 288 Tako različno obravnavanje pa še zdaleč ne izhaja iz objektivne razlike med dvema vrstama zadetkov na spletu, ampak iz izbire družbe Google, da manj ugodno obravnava zadetke konkurenčnih storitev primerjave kot zadetke svoje storitve primerjave, tako da zanje uporabi manj viden prikaz in razvrstitev.
- 289 Na drugem mestu, iz opisa praks, ki jih je ugotovila Komisija, navedenega v točkah od 280 do 283 zgoraj, je razvidno, da je treba trditev družbe Google – to je, da je za skupine zadetkov za proizvode in splošne zadetke uporabljala „enak standard upoštevnosti“ ter da je v bistvu po zaslugi svoje tehnologije Universal Search in algoritma Superroot zadetke Product Universals prikazovala le, kadar so bili bolj upoštevni od zadetkov konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, zato naj ne bi mogla obstajati diskriminacija – zavrnila.
- 290 Kot je razvidno iz točke 440 obrazložitve izpodbijanega sklepa, je treba namreč na eni strani ugotoviti, da Komisija družbi Google ne očita, da je uporabila enak standard upoštevnosti (ali ga ni uporabila) za dve vrsti zadetkov, in sicer specializirane zadetke za proizvode in splošne zadetke, ampak da ni uporabila enakih standardov prikaza in razvrstitve za konkurenčne storitve primerjave proizvodov in svojo storitev primerjave proizvodov, pri čemer so bile prve postavljene v manj ugoden položaj v primerjavi z drugo.
- 291 Kot pa je razvidno iz točke 287 zgoraj, se zadetki konkurenčnih storitev primerjave, ne glede na njihovo upoštevnost, glede svoje razvrstitve in prikazovanja nikoli ne obravnavajo podobno, kot se obravnavajo zadetki storitve primerjave družbe Google, tako da so v primerjavi z zadnjenavedenimi nujno postavljeni v slabši konkurenčni položaj.
- 292 Tudi če se namreč izkaže, da je zadevek konkurenčne storitve primerjave na podlagi meril upoštevnosti, ki jih določijo algoritmi družbe Google, manj upošteven od zadetka storitve primerjave družbe Google, poslabšanje njegove razvrstitve na straneh s splošnimi zadetki družbe Google, za katero poskrbijo prilagoditveni algoritmi, in njegov prikaz, omejen na preprosto splošno modro povezavo, ki je morda umeščena pod „box“, pridržan za zadevek storitve primerjave družbe Google z obogatenim prikazom, ni nujno sorazmerno z zatrjevano nižjo stopnjo upoštevnosti na podlagi navedenih meril. Poleg tega tudi v primerih, v katerih so zadetki konkurenčne storitve primerjave na podlagi teh meril bolj upoštevni, ne morejo biti – kot je bilo navedeno v točkah 286 in 287 zgoraj – nikoli enako prikazani ali enako obravnavani v smislu njihove razvrstitve, zato je konkurenca izkrivljena, še preden uporabnik sploh vnese poizvedbo za proizvode.

- 293 Iz tega sledi, da je treba trditve družbe Google, ki se nanašajo na obstoj skupnega standarda upoštevnosti, zavrnil kot brezpredmetne.
- 294 V zvezi s tem ocene, na katere se nanaša točka 442 obrazložitve izpodbijanega sklepa – kot tudi preostali poskusi, ki jih navaja družba Google, tudi ob predpostavki, da dokazujejo večjo upoštevnost Product Universals v primerjavi s splošnimi zadetki, med katerimi so prikazani zadetki konkurenčnih storitev primerjave – ne odpravljajo pomisleka glede konkurence, ki ga je ugotovila Komisija v oddelku 7.2.1 izpodbijanega sklepa in povzela v točki 440 obrazložitve navedenega sklepa ter se nanaša na to, da družba Google lastne specializirane zadetke in zadetke konkurenčnih storitev primerjave za prikazovanje in razvrščanje obravnava na podlagi različnih mehanizmov, posledica tega pa je nujno poslabšanje položaja zadetkov konkurenčnih storitev primerjave v primerjavi z zadetki tovrstne storitve družbe Google.
- 295 Dalje, tudi ob predpostavki, da so ocenjevalci dali prednost Product Universals pred prvimi splošnimi zadetki, prikazanimi na prvi strani s splošnimi zadetki, kar poleg tega iz zadevnih poskusov ni jasno razvidno, saj je v njih navedeno, da si ocenjevalci ustvarijo primerljivo mnenje o uporabnosti specializiranih zadetkov iskanja in splošnih zadetkov za proizvode, to še ne pomeni, da so dali prednost temu, da so Product Universals sestavljeni izključno iz zadetkov storitve primerjave proizvodov družbe Google. To ne pomeni niti, da so dali prednost temu, da se zadetki konkurenčnih storitev primerjave proizvodov prikažejo manj vidno in se poslabša njihova razvrstitev na straneh s splošnimi zadetki družbe Google.
- 296 Po drugi strani je treba zaradi popolnosti ugotoviti, da trditve družbe Google v zvezi s skupnim standardom upoštevnosti poleg tega, da so brezpredmetne, tudi niso utemeljene, kar sicer izhaja tudi iz lastnih vlog te družbe. Kot namreč družba Google tudi sama navaja v tretjem delu prvega tožbenega razloga, ni mogla na podlagi parametrov, ki se uporabljajo za specializirano iskanje, kot so cena, zaloge ali ugled prodajalca, neposredno primerjati specializiranih zadetkov svoje storitve primerjave proizvodov s specializiranimi zadetki konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, saj ni vedela, kako delujejo iskalni algoritmi zadnjenavedenih, in ni imela dostopa do podatkovnih virov, ki so jih pošiljali prodajalci na drobno, včlanjeni na ta spletna mesta, zlasti v zvezi s cenami.
- 297 Kot namreč pojasnjuje sama družba Google, prvič, ni vedela ničesar o pravilih, po katerih so konkurenčne storitve primerjave proizvodov razvrščale in ocenjevale svoje zadetke za poizvedbe, ki so se nanašale na proizvode, in drugič, je podatke o proizvodih, evidentiranih v lastni storitvi primerjave proizvodov, pridobivala iz virov, ki so jih zagotavljali neposredno trgovci, ne pa s postopkom preverjanja spletnih mest, poimenovanim „crawling“, kot za splošne poizvedbe. Družba Google namreč ni razpolagala s primerljivimi informacijami o zadetkih konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, saj so imela njihova spletna mesta lastne vire in način razvrščanja proizvodov.
- 298 Kot sicer navaja Komisija v točki 440 obrazložitve izpodbijanega sklepa, je družba Google po zaslugi Universal Search uporabljala „določene standarde upoštevnosti“ za primerjavo lastnih specializiranih zadetkov s svojimi splošnimi zadetki, ki so povzemali strani z zadetki njenih konkurentov. Vendar v skladu s pojasnili družbe Google iz njenega poročila o tehnologijah, priloženega tožbi, Universal Search deluje v skladu s statističnimi merili na podlagi raziskav o uporabnikih. Ni pa dokazano niti se ne zatrjuje, da lahko to orodje – glede na težave, ki jih je v zvezi s primerjavo različnih vrst zadetkov predstavila sama družba Google (glej točko 297 zgoraj) – ne da bi pri tem trpela njegova kakovost, zagotovi enako zanesljive zadetke

v smislu izbora upoštevnihi zadetkov kot primerjava, ki jo ta družba opravi na podlagi lastnih meril, ki se uporabljajo za specializirano iskanje za proizvode ter zajemajo zlasti ceno, raven zaloge, priljubljenost proizvoda ali ugled proizvajalca.

299 Kot je navedla družba Foundem na obravnavi, so lahko te poizvedbe ne glede na to, koliko so zanesljive, samo statistični približek tega, kar bi bil lahko najbolj upošteven zadek. V zvezi s tem iz internega dokumenta družbe Google, navedenega v njenem poročilu o tehnologijah, izhaja, da je „ena od največjih težav pri človeškem ocenjevanju ta, da morajo ocenjevalci razlagati poizvedbo uporabnika; čeprav so lahko ljudje pri razlagi poizvedbe natančnejši od stroja, ne morejo poznati točnega namena uporabnika [...], zato je ta ocena samo skupno mnenje naših ocenjevalcev, ki se verjetno razlikujejo od uporabnikov na splošno.“

300 Nazadnje, okoliščina, ki jo zatrjuje družba Google, to je, da so se Product Universals sprožili v odgovor na samo 23 % „poizvedb za proizvode“ in da naj bi ta družba Product Universals na vrhu strani s splošnimi zadetki prikazala v odgovor na samo 4 % poizvedb v zvezi s proizvodi, ne zadostuje za zavrnitev obstoja različnega obravnavanja. Takega deleža proženja samega zase namreč ni mogoče obravnavati kot dejavnik, ki omogoča zavrnitev obstoja prakse dajanja prednosti, saj ga je treba primerjati z deležem proženja pri primerljivem razvrščanju (glede na to, da je bil primerljiv prikaz izključen) na stotine konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, ki so bili že samo zaradi svojih značilnosti dovzetni za to, da so prilagoditveni algoritmi družbe Google njihovo razvrstitev poslabšali tako, da so bili prikazani na dnu strani.

301 Iz vseh navedenih razlogov je treba drugi del prvega tožbenega razloga zavrniti.

b) Elementi drugega tožbenega razloga, ki se nanašajo na to, da naj bi Komisija napačno ugotovila, da je družba Google s prikazovanjem Shopping Units dajala prednost svoji storitvi primerjave proizvodov

302 Družba Google v utemeljitev drugega tožbenega razloga navaja tri dele. Prvič, Komisija naj bi napačno ugotovila, da različno obravnavanje oglasov za proizvode po skupinah in splošnih zadetkov pomeni dejanje prednosti, čeprav naj ne bi šlo za diskriminacijo.

303 Drugič, v izpodbijanem sklepu naj bi bilo napačno ugotovljeno, da se z oglasi za proizvode v Shopping Units daje prednost storitvi primerjave proizvodov družbe Google.

304 Tretjič, Komisija naj bi kršila pravna pravila, ki se uporabljajo za presojo objektivnih utemeljitev v zvezi s prikazom Shopping Units. Družba Google v zadnjenavedenem delu tega tožbenega razloga obrobno dvomi še o obstoju dajanja prednosti v zvezi z lastno storitvijo primerjave, saj navaja, da so Shopping Units že vključevale zadetke konkurenčnih storitev primerjave. Ob tem je treba pripomniti, da je navedena družba s to trditvijo izpodbijala obstoj dajanja prednosti v okviru upravnega postopka (točka 405 obrazložitve izpodbijanega sklepa). Zato je treba te elemente tretjega dela obravnavati za drugim delom. Vendar bodo elementi tega dela, ki se navezujejo na objektivne utemeljitve, obravnavani skupaj z elementi v zvezi s Product Universals, potem ko bodo v razdelku B, točka 3, preučeni tožbeni razlogi v zvezi z učinki zadevnih praks.

1) Prvi del drugega tožbenega razloga: Komisija naj bi napačno ugotovila, da različno obravnavanje oglasov za proizvode in splošnih zadetkov pomeni dajanje prednosti, čeprav ni šlo za diskriminacijo

i) Trditve strank

305 Na prvem mestu, družba Google ob podpori združenja CCIA trdi, da Komisija napačno primerja obravnavo oglasov za proizvode, torej Shopping Units, z obravnavo brezplačnih splošnih zadetkov, kar naj bi bili dve različni stvari, zato naj ne bi moglo priti do diskriminacije. Družba Google v zvezi s tem trdi, da je namen plačljivih oglasov, vključno z oglasi za proizvode, financiranje njene storitve splošnega iskanja. Zato naj bi jih morala nujno prikazovati drugače kot brezplačne splošne zadetke, kar naj bi bila običajna posledica njenega dvostranskega poslovnega modela, ki temelji na financiranju z oglasi. V zvezi s tem družba Google poudarja, da Shopping Units na svoji strani s splošnimi zadetki označi kot „sponzorirane“, da je tako razvidna njihova plačljivost. Trditve iz izpodbijanega sklepa, da lahko navedbo „sponzorirano“ „razumejo le najbolj preudarni uporabniki“ (točke 536, 599 in 663 obrazložitve izpodbijanega sklepa), naj ne bi temeljila na nobenem dokazu. Čeprav Komisija v izpodbijanem sklepu navaja dvanajst razlik med oglasi za proizvode, prikazanimi v Shopping Units, in besedilnimi oglasi (točke od 426 do 438 obrazložitve izpodbijanega sklepa), s čimer želi dokazati, da oglasi za proizvode ne pomenijo izboljšave besedilnih oglasov, naj niti nobena od teh razlik ne bi dokazovala, da so oglasi za proizvode primerljivi z brezplačnimi splošnimi zadetki in bi jih bilo treba razvrstiti in prikazati na enak način.

306 Na drugem mestu, družba Google trdi, da Shopping Units prikazuje, ker vsebujejo boljše oglase za poizvedbo v zvezi s proizvodi kot besedilni oglasi, ne pa zato, ker bi prvim dajala prednost. Komisija naj ne bi dokazala, da si zadetki Shopping Units niso zaslužili mesta, ki jim je bilo dodeljeno na straneh s splošnimi zadetki. Za uporabnike naj bi bili visokokakovostni oglasi koristnejši, za oglaševalce pa učinkovitejši, zato naj bi se z njimi povečala vrednost storitve iskanja za obe kategoriji. Družba Google naj bi Shopping Units prikazovala samo takrat, kadar oglasi za proizvode predlagajo boljše odgovore na poizvedbo kot besedilni oglasi. Zato naj bi bili Shopping Units prikazani zgolj v odgovor na približno 25 % poizvedb v zvezi s proizvodi, kar naj bi bilo v nasprotju s trditvijo Komisije, da jih družba Google „vedno“ umešča na vrh strani (točka 395 obrazložitve izpodbijanega sklepa). Trditvi Komisije iz izpodbijanega sklepa, da družba Google ni dokazala, da „za Shopping Units uporablja enake standarde upoštevnosti, kot jih uporablja za [besedilne] oglase“ (točka 441 obrazložitve izpodbijanega sklepa), naj bi nasprotovalo dejstvo, da je ta družba vzpostavila proces, v okviru katerega neposredno primerja oglase za proizvode z besedilnimi oglasi. Oglasi za proizvode in besedilni oglasi naj bi si konkurirali na podlagi enakih standardov upoštevnosti in vrednosti. Poleg tega naj bi empirični podatki kazali, da so oglasi za proizvode v Shopping Units za uporabnike in oglaševalce boljši od besedilnih oglasov.

307 Komisija te trditve prereka.

308 Organizacija BEUC navaja enake trditve kot v okviru drugega dela prvega tožbenega razloga (glej točko 277 zgoraj). Družba Foundem trdi, da Shopping Units poudarjajo protikonkurenčnost ravnanja družbe Google, saj je ta zadetke, ki so temeljili na upoštevnosti, nadomestila s plačljivimi oglasi, katerih prikaz se določi glede na dobiček, ki ga ima ta družba lahko od tega. Družba Visual Meta pojasnjuje, da je treba trditve družbe Google, da Shopping Units prikazuje samo takrat, kadar so bolj upoštevnosti kot besedilni oglasi ali splošni zadetki, zavrnil, saj ta družba svojih oglasov z obogatnimi formati prav zato, ker so za potrošnike vidnejši od preprostih

„modrih povezav“, ne more pridržati za lastne storitve, ne da bi potrošnike prikrajšala za bolj upoštevne zadetke, katerih vir do druge storitve primerjave proizvodov. Prav zaradi dejstva, da so oglasi za proizvode zaradi svojega obogatene formata boljši za uporabnike in oglaševalce, bi morala družba Google zadetke drugih storitev primerjave proizvodov prikazovati v enakih formatih.

ii) Presoja Splošnega sodišča

- 309 Družba Google v bistvu ponavlja trditve, navedene v okviru drugega dela prvega tožbenega razloga. Pri tem trdi, da diskriminacija, ki jo je ugotovila Komisija, ni dokazana, saj se na eni strani omejuje na različno obravnavo zadetkov, ki so po naravi različni, torej brezplačnih splošnih zadetkov, ki povzemajo zadetke konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, in plačljivih „oglasov za proizvode“ njene lastne storitve primerjave, ki so po naravi oglaševalski (Shopping Units), na drugi strani pa Shopping Units prikazuje samo takrat, kadar ti oglasi za proizvode predlagajo boljše odgovore na poizvedbo kot besedilna oglasna sporočila, torej oglasi, ki prikazujejo povezavo na spletno mesto oglaševalca v kratkem odlomku besedila (brez podob in dinamičnih informacij).
- 310 Ugotoviti je treba, da je Komisija pri ugotovitvi, da je družba Google dajala prednost zadetkom svoje storitve primerjave proizvodov, primerjala razvrščanje in prikaz Shopping Units z razvrščanjem in prikazom splošnih zadetkov konkurenčnih storitev primerjave. Komisija je enako kot za Product Universals (glej točke od 280 do 283 zgoraj) ugotovila, da je tem zadetkom dana prednost zaradi njihove izstopajoče razvrstitve na straneh s splošnimi zadetki družbe Google (oddelek 7.2.1.2.1 izpodbijanega sklepa), saj so Shopping Units vedno razvrščeni nad prvimi zadetki splošnega iskanja v iskalniku Google (točka 395 obrazložitve izpodbijanega sklepa) in so hkrati prikazani v „boxih“ na vrhu strani s splošnimi zadetki tega iskalnika (oddelek 7.2.1.2.2 izpodbijanega sklepa). Poleg tega konkurenčni prilagoditveni algoritmi ne morejo poslabšati razvrstitve Shopping Units. Komisija je v točki 439 obrazložitve izpodbijanega sklepa še ugotovila, da zadetki konkurenčnih storitev primerjave ne morejo biti prikazani v Shopping Units ter biti tako enako razvrščeni in enako prikazani kot specializirani zadetki družbe Google, razen če te storitve primerjave ne spremenijo poslovnega modela, tako da postanejo trgovska spletna mesta, ki ponujajo oglase, s čimer pridobijo možnost prikaza v Shopping Units, in da torej same prodajajo proizvode.
- 311 Na prvem mestu je treba odgovoriti na trditev družbe Google, da se oglasi za proizvode, ki jih vsebujejo Shopping Units, že po svoji oglaševalski naravi razlikujejo od brezplačnih zadetkov konkurenčnih storitev primerjave, zato naj bi bila vsakršna diskriminacija izključena.
- 312 Pripomniti je treba, da Shopping Units prikazujejo zadetke storitve primerjave proizvodov družbe Google in konkurirajo s konkurenčnimi storitvami primerjave proizvodov. V zvezi s tem ni pomembno, da morajo prodajalci, da se njihovi proizvodi objavijo v Shopping Units, plačati pristojbino za oglaševanje, saj – kot je razvidno iz oddelka 5.2.2 izpodbijanega sklepa – storitev specializiranega iskanja družbe Google internetnim uporabnikom ponuja enako brezplačno storitev primerjave proizvodov, kot jo ponujajo konkurenčne storitve primerjave. Družba Google tako ni dokazala, v čem se storitev primerjave proizvodov, ki jih internetnim uporabnikom ponujajo Shopping Units, že po naravi razlikuje od storitve, ki jo ponujajo druge storitve primerjave proizvodov. Nasprotno, vse kaže, da je cilj obeh storitev primerjati proizvode na spletu in da sta zato z vidika internetnih uporabnikov zamenljivi.

- 313 Drži sicer, da je ob Shopping Units navedba „sponzorirano“, katere namen je internetne uporabnike seznaniti z njihovo oglaševalsko naravo. Kot pa izhaja iz točk 536, 599 in 663 obrazložitve izpodbijanega sklepa, navedba „sponzorirano“ za večino internetnih uporabnikov ni zlahka razumljiva kot navedba, ki pomeni, da so zadetki storitve primerjave proizvodov družbe Google in zadetki konkurenčnih storitev primerjave proizvodov razvrščeni na podlagi različnih mehanizmov ter da so torej lahko te konkurenčne storitve primerjave proizvodov na straneh s splošnimi zadetki razvrščene slabše in prikazane manj vidno ne zaradi manjše upoštevnosti njihovih zadetkov v primerjavi z zadetki storitve primerjave proizvodov družbe Google, ampak preprosto zato, ker ne gre za lastne zadetke družbe Google. To še posebej velja takrat, kadar se njihova razvrstitev na straneh s splošnimi zadetki družbe Google poslabša zaradi prilagoditvenih algoritmov, ne pa zaradi manjše ustreznosti njihove vsebine glede na poizvedbo, ki jo je vnesel internetni uporabnik, saj internetni uporabniki tega mehanizma ne poznajo.
- 314 V nasprotju s trditvijo družbe Google se v izpodbijanem sklepu z očitki glede razvrščanja in prikaza Shopping Units ne izpodbija dvostranski poslovni model te družbe, na podlagi katerega se brezplačne storitve financirajo z oglasi. Če namreč podjetje – kot v obravnavani zadevi – zaradi svojega načina financiranja sodeluje pri zlorabi prevladujočega položaja, nič ne omogoča izključitve navedenega načina financiranja iz prepovedi na podlagi člena 102 PDEU. Skupna značilnost precejšnjega števila zlorab prevladujočega položaja je namreč prav želja po izboljšanju virov financiranja podjetja.
- 315 Poleg tega družba Google napačno po analogiji trdi, da Komisija izpodbija zakonitost njenih besedilnih oglasov, ki so sicer podlaga njenega poslovnega modela in poslovnega uspeha, Komisija pa ni imela nanje nikoli nobene pripombe. Besedilni oglasi namreč drugače kakor Shopping Units niso vključeni v storitev primerjave proizvodov družbe Google in se ne izpodbijajo, ker bi v okviru prakse dajanja prednosti škodovali konkurentom.
- 316 Na drugem mestu, če družba Google izpodbija obstoj dajanja prednosti, ki ga je ugotovila Komisija, saj naj bi Shopping Units prikazovala samo takrat, kadar njeni oglasi za proizvode predlagajo boljše odgovore na poizvedbo od besedilnih oglasov, na katere se nanaša točka 309 zgoraj, zato naj ne bi šlo za diskriminacijo, je treba ugotoviti, da različno obravnavanje, ki ga je ugotovila Komisija, obstaja – kot je razvidno iz točke 310 zgoraj – med splošnimi zadetki, ki povzemajo zadetke konkurenčnih storitev primerjave, in specializiranimi zadetki storitve primerjave družbe Google, prikazanimi v Shopping Units. Torej upoštevena primerjava za opredelitev, ali je obstajala diskriminacija, ni primerjava med Shopping Units in besedilnimi oglasi, ampak med Shopping Units in zadetki konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, ki bi bili lahko povzeti v splošnih zadetkih.
- 317 Komisija je v odgovor na trditev družbe Google, povzeto v točki 406 obrazložitve izpodbijanega sklepa, v točki 440 obrazložitve navedenega sklepa sicer res navedla, da to, ali je družba Google za Shopping Units in preostale oglase za proizvode uporabljala skupen standard, sploh ni pomembno, nato pa v točki 441 obrazložitve še dodala, da navedena družba za ti vrsti oglasov nikakor ni uporabljala takega skupnega standarda upoštevnosti.
- 318 Vendar s to presojo ni mogoče ovreči dejstva, da se različno obravnavanje iz izpodbijanega sklepa – kot je razvidno iz točk 310 in 316 zgoraj – nanaša ne na oglase, ki jih je družba Google prikazovala v zvezi z drugimi proizvodi razen tistih, prikazanih v Shopping Units, ampak na splošne zadetke, ki povzemajo zadetke konkurenčnih storitev primerjave. Kot je razvidno iz

točke 440 obrazložitve izpodbijanega sklepa, „Komisija [...] ugovarja [...] dejstvu, da se za storitev primerjave proizvodov družbe Google ne uporabljajo ista merila kot za konkurenčne storitve primerjave proizvodov“.

319 Kot je namreč razvidno iz točke 439 obrazložitve izpodbijanega sklepa, ki je umeščena pred točko 440 te obrazložitve, in točke 310 zgoraj, konkurenčne storitve primerjave proizvodov niti za plačilo ne morejo izkoristiti enakih meril prikazovanja kot storitev primerjave družbe Google, tako da bi bile vključene v Shopping Units, razen če ne spremenijo poslovnega modela, kot je bilo to pojasnjeno v točki 346 in naslednjih zgoraj.

320 Zato je treba prvi del drugega tožbenega razloga zavrniti.

2) Drugi del drugega tožbenega razloga: Komisija naj bi napačno ugotovila, da so oglasi za proizvode v Shopping Units koristili storitvi primerjave proizvodov družbe Google

i) Trditve strank

321 Družba Google trdi, da je Komisija napačno menila, da oglasi za proizvode v Shopping Units „koristijo“ storitvi primerjave proizvodov družbe Google. Njihove povezave naj namreč ne bi preusmerjale k tej storitvi niti naj zanjo ne bi ustvarile nobenega prihodka. V izpodbijanem sklepu naj bi bilo to izrecno priznано.

322 Družba Google v zvezi s tem navaja, da Komisija v izpodbijanem sklepu našteva osem razlogov, s katerimi naj bi bilo mogoče pojasniti, zakaj je prikaz Shopping Units sredstvo za dajanje prednosti „spletnemu mestu“ Google Shopping (točke od 414 do 421 obrazložitve izpodbijanega sklepa). Vendar naj v sedmih od njih ne bi bila opredeljena nobena prednost, ki naj bi jo spletno mesto Google Shopping pridobilo zaradi oglasov za proizvode, prikazanih v Shopping Units, in še toliko manj korist, zaradi katere bi bilo mogoče klike na oglase za proizvode upravičeno obravnavati kot promet k spletnemu mestu Google Shopping. V izpodbijanem sklepu naj bi bile zlasti omenjene povezave v enem od zavihkov menija in povezave „prikaži vse“ v Shopping Units, ki preusmerijo na spletno mesto Google Shopping (točka 419 obrazložitve izpodbijanega sklepa). Vendar naj ne bi bilo mogoče s tem utemeljiti niti očitkov zoper oglase za proizvode iz Shopping Units niti tega, da se kliki na oglase za proizvode štejejo kot promet na spletno mesto Google Shopping. Komisija naj bi poleg tega navedla, da lahko kliki na oglase za proizvode v Shopping Units in na strani Google Shopping preusmerijo na spletna mesta istih prodajalcev (točka 418 obrazložitve izpodbijanega sklepa). To naj bi pojasnjevalo korist, ki jo oglasi za proizvode – ne glede na njihov vir – ustvarijo za prodajalce, ne pa tudi, kako naj bi imelo spletno mesto Google Shopping korist od klikov na oglase za proizvode v Shopping Unit. S preostalimi razlogi, navedenimi v izpodbijanem sklepu (točke od 414 do 417 in 420 obrazložitve), naj prav tako ne bi bilo mogoče dokazati, da je imelo spletno mesto Google Shopping korist od klikov na oglase za proizvode v Shopping Units.

323 Edini razlog, naveden v izpodbijanem sklepu za to, da se kliki na oglase za proizvode iz Shopping Units štejejo kot promet na spletno mesto Google Shopping, naj bi bil ta, da ti kliki sprožijo plačilo v korist družbe Google (točki 421 in 630 obrazložitve izpodbijanega sklepa). Vendar naj bi bila ta trditev napačna, saj naj prihodki, ustvarjeni z oglasi za proizvode v Shopping Units, ne bi bili prihodki za spletno mesto Google Shopping. Družba Google naj bi prihodke, pridobljene iz

oglasov za proizvode v Shopping Units, namenjala svoji storitvi splošnega iskanja. Komisija naj bi to tudi priznala v točki 642 obrazložitve izpodbijanega sklepa, v kateri navaja, da je to, da družba Google prikazuje Shopping Units, „namenjeno financiranju njene storitve splošnega iskanja“.

324 Trditev, da so prihodki, pridobljeni s kliki na oglase za proizvode v Shopping Units, koristili storitvi primerjave proizvodov družbe Google, naj bi bila torej z vidika dejstev netočna. Razlogovanje iz izpodbijanega sklepa naj bi vsebovalo tudi napake pri uporabi prava, saj naj bi v bistvu temeljilo na očitku o navzkrižnem subvencioniranju, ker naj bi družba Google spletno mesto Google Shopping subvencionirala s prihodki iz oglasov za proizvode na straneh s splošnimi zadetki. Tudi če bi prihodki, pridobljeni iz Shopping Units, koristili spletnemu mestu Google Shopping – kar ne drži – naj s tem še ne bi bilo mogoče dokazati zlorabe.

325 Komisija trdi, da so Shopping Units sestavni del storitve primerjave proizvodov družbe Google, da je vidno prikazovanje Shopping Units za družbo Google način, da jim daje prednost, da vsak klik na Shopping Units koristi storitvi primerjave proizvodov družbe Google, tudi če ti kliki internetnega uporabnika preusmerijo na spletna mesta prodajalcev, ne pa na samostojno specializirano stran Google Shopping, ter da družba Google – tudi če prihodki, ustvarjeni z oglasi za proizvode v Shopping Units, ne pripadejo spletnemu mestu Google Shopping – prodajalcem in uporabnikom predstavlja Shopping Units in samostojno spletno stran Google Shopping kot sestavna dela ene same storitve ali ene same izkušnje. Za prodajalce in uporabnike naj to, kam družba Google dodeljuje prihodke, ne bi bilo pomembno (točka 420 obrazložitve izpodbijanega sklepa). Ta družba naj bi poskušala ugotovitev prednosti za svojo storitev primerjave proizvodov navezati na način, kako so prihodki, ustvarjeni s kliki na Shopping Units, dodeljeni, ne da bi pri tem upoštevala različne prednosti, ki jih pridobi s kliki na Shopping Units ter so bili ugotovljeni v točkah 445, 447 in 450 obrazložitve izpodbijanega sklepa. Komisija dodaja, da točke od 414 do 420 obrazložitve izpodbijanega sklepa vsebujejo sedem razlogov, ki utemeljujejo ugotovitev, da kliki na Shopping Units dajejo prednost storitvi primerjave proizvodov družbe Google.

326 Družba Visual Meta v zvezi s temi vidiki med drugim poudarja, da notranja dodelitev prihodkov družbe Google tej družbi ne more omogočiti, da se izogne ugotovitvi zlorabe v smislu člena 102 PDEU. Strinja se tudi z analizo Komisije iz točke 630 obrazložitve izpodbijanega sklepa, v skladu s katero kliki na Shopping Units „ekonomsko“ koristijo storitvi primerjave proizvodov družbe Google na enak način, kot če bi uporabnik opravil vmesni korak in obiskal samostojno spletno mesto Google Shopping in kliknil na proizvod partnerskega trgovca. Navaja, da – kot je razvidno iz točke 421 obrazložitve izpodbijanega sklepa – povezave v Shopping Units in Google Shopping opravljajo enako ekonomsko funkcijo. Družbi Foundem in Twenga v bistvu navajata enake trditve.

ii) Presoja Splošnega sodišča

327 Uvodoma je treba ugotoviti, da trditve družbe Google temeljijo na napačni premisi, da ji Komisija očita dajanje prednosti svoji storitvi primerjave proizvodov, pojmovani kot samostojno spletno mesto, to je specializirani spletni strani Google Shopping, in sicer prek prednostnega prikaza in razvrščanja Shopping Units.

328 Vendar so storitve primerjave proizvodov v točki 191 obrazložitve izpodbijanega sklepa opredeljene kot storitve specializiranega iskanja, ki na eni strani internetnim uporabnikom omogočajo iskanje proizvodov ter primerjanje njihovih cen in značilnosti med ponudbami številnih spletnih prodajalcev in trgovskih platform, na drugi strani pa zagotavlja povezave, ki privedejo (neposredno ali prek več zaporednih vmesnih strani) do spletnih mest teh prodajalcev ali teh platform. Te opredelitve družba Google ne izpodbija.

- 329 Torej je treba šteti, da je v točkah od 26 do 35 obrazložitve izpodbijanega sklepa navedenih dovolj razlogov za ugotovitev, da je imela storitev primerjave proizvodov družbe Google več pojavnih oblik, in sicer obliko specializirane spletne strani, nazadnje poimenovane Google Shopping, skupin zadetkov za proizvode, katerih zadnja razvojna faza so bili Product Universals, in oglasov za proizvode, katerih zadnja razvojna faza so bili Shopping Units.
- 330 V teh okoliščinah je treba tako specializirane spletne strani Froogle, Google Product Search in Google Shopping kot tudi skupine zadetkov za proizvode, zlasti Product Universals, in oglase za proizvode, zlasti Shopping Units, obravnavati kot sestavni del storitve primerjave proizvodov, ki jo je družba Google ponujala internetnim uporabnikom.
- 331 V nasprotju s tem, na kar napeljuje družba Google, ravnanje, ki se izpodbija v tej zadevi, ni omejeno na prednostno obravnavo specializirane spletne strani Google Shopping z ugodnejšim razvrščanjem in prikazovanjem Shopping Units, prav tako pa se ne nanaša niti na prakso „navzkrižnih subvencij“. Tukaj gre za ugodnejšo obravnavo storitve primerjave proizvodov družbe Google, ki se obravnava kot celota in vključuje Shopping Units.
- 332 Kot pa Komisija pravilno opozarja v točki 412 obrazložitve izpodbijanega sklepa, „to, kar trdi [...], je, da razvrščanje in prikazovanje Shopping Units družbi Google omogočata dajanje prednosti lastni storitvi primerjave cen“.
- 333 Kot je namreč razvidno iz natančnih ugotovitev Komisije, ki jih družba Google ni ovrgla, so Shopping Units neločljivo povezani z Google Shopping glede njihove zbirke proizvodov (točka 414 obrazložitve izpodbijanega sklepa), njihovega mehanizma izbora zadetkov (točka 415 obrazložitve izpodbijanega sklepa) in tudi njihovih zadetkov samih, ki preusmerijo na isto ciljno spletno stran spletnih mest trgovcev (točka 418 obrazložitve izpodbijanega sklepa). Poleg tega sta storitvi Shopping Units in Google Shopping – kot je to prav tako razvidno iz materialnih elementov, ki jih je Komisija navedla v utemeljitev navedenih ugotovitev – internetnim uporabnikom in trgovcem predstavljeni kot ena sama storitev in ena sama izkušnja (točka 420 obrazložitve izpodbijanega sklepa).
- 334 Tako prodajalci ne vedo, ali plačajo za klik na svojo ponudbo proizvodov v Shopping Units ali na samostojnem spletnem mestu Google Shopping (točka 417 obrazložitve izpodbijanega sklepa), internetni uporabniki pa so med brskanjem po Shopping Units povabljeni k obisku Google Shopping prek naslovne povezave in povezave „prikaži vse“ (točka 419 obrazložitve izpodbijanega sklepa), tako da prodajalcem in internetnim uporabnikom storitvi Shopping Units in Google Shopping pomenita eno in isto storitev primerjave proizvodov.
- 335 Natančneje, poudariti je treba, da so bili vsi zadetki, prikazani v različnih strukturah, navedenih v točki 329 zgoraj, zadetki storitve primerjave proizvodov družbe Google. V nasprotju s trditvami zadjenavedene si storitev primerjave proizvodov te opredelitve ne zasluži samo v primeru, da se z njo doseže tako natančna raven, da omogoča pridobitev različnih ponudb za en in isti proizvod ali model, kar naj bi veljalo za specializirano stran družbe Google. Taka storitev primerjave proizvodov lahko zagotavlja tudi ponudbe več proizvodov, ki bi lahko ustrezali povpraševanju internetnega uporabnika, kar naj bi veljalo za Product Universals in Shopping Units. Vse je hkrati odvisno od določitve parametrov za storitev primerjave in natančnosti prvotne iskalne poizvedbe internetnega uporabnika. Družba Google ne more vsiliti splošne opredelitve storitve primerjave proizvodov glede na način, kako je sama določila parametre za svojo specializirano spletno stran, Product Universals ali Shopping Units.

- 336 V obravnavani zadevi je treba uporabiti opredelitev storitve primerjave proizvodov iz točke 191 obrazložitve izpodbijanega sklepa, na katero je bilo opozorjeno v točki 328 zgoraj, ki je družba Google tudi ni izpodbijala. V zvezi s tem družba Google tudi sama v glosarju tehničnih izrazov, ki ga je priložila tožbi, navaja, da je združevalnik „spletno mesto, na katerem so zbrani proizvodi in ponudbe za proizvode različnih trgovcev, ter uporabnikom omogoča njihovo iskanje in primerjave med njimi“, pri čemer pojasnjuje, da so v „sklepu“ ta spletna mesta poimenovana „storitve primerjave proizvodov“.
- 337 Na tej podlagi je treba tako specializirane spletne strani Froogle, Google Product Search in Google Shopping kot tudi skupine zadetkov za proizvode, zlasti Product Universals, in oglase za proizvode, zlasti Shopping Units, obravnavati kot sestavni del storitve primerjave proizvodov, ki jo je družba Google ponujala internetnim uporabnikom. Poleg tega je Komisija, natančneje v zvezi z Shopping Units, v točkah od 414 do 421 obrazložitve izpodbijanega sklepa zlasti poudarila, da so Shopping Units in specializirana spletna stran uporabljali isto zbirko podatkov ter v zelo velikem obsegu isto tehnično infrastrukturo in infrastrukturo odnosov s prodajalci, da so morali prodajalci sprejeti, da se njihove ponudbe prikazujejo v obeh strukturah, da niso vedeli, iz katere strukture prihajajo kliki, ki so jim bili zaračunani, da so prodajalci plačevali v istem plačilnem sistemu in da so spletne povezave iz obeh struktur preusmerile na iste spletne strani spletnih mest prodajalcev. To pomeni, da je bilo treba klik v Shopping Unit obravnavati kot izraz uporabe storitve primerjave proizvodov družbe Google prek strani s splošnimi zadetki, torej kot promet v korist storitve primerjave s te strani.
- 338 Pojasniti je treba, da so lahko nekatere formulacije iz izpodbijanega sklepa, kot so tiste iz točk 408 in 423 obrazložitve, če se obravnavajo ločeno, na prvi pogled videti dvoumne. Vendar zaradi teh formulacij ni ovržena splošna analiza Komisije, v skladu s katero je bila storitev primerjave proizvodov družbe Google ponujena v različnih oblikah. Natančneje, točko 423 obrazložitve izpodbijanega sklepa je treba brati kot nadaljevanje točk od 414 do 421, katerih namen je dokazati, da sta Shopping Units in Google Shopping sestavna dela iste celote. V zvezi s tem je treba ugotoviti, da je v točki 422 obrazložitve navedeno, da je v določenem obdobju v šestih državah EGP „Google Shopping obstajal zgolj v obliki Shopping Unit brez povezanega samostojnega spletnega mesta“.
- 339 V teh okoliščinah je lahko Komisija upravičeno ugotovila, da se je s Shopping Units dajala prednost storitvi primerjave proizvodov družbe Google, pri čemer sploh ni pomembno, ali se je z njimi, ker so ustvarjali prihodke za samostojno spletno mesto Google Shopping, temu spletnemu mestu neposredno dajala prednost ali ne.
- 340 Zato je treba drugi del drugega tožbenega razloga, v skladu s katerim oglasi za proizvode v Shopping Units ne koristijo storitvi primerjave proizvodov družbe Google, zavrniti.

c) Elementi tretjega dela drugega tožbenega razloga, v skladu s katerimi družba Google konkurenčne storitve primerjave proizvodov že vključuje v Shopping Units, zato naj ne bi moglo obstajati dajanje prednosti

1) Trditve strank

- 341 Družba Google trdi, da v Shopping Units že vključuje oglase za proizvode, katerih vir so storitve primerjave proizvodov, zato naj ji ne bi bilo mogoče očitati, da daje prednost svoji storitvi primerjave proizvodov. Tako navaja, da oglase za proizvode, ki jih predlagajo storitve primerjave proizvodov, organizira s sistemi za katalogiziranje in indeksiranje ter da opravlja enake kontrole kakovosti, kot jih uporablja za oglase preostalih oglaševalcev.
- 342 Več storitev primerjave proizvodov v Evropi – med njimi Idealo, Twenga, Ceneo, Check24, Heureka in Kelkoo – naj bi uspešno uporabljali te možnosti z umestitvijo na milijone oglasov za proizvode v iskalnik Google. Družba Google v zvezi s tem izpodbija trditve iz točk 344 in 371 obrazložitve izpodbijanega sklepa, v skladu s katero so „lahko konkurenčne storitve primerjave proizvodov prikazane samo kot zadetki splošnega iskanja“. Komisija naj dejansko ne bi izpodbijala dejstva, da storitve primerjave proizvodov lahko sodelujejo v Shopping Units.
- 343 Nasprotno, Komisija naj bi v dopisu o ugotovljenih dejstvih kot sredstvo za odpravo domnevne kršitve navedla način, kako oglase za proizvode prikazuje iskalnik za splošno iskanje Bing družbe Microsoft, in predlog za popravne ukrepe družbe Kelkoo. Vendar naj bi se ta pristopa ujemala s tem, kar je družba Google že delala.
- 344 Komisija naj bi se pritoževala, da morajo storitve primerjave proizvodov za dostop do Shopping Unit spremeniti poslovni model, tako da dodajo funkcijo nakupa ali da delujejo „kot posredniki“ (točka 439 obrazložitve izpodbijanega sklepa). Vendar naj v izpodbijanem sklepu ne bi niti pojasnila niti utemeljila tega očitka. Ne bi naj opredelila posebnih pomislekov glede pogojev, ki jih morajo storitve primerjave proizvodov izpolnjevati za sodelovanje v Shopping Units, niti pojasnila, zakaj ti pogoji niso združljivi s pravili o konkurenci.
- 345 Komisija izpodbija te trditve. Združenje BDZV navaja, da konkurenčne storitve primerjave proizvodov ne morejo biti prikazane v Shopping Units, saj bi bilo za to treba ustvariti račun „Google Merchant Center“, kar pomeni, da je treba biti trgovec, to je – v skladu s smernicami družbe Google – omogočati nakup neposredno na spletnem mestu. Vendar to združenje opozarja, da storitve primerjave internetne uporabnike usmerjajo na strani prodajalcev. Glede dveh možnosti, danih na voljo storitvam primerjave, da so lahko prikazane v Shopping Units (dodati gumb za nakup ali postati posrednik za prodajalce), pojasnjuje, da se s tem temeljno spremeni njihov poslovni model in da ni zelo verjetno, da bi storitve primerjave prodajalce prepričale, naj jim zaupajo svojo prodajo, saj želijo ti načeloma ohraniti nadzor nad odnosom s strankami. Zato naj bi lahko Shopping Units uporabljalo zgolj zelo majhno število storitev primerjave.

2) Presoja Splošnega sodišča

- 346 Komisija je v točki 439 obrazložitve izpodbijanega sklepa ugotovila, da konkurenčne storitve primerjave proizvodov ne morejo sodelovati na spletnem mestu Google Shopping, razen če ne spremenijo poslovnega modela, tako da bodisi dodajo gumb „nakup“ bodisi delujejo kot posredniki za objavljane plačljivih zadetkov za proizvode prodajalcev v Shopping Units.

- 347 Iz točke 220, točka 2, obrazložitve izpodbijanega sklepa je tako razvidno, da je družba Google poljski storitvi primerjave proizvodov pojasnila, da lahko sodeluje na spletnem mestu Google Shopping in je torej prikazana v Shopping Units, samo če posnema značilnosti spletnih prodajalcev ali trgovskih platform (glavne stranke Google Shopping) bodisi z uvedbo funkcije za neposredni nakup, tako da bo „[njeno spletno mesto] podobno trgovini“, bodisi tako, da „družbi Google artikle predloži v imenu posameznih prodajalcev“ za oglaševanje v Shopping Unit in pod pogojem, da stran, na katero je preusmerjeno, „ne daje vtisa, da je stran za primerjavo [proizvodov]“.
- 348 Kot je razvidno iz točk 439 in 220 obrazložitve izpodbijanega sklepa, navedenih v točkah 346 in 347 zgoraj, konkurenčne storitve primerjave proizvodov torej niso bile upravičene do prikaza v Shopping Units. Kot potrjuje družba Google v tožbi, so vanje lahko vključene le, če spremenijo svoj poslovni model tako, da dodajo gumb za nakup ali da delujejo kot posredniki za predložitev proizvodov družbi Google v imenu spletnih prodajalcev. Kot je razvidno iz tožbe in replike, družba Google tega ne izpodbija.
- 349 Kot pa poudarja združenje BDZV, se s tema možnostma temeljno spremeni poslovni model storitve primerjave proizvodov. Tako je iz točke 240 obrazložitve izpodbijanega sklepa razvidno, da se tako z vidika internetnih uporabnikov kot tudi prodajalcev trgovske platforme in storitve primerjave proizvodov med seboj razlikujejo prav po funkciji neposrednega nakupa.
- 350 Kot je namreč pojasnjeno v točki 240 obrazložitve izpodbijanega sklepa, lahko dodajanje take funkcije privede do tega, da internetni uporabniki storitve ne bodo več obravnavali kot storitev primerjave proizvodov. Tako dodajanje lahko privede tudi do spremembe pravnega okvira za storitve, ki se zagotavljajo, in zlasti do spremembe odnosa, ki ga ima spletno mesto za primerjavo proizvodov s svojimi strankami. Kot je namreč prav tako razvidno iz točke 221 obrazložitve izpodbijanega sklepa, večina velikih prodajalcev ni naklonjenih temu, da se na spletna mesta storitev primerjave proizvodov doda gumb „nakup“, saj želijo ti prodajalci „ohraniti popoln nadzor nad svojimi maloprodajnimi dejavnostmi (vključno s strategijo pospeševanja prodaje, odnosi s strankami in obdelavo transakcij)“. Prav v navedenem ohranjanju avtonomije prodajalcev v prodajnem odnosu s kupci njihovih proizvodov, ki so uporabili storitve primerjave proizvodov, je izvirnost teh storitev v primerjavi s platformami, kakršna je Amazon, ki same zagotavljajo funkcijo prodaje za včlanjene prodajalce in ki jih prodajalci, ki svoje proizvode objavljajo v okviru storitev primerjave, vidijo kot konkurente. To je tudi razlog – kot je prav tako razvidno iz točke 241 obrazložitve izpodbijanega sklepa in kot poudarja združenje BDZV – da je le zelo majhno število storitev primerjave proizvodov uvedlo to funkcijo (sedem od 361 konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, ki jih je navedla družba Google) in da je bila še znotraj tega zelo majhnega števila storitev primerjave zadevna funkcija uvedena samo za zelo majhno število prodajalcev in ponudb. V zvezi s tem iz navedene točke obrazložitve izhaja, da je Idealo, ki je največja storitev primerjave proizvodov za Google Shopping v Nemčiji, leta 2015 uspelo manj kot 5 % svojih prodajalcev prepričati, naj dodajo gumb „nakup“.
- 351 Dalje, alternativna možnost, ponujena konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov za to, da so lahko prisotne v Shopping Units, to je, da delujejo kot posredniki, prav tako pomeni, da morajo spremeniti svoj poslovni model, saj je v tem primeru njihova vloga umeščati proizvode v storitev primerjave družbe Google, kot bi to storil prodajalec, in ne več primerjati proizvodov. Tako bi morale konkurenčne storitve primerjave proizvodov za dostop do Shopping Units postati stranke storitve primerjave proizvodov družbe Google in se odpovedati temu, da bi bile njene neposredne konkurentke.

- 352 Te presoje ni mogoče ovreči s trditvami družbe Google v zvezi s tem, da je že uporabljala enako metodo kot Bing za objavo oglasov za proizvode in predlog popravniških ukrepov družbe Kelkoo za odpravo kršitve. Družba Google v zvezi s tem trdi, da morajo – enako kot njeni lastni oglasi za proizvode, torej Shopping Units – oglasi za proizvode, ki jih prikazuje Bing, preusmeriti na spletne strani, kjer lahko uporabniki kupijo zadevno ponudbo, in da – kot to predlaga družba Kelkoo – v vire vključi podatke tretjih storitev primerjave, nato pa te vire organizira s svojimi algoritmi.
- 353 Vendar družba Google v svojih vlogah na eni strani ni dokazala, da je uporabila metodo, ki jo je priporočila družba Kelkoo. Družba Kelkoo namreč to izpodbija, v spis pa je vložila listino, ki kaže, kako bi morali biti zadetki konkurenčnih storitev primerjave obravnavani, da bi bilo zagotovljeno enako obravnavanje. Družba Kelkoo v zvezi s tem navaja, da je v trditvi, ki jo navaja družba Google v tožbi in v skladu s katero naj bi priznala, da je ta družba že uporabila zahtevane popravne ukrepe, še zdaleč ni priznala, da so pomisleki glede konkurence, ki jih je navedla Komisija, odpravljeni, ampak je grajala trditev družbe Google, da ne more uporabiti enakih postopkov in metod za svoje in konkurenčne zadetke. Čeprav družba Google trgovcem za to, da lahko izkoristijo tako možnost, dejansko omogoča – kot je to predlagala družba Kelkoo v pripombah na odgovor družbe Google na obvestilo o očitkih – da ji pošiljajo vire, ki vsebuje popis njihovih proizvodov, morajo storitve primerjave proizvodov – kot je bilo pojasnjeno v točki 348 zgoraj – spremeniti poslovni model, s čimer pomislek družbe Kelkoo nikakor ni odpravljen.
- 354 Pa tudi če bi se na drugi strani predpostavilo – kot navaja družba Google v tožbi – da „morajo oglasi za proizvode iskalnika Bing preusmeriti na strani, na katerih lahko uporabniki kupijo proizvode“, to ni odgovor na ugotovljeni pomislek glede konkurence. V obravnavani zadevi se namreč ne izpodbija ravnanje družbe Microsoft prek svojega iskalnika Bing, ki poleg tega ni v prevladujočem položaju na trgu splošnega iskanja, ampak ravnanje družbe Google. Tako dejstvo, da oglasi iskalnika Bing internetne uporabnike prav tako preusmerijo k trgovcem, še ne pomeni, da ravnanje, ki se očita družbi Google, ni protikonkurenčno.
- 355 V teh okoliščinah je treba trditve, ki jih družba Google navaja v tretjem delu drugega tožbenega razloga, to je, da so bile konkurenčne storitve primerjave proizvodov že vključene v Shopping Units, zato naj ne bi moglo obstajati dajanje prednosti, zavriniti.

3. Tretji in četrti tožbeni razlog: zadevne prakse niso imele protikonkurenčnih učinkov

- 356 Tretji in četrti tožbeni razlog se nanašata na učinke zadevnih praks. S tretjim tožbenim razlogom se izpodbijajo njihove materialne posledice, kot jih je predstavila Komisija, za promet s strani s splošnimi zadetki družbe Google k različnim storitvam primerjave proizvodov. S četrtim tožbenim razlogom se izpodbija to, da so imele navedene prakse protikonkurenčen učinek na različnih opredeljenih trgih. Ta vidika sta povezana. Kot je bilo namreč navedeno v točkah od 65 do 67 zgoraj, je Komisija v izpodbijanem sklepu v bistvu menila, da so zadevne prakse ta promet spremenile, kar je na zadevnih trgih povzročilo različne vrste protikonkurenčnih učinkov. V teh okoliščinah bi to, da materialne posledice za ta promet niso dokazane, nujno pomenilo, da so premise ugotovitve protikonkurenčnih učinkov na zadevnih trgih pomanjkljive. Na to, ali so na trgih dokazani protikonkurenčni učinki ali ne, prav tako vpliva tudi to, kako pomembne so materialne posledice za ta promet, ki naj bi bile dokazane.
- 357 Torej je treba v prvi fazi preučiti ugovore družbe Google v zvezi z materialnimi posledicami zadevnih praks za promet z njenih strani s splošni zadetki k storitvam primerjave proizvodov, med katerimi je tudi njena, nato pa preučiti še njene trditve o neobstoju protikonkurenčnih učinkov teh praks.

a) Prvi del tretjega tožbenega razloga: Komisija ni dokazala, da so zadevne prakse povzročile upad prometa s strani s splošnimi zadetki družbe Google h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov

1) Trditve strank

358 Družba Google v prvem delu tretjega tožbenega razloga trdi, da je Komisija v oddelku 7.2.3.2 izpodbijanega sklepa napačno menila, da so zadevne prakse „povzročile upad prometa splošnega iskanja“ k skoraj vsem konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov, in sicer „trajno“ (točka 462 obrazložitve). Čeprav je Komisija vanj vključila številne grafe, ki prikazujejo razvoj prometa iz iskanja z iskalnikom Google h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov, naj ne bi dokazala nobene vzročne zveze med tem razvojem in zadevnimi praksami. Tudi združenje CCIA opozarja, da ta zveza ni dokazana. Komisija naj bi morala dokazati, da je mogoče upad, ki ga je ugotovila, pripisati razvrščanju in prikazu Product Universals in Shopping Units. Pri tem naj se Komisija ne bi mogla zadovoljiti z domnevo vzročne zveze, kar naj bi izhajalo iz sodbe z dne 6. decembra 2012, AstraZeneca/Komisija (C-457/10 P, EU:C:2012:770, točka 199).

359 Družba Google, ki jo v zvezi s tem podpira združenje CCIA, meni, da bi morala Komisija opraviti hipotetično analizo in preučiti, kako bi se lahko njen promet iz iskanja razvijal, če ne bi bile vpeljene zadevne prakse v zvezi z razvrščanjem in prikazom Product Universals in Shopping Units. Vendar naj bi Komisija v izpodbijanem sklepu upad prometa iz iskanja s strani s splošnimi zadetki družbe Google h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov pripisala drugim praksam, za katere naj bi menila, da so zakonite, in sicer spremembam, ki jih je prinesla vzpostavitev prilagoditvenih algoritmov, zaradi katerih se je poslabšala razvrstitev nekaterih vrst spletnih mest pri razvrščanju splošnih zadetkov. V nasprotju s trditvijo Komisije v odgovoru na tožbo naj hipotetična analiza ne bi smela temeljiti na domnevi opustitve algoritmov za prilagoditev splošnih zadetkov, ki lahko poslabšajo razvrstitev storitev primerjave proizvodov, saj naj se ti algoritmi ne bi izpodbijali, kar družba Google ponavlja v stališču o več intervencijskih vlogah, na primer intervencijski vlogi družbe Kelkoo, ki naj bi opozarjala na te algoritme. Nobena od obeh alternativnih možnosti, ponujenih družbi Google za uskladitev z izpodbijanem sklepom, kot ju je navedla Komisija v odgovoru na tožbo, to je bodisi opustiti Shopping Units bodisi vanje vključiti konkurenčne storitve primerjave proizvodov, naj namreč ne bi vključevala opustitve teh algoritmov. Združenje CCIA v zvezi s tem poudarja, da je ustrezen hipotetični scenarij preprosto scenarij, ki se ujema s položajem brez zatrevane zlorabe; drugače povedano, ta scenarij bi moral temeljiti na položaju, v katerem bi bili opuščeni Product Universals in Shopping Units, ne bi pa bilo sprememb pri razvrščanju splošnih zadetkov. Družba Google v odgovor na trditev iz intervencijske vloge družbe Foundem, da bi bilo zanjo nesmiselno, da se odpove zadetkom in oglasom za proizvode, ne da bi se hkrati odpovedala prilagoditvenim algoritmom, ki lahko znotraj splošnih zadetkov poslabšajo razvrstitev konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, navaja, da je prav to storila v številnih državah, tudi v Evropi, kar naj bi kazalo na to, da hipotetična analiza, ki jo predlaga, ni zgolj hipotetična in da je mogoče navedene algoritme pojasniti izključno s prizadevanjem za kakovost zadetkov.

360 Družba Google meni, da bi bilo treba prav zaradi dveh sklopov dejstev, na katere se sklicuje Komisija, upad prometa h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov pripisati spremembam, ki so jih pri razvrščanju splošnih zadetkov prinesli prilagoditveni algoritmi, ne pa razvrščanju in prikazu Product Universals in Shopping Units. Tako naj bi bilo iz točk od 464 do 474 obrazložitve izpodbijanega sklepa razvidno, da nobena od tam navedenih konkurenčnih storitev primerjave proizvodov ne trdi, da je bil razlog za izgubo prometa prikaz Product Universals in Shopping Units. Nasprotno, nekatere od njih naj bi to povezavo izrecno zavrnilo.

Prav tako naj bi se drugi sklop dejstev, ki ga je Komisija uporabila v točkah od 475 do 477 obrazložitve izpodbijanega sklepa, nanašal na spremembo vidnosti konkurenčnih storitev primerjave proizvodov med splošnimi zadetki „po uvedbi ali posodobitvi algoritma Panda“. Hkrati naj bi še druge točke obrazložitve izpodbijanega sklepa vsebovale presoje, v skladu s katerimi naj bi vidnost teh storitev primerjave upadla „po začetku uporabe algoritma Panda“, ali podobne presoje (točke 361, 367, 513 in 514 obrazložitve), čeprav naj to, kako je družba Google konkurenčne storitve primerjave razvrščala med splošnimi zadetki, vključno z uporabo prilagoditvenih algoritmov, kakršen je Panda, ne bi spadalo med prakse, ki se obravnavajo kot zloraba.

- 361 V zvezi s tem naj bi bilo v točki 661 obrazložitve izpodbijanega sklepa navedeno, da zadevne prakse zajemajo samo to, da družba Google svojih prilagoditvenih algoritmov, predvidenih za splošne zadetke (natančneje algoritma Panda), „ni uporabila“ za Product Universals in Shopping Units. To naj bi jasno izhajalo iz razmejitve geografskega obsega in trajanja domnevne zlorabe, uporabljene v izpodbijanem sklepu, saj naj bi ta zloraba zajemala le države ali obdobja, v katerih so se uporabljali Product Universals ali Shopping Units. Zato družba Google meni, da bi bila glede na to, da so bili Product Universals opuščeni, kršitev, ki jo je ugotovila Komisija, danes odpravljena že z ukinitvijo Shopping Units.
- 362 Ustrezna hipotetična analiza naj bi potrdila, da prakse, ki jih izpodbija Komisija, same zase niso imele nikakršnega vpliva na promet s strani s splošnimi zadetki družbe Google h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov.
- 363 Tako naj bi se, prvič, promet razvijal podobno v državah, v katerih so bili Product Universals in Shopping Units uvedeni, in tistih, kjer se to ni zgodilo. Družba Google je v zvezi s tem predložila tako imenovano analizo „razlike v razlikah“, v kateri je izoblikovala hipotetični scenarij držav, v katerih Product Universals in Shopping Units niso bili uvedeni ali so bili uvedeni pozno. Družba Google tako primerja položaj v Združenem kraljestvu in na Irskem, v Nemčiji in Avstriji, v Franciji in Belgiji ter na Nizozemskem in v Belgiji med letoma 2004 in 2014, vsakič za približno deset storitev primerjave proizvodov, ki konkurirajo tovrstni storitvi družbe Google in delujejo v obeh primerjanih državah. Primerjava je ponazorjena v obliki diagramov s krivuljami prometa za vsako od storitev primerjave proizvodov v obeh primerjanih državah. Razvoj prometa s strani s splošnimi zadetki družbe Google k storitvi primerjave proizvodov Twenga v Franciji, kjer so bili Product Universals in Shopping Units uvedeni, se na primer primerja z razvojem tega prometa v Belgiji, kjer niso bili uvedeni. Čeprav naj bi se količina prometa v vsaki od držav, ki sta se primerjali, lahko razlikovala, naj bi se promet s časovnega vidika večinoma razvijal podobno. Presoja Komisije v izpodbijanem sklepu v zvezi s to analizo naj bi bila napačna iz dveh razlogov. Na prvem mestu naj bi v točki 520 obrazložitve napačno navedla, da v analizi ni upoštevan učinek algoritmov za prilagoditev splošnega iskanja, zlasti algoritma Panda. Na drugem mestu naj bi v točki 521 obrazložitve napačno navedla, da se v primerjanih državah promet pred začetkom uporabe Product Universals in Shopping Units v eni od teh držav ni razvijal enako.
- 364 Drugič, promet h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov naj se ob ukinitvi Product Universals in Shopping Units ne bi spremenil. Komisija naj bi namreč leta 2011 družbi Microsoft predlagala, naj izvede poskus („Bing Answers Experiment“) z ukinitvijo zadetkov iskanja tipa Product Universals v svojem iskalniku Bing za skupino uporabnikov in naj položaj primerja s položajem druge skupine uporabnikov, pri katerih se specializirani zadetki ohranijo. Vendar naj bi podatki, pridobljeni s tem poskusom, pokazali, da je bil vpliv (ne)prikaza zadetkov tipa Product Universals na promet k storitvam primerjave proizvodov neznaten. Družba Google naj bi tudi sama izvedla podoben, tako imenovani „ablacijski“ poskus, ki se je nanašal na Shopping Units in

je privedel do podobnih rezultatov. Razlika med prometom h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov, ki ga je ustvarila skupina uporabnikov, ki niso videli Shopping Units, in prometom, ki ga je ustvarila kontrolna skupina, naj bi dosegala majhen delež skupnega prometa teh storitev primerjave, in sicer precej pod ravno, ki naj bi jo Komisija v točki 446 obvestila o ugotovitvah o možnih kršitvah ter točkah 571 in 581 obrazložitve izpodbijanega sklepa opredelila kot raven, ki ne vpliva na konkurenco, pri čemer je napotila celo na približno 20-odstotni delež prometa, ki ga pridobijo storitve primerjave proizvodov. Prav tako naj bi Komisija v točki 523 obrazložitve izpodbijanega sklepa napačno trdila, da v ablacijskem poskusu ni upoštevan učinek algoritmov splošnega iskanja, zlasti algoritma Panda.

365 Družba Google trdi, da sta izračuna, ki sta bila komentirana v točkah od 524 do 535 obrazložitve izpodbijanega sklepa in v okviru katerih je Komisija s ponovno uporabo podatkov iz ablacijskega poskusa ta poskus – kot je menila – popravila, napačna. Za prvi izračun, prikazan v preglednici 22 izpodbijanega sklepa, naj ne bi namreč nič omogočalo predpostavke scenarija, po katerem je storitev primerjave proizvodov vedno prikazana med prvimi štirimi splošnimi zadetki, kakršno je upoštevala Komisija. Poleg tega naj družba Google ne bi imela možnosti, da v upravnem postopku poda pripombe k temu izračunu, s čimer naj bi bila kršena njena pravica do obrambe. Pri drugem izračunu, na katerega se nanaša preglednica 23 izpodbijanega sklepa in je bil opravljen na podlagi predpostavke poizvedb izključno v zvezi s proizvodi, ki naj bi jih Komisija izenačila s poizvedbami, ki se običajno prikažejo v Shopping Units, naj Komisija ne bi upoštevala, da se k storitvam primerjave proizvodov steka tudi precejšen splošni promet iz številnih poizvedb za proizvode, za katere se Shopping Units ne prikažejo. Komisija naj prav tako ne bi upoštevala niti dejstva, da se k storitvam primerjave proizvodov približno 50 % prometa steka iz drugih virov, ki niso splošni zadetki iskalnika Google, kar naj bi bilo razvidno iz preglednice 24 izpodbijanega sklepa. Ta promet bi bilo treba upoštevati pri oceni vpliva prisotnosti Shopping Units na promet. Če bi se namreč izkazalo, da je bil upad prometa iz iskanja z iskalnikom Google majhen v primerjavi s skupnim prometom storitev primerjave proizvodov, ne bi moglo biti vpliva na konkurenco. V zvezi s tem pa naj bi se Komisija v točki 539 obrazložitve izpodbijanega sklepa omejila na trditev, da je domnevno preusmerjeni promet pomenil „velik delež prometa“ k storitvam primerjave proizvodov, ne da bi jo kadar koli dokazala.

366 Tretjič, Komisija naj v izpodbijanem sklepu ne bi upoštevala splošnega razvoja sektorja niti spremembe preferenc uporabnikov, ki jih ponazarja vse večja priljubljenost trgovskih platform, kakršna je platforma Amazon, ki naj bi pomenile alternativo za primerjalne poizvedbe o proizvodih. Ker naj bi trgovske platforme postale bolj priljubljene, naj bi se njihovo razvrščanje med splošnimi zadetki iskalnika Google samo po sebi izboljšalo v primerjavi z razvrščanjem storitev primerjave proizvodov, in sicer ne glede na to, ali delujejo na istem trgu. To analizo naj bi potrjevala primerjava razvoja prometa iz splošnih zadetkov iskalnika Google na eni strani k trgovskim platformam, na drugi strani pa k storitvam primerjave proizvodov. Od leta 2008 naj bi promet k storitvam primerjave stagniral, medtem ko naj bi se promet k navedenim platformam nenehno povečeval. Medtem ko naj bi se – na podlagi internih dokumentov družbe Google – Amazon uveljavil kot „referenca za zadetke, hitrost in kakovost“ pri iskanju proizvodov, naj storitve primerjave proizvodov ne bi izboljšale svojih storitev, kar naj bi potrjevale presoje iz spisa.

367 Komisija, organizacija BEUC, družba Foundem, združenji VDZ in BDZV, družbi Visual Meta in Twenga, Nadzorni organ EFTA, družba Kelkoo in Zvezna republika Nemčija trditve družbe Google prerekajo.

2) Presoja Splošnega sodišča

- 368 Družba Google v bistvu trdi, da Komisija ni dokazala, da so zadevne prakse povzročile upad prometa z njenih strani s splošnimi zadetki h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov. Po mnenju družbe Google naj bi bilo namreč mogoče ta upad prometa, ki ga ne izpodbija, pripisati izključno uporabi prilagoditvenih algoritmov, zlasti algoritma Panda, ki jih Komisija ni izpodbijala. Ne bi naj bilo vzročne zveze med promocijo lastne storitve primerjave proizvodov družbe Google, ki ji jo očita Komisija, in učinkom, ki ga je ta ugotovila, to je izrinjanjem konkurenčnih storitev primerjave zaradi zmanjšanja prometa z njenih strani s splošnimi zadetki.
- 369 Vendar je treba že uvodoma poudariti, da je – kot poudarja Komisija in kot je bilo pojasnjeno v točki 69 zgoraj – ravnanje družbe Google, ki se izpodbija v izpodbijanem sklepu, sestavljeno iz dveh praks, in sicer na eni strani tega, da je navedena družba svojo storitev primerjave proizvodov na straneh s splošnimi zadetki prikazovala prednostno in privlačno v temu namenjenih „boxih“, ne da bi zanjo veljali njeni prilagoditveni algoritmi, ki so se uporabljali za splošno iskanje, na drugi strani pa tega, da so bile konkurenčne storitve primerjave proizvodov na teh straneh istočasno prikazane zgolj v obliki zadetkov splošnega iskanja (modre povezave) in so bile zaradi uporabe navedenih prilagoditvenih algoritmov večinoma slabo razvrščene. Opozoriti je treba še, da storitev primerjave proizvodov družbe Google ni nikoli prikazana v obliki zadetkov splošnega iskanja, kar velja tudi za preostale storitve te družbe.
- 370 Komisija je v točkah 440 in 537 obrazložitve izpodbijanega sklepa pojasnila, da ne izpodbija meril za izbor, ki jih je izbrala družba Google in so bila opredeljena kot merila upoštevnosti, ampak dejstvo, da se zadetki storitve primerjave proizvodov družbe Google in zadetki tovrstnih konkurenčnih storitev z vidika razvrščanja in prikaza niso obravnavali enako.
- 371 Komisija je prav tako v točki 538 obrazložitve izpodbijanega sklepa pojasnila, da ne izpodbija izpostavitve specializiranih zadetkov primerjave proizvodov, za katere je družba Google presodila, da so upoštevni, ampak dejstvo, da se enaka izpostavitve ni uporabljala hkrati za njeno storitev primerjave proizvodov in za tovrstne konkurenčne storitve.
- 372 To, kar je Komisija izpodbijala, so bile v bistvu povezane prakse, s katerimi se je na eni strani izboljšal položaj storitve primerjave proizvodov družbe Google, na drugi strani pa poslabšal položaj konkurenčnih storitev primerjave proizvodov na straneh s splošnimi zadetki družbe Google. Iz tega izhaja, da analize učinkov teh povezanih praks ni mogoče opraviti tako, da se učinki enega od njihovih vidikov izolirajo od učinkov njihovega drugega vidika.
- 373 Kot poudarja družba Google, ni Komisija v zvezi z nobenim od navedenih vidikov teh praks, če se obravnava ločeno, podala ugovorov glede konkurence. Vendar je bil vsak od teh vidikov v obdobjih in na ozemljih, za katera je Komisija menila, da je bila tam storjena kršitev člena 102 PDEU, izveden skupaj z drugim od njiju, protikonkurenčno pa je bilo po njenem mnenju njuno skupno izvajanje, ki je privedlo do povezanih učinkov.
- 374 Torej je treba pri analizi učinkov hkrati upoštevati učinke uporabe algoritmov za prilagoditev splošnih zadetkov, zlasti algoritma Panda, in učinke izpostavitve storitve primerjave proizvodov družbe Google prek Product Universals in Shopping Units. Tako v nasprotju s tem, kar v bistvu trdi družba Google, učinkov zadevnih praks na konkurenčne storitve primerjave proizvodov ni mogoče analizirati zgolj z vidika vpliva, ki ga je lahko nanje imel prikaz zadetkov storitve primerjave proizvodov družbe Google v Product Universals in Shopping Units, saj je to samo eden od obeh vidikov teh praks, ampak je treba upoštevati tudi vpliv uporabe algoritmov za

prilagoditev splošnih zadetkov. Kot trdi Komisija, izvedba primerjav scenarijev v okviru hipotetične analize, kot je to storila družba Google, če se pri navedenih primerjavah spreminja samo sestavni del zadevnih praks, povezan s prikazom Product Universals ali Shopping Units, privede do izničenja učinka prilagoditvenih algoritmov, saj ta ostane enak v obeh scenarijih v vsaki od teh primerjav.

- 375 Iz tega izhaja, da je treba očitke družbe Google v zvezi s tem, da je Komisija za izmero učinkov zadevnih praks na konkurenčne storitve primerjave proizvodov upoštevala vpliv uporabe algoritmov za prilagoditev splošnih zadetkov na promet h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov s strani s splošnimi zadetki družbe Google, zavrniti ter da študije, ki jih izpostavlja družba Google in s katerimi se meri samo vpliv, ki ga je na promet imel prikaz Product Universals in Shopping Units, kot sta analiza „razlike v razlikah“ ali ablacijski poskus, ne zadostujejo za to, da bi bilo mogoče z njimi izkazati vpliv zadevnih praks na konkurenčne storitve primerjave proizvodov.
- 376 Ker se torej položaj, ki se v obravnavani zadevi obravnava kot protikonkurenčen, ujema s povezanimi praksami, bi lahko družba Google uspešno uveljavljala zgolj hipotetični scenarij, v katerem se ne bi izvajal nobeden od sestavnih delov teh praks, sicer se povezani učinki teh povezanih praks zajamejo le delno.
- 377 Poleg tega se lahko opredelitev zanesljivega hipotetičnega scenarija za analizo učinkov praks, ki naj bi bile na nekem trgu protikonkurenčne, torej opredelitev dogodkov, ki bi se zgodili, če preučevanih praks ne bi bilo, in položaja, ki bi s tem nastal, v položaju, kakršen je ta iz obravnavane zadeve, izkaže za tvegano – ali celo nemogočo – nalogo, če ta hipotetični scenarij v resničnem svetu ne obstaja na trgu, ki je imel sprva podobne značilnosti kot trg ali trgi, na katerih so se te prakse izvajale. Kadar se obravnavajo obstoječa, ne pa samo morebitna ali potencialna konkurenčna razmerja, se mora namreč zanesljiv hipotetični scenarij načeloma ujemati z dejanskim položajem, ki je bil sprva podoben, vendar na njegov razvoj ni vplival skupek vseh zadevnih praks. S primerjavo takega hipotetičnega scenarija s položajem, ugotovljenim na trgu, na katerem se izvajajo zadevne prakse, je mogoče običajno z izoliranjem sprememb, do katerih je prišlo iz drugih razlogov, ugotoviti dejanske učinke teh praks. S tega vidika se hipotetična analiza, pri kateri se v takem položaju primerjata dva dejanska razvojna trenda, razlikuje od ocene potencialnih učinkov, ki – čeprav mora biti realistična – privede do opisa verjetnega položaja.
- 378 Torej v nasprotju s trditvijo družbe Google v okviru porazdelitve dokaznega bremena, na katero je bilo opozorjeno v točkah od 132 do 134 zgoraj, od Komisije pri dokazovanju kršitve člena 102 PDEU, zlasti v zvezi z učinki praks na konkurenco, ni mogoče zahtevati, da na svojo pobudo ali v odgovor na hipotetično analizo, ki jo predloži preiskovano podjetje, sistematično dokaže hipotetični scenarij v zgoraj navedenem smislu. To bi pomenilo, da mora Komisija dokazati, da je imelo zadevno ravnanje dejanske učinke, kar – kot bo natančneje pojasnjeno v točkah 441 in 442 v nadaljevanju v okviru preučitve prvega dela četrtega tožbenega razloga družbe Google – v primeru zlorabe prevladujočega položaja ni potrebno, saj je v tem primeru dovolj dokazati obstoj potencialnih učinkov.
- 379 Drži sicer, da lahko preiskovano podjetje pri izpodbijanju ocene Komisije v zvezi s potencialnimi učinki prakse na trgu – ali dejanskimi učinki, če jih ta opredeli – izpostavi hipotetično analizo. Vendar mora ta omogočati ugotovitev učinkov očitane prakse v celoti, ne pa delnih učinkov.

- 380 Čeprav je Komisija v obravnavani zadevi sama pripravila preglednico 23 izpodbijanega sklepa, ki je temeljila na podatkih ablacijskega poskusa družbe Google, s čimer ji je odgovorila na izpostavitve tega poskusa, ni trdila, da bi bil to hipotetični scenarij. Kot namreč Komisija navaja v točki 523 in naslednjih obrazložitve izpodbijanega sklepa, se v tej preglednici upošteva samo eden od obeh vidikov zadevnih praks, to je meritev vpliva, ki ga je na promet s strani s splošnimi zadetki h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov imel prikaz Shopping Units. Kot pa je razvidno iz točke 378 zgoraj, družba Google ne more uspeti z očitkom Komisiji, da ni pripravila hipotetičnega scenarija.
- 381 Obrobno je treba še dodati, da je trditev družbe Google, navedena v točki 365 zgoraj, to je, da ni imela možnosti, da bi podala pripombe k izračunu, na podlagi katerega je bila izdelana preglednica 22 izpodbijanega sklepa, kar naj bi pomenilo poseg v njeno pravico do obrambe, brezpredmetna. Namen tega vmesnega izračuna, ki je nato Komisiji omogočil izdelavo preglednice 23, na katero je bilo napoteno v točki 380 zgoraj, je bil namreč zgolj podrobno odgovoriti na hipotetično analizo, ki jo je družba Google že uveljavljala v upravnem postopku, vendar je bila – kot je razvidno iz točke 375 zgoraj – netočna, ni pa bil namen tega izračuna pokazati – na kar bo opozorjeno v nadaljevanju – učinke vseh zadevnih praks na promet s strani s splošnimi zadetki družbe Google h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov.
- 382 Komisija se torej lahko, da bi dokazala resnične ali potencialne učinke praks, ki jih preučuje, opre zlasti na še druge elemente, izpeljane iz opazovanja resničnega razvoja trga ali trgov, na katerih se te prakse izvajajo. Če je ugotovljena medsebojna povezanost med temi praksami in spremembo konkurenčnega položaja na teh trgih, je mogoče vzročno zvezo med navedenimi praksami in razvojem trga dokazati z dodatnimi elementi, ki lahko vključujejo na primer presoje udeležencev na trgu, njihovih dobaviteljev, njihovih strank, poklicnih združenj ali potrošnikov. Po potrebi mora preiskovano podjetje tudi samo navesti upoštevne elemente, ki vzbujajo dvom o tej vzročni zvezi.
- 383 Komisija je v obravnavani zadevi v oddelku 7.2.3.2 obrazložitve izpodbijanega sklepa, posebej posvečenem vplivu zadevnih praks na promet s strani s splošnimi zadetki družbe Google h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov, v točkah od 464 do 474 obrazložitve najprej opozorila na izjave devetih skupin, ki v več zadevnih državah ponujajo storitve primerjave proizvodov – kot so eBay, Nextag, Twenga ali Axel Springer – pri čemer je navedla, da so te storitve primerjave od različnih datumov od sredine leta 2007 zabeležile znaten upad prometa s strani s splošnimi zadetki družbe Google, čeprav se je ta včasih začasno spet povečal. Tako je na primer v točki 464 obrazložitve izpodbijanega sklepa navedeno, da so odvisne družbe družbe eBay, ki ponujajo storitve primerjave proizvodov, med septembrom 2009 in septembrom 2010 izgubile približno 30 % tega prometa v Združenem kraljestvu, 40 % v Franciji in 55 % v Nemčiji, preden so bili ugotovljeni še drugi upadi prometa k temu ali onemu od njihovih spletnih mest za primerjavo proizvodov. Po navedbah v izpodbijanem sklepu te skupine navedene upade v bistvu pripisujejo spremembam algoritmov za prilagoditev splošnih zadetkov družbe Google, zlasti algoritma Panda, ki so se udeležile kot zmanjšanje indeksa vidnosti Sistrix za storitve primerjave proizvodov. Kot je navedeno v opombi št. 398 izpodbijanega sklepa, je indeks vidnosti Sistrix podatek, ki ga enkrat tedensko objavlja družba z istim imenom, s katerim se hkrati upoštevata pogostost prikaza („trigger rate“) spletnega mesta med zadetki splošnega iskanja in njegova razvrstitev med njimi.
- 384 V zvezi s tem Komisija v točki 476 obrazložitve izpodbijanega sklepa z devetimi grafi prikazuje razvoj indeksa vidnosti Sistrix in prometa s strani s splošnimi zadetki družbe Google (izmerjenim na podlagi števila „klikov“ na splošne povezave) k trem konkurenčnim storitvam primerjave

proizvodov med letoma 2010 in 2014 v Združenem kraljestvu, med letoma 2008 in 2014 v Nemčiji ter med letoma 2010 in 2014 v Franciji. Ugotoviti je mogoče precej tesno povezanost med obema razvojnima trendoma – razen za idealo.de v Nemčiji leta 2014, v katerem se obe krivulji razhajata – in na splošno v tem obdobju upad obeh krivulj – znova razen za idealo.de, kar naj bi bilo v skladu z navedbo v opombi št. 575 izpodbijanega sklepa na podlagi pojasnila, ki ga je predložila družba Google, mogoče pojasniti s tem, da se algoritem Panda za idealo.de ni nikoli uporabljal. Ob zanemarjenju vrednosti s konca obdobja, ki so preveč blizu ničle, znašajo upadi med začetkom in koncem obdobja – ne glede na vmesna nihanja – od upada z 2 na 1, torej 50 % (guenstiger.de in touslesprix.com), pa vse tja do upada s 15 na 1, torej 93 % (dealttime.co.uk).

385 Komisija v točki 479 obrazložitve izpodbijanega sklepa poudarja, da analiza „razlike v razlikah“, ki jo je opravila družba Google in v kateri se preučuje zlasti razvoj prometa s strani s splošnimi zadetki družbe Google k desetim konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov v Združenem kraljestvu, Nemčiji, Franciji in na Nizozemskem med letoma 2004 in 2014, prav tako omogoča ugotovitev upada tega prometa k zadevnim storitvam primerjave proizvodov, še zlasti po uvedbi algoritma Panda, vendar tudi dolgoročno. Čeprav razlikovalni vidik te analize, ki jo izpostavlja družba Google, ni prilagojen, saj – kot je bilo pojasnjeno v točki 375 zgoraj – temelji na nezadostnem hipotetičnem scenariju, je namreč mogoče na podlagi neobdelanih podatkov iz te analize, predloženih v prilogi A90 k tožbi, oceniti razvoj tega prometa za obdobja kršitve, ki jih je Komisija opredelila za vsako državo, torej od trenutka, ko so bili v njej uvedeni Product Universals. Ugotoviti je mogoče upade v celotnem trajanju teh obdobj, najpogosteje znatne po letu 2011, in sicer za veliko večino od 40 storitev primerjave proizvodov, zajetih v analizi „razlike v razlikah“, čeprav so bili lahko pred ali med upadi ugotovljeni porasti in čeprav to ne velja za vse storitve primerjave proizvodov v Nemčiji in na Nizozemskem.

386 Komisija v točki 481 obrazložitve izpodbijanega sklepa v obliki grafov, izdelanih na podlagi podatkov, ki jih je predložila družba Google, predstavlja skupni razvoj prometa od januarja 2004 do decembra 2016 za Združeno kraljestvo, Francijo, Nemčijo, Španijo, Nizozemsko, Italijo, Dansko in Poljsko s strani splošnih zadetkov družbe Google k 361 konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov, ki jih je opredelila družba Google (grafi od 27 do 36 izpodbijanega sklepa). V Združenem kraljestvu je od septembra 2010 kljub vmesnim povečanjem viden znaten upad tega prometa (z več kot 30 milijonov klikov na manj kot 5 milijonov). Enako stanje je mogoče ugotoviti v Franciji od septembra 2010 (zmanjšanje z več kot 60 milijonov klikov na manj kot 10 milijonov). Enako je mogoče ugotoviti za Nemčijo od septembra 2010 (zmanjšanje z več kot 80 milijonov klikov na manj kot 40 milijonov). Enako velja za Španijo od januarja 2011 (zmanjšanje z več kot 20 milijonov klikov na manj kot 5 milijonov). Na Nizozemskem pa je upad opazen šele od januarja 2015 (z 18 milijonov klikov na približno 10 milijonov). Podobno je tudi v Italiji, kjer je krivulja od vrhunca septembra 2010, ko je bilo doseženih skoraj 35 milijonov klikov, nepravilna in se konča pri nekaj več kot 20 milijonih klikov, kar je raven, ki je bila prvič dosežena leta 2008. Komisija v zvezi z zadnjenavedenima državama priznava, da je zadevni promet ostal na splošno stabilen. Glede Danske promet kaže težnjo k naraščanju, razen če se iz podatkov ne izloči storitev primerjave proizvodov PriceRunner, kot je to storila Komisija; v tem primeru promet od septembra 2010 trendno upada (z več kot 2 milijonov klikov na približno 500.000). Enak položaj je mogoče ugotoviti na Poljskem, kjer storitev primerjave proizvodov Ceneo povzroča trend naraščanja. Če to storitev izločimo iz podatkov, kot je to storila Komisija, promet od maja 2013 upada (z 18 milijonov klikov na 8 milijonov).

387 Komisija v točki 482 in naslednjih obrazložitve izpodbijanega sklepa navaja, da je poleg tega pripravila vzorce storitev primerjave proizvodov, konkurenčnih tovrstni storitvi družbe Google, v štirih državah, v katerih je bilo mogoče dobro ponazoriti dolgoročni vpliv obravnave, ki jo je

družba Google namenila tem storitvam primerjave na svojih straneh s splošnimi zadetki, saj je bil tam delež prikaza Shopping Units posebej velik. Te države so Združeno kraljestvo, za katero je Komisija pripravila vzorec dvanajstih konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, Nemčija, za katero je pripravila vzorec devetih konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, Nizozemska, za katero je pripravila vzorec šestih konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, in Francija, za katero je pripravila vzorec osmih konkurenčnih storitev primerjave proizvodov. Kot naj bi bilo razvidno iz grafov od 53 do 56 v izpodbijanem sklepu, naj bi se promet s strani s splošnimi zadetki družbe Google k storitvam primerjave, vključenim v te vzorce, med letoma 2011 in 2016 dejansko zmanjšal v Združenem kraljestvu, Nemčiji in Franciji, medtem ko naj bi se na Nizozemskem do leta 2014 povečeval, nato pa naj bi se prav tako zmanjšal. Natančneje, iz teh grafov je mogoče razbrati upad za več kot polovico v Združenem kraljestvu in Franciji, majhen upad od leta 2014 v Nemčiji in upad za približno tretjino od leta 2014 na Nizozemskem.

388 Dalje, čeprav je to vključeno v oddelek 7.3.2 izpodbijanega sklepa, v katerem se posebej obravnava ocena obstoja protikonkurenčnih učinkov zadevnih praks ob predpostavki, da bi trg storitev primerjave proizvodov vključeval tudi trgovske platforme, so rezultati druge študije („the Second Analysis“) – ki jo Komisija za to navaja ter katere parametri in glavni rezultati so predstavljeni v točki 612 in naslednjih obrazložitve, podrobni rezultati pa sestavljajo Prilogo I k izpodbijanemu sklepu – pomenljivi. Iz njih je za vsako od trinajstih držav, v katerih je Komisija upoštevala obstoj zlorabe prevladujočega položaja družbe Google, razviden upad deleža konkurenčnih storitev primerjave proizvodov v prometu s strani s splošnimi zadetki družbe Google v primerjavi s tovrstno storitvijo družbe Google in trgovskimi platformami, tudi če se za nekatere države absolutna vrednost tega prometa v korist konkurenčnih storitev primerjave proizvodov povečuje. Iz te študije je na primer za Češko republiko med letoma 2011 in 2016 razviden upad deleža konkurenčnih storitev primerjave proizvodov s 73 % na 47 % (povečanje absolutne vrednosti letnega števila klikov z 62,1 milijona na 179,6 milijona). Za Avstrijo je v istem obdobju v študiji zabeležen upad deleža konkurenčnih storitev primerjave proizvodov z 48 % na 16 % ali z 39 % na 15 % glede na vnesene prilagoditve (upad absolutne vrednosti letnega števila klikov z 68,6 milijona na 60,9 milijona).

389 Ob upoštevanju teh različnih elementov, ki jih je Komisija izpostavila v izpodbijanem sklepu, je treba najprej ugotoviti, da niti družba Google niti združenje CCIA v svojih vlogah ne navajata nobenega elementa, s katerim bi izpodbijala to, da je promet s strani s splošnimi zadetki družbe Google h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov v trinajstih državah, v katerih je Komisija ugotovila kršitev, na splošno upadel. Najprej, izpodbijata namreč zgolj vzročno zvezo med praksami, ki se očitajo družbi Google, in temi upadi. Na navedeno neizpodbijanje kaže na primer več stavkov v točki 253 tožbe oziroma točki 147 replike. Družba Google tako trdi, da, „če sta razvrščanje storitev primerjave proizvodov med splošne zadetke iskalnika Google in povezani promet iz iskanja upadla, to kaže na preference uporabnikov, ki dajejo prednost trgovskim platformam“, ter da „je do upada prometa zaradi uporabe [določenih algoritmov] [...] prišlo neodvisno od zatiranje zlorabe“. Dalje, glede druge študije, predstavljene v točki 612 in naslednjih obrazložitve izpodbijanega sklepa, v delu, v katerem se nanaša na promet s strani s splošnimi zadetki družbe Google h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov, družba Google izpodbija samo koristnost te študije za presojo, ali je njeno ravnanje lahko imelo protikonkurenčni učinek, ker naj se v njej ne bi upoštevali viri obiskov, ki pomenijo alternativo njenim stranem s splošnimi zadetki. Kot je razvidno iz točke 626 obrazložitve izpodbijanega sklepa ter točk 351 in 352 tožbe, družba Google ne izpodbija same ocene tega prometa.

- 390 Družba Google poleg tega za izpodbijanje vzročne zveze med zadevnimi praksami in upadom prometa s svojih strani s splošnimi zadetki k storitvam primerjave proizvodov, konkurenčnim njenim tovrstnim storitvam, navaja, da Komisija ni upoštevala virov prometa, ki so jih imele storitve primerjave proizvodov poleg njenih splošnih zadetkov. Vendar s to trditvijo ni mogoče izpodbiti vzročne zveze med ravnanjem družbe Google, za katero se ocenjuje, da je bilo protikonkurenčno, in upadom prometa h konkurenčnim storitvam primerjave samo z njenih strani s splošnimi zadetki. Trditev v zvezi z drugimi viri prometa bo obravnavana pri preučitvi četrtega tožbenega razloga, saj je ponovljena v njegovo utemeljitev.
- 391 Družba Google še trdi, da Komisija ni upoštevala splošnega razvoja sektorja in spremenjenih preferenc uporabnikov, zlasti vse večje priljubljenosti trgovskih platform, ki se uporabljajo tudi za poizvedbe glede primerjave proizvodov. Družba Google v zvezi s tem v bistvu navaja, da so te platforme v nasprotju s storitvami primerjave proizvodov izboljšale kakovost svojih storitev, zato so med uporabniki postale bolj priljubljene od navedenih storitev primerjave, s tem pa tudi bolje razvrščene med splošnimi zadetki v primerjavi z njimi. Vendar je ta razlaga, čeprav je mogoča, tesno povezana z delovanjem algoritmov za razvrščanje splošnih zadetkov iskalnika Google, ki je – kot je bilo navedeno v točki 373 zgoraj – sestavni del zadevnih praks.
- 392 Ker torej družba Google ni mogla razlikovati med tistim, kar naj bi bilo med spremembami pri razvrščanju trgovskih platform oziroma storitev primerjave proizvodov zajeto samo z izboljšanjem kakovosti storitev trgovskih platform v primerjavi s kakovostjo storitev specializiranih storitev primerjave proizvodov, pri čemer je vse preostalo enako, in tistim, kar naj bi bilo zajeto s spremembami, vnesenimi v njene algoritme, zlasti z uvedbo algoritma Panda, s to razlago ni mogoče – niti delno – izpodbiti vzročne zveze, ki jo je Komisija ugotovila med zadevnimi praksami in upadom prometa s strani s splošnimi zadetki družbe Google h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov.
- 393 Poleg tega je treba ugotoviti, da družba Google v svojih trditvah ne izpodbija vzročne zveze med vidnostjo spletnega mesta med splošnimi zadetki, kot je udejanjena z indeksom vidnosti Sistrix, in obsegom prometa s teh zadetkov k navedenemu mestu. Ne izpodbija torej dejstva, da njeni algoritmi za razvrščanje splošnih zadetkov vplivajo na ta promet. Ta vzročna zveza pa se neposredno nanaša na enega od sestavnih delov očitanih praks, to je običajno slabo razvrščanje konkurenčnih storitev primerjave proizvodov med splošnimi zadetki, in na učinke tega sestavnega dela, to je upad prometa s strani s splošnimi zadetki družbe Google k tem storitvam primerjave proizvodov.
- 394 V teh okoliščinah je Komisija – ob upoštevanju na eni strani splošnega upada prometa, ki ga družba Google ne izpodbija, in elementov, ki izhajajo iz izjav devetih skupin, ki ponujajo storitve primerjave proizvodov, ter primerov upada prometa, povezanih z razvojem indeksa vidnosti Sistrix, različnih storitev primerjave proizvodov, predstavljenih v izpodbijanem sklepu, na drugi strani pa tega, da družba Google ni predložila nasprotnih dokazov – dokazala, da so očitane prakse povzročile upad prometa iz splošnega iskanja k skoraj vsem konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov.
- 395 Iz navedenega izhaja, da je treba prvi del tretjega tožbenega razloga zavrniti.

b) Drugi del tretjega tožbenega razloga: Komisija ni dokazala, da so zadevne prakse povzročile povečanje prometa s strani splošnih zadetkov družbe Google k njeni storitvi primerjave proizvodov

1) Trditve strank

396 Družba Google v drugem delu tretjega tožbenega razloga trdi, da Komisija v oddelku 7.2.3.3 izpodbijanega sklepa napačno trdi, da so očitane prakse povečale promet k njeni storitvi primerjave proizvodov.

397 Na prvem mestu, družba Google trdi, da te prakse niso povzročile zmanjšanja prometa h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov, zato do morebitnega povečanja prometa k njeni storitvi primerjave proizvodov ni moglo priti na njihov račun, to povečanje pa ni moglo biti dejavnik izrinjanja. Prakse z učinkom izrinjenja bi morale že po naravi podjetju, ki jih izvaja, omogočiti prevzem prodaje, ki bi jo ob njihovem neobstoju uresničili konkurenti. Tako naj bi Product Universals in Shopping Units zgolj povzročili rast trga kot celote, ne da bi to imelo negativne posledice za konkurenčne storitve primerjave proizvodov. Družba Google v repliki še dodaja, da naj – tudi se če trditev Komisije, da je po začetku uporabe algoritma Panda promet h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov upadel, sprejme – ne bi bilo mogoče v povezavi s tem dogodkom ugotoviti nobene spremembe v razvoju prometa k njeni storitvi primerjave proizvodov, kar naj bi dokazovalo, da je ta algoritem mogoče dajal prednost trgovskim platformam, ne pa storitvi primerjave proizvodov družbe Google.

398 Na drugem mestu, družba Google ob podpori združenja CCIA meni, da je Komisija pretiravala pri obsegu prometa, ki ga je pridobila njena storitev primerjave proizvodov. Prvič, v ta promet naj bi vključila klike na oglase v Shopping Units, čeprav naj ti kliki ne bi preusmerili na stran s specializiranimi zadetki Google Shopping, ampak na prodajna mesta tretjih oseb. Trditev družbe Visual Meta, da naj bi ta mehanizem pomenil spodbudo za zadevne prodajalce, da se včlanijo v Google Shopping, s čimer naj bi ta storitev primerjave pridobila prednost, naj ne bi bila vključena v izpodbijani sklep. Komisija naj bi klike na oglase za proizvode vštela izključno na podlagi trditve, da prihodki Shopping Units koristijo spletnemu mestu Google Shopping. Vendar, kot je že bilo navedeno v okviru drugega tožbenega razloga, naj ta trditev ne bi bila točna. Zato naj bi družba Visual Meta napačno trdila, da se prihodki iz Shopping Units stekajo neposredno h Google Shopping. Poleg tega naj Komisija tega v izpodbijanem sklepu ne bi navedla. Družba Google v stališču o intervencijskih vlogah družb Foundem in Visual Meta dodaja, da izpodbijani sklep vsebuje protislovje, saj je v njem zavrnjeno to, da predstavlja enoten subjekt, in hkrati predpostavljeno, da se eni od njenih posebnih storitev, to je njeni storitvi primerjave proizvodov, s temi kliki daje prednost, čeprav sročijo plačila za družbo Google na splošno. V zvezi s tem naj bi se družba Visual Meta s trditvijo, da notranja razporeditev prihodkov ali organizacija družbe Google nista pomembni, oddaljila od izpodbijanega sklepa. Združenje CCIA podobno trdi, da Product Universals in Shopping Units niso del storitve primerjave proizvodov družbe Google, kar naj bi Komisija priznala v točkah 408, 412 in 423 obrazložitve izpodbijanega sklepa. Družba Google v stališču o intervencijski vlogi družbe Foundem na primer trdi, da oglasi v Shopping Units ne izhajajo s specializirane strani Google Shopping. Tehnologije, infrastrukture in formati teh dveh storitev naj bi bili različni, kar naj bi bilo Komisiji dokazano med upravnim postopkom in naj tega ne bi izpodbijala. Družba Google v stališču o intervencijski vlogi združenja VDZ še trdi, da ni mogoče Shopping Units nič bolj kot Product Universals obravnavati kot storitvi primerjave proizvodov. Te enote naj namreč ne bi omogočale primerjave različnih ponudb za enak proizvod ali model, kar bi morala biti naloga storitev primerjave proizvodov, ampak naj bi ponujale več proizvodov, ki bi lahko odgovarjali povpraševanju internetnega uporabnika. Med

upravnim postopkom naj bi več sodelujočih v njem to stališče podprlo, Komisija pa naj bi ga upoštevala pri pripravi zgoraj navedenih točk 408, 412 in 423 obrazložitve izpodbijanega sklepa. Drugič, po navedbah družbe Google naj bi Komisija napačno upoštevala klike na zavihek Shopping, ki se prikaže v meniju nad stranjo z zadetki. Obstoje tega zavihka naj namreč ne bi spadal med elemente, ki pripomorejo k praksam, ki se obravnavajo kot zloraba in katerih vpliv naj bi bilo treba edini ocenjevati. Komisija naj poleg tega v odgovoru na tožbo ne bi izpodbijala, da ta zavihek ni zadetek iskanja. Zaradi teh dveh napak naj bi za večkratno vrednost precenila promet, ki se je s Product Universals in Shopping Units stekal k storitvi primerjave proizvodov družbe Google. Kot naj bi bilo razvidno iz grafa, pripravljenega na podlagi podatkov o povezavi v obdobju ugotovljene kršitve, naj bi družba Google s svojih strani s splošnimi zadetki h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov dejansko poslala promet, večkrat večji od prometa, poslanega k svoji storitvi primerjave proizvodov, še trikrat večji promet pa k trgovskim platformam.

399 Na tretjem mestu, kliki na Product Universals in Shopping Units naj bi izražali upoštevnost teh zadetkov in preference uporabnikov. V zvezi s tem naj obrazložitev izpodbijanega sklepa ne bi bila prepričljiva, saj naj bi Komisija v točki 494 obrazložitve zgolj navedla, da je klikov na Product Universals in Shopping Units toliko več, kolikor večji je delež njihovega prikaza. Ne bi naj upoštevala dejstva, da družba Google – kot vsi iskalniki – Shopping Units (in v preteklosti Product Universals) prikazuje na podlagi njihove upoštevnosti in da uporabniki klikajo nanje zaradi njihove uporabnosti, ne pa zato, ker se prikažejo. Vidnost Product Universals in Shopping Units ter kliki, ki jih izzovejo, naj bi bili posledica izboljšanja kakovosti zadetkov za proizvode in oglasov za proizvode družbe Google ter preferenc uporabnikov. Tako naj bi poskus, ki ga je družba Microsoft izvedla na svojem iskalniku Bing (poimenovan Bing Algo Experiment) in na katerega je napoteno v točkah 460 in 461 obrazložitve izpodbijanega sklepa, pokazal, da so uporabniki dovzetni za upoštevnost zadetkov. Premestitev manj upoštevanih zadetkov na prve položaje namesto najbolj upoštevanih zadetkov na straneh s splošnimi zadetki v iskalniku Bing naj bi pokazala, da uporabniki takoj zaznajo poslabšanje kakovosti zaradi dajanja prednosti manj upoštevni zadetkom in da takoj prilagodijo svoje ravnanje. Družba Microsoft naj bi morala zato ta poskus končati po enem tednu. Poleg tega družba Google trdi, da slike, prikazane v Product Universals ali Shopping Units, internetnim uporabnikom omogočajo preprostejšo oceno upoštevni ponujenega zadetka, saj imajo predogled proizvoda, ki ga iščejo. Zato naj bi brez oklevanja kliknili na te specializirane zadetke s slikami, kadar menijo, da so *a priori* uporabni za njihovo proizvodbo, pa tudi obratno. To naj bi pokazale študije, v katerih se spremlja premikanje oči internetnih uporabnikov (sledenje očem oziroma „eye-tracking“ v angleščini in „oculométrie“ v francoščini), ki jih je izvedla družba Google. Slike naj bi bile torej element kakovosti zadetkov za proizvode družbe Google, ne pa umetni element, katerega namen bi bil izzvati klike. Torej naj bi bilo to, da so uporabniki več let klikali na Product Universals in Shopping Units, zgolj posledica njihove upoštevnosti, ne pa njihovega razvrščanja in prikaza. Komisija naj ne bi nikoli dokazala nasprotnega. V zvezi s tem naj bi bil razlog za to, da vzpon trgovskih platform na promet k storitvi primerjave proizvodov družbe Google ni vplival enako kot na promet h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov, to, da je družba Google drugače kakor pri zadnjih navedenih uvedla inovacije za svoje zadetke in oglase za proizvode ter tako ni dopustila, da bi jo družba Amazon in druge trgovske platforme prehitele, ni pa se to zgodilo zaradi razvrščanja in prikaza Product Universals in Shopping Units, kot naj bi bilo mogoče razbrati iz navedb Komisije v točki 517 obrazložitve izpodbijanega sklepa.

400 Komisija, organizacija BEUC, družba Foundem, združenji VDZ in BDZV, družbe Visual Meta, Twenga in Kelkoo ter Zvezna republika Nemčija trditve družbe Google prerekajo.

2) Presoja Splošnega sodišča

- 401 Najprej je treba opozoriti, da je Komisija v oddelku 7.2.3.3 izpodbijanega sklepa ugoden vpliv zadevnih praks na promet storitve primerjave proizvodov družbe Google obrazložila, kot je navedeno spodaj.
- 402 Komisija je najprej v točkah 490 in 491 obrazložitve izpodbijanega sklepa navedla, da storitev primerjave proizvodov družbe Google pred uvedbo teh praks ni bila uspešna in je izgubila približno 20 % prometa na leto. V točki 492 obrazložitve tega sklepa je Komisija navedla, da se je po vpeljavi Product Universals v Združenih državah Amerike novembra 2007 promet družbe Google v enem mesecu podvojil. V točki 493 obrazložitve tega sklepa je Komisija poudarila, da je družba Google sama hvalila učinkovitost oglasov v Shopping Units za prodajalce. V točki 494 obrazložitve tega sklepa je Komisija v obliki grafov ponazorila medsebojno povezanost med deležem proženja ali prikaza („trigger rate“) Product Universals – in nato Shopping Units – in prometom s strani s splošnimi zadetki družbe Google k njeni storitvi primerjave proizvodov v obdobjih, ko so se v Združenem kraljestvu, Nemčiji, na Nizozemskem in v Franciji uporabljale te vrste specializiranih zadetkov. Za Združeno kraljestvo je na primer v grafu 37 ta medsebojna povezanost ponazorjena med januarjem 2008 in januarjem 2013 za Product Universals, v grafu 38 pa za obdobje med februarjem 2013 in decembrom 2014 za Shopping Units. Iz teh dveh grafov je razvidno, da se je promet k storitvi primerjave proizvodov družbe Google s približno 5 milijonov povečal na približno 30 milijonov klikov na mesec s Product Universals, nato pa s približno 30 milijonov na približno 120 milijonov klikov na mesec s Shopping Units.
- 403 Komisija je v točkah 495 in 496 obrazložitve izpodbijanega sklepa predstavila primerjalni razvoj prometa s strani s splošnimi zadetki družbe Google k 361 konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov, ki jih je navedla družba Google, oziroma k storitvi primerjave proizvodov družbe Google, in sicer od začetka zadevnih praks v vsaki od držav do leta 2016 v Združenem kraljestvu, Nemčiji, Franciji, Španiji, Italiji, na Nizozemskem, Danskem in Poljskem. Za Združeno kraljestvo je na primer iz grafa 45 med januarjem 2008 in decembrom 2016 razviden upad s 25 milijonov na približno 5 milijonov klikov na mesec za konkurenčne storitve primerjave proizvodov in povečanje z nične ravni na približno 350 milijonov klikov na mesec za storitev primerjave proizvodov družbe Google. Ugotoviti je treba, da je promet h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov predstavljen kot stabilen v Italiji, na Nizozemskem, Danskem in Poljskem, kar se sklada z navedbami iz oddelka 7.2.3.2 v zvezi z vplivom zadevnih praks na promet h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov, vendar je iz grafov od 49 do 52 razvidno, da se je v teh štirih državah znatno povečal promet s teh strani k storitvi primerjave proizvodov družbe Google.
- 404 Komisija je v točkah od 497 do 501 obrazložitve izpodbijanega sklepa navedla podobne informacije na letni osnovi za obdobje od leta 2011 do leta 2016, pri čemer je primerjala promet s strani s splošnimi zadetki družbe Google k vzorcem konkurenčnih storitev primerjave proizvodov in k storitvi primerjave proizvodov družbe Google v Združenem kraljestvu, Nemčiji, na Nizozemskem in v Franciji. Ti vzorci so enaki kot tisti, navedeni v točki 387 zgoraj. Medtem ko je bil promet za vzorce v teh štirih državah leta 2011 veliko večji, naj bi leta 2016 promet v korist storitve primerjave družbe Google postal 14-krat večji od prometa v korist vzorca v Združenem kraljestvu, več kot 2-krat večji v Nemčiji, več kot 2,7-krat večji na Nizozemskem in več kot 4,7-krat večji v Franciji.

- 405 Poleg tega je iz druge študije, že navedene v točki 388 zgoraj – iz oddelka 7.3.2 izpodbijanega sklepa, ki se posebej nanaša na oceno obstoja protikonkurenčnih učinkov zadevnih praks ob predpostavki, da bi trg storitev primerjave proizvodov zajemal tudi trgovske platforme – za vsako od trinajstih držav, v katerih je Komisija ugotovila obstoj zlorabe prevladujočega položaja družbe Google, razvidno povečanje deleža storitve primerjave proizvodov družbe Google v prometu s strani s splošnimi zadetki te družbe v primerjavi s konkurenčnimi storitvami primerjave proizvodov in v primerjavi s trgovskimi platformami. V tej študiji je na primer za Belgijo navedeno, da se je med letoma 2011 in 2016 delež storitve primerjave proizvodov družbe Google povečal z 0 % na 22 % oziroma z 0 % na 24 % glede na vnesene prilagoditve. Za Norveško je v tej študiji za isto obdobje navedeno, da se je delež storitve primerjave proizvodov družbe Google povečal z 0 % na 32 % oziroma z 0 % na 33 % glede na vnesene prilagoditve.
- 406 Glede trditev družbe Google je treba ugotoviti, da ob upoštevanju zavrnitve prvega dela tretjega tožbenega razloga za razglasitev ničnosti, ki se preučuje v tej fazi, premise prvega sklopa trditev družbe Google, povzete v točki 397 zgoraj, to je, da očitane prakse niso povzročile upada prometa h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov, že uvodoma ni mogoče sprejeti, kar velja tudi za od nje odvisne trditve, katerih namen je dokazati, da se promet v korist storitve primerjave proizvodov družbe Google ni mogel povečati v škodo konkurenčnih storitev primerjave. Vendar bi bilo treba ta prvi sklop trditev – tudi če Komisija ne bi dokazala upada prometa h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov – zavrni, saj z njim nikakor ni mogoče dokazati, da se del prometa, ki ga je storitev primerjave proizvodov družbe Google lahko pridobila, ker je bila na svojih straneh s splošnimi zadetki bolj vidna kot konkurenčne storitve primerjave proizvodov, ob neobstoju zadevnih praks ne bi mogel preusmeriti k zadnjenavedenim oziroma, drugače povedano, ker s tem sklopom ni mogoče dokazati, da se to povečanje ni zgodilo v škodo navedenih storitev primerjave, katerih promet bi se ob neobstoju zadevnih praks – tudi če ni upadel – lahko povečal. Trditev iz replike, da se razvoj prometa k storitvi primerjave proizvodov družbe Google po začetku uporabe algoritma Panda ni spremenil, bo preučena v točkah od 414 do 418 v nadaljevanju skupaj s tretjim sklopom trditev, v skladu s katerimi je ta razvoj posledica upoštevnosti Product Universals in Shopping Units, ne pa zadevnih praks, oziroma, drugače povedano, skupaj s trditvami, s katerimi se izpodbija vzročna zveza med temi praksami in morebitnim povečanjem navedenega prometa.
- 407 Glede drugega sklopa trditev družbe Google, povzetega v točki 398 zgoraj, to je, da je Komisija precenila obseg prometa, ki se je stekal k storitvi primerjave proizvodov družbe Google, je treba najprej ugotoviti, da je iz opomb št. 603, 604 in 606 izpodbijanega sklepa ter odgovorov družbe Google in Komisije na vprašanja Splošnega sodišča razvidno, da je bil promet s strani s splošnimi zadetki družbe Google k storitvi primerjave proizvodov te družbe ocenjen na podlagi podatkov, ki jih je predložila in pojasnila družba Google. Med strankama ni sporna točnost samih podatkov, ampak se ne strinjata o tem, katere od njih bi bilo treba uporabiti za opredelitev obsega prometa, ki se je s strani s splošnimi zadetki družbe Google stekal k storitvi primerjave proizvodov te družbe. V zvezi s tem je Komisija za obdobje, v katerem se je za stran za specializirano iskanje in zadetke uporabljalo poimenovanje „Google Product Search“, upoštevala samo klike, ki so internetnega uporabnika preusmerili na specializirano stran z istim imenom, pri nekaterih ocenah vključno s kliki na specializirani zavihek menija. Vendar je Komisija za obdobje, v katerem se je za isto stran uporabljalo poimenovanje „Google Shopping“, upoštevala ne samo klike, ki so internetnega uporabnika preusmerili na specializirano stran z istim imenom, vključno s kliki na zavihek Shopping, prikazan v meniju, ampak tudi klike, ki so tega uporabnika s Shopping Units preusmerili neposredno na spletno mesto prodajalca. Nasprotno je družba Google v tožbi

v obliki preglednice, vključene v točko 269 te tožbe, predložila številčne podatke, v katerih so všeti samo kliki na Product Universals in Shopping Units, ki so preusmerili k specializirani strani, poimenovani Product Search, kasneje poimenovani Google Shopping.

- 408 Splošno sodišče meni, da je treba očitke družbe Google, ki se nanašajo na upoštevanje klikov na oglase v Shopping Units in, odvisno od primera, klike na zavihek menija, ki preusmeri na specializirano stran Google Product Search ali Google Shopping, kakršen je zavihek Shopping, pri presoji prometa storitve primerjave proizvodov družbe Google z njenih strani s splošnimi zadetki, zavrniti.
- 409 Kot je bilo na eni strani namreč že navedeno v točkah od 328 do 339 zgoraj, je v točkah od 26 do 35 in od 414 do 421 obrazložitve izpodbijanega sklepa navedenih dovolj razlogov za ugotovitev, da je imela storitev primerjave proizvodov družbe Google več pojavnih oblik, in sicer obliko specializirane spletne strani, nazadnje poimenovane Google Shopping, skupin zadetkov za proizvode, katerih zadnja razvojna faza so bili Product Universals, in oglasov za proizvode, katerih zadnja razvojna faza so bili Shopping Units.
- 410 Po drugi strani glede očitka o klikih na zavihek Shopping v meniju nad stranjo z zadetki sicer drži, da se ti kliki opravijo pred uporabo storitve primerjave proizvodov. Vendar že po definiciji kažejo na njeno uporabo, saj pomenijo, da želi internetni uporabnik videti specializirano stran te storitve primerjave. Poleg tega družba Google v točki 57 tožbe pojasnjuje, da približno 60 % internetnih uporabnikov do te specializirane strani dostopa z navedenega zavihka.
- 411 Kot je poleg tega pojasnila Komisija v odgovor na eno od vprašanj Splošnega sodišča – družba Google pa tega ni izpodbijala – Komisija ni nikoli vzporedno upoštevala klikov na to stran, kar bi lahko privedlo do dvojnega štetja za isto poizvedbo.
- 412 Poleg tega dejstvo, da Komisija obstoja zavihka Shopping na strani s splošnimi zadetki ni izpodbijala kot del protikonkurenčnih praks, v nasprotju s trditvijo družbe Google še ne pomeni, da njegovega obstoja ni mogoče upoštevati pri presoji razvoja prometa s strani s splošnimi zadetki k storitvi primerjave proizvodov te družbe. Celotnega navedenega razvoja sicer gotovo ni mogoče pripisati samo ravnanju, ki se očita družbi Google, kar prav tako velja za celoten razvoj prometa s strani s splošnimi zadetki družbe Google h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov. Vendar v obeh primerih obstaja medsebojna povezanost med tem ravnanjem in splošnim trendom navedenega razvoja, pri čemer številni elementi v zvezi s tem dokazujejo vzročno zvezo, na kar je bilo opozorjeno v točki 383 zgoraj za promet h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov in v točki 402 zgoraj za promet v korist storitve primerjave proizvodov družbe Google.
- 413 Kot je Komisija poudarila v svojih vlogah, družba Google nikakor ni navedla, kakšen bi bil razvoj prometa z njenih strani s splošnimi zadetki k njeni storitvi primerjave proizvodov, če ne bi bili všeti kliki na zavihek Shopping, ampak samo kliki na Shopping Units, čeprav je Komisiji predložila ločene podatke za ti različni vrsti klikov. V teh okoliščinah družba Google ni dokazala, da je Komisija napačno prikazala, kako se je ta promet razvijal zaradi praks, za katere je menila, da so protikonkurenčna. Zato je treba podobne očitke družbe Google zoper drugo študijo, predstavljeno v točki 612 in naslednjih obrazložitve izpodbijanega sklepa, v delu, v katerem se nanaša na promet s strani s splošnimi zadetki družbe Google k storitvi primerjave proizvodov te družbe, prav tako zavrniti.

- 414 Glede tretjega sklopa trditev družbe Google, povzetega v točki 399 zgoraj – to je, da so kliki na Product Universals in Shopping Units izražali upoštevnost teh zadetkov in preference uporabnikov, ne pa vpliva protikonkurenčnih praks – je težko oporekati, da so internetni uporabniki na te specializirane zadetke in na te oglase za proizvode kliknili, ker so menili, da so *a priori* koristni za njihove poizvedbe v zvezi z proizvodi, zlasti ker so vsebovali ali upoštevali informacije, zanimive za specializirano iskanje na tem področju.
- 415 Na to kažejo točke od 372 do 377 obrazložitve izpodbijanega sklepa, ki jih je Komisija navedla v odgovoru na tožbo, kot je v bistvu ponazorjeno s prvo od njih, v skladu s katero „vključitev slik, cen in informacij o prodajalcu v zadetke iskanja za proizvod poveča delež klikov [na objavljeno povezavo]“. V zvezi s tem je treba poudariti, da se Komisija v samem izpodbijanem sklepu ne osredotoča na lastno zmogljivost, ki jo je dosegla storitev primerjave proizvodov družbe Google, kar je razvidno iz točk 537 in 538 obrazložitve izpodbijanega sklepa, čeprav je menila, da družba Google na svoji strani s splošnimi zadetki ni vedno na pravem mestu prikazovala najbolj upoštevnihi zadetkov za storitve primerjave proizvodov.
- 416 Kot je bilo že navedeno v točkah 69, 369 in 376 zgoraj, je to, kar Komisija izpodbija, različno obravnavanje na straneh s splošnimi zadetki družbe Google, ki se je uporabljalo za storitev primerjave proizvodov te družbe in tovrstne konkurenčne storitve, zaradi katerega so bili lahko zadetki prve zelo vidni, medtem ko so bili zadetki konkurenčnih storitev primerjave proizvodov lahko prikazani le kot splošni zadetki in so bili poleg tega še slabo razvrščeni.
- 417 Vendar ni mogoče izpodbiti niti tega, da so internetni uporabniki klikali na specializirane zadetke za proizvode družbe Google tudi zato, ker so bili ti na straneh s splošnimi zadetki družbe Google že vnaprej izpostavljeni, kar se ujema z enim od sestavnih delov povezanihi praks, ki se očitajo družbi Google. Če navedeni zadetki ne bi bili tako vidni, kliki nanje ne bi bili tako pogosti, kar je jasno razvidno na eni strani iz primerov medsebojne povezanosti med deležem proženja ali prikaza („trigger rate“) Product Universals – in nato Shopping Units – in prometom, ustvarjenim s kliki internetnih uporabnikov s strani s splošnimi zadetki družbe Google v korist storitve primerjave proizvodov te družbe, ki so navedeni v točki 494 obrazložitve izpodbijanega sklepa, na drugi strani pa iz elementov, navedenih v točki 389 obrazložitve izpodbijanega sklepa, ki se nanašajo na stališče družbe Google, v skladu s katerim je razvrščanje Product Universals z vrha prve strani s splošnimi zadetki proti njenemu dnu znatno vplivalo na število klikov na njihove specializirane zadetke.
- 418 Tretji sklop trditev družbe Google, ki temeljijo na kakovosti njene storitve primerjave proizvodov in s katerimi ta družba izpodbija vzročno zvezo med zadevnimi praksami in povečanjem prometa z njenih strani s splošnimi zadetki k navedeni storitvi primerjave proizvodov, je treba torej prav tako zavriniti, saj je bila ta zveza dokazana ne glede na to, da se je navedeni promet lahko razvijal tudi glede na spremembe, vnesene v to storitev primerjave.
- 419 Ta vzročna zveza se izpodbija tudi s trditvijo iz replike družbe Google, navedeno v točki 397 zgoraj, to je, da se razvoj prometa k storitvi primerjave proizvodov te družbe po začetku uporabe algoritma Panda ni spremenil. Tudi ob predpostavki, da to drži, iz tega izpeljana trditev prav tako trči ob dejstvo, da so zadevne prakse povezane prakse, ki se ne nanašajo samo na algoritme za prilagoditev splošnih zadetkov, med katerimi je algoritem Panda, ampak se nanašajo tudi na način prikaza specializiranihi zadetkov za proizvode.

420 Glede na navedeno je treba drugi del tretjega tožbenega razloga družbe Google zavrniti. Kot je navedeno v točkah 356 in 357 zgoraj, je treba torej preučiti četrti tožbeni razlog, s katerim družba Google trdi, da prakse, ki se ji očitajo, niso imele protikonkurenčnega vpliva na različne opredeljene trge, pri čemer je treba za dokazane šteti materialne posledice teh praks na promet s strani s splošnimi zadetki družbe Google k različnim storitvam primerjave proizvodov, vključno s tovrstno storitvijo te družbe, kot so predstavljene v izpodbijanem sklepu.

c) Prvi del četrtega tožbenega razloga: Komisija naj bi špekulirala o protikonkurenčnih učinkih zadevnih praks

1) Trditve strank

421 Družba Google v okviru četrtega tožbenega razloga trdi, da Komisija ni dokazala, da so zadevne prakse lahko imele protikonkurenčne učinke, ki naj bi sami po sebi povzročili hkrati zvišanje cen za prodajalce in potrošnike ter zmanjšanje inovacij. Predvsem naj se v izpodbijanem sklepu ne bi upoštevala vloga najmočnejših konkurentov družbe Google za primerjavo proizvodov, ki so trgovske platforme, kot je Amazon, niti naj ne bi bilo dano nobeno pojasnilo v zvezi z zatirjevanimi učinki na cene in inovacije.

422 Natančneje, družba Google v okviru prvega dela tega tožbenega razloga trdi, da izpodbijani sklep temelji zgolj na špekulaciji v zvezi s potencialnimi učinki, ne da bi bila v njem preučena dejanski položaj in razvoj trgov. Združenje CCIA navaja isti očitek, zlasti v zvezi z zvišanjem cen in zmanjšanjem inovacij, ki ju navaja Komisija. Družba Google poudarja, da je v točki 589 obrazložitve izpodbijanega sklepa tako navedeno, da bi zadevno ravnanje lahko – ali je verjetno – imelo protikonkurenčne učinke, v točki 593 obrazložitve izpodbijanega sklepa pa, da lahko potencialno privede do izrinjenja storitev primerjave proizvodov, konkurenčnih tovrstni storitvi družbe Google, ter privede do zvišanja cen in zmanjšanja inovacij, kot je bilo navedeno zgoraj. Nikakor naj ne bi bilo izkazano, da so te možnosti resnične.

423 Izpodbijani sklep naj ne bi temeljil na dokazu, da je zadevno ravnanje po svoji naravi protikonkurenčno. Družba Google ob sklicevanju na sodbo z dne 11. septembra 2014, CB/Komisija (C-67/13 P, EU:C:2014:2204, točka 58), trdi, da bi morala Komisija zato dokazati konkretne protikonkurenčne učinke tega ravnanja. Poleg tega naj bi drugi razlog v tem smislu izhajal iz sodbe z dne 6. septembra 2017, Intel/Komisija (C-413/14 P, EU:C:2017:632, točka 139), v kateri naj bi Sodišče razsodilo, da Komisija niti ob ugotovitvi ravnanja podjetja s prevladujočim položajem, ki načeloma pomeni zlorabo, ne more zgolj na podlagi elementov glede tržnega deleža, na katerega se nanaša to ravnanje, ugotoviti, da je dejansko prišlo do zlorabe, ampak mora upoštevati vse okoliščine. V zadevi, v kateri je bila izdana ta sodba, naj bi generalni pravobranilec navedel, da je treba opraviti analizo vseh učinkov (sklepni predlogi generalnega pravobranilca N. Wahla v zadevi Intel Corporation/Komisija, C-413/14 P, EU:C:2016:788, točka 120). Komisija naj bi tako ravnala v zadevi, v kateri je bila izdana njena Odločba z dne 24. marca 2004 v zvezi s postopkom na podlagi člena [102 PDEU] in člena 54 Sporazuma EGP proti Microsoft Corporation (zadeva COMP/C-3/37.792 – Microsoft) (UL 2007, L 32, str. 23), kar naj bi potrdilo Splošno sodišče v sodbi z dne 17. septembra 2007, Microsoft/Komisija (T-201/04, EU:T:2007:289).

424 Prav tako naj ne bi bilo dokazano, da je imela družba Google prevladujoči položaj na nacionalnih trgih storitev primerjave proizvodov, kar bi na teh trgih pomenilo, da je bila konkurenca oslABLJENA. To naj bi bil tretji razlog za opredelitev konkretnih učinkov izrinjenja na teh trgih.

- 425 Družba Google meni, da je očitano ravnanje pomenilo izboljšanje – v okviru konkurence na podlagi učinkovitosti – storitve, zagotovljene internetnim uporabnikom z njene strani za splošno iskanje, saj so bili na njej prikazani zadetki specializiranega iskanja za proizvode in oglasi za proizvode. Tudi iz tega četrtega razloga naj bi bilo treba opredeliti konkretne učinke izrinjenja. V podobnih položajih naj bi Komisija in Splošno sodišče to storila. Družba Google se sklicuje na točko 114 Odločbe Komisije z dne 21. decembra 1988 v zvezi s postopkom na podlagi členov [101] in [102 PDEU] (zadeva IV/30.979 in 31.394, Decca Navigator Systems) (UL 1989, L 43, str. 27) ter na sodbi z dne 6. septembra 2017, Intel/Komisija (C-413/14 P, EU:C:2017:632, točka 140), in z dne 17. septembra 2007, Microsoft/Komisija (T-201/04, EU:T:2007:289, točke 868, 869 in 1010). V obravnavani zadevi naj bi bile trditve družbe Google o izboljšanju storitve za potrošnika dobro dokumentirane, zato naj bi morala Komisija dokazati, da protikonkurenčni učinki prevladajo nad interesom za to izboljšanje.
- 426 Nazadnje, ker je očitano ravnanje trajalo več let, bi se morali njegovi protikonkurenčni učinki udejanjiti, če bi bilo resnično škodljivo za konkurenco. To trajanje naj bi bilo torej peti razlog za to, da bi morala Komisija prav tako konkretno preveriti, ali to drži. Družba Google in združenje CCIA poudarjata, da je Splošno sodišče v sodbi z dne 12. decembra 2018, Servier in drugi/Komisija (T-691/14, v pritožbenem postopku, EU:T:2018:922, točke od 1122 do 1128), razsodilo, da se Komisija razen v primeru omejevanja konkurence zaradi cilja – če je bilo očitano ravnanje že izvedeno – ne more zadovoljiti že s tem, da dokaže potencialne protikonkurenčne učinke, ampak mora dokazati dejanske protikonkurenčne učinke, sicer bi bilo razlikovanje med omejitvami konkurence zaradi cilja in omejitvami konkurence zaradi posledice zgolj navidezno. Čeprav je Splošno sodišče to presojo podalo v primeru protikonkurenčnega kartela, naj bi bilo kljub vsemu logično, da se uporabi tudi v zatrjevanih primerih zlorabe prevladujočega položaja. V obravnavani zadevi naj prakse, ki se očitajo družbi Google, ne bi imele protikonkurenčnega cilja, Komisija pa naj bi zato morala uporabiti tak pristop. Dokaz o obstoju dejanskih učinkov naj bi vsekakor omogočil podkrepitev verjetnosti potencialnih učinkov, kar naj bi navedla tudi sama Komisija v točki 20 Navodil glede prednostnih nalog izvrševanja pri uporabi člena [102 PDEU] za izključevalna ravnanja, s katerimi prevladujoča podjetja zlorablajo svoj položaj (UL 2009, C 45, str. 7).
- 427 Po mnenju družbe Google pa Komisija ni dokazala konkretnih učinkov. V oddelku 7.2.3 izpodbijanega sklepa, na katerega napotuje Komisija, da bi tako pokazala, da je upoštevala konkretne elemente trga, naj bi bil preučen zgolj razvoj prometa s strani s splošnimi zadetki družbe Google h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov, ne pa celoten obisk teh storitev. Dejansko naj bi elementi iz spisa kazali, da družba Google ne more povečati cen niti upočasni inovacij in da je konkurenca na trgih storitev primerjave proizvodov močna, saj imajo internetni uporabniki v zvezi s tem na voljo veliko izbiro, kot naj bi ugotovil Competition and Markets Authority (organ za konkurenco in trge, Združeno kraljestvo) v študiji, objavljeni aprila 2017 in naslovljeni „Online search: Consumer and firm behaviour“ („Spletno iskanje: ravnanje potrošnikov in podjetij“). Glede cen naj bi družba Google izkazala prav to, da so se za prodajalce, ki so želeli biti prikazani v Shopping Units, znižale.
- 428 Poleg tega glede trditev organizacije BEUC, da je družba Google povzročila škodo potrošnikom, ker je zmanjšala njihove možnosti dostopa do konkurenčnih storitev primerjave proizvodov in več prodajalcev, ta družba v bistvu opozarja, da so njena merila upoštevnosti zadetkov, prikazanih internetnim uporabnikom med splošnimi zadetki, v Product Universals ali v Shopping Units, objektivni, zlasti zaradi uporabe Universal Search. Komisija naj v izpodbijanem sklepu ne bi izpodbijala algoritmov za prilagoditev splošnih zadetkov niti teh meril upoštevnosti in naj bi menila, da je problematično samo to, da konkurenčne storitve primerjave proizvodov niso

vključene v Product Universals ali Shopping Units. Zato naj bi organizacija BEUC izpostavila teorijo, ki je Komisija v izpodbijanem sklepu ni upoštevala. Poleg tega družba Google poudarja, da je v desetih letih pred sprejetjem izpodbijanega sklepa h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov poslala na milijarde brezplačnih klikov prometa in da se je za nekatere od njih, na primer Which? v Združenem kraljestvu, ki je članica organizacije BEUC, promet z njenih strani s splošnimi zadetki znatno povečal, kar velja tudi za trgovske platforme. Komisija naj v izpodbijanem sklepu ne bi trdila, da je družba Google omejevala možnosti za potrošnike, da dostopajo do konkurenčnih storitev primerjave. Ta družba izpostavlja študije – zlasti med tistimi, na katere napotuje organizacija BEUC – s katerimi želi pokazati, da internetni uporabniki veliko uporabljajo storitve primerjave proizvodov. Pri tem izpodbija, da je njen iskalnik glavna vstopna točka iskanje proizvodov na internetu, pri čemer navaja, da se lahko v zvezi s tem opre na spis postopka pred Komisijo. Iz ene od zgoraj navedenih študij naj bi bilo v zvezi z Združenim kraljestvom, Nemčijo in Francijo razvidno, da spletne poizvedbe v zvezi s proizvodi, ki se začnejo prek iskalnika Google, še zdaleč niso v večini in da celo tovrstna iskanja, med katerimi se v nekem trenutku ta iskalnik uporabi, niso v večini. Poleg tega naj bi se v nasprotju s tem, kar trdi organizacija BEUC, majhni prodajalci pojavljali v oglasih na straneh s splošnimi zadetki družbe Google.

429 Komisija, ki jo podpirajo organizacija BEUC, družba Foundem, združenji VDZ in BDZV, družbe Visual Meta, Twenga in Kelkoo ter Zvezna republika Nemčija, trditve družbe Google prereka.

430 Natančneje, družbi Twenga in Kelkoo navajata, da je upad prometa k storitvam primerjave proizvodov, konkurenčnim tovrstni storitvi družbe Google, s strani s splošnimi zadetki te družbe s seboj prinesel poslabšanje kakovosti njihovega prometa, to je zmanjšanje deleža obiskov spletnih mest prodajalcev, ki so privedli do nakupa. Poleg tega naj bi se promet k prodajalcem, katerega vir je bila storitev primerjave proizvodov družbe Google, povečal. Storitvi primerjave družb Twenga in Kelkoo naj bi torej postali manj zanimivi za prodajalce, za katere naj poleg tega ne bi bilo dobro, da se njihove ponudbe prikažejo na več spletnih mestih, saj bi v tem primeru algoritem Panda, ki poslabša razvrstitev spletnih mest s podobno vsebino, poslabšal tudi položaj njihovega prodajnega mesta med splošnimi zadetki. Družba Twenga v zvezi s tem navaja primere prodajalcev, ki so ji sporočili, da so prenehali uporabljati njene storitve bodisi zaradi slabše kakovosti prometa z njenega spletnega mesta, bodisi ker so se odločili za objavljjanje v okviru storitve primerjave proizvodov družbe Google in niso želeli biti več prisotni med zadetki še druge storitve primerjave. Družba Kelkoo dodaja, da je upad prometa k njenemu spletnemu mestu s strani s splošnimi zadetki družbe Google sam po sebi povzročil upad neposrednega prometa na njeno spletno mesto, ki je – kot promet iz splošnih zadetkov – „kakovosten“ promet z visokim deležem obiskov, ki privedejo do nakupa. Neposreden promet naj bi namreč izhajal iz prvega obiska po odkritju med splošnimi zadetki.

431 Organizacija BEUC širše navaja, da je družba Google s tem, da je omejila vidnost konkurenčnih storitev primerjave proizvodov na svojih straneh s splošnimi zadetki ter da je dala prednost svoji storitvi primerjave proizvodov in svojim oglasnim sporočilom, ki jih uporabljajo največji prodajalci, ne samo zmanjšala konkurenco na trgu specializiranega iskanja za primerjavo proizvodov, ampak je tudi poslabšala možnosti za potrošnike, da dostopajo do več prodajalcev, ki bi si nato konkurirali med seboj. Poudarja, da je Sodišče v sodbi z dne 27. marca 2012, Post Danmark (C-209/10, EU:C:2012:172, točka 20), opozorilo, da se člen 102 PDEU ne nanaša le na prakse, ki potrošniku povzročijo takojšnjo škodo, ampak tudi na tiste, ki jih oškodujejo tako, da posega v konkurenco.

2) Presoja Splošnega sodišča

- 432 Namen členov 101 in 102 PDEU je enak, to je ohranjanje neizkrivljene konkurence na notranjem trgu, kot je to odslej navedeno v Protokolu (št. 27) o notranjem trgu in konkurenci, priloženem Lizbonski pogodbi (UL 2010, C 83, str. 309). S tega vidika so si protikonkurenčne prakse, ki so v obeh členih navedene kot primer, podobne, čeprav se člen 101 PDEU nanaša na omejevalne sporazume med podjetji, člen 102 PDEU pa na enostranske prakse podjetij s prevladujočim položajem.
- 433 Cilj neizkrivljene konkurence zajema to, da se konkurenca izvaja na lojalnih temeljih, ki niso spremenjeni z omejevalnimi sporazumi med podjetji, s katerimi se omeji ali odpravi konkurenca, niti z enostranskimi ravnanji podjetij s prevladujočim položajem, ki zlorablja svojo moč na trgu prav tako z namenom omejevanja ali odprave konkurence.
- 434 Lojalna konkurenca, vključno podjetja, ki ima ali pridobiva prevladujoči položaj, seveda lahko vodi do izginotja konkurentov s trga (glej v tem smislu sodbo z dne 6. septembra 2017, Intel/Komisija, C-413/14 P, EU:C:2017:632, točka 133 in navedena sodna praksa). Vendar so protikonkurenčna ravnanja, zlasti tista enostranska, ki kažejo na zlorabo podjetja s prevladujočim položajem in lahko prav tako povzročijo tako izginotje, prepovedana.
- 435 Vendar člen 102 PDEU v nasprotju s členom 101 PDEU ne razlikuje med ravnanji, katerih cilj je preprečevanje, omejevanje ali izkrivljanje konkurence, in tistimi, ki nimajo takega cilja, vendar imajo vseeno tak učinek.
- 436 V okviru uporabe člena 101 PDEU organu, pristojnemu za konkurenco, ki dokaže, da ima zadevno ravnanje protikonkurenčni cilj, v primeru nekaterih skupinskih ravnanj podjetij ni treba dokazati njegovih protikonkurenčnih učinkov, da bi ga opredelil kot nezakonito. Tako se nekatera tajna ravnanja, kot je določanje cen znotraj kartelov, štejejo za tako škodljiva in zato po naravi protikonkurenčna, da v zvezi s tem ni treba dokazati njihovih dejanskih učinkov na upoštevni trgih (glej v tem smislu sodbo z dne 11. septembra 2014, CB/Komisija, C-67/13 P, EU:C:2014:2204, točke od 49 do 51).
- 437 Člen 102 PDEU pa določa le, da je nezdružljiva z notranjim trgom in prepovedana zloraba prevladujočega položaja na notranjem trgu ali njegovem znatnem delu. Iz sodne prakse Sodišča izhaja, da je zloraba prevladujočega položaja, ki je prepovedana s to določbo, objektiven pojem, ki se nanaša zlasti na ravnanja podjetja s prevladujočim položajem, ki lahko na trgu, na katerem je konkurenca že šibka prav zaradi prisotnosti zadevnega podjetja, ovira ohranjanje še obstoječe konkurence ali njen razvoj z drugačnimi sredstvi od tistih, ki so značilna za normalno konkurenco med proizvodi ali storitvami na podlagi dejavnosti gospodarskih subjektov (glej sodbo z dne 14. oktobra 2010, Deutsche Telekom/Komisija, C-280/08 P, EU:C:2010:603, točka 174 in navedena sodna praksa). Enake ugotovitve veljajo, kadar zadevna ravnanja omejujejo konkurenco na trgih, povezanih s trgom, na katerem ima nek subjekt prevladujoč položaj.
- 438 Glede praks izrinjanja je iz tega izpeljalo, da opredelitve za zlorabo prevladujočega položaja ni mogoče uporabiti, kadar ni mogoče dokazati protikonkurenčnega učinka, in sicer vsaj potencialnega, k čemur je treba dodati, da prakse ni mogoče opredeliti za izrinjanje, ki pomeni zlorabo, če ni niti najmanjšega učinka na konkurenčni položaj konkurentov (glej v tem smislu sodbo z dne 14. oktobra 2010, Deutsche Telekom/Komisija, C-280/08 P, EU:C:2010:603, točke

od 250 do 254; z dne 17. februarja 2011, TeliaSonera Sverige, C-52/09, EU:C:2011:83, točke od 61 do 66, in z dne 19. aprila 2012, Tomra Systems in drugi/Komisija, C-549/10 P, EU:C:2012:221, točka 68).

- 439 V tem okviru mora organ za konkurenco, ki obravnava zadevo – tudi kadar se obravnavajo načeloma protikonkurenčna ravnanja podjetij s prevladujočim položajem, kot so tista, katerih namen je stranke zavezati z ekskluzivnim ali zelo prednostnim nakupnim razmerjem, po potrebi s popusti za zvestobo (glej v tem smislu sodbo z dne 13. februarja 1979, Hoffmann-La Roche/Komisija, 85/76, EU:C:1979:36, točka 89), če zadevno podjetje s prevladujočim položajem dokumentirano izpodbija trditev, da je bilo mogoče z njegovim ravnanjem omejevati konkurenco – za odločitev v zvezi s tem analizirati vse upoštevne okoliščine (glej v tem smislu sodbe z dne 17. februarja 2011, TeliaSonera Sverige, C-52/09, EU:C:2011:83, točka 68; z dne 6. oktobra 2015, Post Danmark, C-23/14, EU:C:2015:651, točka 68, in z dne 6. septembra 2017, Intel/Komisija, C-413/14 P, EU:C:2017:632, točki 138 in 139).
- 440 Če v zvezi s tem preiskovano podjetje trdi, da njegovo ravnanje ni moglo imeti protikonkurenčnih učinkov, niti potencialnih, in svoje trditve podkrepi z elementi v zvezi z dejanskim razvojem trga, mora organ, pristojen za konkurenco preučiti, ali ti elementi lahko vplivajo na njegovo presojo obstoja protikonkurenčnih učinkov. V primeru dejansko uresničenih praks, ki so – kot v obravnavani zadevi – kompleksne, lahko taki elementi pomenijo upoštevne okoliščine, s katerimi je mogoče podkrepiti (ali ne) obstoj kršitve člena 102 PDEU.
- 441 Iz navedenega izhaja, da je morala Komisija za ugotovitev zlorabe prevladujočega položaja družbe Google dokazati vsaj potencialne učinke, nastale zaradi očitane ravnanja, s katerim naj bi se omejevala ali odpravljala konkurenca na zadevnih trgih, in pri tem upoštevati vse upoštevne okoliščine, zlasti z vidika trditev, s katerimi je družba Google izpodbijala to, da je njeno ravnanje lahko omejevalo konkurenco.
- 442 Komisiji pa – v nasprotju s trditvami družbe Google in združenja CCIA – ni bilo treba opredeliti dejanskih učinkov izrinjenja, ker naj družba Google ne bi imela prevladujočega položaja na nacionalnih trgih storitev primerjave proizvodov, ker naj bi njeno ravnanje pripomoglo k izboljšanju njenih storitev v korist potrošnikov in spletnih prodajalcev ter ker naj bi to ravnanje trajalo več let. Takšna zahteva, naložena Komisiji, bi bila v nasprotju z načelom, ki ga je potrdilo sodišče Unije, v skladu s katerim to, da zadevna praksa na koncu ni imela zelenega rezultata, ne more spremeniti opredelitve te prakse za zlorabo v smislu člena 102 PDEU (glej v tem smislu sodbo z dne 17. februarja 2011, TeliaSonera Sverige, C-52/09, EU:C:2011:83, točki 64 in 65, in natančneje v zvezi s trajanjem ravnanja, sodbo z dne 29. marca 2012, Telefónica in Telefónica de España/Komisija, T-336/07, EU:T:2012:172, točka 272).
- 443 Komisija je morala še toliko manj dokazati dejansko uresničitev mogočih posledic odprave ali omejitve konkurence, na primer upad inovacij ali obstoj zvišanj cen, ki jih ni mogoče utemeljiti z nobenim drugim razlogom kot s pomanjkanjem konkurence. V zvezi s tem se priznava, da je zelo verjetno, da bo oslabitev konkurence povzročila take posledice, kot je to navedeno v točkah 11 in 19 Navodil glede prednostnih nalog izvrševanja Komisije pri uporabi člena 102 PDEU za izključevalna ravnanja, s katerimi prevladujoča podjetja zlorablajo svoj položaj.
- 444 Poudariti je treba, da so trditve, v skladu s katerimi se je z zadevnimi praksami izboljšala kakovost storitev, zlasti v korist potrošnika, kar naj bi z vidika ekonomskega interesa izravnavalo ugotovljene učinke izrinjenja, in v skladu s katerimi torej te prakse niso pomenile zlorabe, trditve, ki ne spadajo v fazo preučitve obstoja učinkov teh praks. Te trditve so torej brezpredmetne v utemeljitev

tožbenega razloga, s katerim se trdi, da Komisija ni dokazala, da so imele zadevne prakse protikonkurenčne učinke. V obravnavani zadevi so bile te trditve delno že preučene ob preučitvi prvega dela petega tožbenega razloga, v preostalem pa bodo še v okviru preučitve tretjega dela prvega in drugega tožbenega razloga.

- 445 Komisija je v obravnavani zadevi najprej v oddelku 7.2.3 izpodbijanega sklepa analizirala materialne posledice zadevnih praks za promet s strani s splošnimi zadetki družbe Google h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov in storitvi primerjave proizvodov te družbe. Iz preučitve obeh delov tretjega razloga za razglasitev ničnosti je razvidno, da je lahko Komisija na podlagi te analize za različne zadevne nacionalne trge storitev primerjave proizvodov upravičeno ugotovila, da so te prakse na eni strani privedle do upada tega prometa za skoraj vse konkurenčne storitve primerjave proizvodov, na drugi strani pa, da so privedle do povečanja prometa k storitvi primerjave proizvodov družbe Google. Ti materialni učinki v zvezi s prometom s strani s splošnimi zadetki družbe Google so bili – kot je ponazorjeno v točkah 383, 388 in od 402 do 405 zgoraj – obsežno dokumentirani, zato je mogoče ugotoviti, da je Komisija v zvezi s tem dokazala dejanske učinke, ki so bili glede na državo bolj ali manj izraziti, vsekakor pa znatni.
- 446 Dalje, Komisija je v oddelku 7.2.4 izpodbijanega sklepa ocenila delež prometa konkurenčnih storitev primerjave proizvodov s strani s splošnimi zadetki družbe Google znotraj celotnega prometa (oddelek 7.2.4.1), nato pa je pojasnila, da tega deleža ni bilo mogoče dejansko nadomestiti z drugimi viri prometa (oddelek 7.2.4.2).
- 447 Glede prvega vidika, navedenega v točki 446 zgoraj in obravnavanega v oddelku 7.2.4.1 izpodbijanega sklepa, je Komisija v obliki preglednice 24 izpodbijanega sklepa predložila porazdelitev virov prometa trinajstih storitev primerjave proizvodov od leta 2011 v šestih letih (razen za eno od njih, za katero je trajanje štiri leta). V zvezi s tem je razlikovala med prometom iz splošnih zadetkov iskalnika Google, besedilnimi oglasi družbe Google, neposrednim iskanjem (to je, kadar internetni uporabnik dostopa neposredno do spletnega mesta storitve primerjave proizvodov, lahko prek aplikacije za mobilno napravo, ne da bi do njega prišel prek vmesne povezave) in drugimi viri (kot so partnerska spletna mesta, drugi iskalniki ali povezave v novičnikih). Trditev družbe Google, da Komisija ni preučila vseh virov obiskov storitev primerjave proizvodov (glej točko 365 zgoraj), torej ni točna.
- 448 Iz preglednice 24 izpodbijanega sklepa je razvidno, da so se deleži prometa iz splošnih zadetkov iskalnika Google za posamezne storitve primerjave proizvodov med seboj precej razlikovali in so znašali od nekaj več kot 20 % (vendar z eno izjemo, ko je ta delež za eno od let znašal 13 %) do več kot 80 %, pri čemer so ti deleži za rahlo večino od njih (sedem) z leti upadali. Navedeni upadi so znašali od 5 % do približno 50 %. V primeru štirih storitev primerjave proizvodov, za katere je bila, nasprotno, ugotovljena rast deleža prometa iz splošnih zadetkov iskalnika Google, je ta rast znašala med 5 % in 65 %. Za dve preostali storitvi primerjave je ta delež bolj ali manj stabilen. Ta vmesna analiza vsebuje podatke o pomenu prometa s strani s splošnimi zadetki družbe Google za storitve primerjave proizvodov, konkurenčne tovrstni storitvi te družbe, in kaže, da se je za večino od navedenih storitev, za katere se je preučeval promet, delež prometa iz splošnih zadetkov iskalnika Google z leti zmanjševal. Navedena analiza sama zase ne omogoča ugotovitev glede obstoja protikonkurenčnih učinkov izrinjenja na trgu, nastalih zaradi ravnanja družbe Google, saj je treba v zvezi s tem upoštevati še druge dejavnike, lahko pa je, ker temelji na konkretnih elementih, ki jih družba Google poleg tega ne izpodbija, v pomoč pri dokazovanju obstoja takih učinkov.

- 449 Glede drugega vidika, navedenega v točki 446 zgoraj in obravnavanega v oddelku 7.2.4.2 izpodbijanega sklepa, torej težave, ki jih imajo storitve primerjave proizvodov, konkurenčne tovrstni storitvi družbe Google, pri nadomestitvi prometa iz splošnih zadetkov te družbe z drugimi viri, je Komisija navedla več razlogov, ki jih družba Google izpodbija v tretjem delu četrtega tožbenega razloga. To izpodbijanje, ki se nanaša na točno določene presoje Komisije, ni povezano z očitkom iz prvega dela tega tožbenega razloga, ki se preučuje v tej fazi in v skladu s katerim naj bi Komisija zgolj špekulirala o obstoju protikonkurenčnih učinkov zadevnih praks.
- 450 Nazadnje, Komisija je v oddelku 7.3 izpodbijanega sklepa navedla, da so imele zadevne prakse potencialne protikonkurenčne učinke na nacionalnih trgih specializiranega iskanja za primerjavo proizvodov in nacionalnih trgih splošnega iskanja.
- 451 V zvezi s tem je Komisija za nacionalne trge specializiranega iskanja za primerjavo proizvodov v oddelku 7.3.1 izpodbijanega sklepa na podlagi svojih analiz, navedenih v točkah 445 in 446 zgoraj, najprej menila, da so zadevne prakse konkurenčne storitve primerjave proizvodov lahko privedle do opustitve dejavnosti (točka 594 obrazložitve izpodbijanega sklepa). Prav tako je menila, da so te prakse lahko zmanjšale spodbude teh storitev za inovacije, saj naj ne bi mogle več razumno pričakovati zadostnega prometa, da bi lahko tekmovala s storitvijo primerjave proizvodov družbe Google, če pa bi poskušale izgubo prometa iz splošnih zadetkov iskalnika Google nadomestiti s plačljivimi viri prometa, bi s tem zmanjšale svoj prihodek, ki bi ga imele na voljo za inovacije (točka 595 obrazložitve izpodbijanega sklepa). Dalje, Komisija je menila, da so zadevne prakse lahko zmanjšale spodbude družbe Google za uvajanje inovacij v okviru njene storitve primerjave proizvodov zaradi manjše konkurence, s katero bi se soočala (točka 596 obrazložitve izpodbijanega sklepa). Hkrati je še menila, da so zadevne prakse lahko zmanjšale možnosti za potrošnike, da dostopajo do najzmogljivejših storitev primerjave proizvodov. V zvezi s tem je navedla poslabšanje razvrstitve zadetkov konkurenčnih storitev primerjave proizvodov na slabem položaju med splošnimi zadetki (točka 598 obrazložitve izpodbijanega sklepa) in dejstvo, da se potrošniki na splošno niso zavedali, da se za Product Universals in Shopping Units uporabljajo druga merila za izbor kot za splošne zadetke (točka 599 obrazložitve izpodbijanega sklepa). S tem naj bi bilo poseženo v konkurenčno strukturo trgov, saj naj bi bil uspeh storitve primerjave proizvodov družbe Google umetno zagotovljen s prevladujočim položajem te družbe na trgih splošnega iskanja in z zadevnimi praksami (točka 600 obrazložitve izpodbijanega sklepa).
- 452 Poleg tega je Komisija – v odgovor na očitek družbe Google med upravnim postopkom v zvezi s tem, da ni bila opredeljena nobena storitev primerjave proizvodov, ki bi prenehala opravljati svoje dejavnosti, medtem ko naj bi jih bilo več sto med 361, ki jih je navedla družba Google, dejavnih – potem ko je opozorila, da ji ni treba dokazati dejanskih učinkov (točka 602 obrazložitve izpodbijanega sklepa), trdila, da bi bilo lahko ob neobstoju zadevnih praks število storitev primerjave proizvodov, ki bi sodelovale v dinamični konkurenci, večje (točka 603 obrazložitve izpodbijanega sklepa). Nato je izpostavila več pričevanj, v skladu s katerimi so številne od navedenih 361 storitev primerjave proizvodov opustile svojo dejavnost ali so se preusmerile k drugim storitvam. Tako naj bi po enem od teh pričevanj 38 % od teh 361 storitev primerjave proizvodov opustilo svojo dejavnost, po drugem pa naj bi bilo takih 21 % (točka 604 obrazložitve izpodbijanega sklepa).
- 453 Komisija je še vedno v zvezi z učinki zadevnih praks na nacionalnih trgih specializiranega iskanja za primerjavo proizvodov v oddelku 7.3.2 izpodbijanega sklepa, ki vsebuje analizo učinkov ob predpostavki, da bi ti trgi zajemali tudi trgovske platforme, v bistvu izrazila mnenje, da bi se učinki, ki jih je ugotovila, v tem primeru izvajali v segmentu trga storitev primerjave proizvodov,

to je segmentu najbližjih konkurentov storitve primerjave proizvodov družbe Google (točki 609 in 610 obrazložitve izpodbijanega sklepa). Poudarila je, da zadevne prakse po drugi strani niso imele negativnih učinkov za trgovske platforme (točka 611 obrazložitve izpodbijanega sklepa). Komisija je prav tako predložila dve študiji – od katerih je bila druga navedena v točkah 388 in 405 zgoraj – katerih namen je bil v trinajstih državah, za katere je ugotovila obstoj zlorabe prevladujočega položaja družbe Google, oceniti, prvič, delež storitev primerjave proizvodov na teh trgih in drugič, razvojne trende prometa s strani s splošnimi zadetki družbe Google k storitvi primerjave proizvodov te družbe, h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov in k trgovskim platformam. Glede tržnih deležev naj bi bilo na primer ob upoštevanju različnih vnesenih prilagoditev razvidno, da je bil tržni delež storitev primerjave proizvodov v Združenem kraljestvu (v katerega so bili zajeti tržni deleži družbe Google in njenih konkurentov), ki se je torej ujemal s tržnim deležem, na katerega naj bi vplivale zadevne prakse, med letoma 2011 in 2016 znotraj razpona od 9–18 % do

12–24 %. Natančneje, še vedno za Združeno kraljestvo naj bi bilo glede na vnesene prilagoditve razvidno povečanje tržnega deleža storitve primerjave proizvodov družbe Google s 4 % na 17 % ali s 6 % na 22 %, upad tržnega deleža trgovskih platform z 89 % na 81 % ali s 83 % na 76 % za najbolj oddaljene razvojne trende in upad tržnega deleža konkurenčnih storitev primerjave proizvodov z 11 % na 2 % ali s 7 % na 1 % za najbolj oddaljene razvojne trende (točke od 612 do 639 obrazložitve izpodbijanega sklepa in Priloga 1 k njemu). V zvezi z razvojnimi trendi prometa s strani s splošnimi zadetki družbe Google k storitvi primerjave proizvodov te družbe, h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov in k trgovskim platformam naj bi bila razvidna – kot je bilo že navedeno v točkah 388 in 405 zgoraj – splošno povečanje prometa k storitvi primerjave proizvodov družbe Google in splošen upad prometa h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov. Promet k trgovskim platformam naj bi rahlo upadal, čeprav je bil razvoj v nekaterih od zadevnih trinajstih držav bolj nedosleden ali celo v porastu. Če nadaljujemo s primerom Združenega kraljestva, naj bi se glede na vnesene prilagoditve med letoma 2011 in 2016 delež storitve primerjave proizvodov družbe Google v prometu z njenih strani s splošnimi zadetki spremenil z 11 % na 46 % ali s 16 % na 54 %, promet konkurenčnih storitev primerjave proizvodov s 14 % na 2 % ali z 22 % na 3 %, promet trgovskih platform pa s 75 % na 52 % ali s 63 % na 43 %.

454 Kot je razvidno iz te analize v več fazah, povzete v točkah od 445 do 453 zgoraj, je Komisija glede trgov storitev primerjave proizvodov na podlagi konkretnih elementov ne samo v zvezi z razvojnimi trendi prometa s strani s splošnimi zadetki družbe Google h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov in k tovrstni storitvi družbe Google ter podredno k trgovskim platformam, ampak tudi v zvezi z deležem, ki ga je predstavljal promet s strani s splošnimi zadetki družbe Google v celotnem prometu konkurenčnih storitev primerjave proizvodov – ob koncu utemeljene obrazložitve – izpeljala obstoj potencialnih protikonkurenčnih učinkov na nacionalnih trgih storitev primerjave proizvodov.

455 Ne glede na to, ali je mogoče ob upoštevanju drugih trditev, ki jih je navedla družba Google v okviru četrtega tožbenega razloga, to analizo učinkov upoštevati ali ne, je torej treba prvi del tega tožbenega razloga, v skladu s katerim naj bi Komisija glede tega vidika zgolj špekulirala, v zvezi s trgi storitev primerjave proizvodov zavrniti.

456 Glede nacionalnih trgov splošnega iskanja pa se je Komisija v oddelku 7.3.3 izpodbijanega sklepa omejila na opredelitev protikonkurenčnih učinkov, nastalih zaradi zadevnih praks, pri čemer je navedla, da naj bi družba Google z ugodnejšo obravnavo svoje storitve primerjave proizvodov na svojih straneh s splošnimi zadetki varovala prihodke, ki ji jih ta storitev specializiranega iskanja prinaša s teh strani, to je prihodke, s katerimi naj bi se financirala storitev splošnega iskanja

(točka 642 obrazložitve). Iz listin v spisu naj bi bilo razvidno, da je bila družba Google zaskrbljena za prihodke iz oglaševanja, ki bi ji jih lahko konkurenčne storitve primerjave proizvodov z razvojem prevzele (točka 643 obrazložitve).

457 Ti preudarki sami po sebi so preveč nenatančni, da bi bilo mogoče z njimi utemeljiti obstoj protikonkurenčnih učinkov, tudi potencialnih, na nacionalnih trgih splošnega iskanja. Predstavljena ni nobena analiza pomena zadevnih prihodkov in vpliva, ki ga lahko imajo na položaj družbe Google in njenih konkurentov na teh trgih. Torej družba Google v zvezi s temi trgi upravičeno trdi, da je bila analiza učinkov zadevnih praks, ki jo je opravila Komisija, popolnoma špekulativna in da ti učinki torej niso dokazani.

458 Prvi del četrtega tožbenega razloga družbe Google je torej treba sprejeti le glede nacionalnih trgov splošnega iskanja. Torej bodo preostali deli tega tožbenega razloga preučeni le v delu, v katerem se nanašajo na nacionalne trge storitev primerjave proizvodov.

459 Ker mora Komisija – kot je bilo navedeno v točki 438 zgoraj – za to, da je mogoče zlorabo prevladujočega položaja v povezavi s prakso izrinjanja opredeliti kot tako, dokazati vsaj potencialne protikonkurenčne učinke na zadevnem trgu ali zadevnih trgih, je treba torej ugotoviti, da izpodbijani sklep ni utemeljen v delu, v katerem se nanaša na zlorabo prevladujočega položaja na nacionalnih trgih splošnega iskanja.

d) Drugi del četrtega tožbenega razloga: pri analizi učinkov ni bila upoštevana vloga trgovskih platform

460 Družba Google v okviru drugega dela četrtega tožbenega razloga trdi, da Komisija ni upoštevala konkurenčnega pritiska, ki ga izvajajo trgovske platforme, čeprav so na trgih storitev primerjave proizvodov gonila konkurence in inovacij.

461 Družba Google v zvezi s tem najprej trdi, da je opredelitev trga storitev primerjave proizvodov, ki jo je upoštevala Komisija, napačna, v nadaljevanju pa poudarja, da je bil v izpodbijanem sklepu vsekakor zanemarljiv konkurenčni pritisk trgovskih platform.

1) Elementi drugega dela četrtega tožbenega razloga, v skladu s katerimi je opredelitev proizvodnega trga napačna

i) Trditve strank

462 Družba Google in združenje CCIA navajata različne elemente, s katerimi želita dokazati, da trgovske platforme in storitve primerjave proizvodov delujejo na istem trgu storitev primerjave proizvodov. Tako ene kot druge naj bi internetnim uporabnikom brezplačno zagotavljale enake funkcije iskanja proizvodov zlasti z navedbami cen. Ponujene storitve naj bi bile torej zamenljive, kar naj bi zadostovalo za vključitev obeh vrst ponudnikov na trg storitev primerjave proizvodov, čeprav trgovske platforme zagotavljajo dodatne storitve. Tri raziskave, ki jih je Komisiji v upravnem postopku predložila družba Google in so se nanašale na Nemčijo, Francijo in Združeno kraljestvo, naj bi pokazale, da potrošniki v teh državah v veliki večini menijo, da je platforma Amazon dober nadomestek za najbolj znane storitve primerjave proizvodov. Komisija naj bi neupravičeno odrekla dokazno moč tem raziskavam z obrazložitvijo, da osebam, ki jim je bilo vprašanje zastavljeno, odgovora ni bilo treba utemeljiti in da je bila v vprašanju navedena zgolj platforma Amazon. Študija, ki jo izpostavlja sama Komisija v točki 220(6) obrazložitve

izpodbijanega sklepa v utemeljitev opredelitve proizvodnega trga, ki jo je uporabila, naj se sicer ne bi nanašala na zamenljivost storitev trgovskih platform in storitev, ki jih ponujajo specializirane storitve primerjave proizvodov, vendar naj bi bilo v njej kljub vsemu navedeno, da sta Amazon in eBay „zelo nazorna primera platform, ki združujeta veliko prodajalcev na drobno in katerih format uporabnikom ponuja pomembno funkcijo primerjave cen“. Poleg tega naj bi več neodvisnih študij pokazalo, da večina internetnih uporabnikov, ki želijo opraviti nakup, začne iskanje na trgovski platformi, nakup pa zaključijo šele po primerjavi proizvodov na njej. Družba Google v odgovor na intervencijo organizacije BEUC in združenja BDZV poleg tega izpostavlja odločbi nemškega zveznega urada za varstvo konkurence in Schleswig-Holsteinisches Oberlandesgericht (višje deželno sodišče dežele Schleswig-Holstein, Nemčija), v katerih naj bi bilo v bistvu navedeno, da so trgovske platforme storitve primerjave proizvodov, ki poleg tega zagotavljajo funkcije prodajnega posrednika. Družba Google izpodbija tudi trditve organizacije BEUC, da so trgovske platforme trgovine, ki prodajajo veliko proizvodov, medtem ko storitve primerjave proizvodov omogočajo primerjavo cen istega proizvoda, ki ga ponujajo različne trgovine. Trgovska platforma naj namreč ne bi bila trgovina, ampak naj bi bile na njej zbrane ponudbe številnih trgovin in naj bi enako kot storitve primerjave proizvodov omogočala brezplačno primerjavo cen istega proizvoda ali modela. Trditve Komisije, da trgovske platforme redko zagotavljajo dostop do največjih prodajalcev, kar naj bi pomenilo, da niso zamenljive s storitvami primerjave proizvodov, ki naj bi posredovale ponudbe teh prodajalcev, naj bi bila v nasprotju z odgovori, ki so jih Komisiji predložile same platforme. Pa tudi če bi bila ta trditev točna, naj se s tem ne bi spremenilo nič v povpraševanju internetnih uporabnikov, ki naj bi obe vrsti spletnih mest z vidika svojih poizvedb glede primerjave proizvodov obravnavali kot zamenljivi. Komisija naj ne bi niti dokazala nasprotnega niti dejansko preučila zamenljivosti glede povpraševanja internetnih uporabnikov. Iz internih dokumentov družbe Google, sestavljenih *in tempore non suspecto*, naj bi bilo razvidno, da platformi Amazon in eBay tudi sama obravnava kot vodilna subjekta na trgu storitev primerjave proizvodov, še zlasti platformo Amazon pa kot referenco in svojo glavno konkurentko, ki je bila gonilo njenih inovacij. Prav tako naj bi številne izjave, ki so jih v spis upravnega postopka vložili ponudniki storitev splošnega iskanja ali primerjave proizvodov in trgovske platforme, potrjevale, da si trgovske platforme konkurirajo s storitvami primerjave proizvodov.

463 Komisija naj bi, namesto da bi upoštevala te elemente, na podlagi nebistvenih razlik med storitvami trgovskih platform in storitvami specializiranih storitev primerjave proizvodov, ki ne vplivajo na njihovo zamenljivost z vidika internetnih uporabnikov, napačno ugotovila, da prve ne izvajajo konkurenčnega pritiska na druge. Združenje CCIA poudarja, da Komisija v točki 36 Obvestila o opredelitvi upoštevnega trga za namene konkurenčnega prava Skupnosti (UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 8, zvezek 1, str. 155) navaja, da razlike v lastnostih proizvodov ne zadostujejo za izključitev zamenljivosti povpraševanja, ker je to v veliki meri odvisno od tega, kako kupci vrednotijo različne lastnosti. Poleg tega družba Google v zvezi z eno od razlik, izpostavljenih v odgovoru na tožbo, to je, da storitve primerjave proizvodov, konkurenčne tovrstni storitvi družbe Google, v nasprotju s trgovskimi platformami ne morejo biti prikazane v Shopping Units, navaja, da ni točna. Morale naj bi zgolj objaviti oglasno povezavo, ki bi neposredno preusmerila na nakupno spletno stran, kar naj bi nekatere od njih storile. Družba Google navaja tri primere. Ker je bil proizvodni trg, na katerem naj bi očitano ravnanje imelo protikonkurenčne učinke, opredeljen kot trg storitev primerjave proizvodov, naj bi morala Komisija ne samo preučiti, katere alternativne možnosti so imeli internetni uporabniki za to, da so na spletu pred nakupom opravili tako primerjavo, s čimer bi ugotovila, da so bile na voljo trgovske platforme in storitve primerjave proizvodov, ampak tudi pojasniti, kako naj bi družba Google, ki je trdila, da je konkurenčna grožnja prihajala od trgovskih platform, nameravala trajno zvišati cene svojih storitev, ki so omogočale prikaz na njenih straneh z zadetki,

ne da bi tvegala izgubo oglaševalcev v korist trgovskih platform. Dodatne storitve, ki jih ponujajo te platforme v primerjavi s storitvami primerjave proizvodov in jih je Komisija opredelila kot dejavnike razlikovanja, naj bi, nasprotno, krepile konkurenco, ki jo te platforme izvajajo v primerjavi s storitvami primerjave proizvodov. Z njimi naj bi bilo mogoče pojasniti to, da algoritem Panda prvonavedene bolje razvršča med zadetki splošnega iskanja iskalnika Google in da se je promet v njihovo korist povečal, medtem ko se je promet v korist storitev primerjave proizvodov zmanjšal. Zato naj bi več od teh storitev primerjave želelo ponuditi tudi te dodatne storitve, na primer storitev, ki omogoča neposredno izvedbo nakupa. Tudi sama družba Google naj bi začela uvajati to storitev, čeprav naj bi stavila predvsem na izboljšanje kakovosti svojih odgovorov na poizvedbe internetnih uporabnikov, da bi tako konkurirala trgovskim platformam pri iskanju proizvodov. Poleg tega naj okoliščina, da trgovske platforme in storitve primerjave proizvodov, kot sta Amazon in Google, vzpostavljajo vertikalne odnose, zlasti ker druge preusmerjajo na ponudbe prvih in so te njihove glavne stranke, kot je poudarila Komisija v točki 220 obrazložitve izpodbijanega sklepa, naj ne bi v ničemer spremenila tega, da bi morala Komisija preučiti zamenljivost njihovih storitev in elemente, katerih namen je bil pokazati, da si konkurirajo. Družba Google na trditve iz intervencijske vloge družbe Twenga – to je, da trgovske platforme delujejo v verigi nižje od družbe Google in da so v veliki meri odvisne od prometa z njenih strani s splošnimi zadetki – navaja, da tega razloga v izpodbijanem sklepu ni, pri čemer izpodbija tako dopustnost kot tudi dokazno moč študije v zvezi s Francijo, ki jo je v zvezi s tem izpostavila družba Twenga. V skladu z elementi, ki jih navaja družba Google v utemeljitev tožbe, naj bi bila večina prometa trgovskih platform neposrednega, kar naj bi bilo v nasprotju s številko 46 %, ki naj bi se v skladu z navedbami družbe Twenga ujemala s prometom z njenih strani s splošnimi zadetki. Družba Google v repliki še dodaja, da naj bi bil promet, ki ga trgovske platforme pridobijo iz storitev primerjave proizvodov, neznamen v primerjavi z njihovim celotnim prometom. Poleg tega družba Google še trdi, da želi Komisija v odgovoru na tožbo s trditvijo, da bi morala ona dokazati, da internetni uporabniki spletna mesta trgovskih platform obiskujejo tudi zato, da tam opravijo primerjalne poizvedbe z namenom nakupa proizvodov, in ne samo za izvedbo samih nakupov, prevajati dokazno breme, čeprav naj bi morala Komisija, če želi te platforme izključiti z upoštevne trga, dokazati, da to ne drži. Z elementi iz spisa upravnega postopka naj tega ne bi bilo mogoče dokazati. Natančneje, dejstvo, da je iz študije iz leta 2014 razvidno, da internetni uporabniki menijo, da so trgovske platforme večinoma namenjene nakupu proizvodov, naj ne bi kazalo na to, v kolikšni meri se uporabljajo njihove funkcije primerjalnega iskanja. Družba Google je zlasti na obravnavi vztrajala pri tem, da naj bi bil upoštevni trg, opredeljen v izpodbijanem sklepu – kot naj bi bilo razvidno iz točke 191 njegove obrazložitve – zgolj trg storitev primerjave proizvodov, ki se zagotavljajo internetnim uporabnikom, za katere naj bi bile trgovske platforme in storitve primerjave proizvodov zamenljive, ne pa trg storitev, ki se ponujajo spletnim prodajalcem. Poleg tega naj ne bi bila točna trditev, da trgovske platforme ne delajo z velikimi prodajalci, medtem ko naj bi storitve primerjave proizvodov dajale prednost tem partnerjem. Nazadnje, preudarkov iz točk od 224 do 226 obrazložitve izpodbijanega sklepa v zvezi z razlikami z vidika ponudbe naj ne bi bilo mogoče upoštevati, saj obstaja zamenljivost na strani povpraševanja internetnih uporabnikov.

464 Komisija, katere trditve podpira večina intervenientk v njeno korist, v zvezi s tem poudarja, da družba Google v tožbi ne izpodbija jasno upoštevne proizvodne trga, opredeljenega v izpodbijanem sklepu, ki je omejen na storitve primerjave proizvodov. Torej naj trgovske platforme, ki so zunaj tega trga, že po definiciji na njem ne bi mogle imeti pomembne tržne moči. Komisija v dupliki poudarja, da se trditve družbe Google o konkurenčnem pritisku trgovskih platform nanašajo na oceno učinkov očitane ravnanja, ne pa na opredelitev upoštevne trga, ki jo je treba opraviti pred tem v okviru analize konkurence.

465 Komisija vsekakor prereka, da storitve primerjave proizvodov in trgovske platforme spadajo na isti proizvodni trg. Zato po mnenju Komisije ni bilo treba določiti tržnega deleža trgovskih platform na trgu, na katerem so združene s storitvami primerjave proizvodov.

ii) Presoja Splošnega sodišča

466 Opozoriti je treba, da se v okviru analize konkurence trg ujema z območjem, na katerem se srečata ponudba in povpraševanje ter znotraj katerega se izvaja ali bi se lahko izvajala konkurenca. Tradicionalno se razlikuje med materialnim vidikom trga (proizvodni trg), ki določa blago ali storitve (glede na to, kaj zadevne podjetja ponujajo), ki si konkurirajo, ter prostorskim vidikom trga (geografski trg), ki določa obseg, znotraj katerega se izvaja konkurenca z vidika danih uporabnikov.

467 V zvezi s tem Komisija v Obvestilu o opredelitvi upoštevnega trga za namene konkurenčnega prava Skupnosti pojasnjuje, da je glavni namen opredelitve trga sistematično prepoznavanje konkurenčnih pritiskov, s katerimi se soočajo udeležena podjetja, vendar omogoča tudi analizo nekaterih ravnanj na trgu in strukturnih sprememb v ponudbi proizvodov (točki 2 in 12 Obvestila). Komisija natančneje navaja, da „[u]poštevni proizvodni trg obsega vse tiste proizvode in/ali storitve, ki jih potrošnik smatra za zamenljive ali nadomestljive glede na lastnosti proizvodov, njihove cene in namen uporabe“ (točka 7 Obvestila). Poleg tega v točki 20 Obvestila navaja:

„Zamenljivost ponudbe se lahko upošteva tudi pri opredelitvi trgov[, če] so [...] učinki [te zamenljivosti] enakovredni učinkom zamenljivosti povpraševanja glede učinkovitosti in takojšn[j]osti. To pomeni, da so ponudniki [...] sposobni preiti na proizvodnjo in trženje upoštevnih proizvodov v kratkem času brez znatnih dodatnih stroškov ali tveganja.“

468 Kot je bilo navedeno v točkah od 42 do 52 zgoraj, je Komisija v izpodbijanem sklepu opredelila dva ločena proizvodna trga, na katera se zadeva nanaša, in sicer trg splošnega spletnega iskanja in trg specializiranega spletnega iskanja za primerjavo proizvodov. Z drugega je izključila trgovske platforme z obrazložitvijo, da so njihove storitve slabo zamenljive s storitvami specializiranih storitev primerjave proizvodov.

469 Družba Google v obravnavani zadevi ne izpodbija opredelitve proizvodnega trga, za katerega je bilo ugotovljeno, da ima na njem prevladujoči položaj, torej trga splošnega spletnega iskanja, katerega akterji so iskalniki za splošno iskanje. Ne izpodbija niti obstoja trga specializiranega iskanja za primerjavo proizvodov, izpodbija pa to, da ta trg zajema zgolj storitve primerjave proizvodov, ne pa tudi trgovskih platform, ki naj bi prav tako ponujale storitve primerjave proizvodov.

470 Čeprav je družba Google ta očitek navedla šele v četrtem tožbenem razlogu, ki se v bistvu nanaša na to, da naj prakse, ki se ji očitajo, ne bi mogle imeti protikonkurenčnih učinkov, je – v nasprotju s trditvijo Komisije v odgovoru na tožbo – iz točke 313 in naslednjih tožbe razvidno, da izpodbija opredelitev tega trga, kakršno je upoštevala ta institucija. Trditev Komisije, da družba Google ne izpodbija opredelitve proizvodnega trga za storitve specializiranega iskanja za primerjavo proizvodov, je torej treba zavrnila. Družba Google jasno izpodbija to opredelitev in se pri tem, kot je razvidno iz točk 462 in 463 zgoraj, opira na številne trditve. Pri tem ni pomembno, da je ne izpodbija v samostojnem tožbenem razlogu, ampak v okviru splošnejših trditev, vključenih v del enega od tožbenih razlogov, v katerem navaja, da se ni upošteval konkurenčni pritisk trgovskih platform. Tako mora v skladu s členom 21, prvi odstavek, Statuta Sodišča Evropske unije, ki se

v skladu s členom 53, prvi odstavek, Statuta uporablja za postopek pred Splošnim sodiščem, in členom 76(d) Poslovnika tožba zlasti vsebovati predmet spora, navajane razloge in trditve ter povzetek navedenih razlogov, pri čemer morajo biti te navedbe dovolj jasne in natančne, da toženi stranki omogočijo pripravo obrambe, Splošnemu sodišču pa, da glede na okoliščine primera o tožbi odloči brez drugih dodatnih podatkov (glej sodbo z dne 12. decembra 2019, Tâpias/Svet, T-527/16, EU:T:2019:856, točki 64 in 65 ter navedena sodna praksa). Te zahteve so bile upoštevane. Zato je trditev družbe Google, da je Komisija storila analitično napako pri opredelitvi proizvodnega trga za storitve specializiranega iskanja za primerjavo proizvodov, dopustna in jo je treba preučiti.

- 471 V zvezi s tem je bilo odločeno, da morajo zadevno storitev ali blago, da se v smislu uporabe člena 102 PDEU šteje, da spada na dovolj ločen trg, odlikovati posebne značilnosti, zaradi katerih se razlikuje od ostalih storitev ali blaga v tolikšni meri, da jo (ga) je težko zamenjati z njimi in da je njihovi konkurenci izpostavljena(-o) le v majhni meri. V tem okviru je treba stopnjo medsebojne zamenljivosti med proizvodi oceniti glede na njihove objektivne značilnosti, strukturo povpraševanja in ponudbe na trgu ter konkurenčne pogoje (sodba z dne 21. oktobra 1997, Deutsche Bahn/Komisija, T-229/94, EU:T:1997:155, točka 54).
- 472 V obravnavani zadevi se postavlja vprašanje, ali je Komisija ob upoštevanju navedenih trditev v izpodbijanem sklepu zadostno dokazala, da imajo storitve primerjave proizvodov, ki jih ponujajo specializirane storitve primerjave proizvodov, posebne značilnosti, zaradi katerih se razlikujejo od tovrstnih storitev, ki jih ponujajo trgovske platforme, ali obratno, in sicer v tolikšni meri, da jih je med seboj težko zamenjati in da si konkurirajo le v majhni meri.
- 473 Poudariti je treba, da se obravnava dvostranski trg, to je trg, na katerem ponudniki hkrati odgovarjajo na dvoje ločenih povpraševanj različnih vrst povpraševalcev, in sicer na eni strani na povpraševanje internetnih uporabnikov, ki želijo primerjati značilnosti in cene proizvodov, preden pozneje izvedejo nakup, na drugi strani pa na povpraševanje oseb, ki želijo prodati svoje proizvode in zbirke podatkov ponudnikov oskrbujejo z informacijami o njih z namenom take primerjave, da bi jih internetni uporabniki nato kupili, k čemur je treba dodati, da se morebitna transakcija med kupci in prodajalci, če do nje pride, izvede na drugem trgu. V obravnavani zadevi ponudniki, za katere je treba opredeliti, ali spadajo na isti trg storitev primerjave proizvodov, pripadajo dvema kategorijama, to je kategoriji „preprostih“ storitev primerjave proizvodov in kategoriji trgovskih platform, medtem ko so povpraševalci na eni od obeh strani dvostranskega trga internetni uporabniki, na drugi pa spletni prodajalci.
- 474 Splošno sodišče ugotavlja, da Komisija v nasprotju s trditvijo družbe Google zadevnega trga storitev primerjave proizvodov ni omejila samo na stran, ki se nanaša na internetne uporabnike. Točka 191 obrazložitve izpodbijanega sklepa, na katero se v zvezi s tem sklicuje družba Google, namreč vsebuje zgolj opredelitev teh storitev, iz katere je poleg tega mogoče razbrati, da se nanašajo tako na internetne uporabnike kot tudi spletne prodajalce. Nasprotno, Komisija je v izpodbijanem sklepu obseg tega trga opredelila tako, da ni zajela samo analize značilnosti povpraševanja z vidika internetnih uporabnikov, ampak tudi analizo značilnosti povpraševanja z vidika spletnih prodajalcev.
- 475 Komisija se v točki 195 obrazložitve izpodbijanega sklepa – v okviru preučitve, ali so storitve primerjave proizvodov in preostale storitve specializiranega iskanja zamenljive – sklicuje na komercialne ekipe, potrebne za sklenitev sporazumov s spletnimi prodajalci proizvodov ali storitev, ki se konec koncev prodajo, kar kaže na to, da obravnava tudi stran trga, na kateri so preučevane storitve specializiranega iskanja v vlogi ponudnikov, spletni prodajalci pa v vlogi

povpraševalcev. Prav tako Komisija v točki 197 obrazložitve tega sklepa preučuje, ali so storitve primerjave proizvodov in oglaševalske storitve zamenljive, pri čemer navaja, da te storitve niso zamenljive niti z vidika internetnih uporabnikov niti z vidika spletnih prodajalcev. V zvezi z vprašanjem zamenljivosti storitev primerjave proizvodov in trgovskih platform najprej preučuje zamenljivost z vidika povpraševanja internetnih uporabnikov (točke od 218 do 220 obrazložitve), nato pa še z vidika povpraševanja spletnih prodajalcev (točke od 221 do 223 obrazložitve). Zatem analizira značilnosti ponudbe storitev primerjave proizvodov in trgovskih platform za internetne uporabnike (točka 225 obrazložitve) in za spletne prodajalce (točka 226 obrazložitve). Nazadnje Komisija izpodbija trditve družbe Google o zamenljivosti storitev primerjave proizvodov in trgovskih platform, ki se nanašajo tako na stran trga, ki se nanaša na internetne uporabnike, kot tudi njegovo stran, ki se nanaša na spletne prodajalce (točke od 227 do 245 obrazložitve).

476 Komisija je torej preučila obe strani trga, kar jo je privedlo zlasti do ugotovitve, da trgovske platforme niso del istega trga primerjave proizvodov kot storitve primerjave proizvodov. Zato trga ni omejila le na eno od njegovih strani.

477 Kot je v intervencijski vlogi poudarilo združenje BDZV, zgolj to, da so lahko storitve dveh kategorij ponudnikov v odgovor na povpraševanje ene od strani dvostranskega trga v veliki meri zamenljive, še ne pomeni nujno, da to velja tudi za povpraševanje, izraženo na drugi strani tega trga. Ker namreč povpraševanje na dvostranskem trgu ne prihaja od istih povpraševalcev na vsaki od strani trga, ni mogoče predpostaviti, da je odgovor na vprašanje zamenljivosti storitev za vsako od teh strani enak.

478 Preveriti je treba torej, ali je Komisija – ob upoštevanju očitkov družbe Google – za eno ali drugo od obeh strani trga storitev primerjave proizvodov zadostno dokazala, da imajo storitve, ki jih ponujajo specializirane storitve primerjave proizvodov, posebne značilnosti, zaradi katerih se razlikujejo od storitev primerjave proizvodov, ki jih ponujajo trgovske platforme, ali obratno, in sicer v tolikšni meri, da jih je med seboj težko zamenjati in da si konkurirajo le v majhni meri.

479 Komisija je v točki 217 obrazložitve izpodbijanega sklepa navedla, da storitve primerjave proizvodov in trgovske platforme sicer ponujajo storitve primerjave proizvodov, vendar za različne vrste uporabe tako z vidika internetnih uporabnikov kot tudi z vidika spletnih prodajalcev.

480 V zvezi s tem je Komisija glede povpraševanja internetnih uporabnikov v točkah 218 in 219 obrazložitve izpodbijanega sklepa ugotovila, da storitve primerjave proizvodov delujejo kot posredniki med internetnimi uporabniki in posamičnimi prodajalci ali trgovskimi platformami, tako da omogočajo primerjavo različnih ponudb za proizvode, da ne ponujajo možnosti nakupa na svojem spletnem mestu, ampak internetne uporabnike preusmerijo na spletna mesta prodajalcev, da ne zagotavljajo niti poprodajne storitve niti vračila proizvodov in da so na njih zbrane le ponudbe za nove proizvode, medtem ko trgovske platforme omogočajo izvedbo nakupov na lastnem spletnem mestu, vključno s proizvodi, ki jih ne prodajajo same, včasih rabljenimi proizvodi in proizvodi, ki jih ne prodajajo poklicni prodajalci, da se dojemajo kot prodajalci za več znamk, torej kot nakupovalna mesta, ter da ponujajo poprodajno storitev, vračilo proizvodov in nekatere celo odškodninske mehanizme v primeru težav. Komisija se je v zvezi s tem oprla na številne izjave podjetij, ki so sodelovala v upravnem postopku, in je poleg tega v točki 220(3) obrazložitve izpodbijanega sklepa navedla, da večina storitev primerjave proizvodov, ki jim je bilo postavljeno vprašanje v zvezi s tem, trgovske platforme dojemajo

predvsem kot partnerke, ne pa kot konkurentke, in obratno. V točki 220(5) ali točki 223(1) obrazložitve izpodbijanega sklepa je navedeno, da interni dokumenti družbe Google kažejo na to, da ta ne zagotavlja enakega obravnavanja obeh kategorij akterjev.

- 481 Kot trdi družba Google, sicer drži, da dejstvo, da trgovske platforme ponujajo veliko več funkcij kot storitve primerjave proizvodov in da so hkrati stranke storitev primerjave proizvodov, samo zase še ne pomeni, da je storitve, ki jih ponujata obe kategoriji akterjev – če upoštevamo samo storitve primerjave proizvodov, ki jih ponujajo internetnim uporabnikom – med seboj težko zamenjati in da si konkurirajo le v majhni meri oziroma, drugače povedano, da odgovarjajo različnim vrstam uporabe.
- 482 Vendar izpodbijani sklep vsebuje druge elemente, ki utemeljujejo, da je tako.
- 483 Iz elementov, na katere je bilo opozorjeno v točki 480 zgoraj, je razvidno, da so za internetne uporabnike trgovske platforme predvsem nakupovalna mesta, ki zagotavljajo vse tradicionalne funkcije prodaje, vključno s tem, da po potrebi služijo kot prodajalno za nepoklicne prodajalce, medtem ko je funkcija storitev primerjave proizvodov predvsem informativna.
- 484 Komisija v zvezi s tem v točki 228 obrazložitve izpodbijanega sklepa navaja, da storitve primerjave proizvodov na splošno ponujajo širši nabor ponudb od trgovskih platform, ki vključuje natanko ponudbe teh platform. Čeprav se torej zbirke podatkov trgovskih platform in storitev primerjave proizvodov med seboj delno prekrivajo, so storitve primerjave proizvodov z vidika obsega iskanja veliko zmogljivejše iskalno orodje kot tovrstne storitve trgovskih platform, ki so omejene na obseg lastnih ponudb in ponudb zgolj prodajalcev, ki so taki platformi želeli zaupati trženje vseh ali dela svojih proizvodov.
- 485 Edini konkretni element, ki ga navaja družba Google zoper presojo iz točke 228 obrazložitve izpodbijanega sklepa, to je, da je platforma Amazon – kot je razvidno iz enega od njenih javnih dokumentov, predloženega v prilogi A130 k tožbi – leta 2014 na svetovni ravni združevala več kot dva milijona spletnih prodajalcev, ki so prodali več kot dve milijardi proizvodov, ne zadostuje za to, da se ta presoja izpodbije. Nanaša se namreč na en sam gospodarski subjekt, pri čemer so navedene številke združene na svetovni ravni, kar ne omogoča morebitne presoje v primerjavi s storitvami primerjave proizvodov, dejavnimi na ravni te ali one od trinajstih držav, na katere se nanaša izpodbijani sklep.
- 486 Tako je uporaba enega ali drugega iskalnega orodja z vidika internetnih uporabnikov različna, saj želijo z uporabo specializirane storitve primerjave proizvodov pridobiti nabor ponudb za proizvode, ki so na voljo na celotnem trgu, medtem ko je namen uporabe storitve primerjave proizvodov, ki jo ponuja trgovska platforma, zgolj pridobiti nabor ponudb, ki so na voljo samo na tej platformi, vendar z možnostjo, da znotraj tega nabora izbrani proizvod tudi takoj kupijo.
- 487 Poleg tega Komisija v točki 232 obrazložitve izpodbijanega sklepa pojasnjuje še svoje mnenje o študiji organa za konkurenco in trge v Združenem kraljestvu, ki jo je predložila družba Google, ki je poudarila, da je ta organ navedel, da z vidika internetnih uporabnikov uporaba ene od obeh vrst iskalnih orodij ne izključuje druge, pri čemer nekateri med enim samim iskanjem proizvoda uporabijo eno, nato pa še drugo. Vendar je iz odlomka te študije, navedenega v izpodbijanem sklepu, sicer res razvidno, da se lahko iskanje proizvodov začne z enim ali drugim od teh orodij in da je lahko nato izboljšano ali dopolnjeno z drugim, vendar je v njej tudi navedeno, da je namen uporabe trgovske platforme pridobiti ocene kakovosti tega ali onega proizvoda, medtem ko se storitev primerjave proizvodov uporabi za iskanje najugodnejše cene za proizvod na trgu, kar

potrjuje različno uporabo vsakega od teh orodij z vidika internetnih uporabnikov. Družba Google s to študijo torej ne more uspešno dokazati, da so trgovske platforme in storitve primerjave proizvodov za internetne uporabnike zamenljive.

- 488 Nazadnje je treba upoštevati še navedbe iz točke 220(3) obrazložitve izpodbijanega sklepa, ki so podrobneje pojasnjene v točki 235 njegove obrazložitve v odgovor na trditve družbe Google, v skladu s katerimi se storitve primerjave proizvodov in trgovske platforme, ki jim je Komisija med upravnim postopkom zastavila vprašanja, vzajemno večinoma ne obravnavajo kot neposredni konkurenti, čeprav je družba Google izpostavila še druge odgovore, ki kažejo na zamenljivost njihovih storitev primerjave proizvodov in čeprav so nekateri odgovori nekoliko bolj večplastni.
- 489 V zvezi s tem razmerje med trgovskimi platformami in storitvami primerjave proizvodov ni preprost odnos stranke s ponudnikom za dobavo proizvoda ali storitve – kar ne bi izključevalo konkurence nižje v verigi – ampak privede do tega, da storitve primerjave proizvodov vse internetne uporabnike – najpogosteje v obliki oglaševanja – seznanjajo s ponodbami trgovskih platform. Tak položaj pa bi bil malo verjeten, če bi si obe kategoriji akterjev neposredno konkurirali.
- 490 Ugotovitve, izpeljane iz teh elementov, to je, da storitve primerjave proizvodov in trgovske platforme z vidika internetnih uporabnikov odgovarjajo na različne vrste uporabe in da so torej na različnih trgih, ni mogoče izpodbiti s stališčem družbe Google, ki obrobno izpodbija analizo iz točk 221 in 222 obrazložitve izpodbijanega sklepa v zvezi z značilnostmi povpraševanja z vidika spletnih prodajalcev, tudi če bi bilo to stališče dopuščeno. Komisija v teh točkah obrazložitve izpostavlja elemente, iz katerih je mogoče izpeljati, da so prodajalci, prikazani med zadetki specializiranih storitev primerjave proizvodov, večinoma veliki prodajalci, medtem ko so tisti, prikazani med zadetki primerjave proizvodov trgovskih platform, večinoma majhni in srednje veliki prodajalci. Pa tudi če bi trgovske platforme in specializirane storitve primerjave proizvodov na splošno ponujale ponudbe istih kategorij prodajalcev, kot trdi družba Google, to ne bi nič spremenilo z vidika dejstva, da internetni uporabniki storitve primerjave proizvodov enih in drugih uporabljajo z različnim namenom, kot je to razvidno iz točk 486 in 487 zgoraj.
- 491 Torej na podlagi trditev, ki jih je izpostavila družba Google, ni mogoče šteti, da je Komisija storila napako pri presoji, ker je menila, da so za internetne uporabnike storitve primerjave proizvodov, ki jih ponujajo specializirane storitve primerjave proizvodov, in tiste, ki jih ponujajo trgovske platforme, med seboj težko zamenljive in da si konkurirajo le v majhni meri, kar pomeni, da navedeni kategoriji spletnih akterjev s tega vidika ne delujeta na istem proizvodnem trgu.
- 492 Komisija je v zvezi s stranjo trga, ki se nanaša na spletne prodajalce, v točkah 221 in 222 obrazložitve izpodbijanega sklepa navedla – kot je bilo pojasnjeno v točki 490 zgoraj – da se v okviru storitev primerjave proizvodov večkrat objavljajo ponudbe velikih spletnih prodajalcev, ki želijo ohraniti nadzor nad trženjem svojih proizvodov, medtem ko se na trgovskih platformah večkrat objavljajo ponudbe majhnih in srednje velikih prodajalcev, včasih tudi nepoklicnih, ki ne želijo ali ne morejo sami opravljati dejavnosti spletne prodaje. Iz tega naj bi bilo v bistvu razvidno, da imajo storitve primerjave proizvodov in trgovske platforme v veliki meri različna nabora strank, zato se z vidika spletnih prodajalcev umeščajo na različna trga. Komisija to trditev utemeljuje z odgovori storitev primerjave proizvodov in trgovskih platform na njena vprašanja, povzetimi v točki 223, od 2 do 6, obrazložitve izpodbijanega sklepa.

493 Vendar je treba ugotoviti, da družba Google v tožbi – in kot je potrdila tudi na obravnavi – ne izpodbija analize Komisije v zvezi s stranjo trga, ki se nanaša na spletne prodajalce, saj trdi (kar se je sicer, kot je bilo pojasnjeno v točkah 463 in 474 zgoraj, izkazalo za napačno), da Komisija ni upoštevala te strani trga. V zvezi s tem je pomenljivo, da družba Google ni ponovila trditve, ki jo je navedla v upravnem postopku, in sicer da bi morala Komisija, da bi se prepričala o obsegu trga, pri spletnih prodajalcih opraviti test predpostavke o povišanju cen („small but significant and non-transitory increase in price“ ali SSNIP). Kot je bilo že navedeno, se edini element, s katerim družba Google izpodbija to, da storitve primerjave proizvodov in trgovske platforme svoje storitve ponujajo različnim vrstam prodajalcev, to je priloga A129 k tožbi, ki vsebuje izjave trgovskih platform, ki so navedle, da prikazujejo celotno paleto spletnih prodajalcev, vključno z velikimi prodajalci, nanaša na razpravo o zamenljivosti storitev z vidika internetnih uporabnikov. Dalje, tudi če bi bile izjave trgovskih platform dejansko široko preverjene, še ne pomenijo nujno, da spletni prodajalci v storitvah specializiranih storitev primerjave proizvodov in storitvah trgovskih platform vidijo medsebojno zamenljive storitve. Natančneje, Komisija je v izpodbijanem sklepu poudarila, da se prodajna modela pri uporabi enega ali drugega kanala z vidika poslovne avtonomije spletnega prodajalca med seboj precej razlikujeta, kar pomeni – razen v primeru nasprotnega dokaza, ki pa v obravnavani zadevi ni bil predložen – da bodo prodajalci uporabili enega ali drugega od kanalov glede na lastne značilnosti ali poslovne izbire in da nekateri od njih sicer res hkrati uporabljajo oba kanala, vendar je taka uporaba dopolnilna, saj z njo razširijo prodajna sredstva prav s hkratno uporabo dveh ločenih modelov.

494 Torej je treba šteti, da je Komisija dokazala, da so za te prodajalce storitve specializiranih storitev primerjave proizvodov in storitve trgovskih platform prav tako med seboj težko zamenljive in da si konkurirajo le v majhni meri.

495 V teh okoliščinah je treba opredelitev trga storitev primerjave proizvodov, na katerem deluje družba Google, kot je bila podana v izpodbijanem sklepu, obravnavati kot pravilno ter na podlagi te premise nadaljevati preučitev drugega dela četrtega tožbenega razloga, pri čemer pa je treba kljub vsemu upoštevati, da je Komisija v oddelku 7.3.2 izpodbijanega sklepa opravila podredno analizo učinkov zadevnih praks ob predpostavki, da bi ta trg zajemal tudi trgovske platforme.

2) Elementi drugega dela četrtega tožbenega razloga, v skladu s katerimi je bil konkurenčni pritisk trgovskih platform vsekakor zanemarljen

i) Trditve strank

496 Družba Google pojasnjuje, da to, da se v izpodbijanem sklepu ni upošteval konkurenčni pritisk trgovskih platform, pomeni napačno uporabo prava. Zaradi tega pritiska naj ne bi bilo mogoče ugotoviti, da ima lahko njeno ravnanje protikonkurenčni učinek na trgu. Komisija naj tega pritiska ne bi upoštevala, in sicer niti v svoji podredni analizi, v skladu s katero so trgovske platforme udeleženci na nacionalnih trgih storitev primerjave proizvodov. V tej analizi naj bi namreč preučila le „segment“ trga storitev primerjave proizvodov z obrazložitvijo, da so te storitve najbližji konkurenti družbe Google. Čeprav bi to držalo, naj se ne bi smele zanemariti navedene platforme, katerih tržni delež naj bi bil nekajkrat večji od tržnega deleža storitev primerjave proizvodov, kar še zlasti velja za platformo Amazon. Komisija naj bi poleg tega v Smernicah o presoji horizontalnih združitvev na podlagi uredbe Sveta o nadzoru koncentracij podjetij (UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 8, zvezek 3, str. 10, točke od 28 do 30) v bistvu navedla, da je treba pri presoji predlogov horizontalne koncentracije upoštevati vse vire konkurence, tudi če niso najbližji.

- 497 Družba Google navaja, da zaradi konkurenčnega položaja trgovskih platform med letoma 2011 in 2016 v trinajstih državah, na katere se nanaša kršitev, za katero Komisija meni, da jo je lahko ugotovila, ponazorjenega s preglednico s številčnimi podatki in stolpčnim diagramom v točki 349 tožbe, ni mogla trajno dvigniti svojih cen ali zavirati inovacij.
- 498 Dalje, tudi ko je Komisija pri oceni deležev prometa storitev primerjave proizvodov – vključno z deležem prometa družbe Google, ki se je štel posebej – in trgovskih platform v študiji, navedeni v točkah 388, 405 in 453 zgoraj, vključila trgovske platforme, naj dve od petih prilagoditvenih metod, ki jih je uporabila, to je tisti iz druge študije (metodi iz točke 637(d) in (e) obrazložitve izpodbijanega sklepa), ne bi bili pravilni, saj naj bi se z njima upošteval zgolj delež prometa, ki se je k storitvam primerjave proizvodov in trgovskim platformam stekal iz iskalnika Google, ne pa njihov skupni promet. Druge metode naj bi prav tako imele napake. V vseh petih metodah naj bi bil zlasti napačno opredeljen delež storitve primerjave družbe Google, ki naj bi bil enak seštevku klikov na stran s splošnimi zadetki družbe Google, ki preusmerijo na stran za specializirano iskanje Google Shopping, in klikov, ki preusmerijo neposredno na spletna mesta prodajalcev.
- 499 Vendar naj bi bil celo po prilagoditveni metodi iz točke 637(a) obrazložitve izpodbijanega sklepa, ki je za družbo Google najmanj ugodna, devet let po začetku ravnanja, ki po mnenju Komisije pomeni zlorabo, tržni delež trgovskih platform za zadevnih trinajst držav povprečno večkrat večji od tržnega deleža Google Shopping. Družba Google v bistvu trdi, da glede na tako velik tržni delež, kot so ga imele trgovske platforme, ki naj bi bile njene najbližje konkurentke, ni mogla imeti take tržne moči, ki bi ji omogočala ravnanja s protikonkurenčnimi učinki. V odgovor na trditve Komisije, da je tržni delež njene storitve primerjave proizvodov rasel, medtem ko je tržni delež trgovskih platform na splošno ostal stabilen, družba Google navaja, da so te platforme količinsko pridobile več prometa in da imajo še vedno nepremagljiv tržni delež.
- 500 Komisija, ki jo podpirajo organizacija BEUC, družba Foundem, združenji VDZ in BDZV, družbe Visual Meta, Twenga in Kelkoo ter Zvezna republika Nemčija, trditve družbe Google prereka.

ii) Presoja Splošnega sodišča

- 501 Primarno, Komisija se je pri preučitvi upravičeno omejila samo na storitve primerjave proizvodov, na podlagi česar je v glavni analizi, ki je temeljila na ugotovitvi, da trgovske platforme niso vključene na trg storitev primerjave proizvodov, presodila učinke praks družbe Google. Na nacionalnih trgih storitev primerjave proizvodov, omejenih samo na storitve primerjave proizvodov, kar se ujema s položajem, ki ga je Splošno sodišče potrdilo v tej fazi te sodbe, je bilo namreč mogoče z ugotovljenimi potencialnimi protikonkurenčnimi učinki na te storitve primerjave proizvodov utemeljiti ugotovitev zlorabe prevladujočega položaja, saj je konkurenčni pritisk trgovskih platform na družbo Google na teh trgih že po definiciji majhen in je bila prav zato pri opredelitvi trga upoštevana ta šibka stopnja pritiska. Zato je treba trditve v zvezi s tem zavrnil.
- 502 Zaradi popolnosti Splošno sodišče meni, da je treba preučiti, v kolikšnem obsegu bi morala Komisija v podredni analizi učinkov praks družbe Google ob predpostavki, da bi proizvodni trg vključeval ne samo storitve primerjave proizvodov, ampak tudi trgovske platforme, upoštevati konkurenčni pritisk trgovskih platform. V zvezi s tem se je Komisija v navedeni analizi, vključeni v oddelek 7.3.2 izpodbijanega sklepa, omejila na preučitev razvoja tržnih deležev storitve primerjave proizvodov družbe Google, konkurenčnih storitev primerjave proizvodov in trgovskih platform ter razvoja prometa, ki se je k njim stekal s strani s splošnimi zadetki družbe Google, na podlagi česar je prišla do ugotovitev o učinkih ravnanja družbe Google, ni pa preučila, v kolikšnem

obsegu je lahko položaj trgovskih platform na trgu izvajal konkurenčni pritisk na družbo Google ali, drugače povedano, omejil njeno svobodo ravnanja, razen da je implicitno ugotovila, da ta morebitni pritisk ni preprečil, da bi imelo ravnanje družbe Google učinke na segment storitev primerjave proizvodov.

503 Kot je bilo navedeno v točkah 437 in 438 zgoraj, med zlorabe prevladujočega položaja, ki so s členom 102 PDEU prepovedane, spadajo predvsem ravnanja, katerih posledica je – tudi samo potencialno – oviranje ohranjanja obstoječe stopnje konkurence na trgu ali njenega razvoja (glej v tem smislu sodbo z dne 14. oktobra 2010, Deutsche Telekom/Komisija, C-280/08 P, EU:C:2010:603, točke 174 in od 250 do 254 ter navedena sodna praksa).

504 Zato lahko tudi v primeru trga, na katerem obstaja več kategorij konkurentov, in tudi če enostransko ravnanje podjetja s prevladujočim položajem, ki omejuje konkurenco, vpliva le na eno kategorijo njegovih konkurentov na takem trgu, ki vključuje druge kategorije konkurentov, to ravnanje pomeni zlorabo prevladujočega položaja, če se dokaže, da ima vsaj potencialno škodljive učinke za konkurenco, ki ovirajo ohranjanje obstoječe stopnje konkurence na celotnem trgu ali razvoj te konkurence (glej v tem smislu sodbo z dne 19. aprila 2012, Tomra Systems in drugi/Komisija, C-549/10 P, EU:C:2012:221, točke od 41 do 45).

505 Kot je bilo navedeno v točki 495 zgoraj, je Komisija v oddelku 7.3.2 izpodbijanega sklepa dejansko opravila podredno analizo učinkov praks družbe Google ob predpostavki, da bi proizvodni trg vključeval ne samo storitve primerjave proizvodov, ampak tudi trgovske platforme. V tem oddelku – ob upoštevanju navedb iz točke 504 zgoraj – Komisija ni napačno uporabila prava, ker je v točki 609 obrazložitve izpodbijanega sklepa v bistvu pojasnila, da bi bili lahko ob tej predpostavki ugotovljeni potencialni protikonkurenčni učinki, čeprav bi bil segment storitev primerjave proizvodov edini, kjer bi nastali. V teh okoliščinah je ravnanje družbe Google po potrebi lahko opredelila kot zlorabo, ne da bi upoštevala različne konkurenčne odnose, ki jih je morda ta družba vzdrževala s trgovskimi platformami v primerjavi s storitvami primerjave proizvodov, torej, drugače povedano, ne da bi upoštevala konkurenčni pritisk, ki so ga trgovske platforme morda poleg tega izvajale na družbo Google. Kot pa je bilo navedeno v točkah 438 in 441 zgoraj, je morala Komisija kljub vsemu dokazati zadosten potencialni protikonkurenčni učinek na trgu, saj brez tovrstnega učinka ni mogoče ugotoviti prakse izrinjanja, ki pomeni zlorabo. Komisija je lahko s tem tudi dokazala, da morebitni konkurenčni pritisk trgovskih platform ni preprečil takega učinka.

506 V zvezi s tem je iz prve študije, navedene v točki 453 zgoraj, katere glavni rezultati so predstavljeni v točki 638 obrazložitve izpodbijanega sklepa, razvidno, da je bil ob upoštevanju prilagoditve, ki vodi do najmanjšega rezultata, tržni delež storitev primerjave proizvodov (vključno s storitvijo družbe Google) na trgu, ki vključuje trgovske platforme, med letoma 2011 in 2016 najmanj 9 % v Združenem kraljestvu, 14 % v Nemčiji, 24 % v Franciji, 45 % na Nizozemskem, 23 % v Italiji, 20 % v Španiji, 16 % v Avstriji, 21 % v Belgiji, 47 % v Češki republiki, 39 % na Danskem, 18 % na Norveškem, 17 % na Poljskem in 41 % na Švedskem. Učinkov zadevnih praks, ki so vplivale na segment konkurence z vsaj temi ravnmi tržnega deleža, če bi bili dokazani, torej ni mogoče šteti za tako zanemarljive, da bi bilo mogoče ugotoviti, da ni niti najmanjšega učinka na položaj konkurentov, kot je bilo to navedeno v točki 438 zgoraj (glej v tem smislu sodbo z dne 6. oktobra 2015, Post Danmark, C-23/14, EU:C:2015:651, točka 73), ali da so bile tako šibke, da je mogoče njihovo sposobnost omejevanja konkurence, na kakršno je bilo napoteno v točki 439 zgoraj, izključiti (glej v tem smislu sodbi z dne 19. aprila 2012, Tomra Systems in drugi/Komisija, C-549/10 P, EU:C:2012:221, točke od 41 do 45, in z dne 6. septembra 2017, Intel/Komisija, C-413/14 P, EU:C:2017:632, točka 139). To analizo potrjujejo tudi skupne številke

same družbe Google, navedene v preglednici in stolpcnem diagramu iz točke 349 tožbe, ki kažejo na to, da je tržni delež storitev primerjave proizvodov (vključno s tovrstno storitvijo družbe Google) v posameznih letih med letoma 2011 in 2016 znašal med 15 % in 21 %

507 V zvezi s trditvijo družbe Google, da Komisija v Smernicah o presoji horizontalnih združitvev na podlagi uredbe Sveta o nadzoru koncentracij podjetij (točke od 28 do 30) navaja, da je treba pri presoji predlogov horizontalne koncentracije upoštevati vse vire konkurence, tudi če niso najbližji, je treba ugotoviti – kot je navedeno v členu 2(3) Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 z dne 20. januarja 2004 o nadzoru koncentracij podjetij (UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 8, zvezek 3, str. 40) – da je namen evropskega nadzora koncentracij z evropskimi razsežnostmi preprečiti položaje, ki so za konkurenco škodljivi že zaradi ustvarjanja ali krepitev prevladujočega položaja s posledico bistvenega oviranja učinkovite konkurence na skupnem trgu ali na njegovem znatnem delu, ne da bi se kot izhodišče zahtevala predpostavka, da bo ravnanje podjetij, ki naj bi se združila, pomenilo zlorabo. Merila, ki jih Komisija uporabi pri presoji potrebe po ukrepanju s prepovedjo koncentracije, se torej z vidika vpliva na konkurenco na trgu razlikujejo od meril, ki se uporabljajo, kadar bi lahko ugotovila zlorabo prevladujočega položaja in zadevnemu podjetju naložila odpravo spornega ravnanja (glej v tem smislu sodbo z dne 25. oktobra 2002, Tetra Laval/Komisija, T-5/02, EU:T:2002:264, točka 218). Vsekakor je Komisija upoštevala vir konkurence, ki so ga lahko predstavljale trgovske platforme, tako v glavni predpostavki, po kateri niso del istega trga, ker storitvam primerjave proizvodov konkurirajo le v majhni meri, kot tudi v podredni predpostavki, po kateri so del istega trga.

508 Poleg tega je bil metodološki očitke družbe Google, da naj bi Komisija za opredelitev deleža storitve primerjave proizvodov te družbe upoštevala preveč klikov, zlasti v primerjavi s trgovskimi platformami ob predpostavki skupnega trga z njimi, že zavržen v točkah od 407 do 410 zgoraj.

509 Drugi del četrtega tožbenega razloga družbe Google, v skladu s katerim je bila v analizi učinkov zadevnih praks zanemarjena vloga trgovskih platform, je treba torej zavrniti.

e) Tretji del četrtega tožbenega razloga: Komisija ni dokazala obstoja protikonkurenčnih učinkov

1) Trditve strank

510 Družba Google v tretjem delu tega tožbenega razloga trdi, da tudi če Splošno sodišče ne bi ugodilo njegovima prvima dvema deloma, Komisiji v izpodbijanem sklepu ni uspelo dokazati protikonkurenčnih učinkov očitane ravnanja. Združenje CCIA v zvezi s tem ob sklicevanju na sodbo z dne 6. septembra 2017, Intel/Komisija (C-413/14 P, EU:C:2017:632, točka 139), in sklepne predloge generalnega pravobranilca N. Wahla v zadevi Intel Corporation/Komisija (C-413/14 P, EU:C:2016:788) navaja, da bi Komisija vseeno morala opraviti poglobljeno analizo za ugotovitev učinkov izključitve.

511 Najprej, Komisija naj bi namreč pri analizi razvoja tega, kako internetni uporabniki uporabljajo storitve primerjave proizvodov, konkurenčne tovrstni storitvi družbe Google, upoštevala samo promet, ki se je k njim stekal s strani s splošnimi zadetki družbe Google. Upoštevati pa naj bi bilo treba vse vire njihove uporabe. Komisija naj bi v izpodbijanem sklepu zgolj trdila, da je promet iz splošnih zadetkov iskalnika Google, na katerega naj bi vplivale očitane prakse, predstavljal velik delež prometa h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov, pri nekaterih tudi polovico.

Družba Google se v zvezi s tem sklicuje na točki 539 in 540 obrazložitve ter preglednico 24 izpodbijanega sklepa. Združenje CCIA k temu dodaja, da bi morala Komisija dokazati, da promet, na katerega vplivajo zadevne prakse, predstavlja dovolj velik delež celotnega prometa konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, da lahko povzroči učinek zaprtja trga, in da se ne bi smela zadovoljiti že z navedbo, da je bil ta promet za nekatere od teh storitev primerjave proizvodov velik. Komisija naj bi tako napačno uporabila pravo. Družba Google k temu dodaja, da na eni strani razvrstitev in prikaz Product Universals in Shopping Units nikakor nista mogla vplivati na celoten promet iz njenih splošnih zadetkov, na drugi strani pa še, da ni dosledno hkrati navesti, da velik del uporabe konkurenčnih storitev primerjave proizvodov izhaja iz teh splošnih zadetkov iskalnika in da je družba Google zmanjšala promet v njihovo škodo. Z napotilom na navedbe iz svojega tretjega tožbenega razloga v zvezi z elementi iz preglednice 23 izpodbijanega sklepa družba Google trdi, da je dejansko vpliv na skupni promet storitev primerjave proizvodov, konkurenčnih njeni tovrstni storitvi, ki ga je mogoče pripisati razvrščanju ter prikazu Product Universals in Shopping Units, veliko premajhen, da bi lahko povzročil učinek izrinjenja.

512 Dalje, Komisija naj v izpodbijanem sklepu ne bi dokazala obstoja vstopnih ovir, zlasti tistih, ki naj bi jih postavljala družba Google in ki naj bi storitvam primerjave proizvodov preprečevale, da izkoristijo druge vire prometa razen iskalnikov za splošno iskanje, kot so plačljivi promet, neposredni promet in promet iz mobilnih aplikacij ali iz napotil tretjih oseb. Dejstvo, da trgovske platforme široko uporabljajo take vire, naj bi potrjevalo neobstoj vstopnih ovir. Pričevanje enega od konkurentov družbe Google, v skladu s katerim „storitve primerjave proizvodov ni mogoče razviti brez prometa iz iskalnika za splošno iskanje“, saj „potrošniki iskanje vedno začnejo v iskalniku za splošno iskanje“, navedeno v točki 575 obrazložitve izpodbijanega sklepa, naj ne bi bilo preverjeno in naj bi bilo ovrženo s študijami, ki kažejo, da večina potrošnikov iskanje proizvodov začne na trgovskih platformah, ne pa v iskalniku družbe Google. V študiji, predloženi v utemeljitev odgovora na tožbo (priloga B18), naj bi bilo zgolj navedeno, da so iskalniki za splošno iskanje najpomembnejši vir informacij za seznanjanje s storitvami primerjave proizvodov, ne bi pa naj bi bilo iz nje razvidno, da so nujno potreben vir prometa zanje.

513 Komisija naj bi položaj iz obravnavane zadeve napačno izenačila s položajem, v katerem podjetje s prevladujočim položajem razpolaga z nujnim sredstvom za dejavnost drugih podjetij. Čeprav je iskalnik družbe Google privlačno orodje, pa naj za konkurenčne storitve primerjave proizvodov ne bi bil nujen. Družba Google se v zvezi s tem sklicuje na položaj, v katerem je bila izdana sodba z dne 26. novembra 1998, Bronner (C-7/97, EU:C:1998:569, točka 43). Analiza, po kateri bi lahko družba Google z upravljanjem svojega iskalnika izrinila konkurenco teh storitev primerjave, naj bi bila torej nujno neutemeljena. Ti konkurenti bi morali internetne uporabnike pritegniti z različnimi sredstvi, tako da bi izvedli ustrezne naložbe, ki pa na konkurenčnem trgu niso samodejno zagotovilo za uspeh. Različne spletne storitve, zlasti storitve primerjave, specializirane na drugih področjih, na primer zavarovalniškem ali energetske, naj bi te naložbe uspešno izvedle. Natančneje, organ za konkurenco in trge v Združenem kraljestvu naj bi v študiji iz leta 2017 (priloga C18) poudaril, da te storitve primerjave uspešno vlagajo v oglaševanje in razvoj znamk ter da veliko oglašujejo na spletu, radiu in televiziji. Družba Google naj ne bi nikakor nasprotovala razvoju teh drugih sredstev. Trditve Komisije, da je oglaševanje v obliki besedilnih oglasov, ki se prikažejo na straneh s splošnimi zadetki družbe Google, predrago, promet iz mobilnih aplikacij in neposredni promet v korist konkurenčnih storitev primerjave proizvodov pa naj bi bil majhen, naj ne bi dokazovale, da je družba Google ovirala uporabo teh sredstev. Trgovske platforme in druge spletne storitve primerjave naj bi tako imele veliko prometa, neodvisnega od družbe Google. V nasprotju s tem, kar je navedeno v izpodbijanem sklepu v opombi št. 715, naj položaj torej ne bi bil podoben položaju, v katerem je bila izdana sodba z dne 17. septembra 2007, Microsoft/Komisija (T-201/04, EU:T:2007:289). Družba Microsoft naj

bi v tej zadevi v zvezi z vezano prodajo namreč ustvarila vstopne ovire tako, da je vpletla tretje osebe, in sicer proizvajalce osebnih računalnikov, ki bi lahko njenim konkurentom omogočili konkuriranje njenemu proizvodu Windows Media Player. Družba Google v stališču o intervencijski vlogi združenja BDZV opredeljuje pet dodatnih razlik med to zadevo in zadevo, v kateri je bila izdana navedena sodba, in sicer to, da sama ni ravnala prisilno, neobstoj tehničnih ovir, ki bi lahko poslabšale delovanje konkurenčnih storitev, obstoj tehničnih utemeljitev za ravnanje, ki ga je preučevala Komisija, to, da Komisija ni dokazala dejanskih protikonkurenčnih učinkov, in obveznost za družbo Google, da svojim konkurentom omogoči dostop do svojih storitev (Product Universals in Shopping Units), če jih želi ohraniti.

514 Kot poudarja združenje CCIA, Komisija tudi ni dokazala, da so storitve primerjave proizvodov, ki so konkurenčne storitvi družbe Google in ki so imele težave, enako učinkovite kot ta družba ali da so izvajale znaten konkurenčni pritisk na cene ali inovacije. Takšen pristop naj bi bil potreben, čeprav zatrjevana zloraba ni povezana s cenami. Takšen pristop naj bi bil uporabljen v zadevi, v kateri je bila izdana sodba z dne 17. septembra 2007, Microsoft/Komisija (T-201/04, EU:T:2007:289). Izginotje manj učinkovitih ali nekonkurenčnih konkurentov pa naj bi ustrezalo običajnim tržnim razmeram, kot naj bi bilo ugotovljeno zlasti v sodbi z dne 6. septembra 2017, Intel/Komisija (C-413/14 P, EU:C:2017:632, točka 134). Namen člena 102 PDEU naj ne bi bil zaščita podjetij, ki niso učinkovita. V zgoraj navedeni zadevi, v kateri je bila izdana sodba z dne 17. septembra 2007, Microsoft/Komisija (T-201/04, EU:T:2007:289), naj bi bili konkurenti, ki so bili izrinjeni s protikonkurenčnim ravnanjem, nasprotno, vodilni glede kakovosti in inovativnosti ter so pritegnili veliko število uporabnikov, preden so jih prizadele zadevne prakse. Kot naj bi dokazovale izjave in študija, predložene med upravnim postopkom v tej zadevi, ki pa jih Komisija ni upoštevala, pa naj storitve primerjave proizvodov, konkurenčne tovrstni storitvi družbe Google – kot je ta navedla tudi v okviru tretjega tožbenega razloga – ne bi bile zelo inovativne in naj ne bi sprejele ustreznih ukrepov za to, da bi si ustvarile promet iz drugih virov razen iskalnika Google. Po navedbah združenja CCIA Komisija v točki 557 obrazložitve izpodbijanega sklepa priznava, da to velja za štiri od petih konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, katerih izdatki za prikaz v besedilnih oglasih iskalnika Google so prikazani v grafu 76. Družba Google izpostavlja majhno tekmovalnost takih konkurentov, čeprav naj bi konkurenčne storitve primerjave proizvodov v približno desetih letih prejele na milijarde poizvedb, ki bi jim morale omogočiti, da si zagotovijo zvestobo internetnih uporabnikov, zadovoljnih s svojo izkušnjo. Tako naj bi imeli v skladu s podatki iz preglednice 24 izpodbijanega sklepa le približno 15 % neposrednega prometa. Za primerjavo, iz podatkov v spisu upravnega postopka (priloga A147 k tožbi) naj bi bilo razvidno, da večina prometa trgovskih platform izhaja iz neposrednega prometa, stran za specializirano iskanje Google Shopping pa naj bi se najpogosteje uporabljala prek povezav za neposredno navigacijo v zavihkih strani za iskanje in splošnih zadetkov, ne pa prek povezav v zadetkih iskanja. Poleg tega naj bi razprave s storitvami primerjave proizvodov v zvezi z uveljavitvijo izpodbijanega sklepa pokazale, da niso zelo privlačne. Družba Google navaja še druge trditve, s katerimi želi dokazati, da storitve primerjave proizvodov, konkurenčne njeni tovrstni storitvi, niso zelo učinkovite niti cenjene, kar naj bi se kazalo zlasti v tem, da jih je njen algoritem Panda slabo razvrščal med splošnimi zadetki. Komisija naj bi bila v odgovoru na tožbo zmožna razumno izpostaviti zgolj dve izboljšavi iskalnika, ki ju je uvedla ena sama od petih storitev primerjave, na položaj katerih napotuje. Pojasnilo treh od njih, da so jim bile zaradi ravnanja družbe Google onemogočene inovacije, naj ne bi bilo iskreno.

- 515 Družba Google poleg tega trdi, da v nasprotju s tem, kar naj bi Komisija domnevala v točki 603 obrazložitve izpodbijanega sklepa, ravnanje, ki ji ga očita, nikakor ne vpliva na to, koliko internetni uporabniki uporabljajo storitve primerjave proizvodov, ki so konkurenčne njeni. Tako družba Google opozarja – kot je že pojasnila v okviru tretjega tožbenega razloga – da jim ukinitev Shopping Units ne bi ni prinesla nikakršnega znatnega deleža prometa iz njenega iskalnika.
- 516 Združenje CCIA dodaja, da Komisija ni upoštevala dvostranske narave zadevnih trgov in s tem povezanega poslovnega modela. V tem modelu naj bi bilo normalno, da se plačljivi oglasi in brezplačni splošni zadetki obravnavajo različno. S plačljivimi oglasi naj bi se financirala storitev splošnega iskanja družbe Google, kot naj bi Komisija sama navedla v točki 642 obrazložitve izpodbijanega sklepa. Komisija naj tako v nasprotju s tem, kar ji nalaga sodna praksa, ki izhaja zlasti iz sodbe z dne 11. septembra 2014, CB/Komisija (C-67/13 P, EU:C:2014:2204, točka 78), ne bi upoštevala dejanskih pogojev in strukture trgov. Komisija naj prav tako ne bi upoštevala inovacijskih prizadevanj družbe Google, ki niso bila sporna in dokazujejo konkuriranje na podlagi učinkovitosti, kar naj bi vzbujalo resno zaskrbljenost za inovativne panoge. Upoštevala naj ne bi niti neobstoja protikonkurenčne strategije družbe Google, zaradi česar naj bi se ta zadeva razlikovala od zadev, v katerih sta bili izdani Odločba Komisije 89/113/EGS z dne 21. decembra 1988 v zvezi s postopkom na podlagi členov [101] in [102 PDEU] (IV/30.979 in 31.394, Decca Navigator Systems) (UL 1989, L 43, str. 27) ter sodba z dne 17. septembra 2007, Microsoft/Komisija (T-201/04, EU:T:2007:289).
- 517 Komisija, ki jo podpirajo organizacija BEUC, družba Foundem, združenji VDZ in BDZV, družbe Visual Meta, Twenga in Kelkoo ter Zvezna republika Nemčija, trditve družbe Google prereka.

2) Presoja Splošnega sodišča

- 518 Opozoriti je treba, da lahko zloraba prevladujočega položaja med drugim ustreza ravnanju, katerega posledica je oviranje ohranjanja obstoječe konkurence ali njenega razvoja z drugačnimi sredstvi od tistih, ki so značilna za normalno konkurenco med proizvodi ali storitvami na podlagi dejavnosti gospodarskih subjektov (glej sodbo z dne 14. oktobra 2010, Deutsche Telekom/Komisija, C-280/08 P, EU:C:2010:603, točka 174 in navedena sodna praksa). Kot je bilo navedeno v točki 441 zgoraj, je morala Komisija v obravnavani zadevi za ugotovitev zlorabe prevladujočega položaja družbe Google dokazati vsaj potencialne učinke, nastale zaradi očitane ravnanja, v zvezi z omejevanjem ali odpravo konkurence na zadevnih trgih, in pri tem upoštevati vse upoštevne okoliščine, zlasti z vidika trditve, s katerimi je družba Google izpodbijala to, da je njeno ravnanje lahko omejevalo konkurenco.
- 519 Najprej – kot je bilo povzeto v točkah 445 in 446 zgoraj – Komisija je ocenila materialne posledice zadevnih praks za promet s strani s splošnimi zadetki družbe Google h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov in k storitvi primerjave proizvodov družbe Google. Glede nacionalnih trgov primerjave proizvodov, upoštevanih v izpodbijanem sklepu, je iz analize v zvezi z obema deloma tretjega razloga za razglasitev ničnosti, ki jo je opravilo Splošno sodišče in v zvezi s katero je bila podana ugotovitev v točkah 395 in 420 zgoraj – razvidno, da je mogoče upoštevati elemente zadevne ocene, torej zmanjšanje prometa s strani s splošnimi zadetki družbe Google k skoraj vsem storitvam primerjave proizvodov in povečanje tega prometa v korist storitve primerjave proizvodov družbe Google. Nato je Komisija ocenila delež prometa s strani s splošnimi zadetki družbe Google znotraj celotnega prometa, ki so ga imele konkurenčne storitve primerjave proizvodov. Dalje, Komisija je na podlagi različnih razlogov poudarila, da storitve primerjave proizvodov, konkurenčne tovrstni storitvi družbe Google, niso mogle učinkovito nadomestiti prometa iz splošnih zadetkov iskalnika te družbe z drugimi viri. Nazadnje, kot je bilo navedeno

v točkah od 451 do 453 zgoraj, je Komisija opredelila potencialne protikonkurenčne učinke na teh trgih v škodo navedenih storitev primerjave proizvodov, in sicer s predstavitvami, povzetimi v teh točkah. Trditve iz tretjega dela četrtega tožbenega razloga družbe Google, v skladu s katerimi – čeprav je treba preostale dele tega tožbenega razloga zavrniti – Komisija ni dokazala obstoja protikonkurenčnih učinkov, so preučene ob upoštevanju teh preudarkov.

520 Na prvem mestu je treba v zvezi s trditvami, povzetimi v točki 511 zgoraj, najprej ugotoviti, da ni res, da je Komisija pri analizi razvoja uporabe konkurenčnih storitev primerjave proizvodov upoštevala samo promet iz splošnih zadetkov iskalnika Google. Kot je bilo že navedeno v točki 447 zgoraj, je v oddelku 7.2.4.1 izpodbijanega sklepa v preglednici 24 navedena porazdelitev virov prometa trinajstih storitev primerjave proizvodov v štirih do šestih letih, pri čemer se razlikuje med prometom iz splošnih zadetkov iskalnika Google, iz besedilnih oglasov družbe Google, iz neposrednega iskanja in iz drugih virov. Komisija je na podlagi tega ugotovila – kot je bilo navedeno v točki 540 obrazložitve izpodbijanega sklepa – da delež iz splošnih zadetkov iskalnika Google predstavlja „velik delež skupnega prometa konkurenčnih storitev primerjave proizvodov“. Kot je bilo navedeno v točki 448 zgoraj, je iz te preglednice razvidno, da so se deleži prometa iz splošnih zadetkov iskalnika Google za posamezne storitve primerjave proizvodov med seboj precej razlikovali in so znašali od nekaj več kot 20 % (vendar z eno izjemo, ko je ta delež za eno od let znašal 13 %) do več kot 80 %, pri čemer so ti deleži za rahlo večino od njih (sedem) z leti upadali. Navedeni upadi so znašali od 5 % do približno 50 %.

521 Kot je bilo navedeno tudi v točki 448 zgoraj, družba Google ne izpodbija konkretnih elementov preglednice 24 izpodbijanega sklepa. Prav tako jih ne izpodbija niti združenje CCIA. To združenje sicer zaradi varstva zaupnosti ni imelo dostopa do celotne različice navedene preglednice. Vendar v bistvu meni, da vzorec trinajstih storitev primerjave proizvodov, kakršen je bil upoštevan za pripravo te preglednice, ne zadostuje za izpeljavo splošnih ugotovitev. Niti družba Google niti to združenje pa zoper ugotovitev Komisije, da delež iz splošnih zadetkov iskalnika Google predstavlja „velik delež skupnega prometa konkurenčnih storitev primerjave proizvodov“, ne navajata drugih metodoloških očitkov ali drugih podatkov, ki bi lahko kazali na to, da promet iz splošnih zadetkov iskalnika Google ni bistveni vir prometa za storitve primerjave proizvodov, konkurenčne tovrstni storitvi te družbe. Ugotoviti je še treba, da je bila preglednica 24 – kot je to razvidno iz opombe št. 657 izpodbijanega sklepa – sestavljena na podlagi zahtev za informacije, naslovljenih na osemnajst storitev primerjave proizvodov z največjim prometom v EGP, v Združenem kraljestvu pa na tiste z največjim prometom iz iskalnika Google, da je trinajst storitev primerjave proizvodov, kolikor jih je odgovorilo, predložilo podatke svojih različnih nacionalnih spletnih mest in da so bili zadetki zbrani po napotkih same družbe Google.

522 V teh okoliščinah – ob upoštevanju načel glede porazdelitve dokaznega bremena med Komisijo in podjetji, na katera je bilo opozorjeno v točkah od 132 do 134 zgoraj – je treba dokazno moč preglednice 24 izpodbijanega sklepa, to je njeno reprezentativnost, in dokazno moč ugotovitve, ki jo je Komisija izpeljala o velikem deležu prometa iz splošnih zadetkov iskalnika Google v primerjavi z drugimi viri prometa konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, obravnavati kot dokazano.

523 Ugotoviti je še treba, da je Komisija v oddelku 7.2.4.2 izpodbijanega sklepa navedla bistvene preudarke v zvezi z dejstvom, da ti drugi viri ne morejo učinkovito nadomestiti prometa iz splošnih zadetkov iskalnika Google. Torej je opravila analizo, ki je pokazala, da konkurenčne storitve primerjave proizvodov materialnih učinkov ravnanja družbe Google na promet z njenih strani s splošnimi zadetki k tem storitvam primerjave proizvodov – ki se ujemajo z upadom tega prometa – ne morejo izravnati. S tako analizo – ki sledi analizi, s katero je bilo ugotovljeno, da ta

promet predstavlja velik del skupnega prometa teh storitev primerjave proizvodov – je mogoče dokazati potencialne učinke omejevanja konkurence, kar lahko zadostuje kot dokaz zlorabe prevladujočega položaja, kot je to razvidno iz točke 438 zgoraj. V nasprotju s trditvijo združenja CCIA Komisiji ni bilo treba dokazati obstoja učinka zaprtja trga, to je, da naj bi ravnanje družbe Google povzročilo odpravo vsakršne konkurence ali da je bil njegov namen vsaj ta, da se internetnim uporabnikom ali spletnim prodajalcem prepreči uporaba storitev, ki jih ponujajo konkurenčne storitve primerjave proizvodov (glej v tem smislu sodbo z dne 9. septembra 2010, Tomra Systems in drugi/Komisija, T-155/06, EU:T:2010:370, točki 210 in 211).

524 Komisija je torej – v nasprotju s trditvijo družbe Google (glej točko 511 zgoraj) – upoštevala vire prometa storitev primerjave proizvodov, alternativne splošnim zadetkom iskalnika Google, pri čemer je ugotovila, da ti drugi viri ne morejo izravnati učinkov ravnanja, ki ga je očitala družbi Google.

525 Dalje, glede drugih trditev, ki so bile prav tako povzete v točki 511 zgoraj – kot je bilo že navedeno v točkah od 368 do 376 zgoraj – družba Google vpliva praks, ki se ji očitajo, na konkurenčne storitve primerjave proizvodov, ni mogla omejiti samo na učinke prikaza Product Universals in Shopping Units na promet s strani s splošnimi zadetki h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov. Uporaba algoritmov za prilagoditev splošnih zadetkov, ki težijo k slabšemu razvrščanju teh storitev primerjave in ki sami povzročijo učinke, namreč prav tako pripomore k povezanim praksam, ki se očitajo družbi Google. Kot je bilo že navedeno v točki 375 zgoraj, ocene družbe Google, da se vpliv teh praks ujema s 5 % skupnega prometa navedenih storitev primerjave, kakršna izhaja iz ablacijskega poskusa, torej ni mogoče upoštevati. Kot je bilo poleg tega pojasnjeno in ponovljeno v točkah 448 in 520 zgoraj, je delež skupnega prometa storitev primerjave proizvodov, konkurenčnih tovrstnim storitvam družbe Google, ki jih je ravnanje te družbe prizadelo, velik, in sicer od nekaj več kot 20 % do več kot 80 %, kar je razvidno iz vzorca, na podlagi katerega je bilo mogoče sestaviti preglednico 24 izpodbijanega sklepa. Sorodno trditev, povzeto v točki 515 zgoraj, v skladu s katero ravnanje, ki ga je Komisija očitala družbi Google, nikakor ni vplivalo na to, koliko internetni uporabniki uporabljajo konkurenčne storitve primerjave proizvodov, je treba prav tako zavrniti, saj se z njo ne upoštevata učinek algoritmov za prilagoditev splošnih zadetkov in velik del internetnih uporabnikov, ki do storitev primerjave proizvodov dostopajo prek strani za iskanje in zadetkov iskalnika Google.

526 Nazadnje, glede druge trditve družbe Google, navedene v točki 511 zgoraj, ni že načelno nedosledno to, da se ugotovi znaten upad prometa s splošnih zadetkov iskalnika Google h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov in hkrati navede, da ta promet predstavlja velik del njihovega skupnega prometa. Referenčni položaj, ki ga je treba upoštevati za drugega od teh vidikov, se namreč logično ujema s prvotnim položajem v začetku obdobja, v katerih je bila ugotovljena kršitev, razvoj, ki ga je treba upoštevati za prvega od vidikov, pa se mora logično nanašati na vsa ta obdobja. Tako je iz preglednice 24 izpodbijanega sklepa, ki je bila sestavljena na podlagi odgovorov vzorca storitev primerjave proizvodov za oceno deleža različnih virov njihovega prometa, razvidno, da je bil za večino od trinajstih storitev primerjave proizvodov, katerih podatki so bili vključeni v to preglednico, promet iz splošnih zadetkov iskalnika Google v začetku obdobja, ki se nanaša na vsako od njih, velik, in da je v tem obdobju postopno znatno upadel.

527 Iz tega sledi, da je Komisija z vidika tožbenih razlogov in trditev, navedenih zoper izpodbijani sklep, upravičeno menila, da so imele zadevne prakse družbe Google znatne materialne učinke na promet z njenih strani s splošnimi zadetki, kar je povzročilo upad tega prometa h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov in njegovo povečanje k storitvi primerjave proizvodov te družbe

(glej točko 420 zgoraj), da so storitve primerjave proizvodov, na katere so te prakse vplivale, predstavljale vsaj – ob podredni predpostavki trga, ki zajema tudi trgovske platforme – nezanemarljiv delež tega trga v zadevnih trinajstih državah (glej točko 506 zgoraj) in da je promet s strani s splošnimi zadetki družbe Google predstavljal velik delež skupnega prometa storitev primerjave proizvodov, konkurenčnih tovrstni storitvi družbe Google (glej točke od 520 do 526 zgoraj). V teh okoliščinah – razen če ne bodo sprejete spodaj navedene trditve družbe Google in združenja CCIA, v nadaljevanju preučene v točkah od 528 do 543 – je Komisija dokazala, da so zadevne prakse dovolj vplivale na konkurente družbe Google ali vsaj na pomembno kategorijo njenih konkurentov, da je lahko ugotovila obstoj protikonkurenčnih učinkov, ki so del zlorabe prevladujočega položaja.

528 Na drugem mestu je treba v zvezi s trditvami, povzetimi v točkah 512 in 513 zgoraj, v skladu s katerimi Komisija ni dokazala obstoja vstopnih ovir, ki bi storitvam primerjave proizvodov preprečevale, da izkoristijo vire prometa, alternativne prometu iz splošnih zadetkov iskalnika Google, najprej ugotoviti, da se Komisija pri dokazovanju obstoja takih ovir ni zadovoljila s presojo samo enega konkurenta družbe Google, ki je bila obravnavana v točki 575 obrazložitve izpodbijanega sklepa. Kot je bilo še poudarjeno, je Komisija v oddelku 7.2.4.2 izpodbijanega sklepa navedla bistvene preudarke v zvezi z dejstvom, da ti drugi viri ne morejo učinkovito nadomestiti prometa iz splošnih zadetkov iskalnika Google. Presoja iz točke 575 obrazložitve izpodbijanega sklepa je le eden od elementov, navedenih v zvezi s tem.

529 Tako je Komisija najprej preučila zamenljivost prometa iz splošnih zadetkov iskalnika Google z oglasnimi sporočili v obliki besedilnih oglasov na straneh s splošnimi zadetki družbe Google (AdWords) (točke od 543 do 567 obrazložitve izpodbijanega sklepa). Na podlagi podatkov iz preglednice 24 je Komisija priznala, da so nekatere storitve primerjave proizvodov več kot 30 % prometa pridobile na podlagi teh oglasov, vendar je kljub temu navedla več elementov kot dokaz, da imajo internetni uporabniki raje splošne zadetke. Natančneje, Komisija je predložila vrsto grafov v zvezi z vsako od trinajstih držav, v katerih je ugotovila zlorabo družbe Google, pri čemer je na podlagi podatkov iz ablacijskega poskusa primerjala deleže aktiviranja („click-through rates“) splošnih povezav in povezav v besedilnih oglaših glede na njihovo razvrstitev (grafi od 59 do 71). Iz njih naj bi bilo razvidno, da so splošni zadetki na splošno bolj priljubljeni. Komisija je zlasti navedla, da nekatere storitve primerjave proizvodov menijo, da se oba vira prometa prej dopolnjujeta, saj naj bi ju uporabljali različni skupini uporabnikov, zato naj eden ne bi mogel nadomestiti drugega. Komisija je v odgovor na trditev družbe Google, da je več kot sto storitev primerjave prej kot prek splošnih zadetkov povečalo promet prek besedilnih oglasov, grajala vzorec, ki ga je uporabila družba Google, ter prav tako na podlagi podatkov iz ablacijskega poskusa navedla, da je za trinajst zadevnih držav promet storitev primerjave proizvodov iz besedilnih oglasov povprečno znašal četrtno celotnega prometa in da je tudi ta promet trpel zaradi prikaza Shopping Units (od 16- do 30-odstotni upad glede na državo). To trditev je Komisija ponazorila z grafi od 72 do 75 in preglednico 26. Nato je še navedla, da tudi če bi lahko storitve primerjave proizvodov, konkurenčne storitvi družbe Google, izgubo prometa iz splošnih zadetkov iskalnika te družbe začasno nadomestile s prometom iz besedilnih oglasov na straneh s splošnimi zadetki, to zanje dolgoročno ne bi bila ekonomsko vzdržna rešitev. Komisija je v zvezi s tem zlasti pojasnila, da so stroški uporabe besedilnih oglasov vsaj dvakrat večji od optimizacijskih stroškov za prikaz med splošnimi zadetki, ne da bi bilo mogoče to razliko v stroških upravičiti z ravno učinkovitosti z vidika deleža obiskov spletnih mest storitev primerjave proizvodov, ki privedejo do nadaljnjih obiskov spletnih mest prodajalcev. Komisija je obrobno poudarila, da družba Google ni krila takih stroškov za svojo storitev primerjave proizvodov. Prav tako je navedla

pričevanje družbe Kelkoo, po katerem naj bi bili prihodki, ustvarjeni z njenim prikazom med splošnimi zadetki, za skoraj 20 % višji od prihodkov, ustvarjenih s prikazom v besedilnih oglasih. Na splošno naj prihodki iz besedilnih oglasov ne bi krili lastnih stroškov.

- 530 Komisija je nato preučila zamenljivost prometa iz splošnih zadetkov iskalnika Google z aplikacijami za mobilne naprave (točke od 568 do 579 obrazložitve izpodbijanega sklepa). Med drugim je navedla različne elemente. Po navedbah Komisije bi bila za namestitev aplikacij za mobilne naprave potrebna predhodna močna podoba znamke, v tem trenutku pa naj bi bilo treba zlasti ob upoštevanju podatkov iz preglednice 24 ugotoviti, da te aplikacije skupaj z neposrednim prometom na splošno predstavljajo manj kot 20 % skupnega prometa storitev primerjave proizvodov, tudi če je lahko ta delež za nekatere od tovrstnih storitev večji. Za vzorec približno desetih storitev primerjave proizvodov, ki so predložile podatke v upravnem postopku, naj bi delež prometa iz aplikacij za mobilne naprave znašal samo od 5 do 6 %. Več storitev primerjave proizvodov naj bi navedlo, da se z vzpostavitev tega medija ni znatno povečal obisk na njihovem spletnem mestu.
- 531 Komisija je nato preučila zamenljivost prometa iz splošnih zadetkov iskalnika Google z neposrednim prometom (točke od 580 do 583 obrazložitve izpodbijanega sklepa). Izpostavila je majhen delež tega prometa, pri čemer je opozorila, da ga je družba Google ocenila na 5 % za stran s specializiranimi zadetki Google Shopping. V zvezi s tem je treba pojasniti, da povezave za neposredno navigacijo, ki jih je družba Google navedla v svojih trditvah, povzetih v točki 514 zgoraj, in prek katerih Google Shopping pridobi največ prometa, niso del neposrednega prometa h Google Shopping, saj so vključene v zavihke, ki se prikažejo na straneh za iskanje in straneh s splošnimi zadetki družbe Google. Komisija je še navedla, da sta dve od storitev primerjave proizvodov v bistvu navedli, da jima z oglaševalsko kampanjo, ki sta jo zunaj spleta zagnali za povečanje neposrednega prometa, ni uspelo nadomestiti izgub prometa iz splošnih zadetkov iskalnika Google. Podobno kot pri aplikacijah za mobilne naprave naj bi bila za povečanje neposrednega prometa potrebna predhodna izgradnja močne podobe znamke, ki naj bi bila za storitve primerjave proizvodov predraga.
- 532 Komisija je nazadnje preučila zamenljivost prometa iz splošnih zadetkov iskalnika Google z drugimi viri prometa (točke od 584 do 588 obrazložitve izpodbijanega sklepa). Obravnavala je rešitve v obliki partnerstev s tretjimi spletnimi mesti, novičnikov, družbenih omrežij in iskalnikov za splošno iskanje, konkurenčnih iskalniku Google. Po mnenju Komisije bi bile te rešitve bodisi drage bodisi neučinkovite.
- 533 Komisija je v izpodbijanem sklepu torej navedla številne razloge, s katerimi je dokazala obstoj vstopnih ovir, ki naj bi storitvam primerjave proizvodov preprečevale, da izkoristijo vire prometa, alternativne prometu iz splošnih zadetkov iskalnika Google, še posebej netočna pa je navedba, da ni opredelila nobene ovire, neločljivo povezane s temi viri, ki bi storitvam primerjave proizvodov preprečevala, da prek njih pritegnejo promet.
- 534 Družba Google v tožbi kljub temu izpodbija utemeljenost obrazložitve Komisije v zvezi s tem, pri čemer je za to najprej trdila, da je obstoj teh ovir ovržen z dejstvom, da trgovske platforme uporabljajo take alternativne vire prometa (točka 365, v kateri je napoteno na točke od 320 do 324). Vendar je ta trditev utemeljena zgolj s splošnimi elementi, katerih namen je dokazati, da internetni uporabniki iskanje proizvodov pogosto začnejo na trgovskih platformah, kar pomeni, da jih ti uporabniki obiščejo brez predhodnega iskanja. Ni pa nujno, da to, kar lahko drži za tovrstnega akterja, ki je običajno dobro poznan, drži tudi za storitve primerjave proizvodov.

- 535 Družba Google nato v repliki izpostavlja študijo organa za konkurenco in trge v Združenem kraljestvu, predloženo v prilogi C18, v skladu s katero spletne storitve primerjave uspešno vlagajo v oglaševanje in razvoj znamk ter veliko oglašujejo v različnih medijih. Vendar Komisija upravičeno trdi, da je ta študija nedopustna, pri čemer se opira na člen 85 Poslovnika, v skladu s katerim se dokazi in dokazni predlogi podajo v okviru prve izmenjave vlog, razen če se ne upraviči zamuda pri njihovi predložitvi. Družba Google ni namreč navedla nobenega pojasnila, s katerim bi bilo mogoče utemeljiti prepozno predložitev te študije, čeprav se je sama sklicevala nanjo v odgovoru Komisiji na njen „dopis o ugotovljenih dejstvih“ v upravnem postopku, kot je to razvidno iz priloge A7, točka 282, k tožbi.
- 536 Glede splošne ugotovitve, ki jo je družba Google izpeljala iz te in drugih študij, to je, da druge spletne storitve, zlasti storitve primerjave, specializirane na različnih področjih, uspešno uporabljajo alternativne vire prometa, je presplošna in temelji na opazovanju drugih trgov, zato z njo ni mogoče izpodbiti podrobne analize, ki jo je Komisija opravila v izpodbijanem sklepu v zvezi s storitvami primerjave proizvodov.
- 537 Družba Google v bistvu še trdi, da tudi ob predpostavki, da konkurenčne storitve primerjave proizvodov težko pridobijo alternativne vire prometa, to nima nobene zveze z njo. Vendar se ne postavlja vprašanje, ali je družba Google odgovorna za vstopne ovire v zvezi z viri prometa, alternativnimi njenim splošnim zadetkom, ampak vprašanje, ali te ovire obstajajo. Analiza, ki jo je Komisija opravila v izpodbijanem sklepu, se namreč nanaša na to, da je družba Google vzpostavila vstopne ovire, kar se tiče vira prometa iz njenih splošnih zadetkov, ki ga lahko nadzira, in da tega vira ni mogoče učinkovito nadomestiti z drugimi viri, pri katerih konkurenčne storitve primerjave proizvodov naletijo na druge vstopne ovire. V teh okoliščinah s trditvijo, da družba Google drugače kakor v zadevi, v kateri je bila izdana sodba z dne 17. septembra 2007, Microsoft/Komisija (T-201/04, EU:T:2007:289), ni vzpostavila vstopnih ovir, kar se tiče virov prometa, alternativnih prometu iz njenih splošnih zadetkov, ni mogoče uspešno ovreči analize Komisije v zvezi z obstojem takih ovir, ki pripomorejo k protikonkurenčnemu učinku ravnanja družbe Google.
- 538 Na tretjem mestu, Komisija v zvezi s trditvami, povzetimi v točki 514 zgoraj – to je, da ni dokazala, da konkurenčne storitve primerjave proizvodov, ki so imele težave, niso tako učinkovite kot družba Google, čeprav naj bi bilo treba ugotoviti, da dejansko niso – upravičeno trdi, da ji tega ni bilo treba dokazati. Uporaba merila enako učinkovitega konkurenta je namreč utemeljena v primeru ravnanj oblikovanja cen (na primer plenilskih cen ali cenovnih škarij), da se tako v bistvu oceni, ali bi moral konkurent, ki je enako zmogljiv kot podjetje s prevladujočim položajem, ki se mu očita navedeno oblikovanje cen, in ki bi za to, da ne bi bil takoj izrinjen s trga, za svoje stranke uporabil enake cene, kot jih uporablja navedeno podjetje, to storiti z izgubo in s povečevanjem te izgube, kar bi dolgoročneje privedlo do tega, da bi moral zapustiti trg (glej v tem smislu sodbo z dne 6. oktobra 2015, Post Danmark, C-23/14, EU:C:2015:651, točke od 53 do 55 in navedena sodna praksa). V obravnavani zadevi prakse, ki se očitajo družbi Google, niso povezane s cenami.
- 539 Poleg tega je „enako učinkovit konkurent“ načeloma hipotetični konkurent, za katerega se torej domneva, da svojim strankam zaračunava enake cene kot podjetje s prevladujočim položajem, vendar se sooča z enakimi stroški, kot jih nosi podjetje s prevladujočim položajem ali jih morajo nositi njegovi konkurenti, če jim prodaja vložek za končni proizvod (glej v tem smislu sodbo z dne 17. februarja 2011, TeliaSonera Sverige, C-52/09, EU:C:2011:83, točke od 40 do 44). Namen uporabe merila enako učinkovitega konkurenta je dokazati, da niti konkurent, ki je enako učinkovit kot podjetje, ki izvaja zadevno prakso oblikovanja cen, s postavitvijo enakih cen

dolgoročno ne bi mogel kljubovati tej praksi, saj se ne bi mogel opirati na moč, ki jo daje prevladujoči položaj. Ta konkurent torej načeloma ni dejanski konkurent, pri katerem bi se presodila dejanska učinkovitost, za kar družba Google trdi, da je storila v zvezi z drugimi storitvami primerjave proizvodov. Uporaba tega merila, ki zajema primerjavo cen in stroškov, v obravnavani zadevi torej nima smisla, saj ugotovljena težava v zvezi s konkurenco ni težava z oblikovanjem cen.

540 Pa tudi ob predpostavki, da bi organ, pristojen za konkurenco, kot je Komisija, lahko primerjal dejansko učinkovitost več podjetij tako, da bi poglobljeno preučil različne parametre njihove dejavnosti, je treba ugotoviti, da bi lahko taka primerjava dala objektivne rezultate le, če konkurenčne razmere ne bi bile izkrivljene zaradi protikonkurenčnega ravnanja. Torej na podlagi take primerjave ne bi bilo mogoče opredeliti, ali je tako ravnanje dokazano.

541 Iz tega izhaja, da je morala Komisija v obravnavani zadevi – kot je bilo pojasnjeno v točki 441 zgoraj – dokazati samo potencialne učinke odprave ali omejevanja konkurenco, nastale zaradi zadevnih praks, in sicer ne glede na to, ali je bila družba Google na področju primerjave proizvodov „učinkovitejša“ od drugih storitev primerjave proizvodov, saj je prav to nemogoče vedeti, kadar lahko nekatere prakse izkrivljajo konkurenco.

542 Nazadnje je treba v zvezi s trditvami združenja CCIA, povzetimi v točki 516 zgoraj, ugotoviti, da se nanašajo na to, da Komisija ni upoštevala značilnosti dvostranskih trgov interneta in njihovega poslovnega modela, na prizadevanja za inovacije, zaradi katerih naj bi družba Google ravnala, kot je, ter na to, da ta družba ni imela protikonkurenčne strategije, zato ne pomenijo očitka v zvezi z analizo učinkov zadevnih praks, ampak očitek v zvezi z analizo, ali so te prakse protikonkurenčne ali ne. Zato jih je treba zavrniti kot brezpredmetne, saj so navedene v utemeljitev tožbenega razloga, s katerim želi združenje CCIA dokazati, da „v sklepu ni dokazano, da lahko ravnanje povzroči protikonkurenčne učinke“.

543 Torej je treba ob upoštevanju vmesne ugotovitve, navedene v točki 527 zgoraj, in zavrnitve preostalih trditev družbe Google in združenja CCIA tretji del četrtega tožbenega razloga družbe Google, v skladu s katerim Komisija ni dokazala obstoja protikonkurenčnih učinkov, ki so jih na nacionalnih trgih storitev primerjave proizvodov povzročile zadevne prakse, zavrniti.

4. Tretji del prvega tožbenega razloga in tretji del drugega tožbenega razloga: obstoj objektivnih utemeljitev

a) Utemeljitev družbe Google v zvezi s prikazovanjem Product Universals (tretji del prvega tožbenega razloga)

1) Trditve strank

544 Družba Google trdi, da je v upravnem postopku dokazala, da je s prikazovanjem Product Universals, kakršnega je uvedla, izboljšala kakovost storitve, ki jo ponuja uporabnikom. S tem naj bi bila podana utemeljitev njenega ravnanja v prid konkurenci.

545 Vendar naj Komisija v izpodbijanem sklepu ne bi izpodbijala tega, da so specializirani zadetki za proizvode na straneh s splošnimi zadetki prikazani skupinsko. Menila naj bi zgolj to, da bi morala družba Google specializirane zadetke za proizvode konkurenčnih storitev primerjave proizvodov prikazovati po „enakih temeljnih postopkih in metodah“ kot svoje, ne da bi zavzela stališče

o utemeljitvah v prid konkurenci, ki jih je v upravnem postopku navedla družba Google, in ne da bi jih uravnotežila z negativnimi učinki, ki jih je morda ugotovila. Tako naj z izpodbijanem sklepom ne bile ovržene utemeljitve, ki jih je podala družba Google v zvezi s svojimi praksami, in naj ne bi poskušal odgovoriti na njena pojasnila ali opraviti uravnoteženja, ki se zahteva s sodno prakso.

546 Poleg tega naj Komisija v izpodbijanem sklepu ne bi pojasnila načina, kako bi lahko družba Google specializirane zadetke za proizvode konkurenčnih storitev primerjave proizvodov prikazovala po „enakih temeljnih postopkih in metodah“ kot svoje, čeprav ji je ta družba pojasnila, da to ni mogoče. V zvezi s tem opozarja, da ni bila seznanjena s pravili za izbor zadetkov svojih konkurentov, zato naj ne bi mogla opraviti primerjalne ocene zadetkov, ki jih ponujajo različne storitve primerjave proizvodov. Ob tem še trdi, da ni mogla vnaprej poznati ali v dovolj kratkem času pridobiti odgovorov na konkretno poizvedbo internetnega uporabnika in, nazadnje, da za konkurenčne storitve primerjave proizvodov ni mogla uporabiti svojih mehanizmov za nadzor kakovosti. Komisija naj teh pojasnil v izpodbijanem sklepu ne bi ovrгла, ampak naj bi vztrajala pri zahtevi, da družba Google takšne zadetke prikazuje po enakih temeljnih postopkih in metodah. V teh okoliščinah naj bi morala Komisija z realističnimi in izvedljivimi rešitvami pokazati, kako bi družba Google lahko ravnala, kar pa Komisija ni storila. V zvezi s tem naj bi Komisija v predlogih, ki jih je družba Google podala med razpravami o tem, da bi se postopek končal s sprejetjem zavez, in v internih razmislekih te družbe napačno videla dokaz o možnosti takega prikazovanja. Predvideni osnutki naj ne bi zajemali razvrščanja zadetkov storitev primerjave proizvodov, konkurenčnih tovrstni storitvi družbe Google, po enakih temeljnih postopkih in metodah, kot se uporabljajo za njene lastne zadetke specializiranega iskanja za proizvode.

547 Družba Google v repliki ponavlja, da zadetkov konkurenčnih storitev primerjave proizvodov iz tehničnih razlogov ni mogla prikazati v Product Universals, ne da bi s tem škodovala kakovosti svojih zadetkov iskanja, kar naj bi pojasnjevala v celotnem upravnem postopku, ne da bi bilo to upoštevano v izpodbijanem sklepu. Z utemeljitvami, ki jih je predložila družba Google v upravnem postopku, naj bi se – v nasprotju s trditvami Komisije – v celoti obravnavala zatrevana zloraba.

548 Združenje CCIA poudarja, da so v izpodbijanem sklepu le tri strani posvečene objektivnim utemeljitvam družbe Google, v eni sami točki obrazložitve pa je bilo preučeno, ali je popravni ukrep, ki se je zahteval od te družbe, tehnično mogoč.

549 Komisija te trditve prereka.

550 Združenje BDZV v podporo Komisiji navaja, da tej ni bilo treba določiti natančnih tehničnih rešitev za odpravo ugotovljene zlorabe.

2) *Presoja Splošnega sodišča*

551 Iz ustaljene sodne prakse izhaja, da lahko podjetje s prevladujočim položajem utemelji ravnanja, za katera se verjetno uporablja prepoved iz člena 102 PDEU, tako, da dokaže, da je bodisi njegovo ravnanje objektivno potrebno s tehničnega ali komercialnega vidika bodisi da je učinek izrinjenja, ki ga povzroči, mogoče izničiti ali celo preseči z ugodnostmi glede učinkovitosti, ki prav tako koristijo potrošnikom (glej v tem smislu sodbo z dne 27. marca 2012, Post Danmark, C-209/10, EU:C:2012:172, točki 40 in 41 ter navedena sodna praksa).

- 552 Objektivna potreba lahko zajema legitimne komercialne preudarke, na primer za zavarovanje pred nelojalno konkurenco ali upoštevanje pogajanj s strankami (glej v tem smislu sodbi z dne 14. februarja 1978, *United Brands in United Brands Continentaal/Komisija*, 27/76, EU:C:1978:22, točke od 184 do 187, in z dne 9. novembra 1983, *Nederlandsche Banden-Industrie-Michelin/Komisija*, 322/81, EU:C:1983:313, točka 90), pa tudi tehnične utemeljitve, na primer povezane z ohranjanjem zmogljivosti zadevnega proizvoda ali storitve ali z izboljšanjem teh zmogljivosti (glej v tem smislu sodbo z dne 17. septembra 2007, *Microsoft/Komisija*, T-201/04, EU:T:2007:289, točki 1146 in 1159).
- 553 Glede povečanja učinkovitosti mora podjetje s prevladujočim položajem dokazati, da povečanje učinkovitosti, ki bi lahko izhajalo iz obravnavanega ravnanja, izniči verjetne škodljive posledice za konkurenco in za interese potrošnikov na prizadetih trgih, da se je ta učinkovitost povečala ali bi se lahko povečala zaradi navedenega ravnanja, da je to ravnanje nujno potrebno za uresničitev tega povečanja učinkovitosti in da ne izključuje učinkovite konkurence z odstranitvijo vseh ali večine obstoječih virov dejanske ali potencialne konkurence (sodba z dne 27. marca 2012, *Post Danmark*, C-209/10, EU:C:2012:172, točka 42), s čimer je izključeno, da bi podjetje navedlo zgolj nejasne, splošne in teoretične trditve o tem vprašanju ali se opiralo izključno na lastne komercialne interese (glej sodbo z dne 30. januarja 2020, *Generics (UK) in drugi*, C-307/18, EU:C:2020:52, točka 166 in navedena sodna praksa).
- 554 Čeprav dokazno breme glede obstoja okoliščin, ki pomenijo kršitev člena 102 PDEU, nosi Komisija, pa mora zadevno podjetje s prevladujočim položajem, in ne Komisija, po potrebi navesti morebitno utemeljitev ter v zvezi s tem podati trditve in dokaze. Nato pa mora Komisija – če namerava ugotoviti, da obstaja zloraba prevladujočega položaja – dokazati, da trditve in dokazi, ki jih je podalo navedeno podjetje, ne morejo prevladati in da zato predstavljene utemeljitve ni mogoče sprejeti (sodba z dne 17. septembra 2007, *Microsoft/Komisija*, T-201/04, EU:T:2007:289, točka 1144).
- 555 Družba Google v bistvu trdi, da Komisija na eni strani v izpodbijanem sklepu ni ovrgla utemeljitev, ki jih je ta družba v upravnem postopku podala v zvezi s svojimi praksami, in ni poskusila odgovoriti na njena pojasnila ali izvesti uravnoteženja, ki se zahteva s sodno prakso, na drugi strani pa, da ni pojasnila načina, kako bi lahko ta družba specializirane zadetke iskanja za proizvode konkurenčnih storitev primerjave proizvodov prikazovala po enakih temeljnih postopkih in metodah kot svoje, čeprav naj to tehnično ne bi bilo mogoče.
- 556 V obravnavani zadevi mora torej Splošno sodišče preučiti, ali je mogoče z elementi, ki jih je izpostavila družba Google, v nasprotju z mnenjem Komisije to ravnanje utemeljiti v smislu sodne prakse, navedene v točkah od 551 do 553 zgoraj.
- 557 Komisija je v oddelku 7.5 izpodbijanega sklepa preučila elemente, ki jih je družba Google navedla v upravnem postopku v zvezi z objektivnimi utemeljitvami in povečanjem učinkovitosti. Kot je navedeno v točkah od 655 do 659 obrazložitve izpodbijanega sklepa, česar družba Google v tožbi ni izpodbijala, je ta družba v bistvu navedla različne trditve. Na prvem mestu je trdila, da mehanizmi za prilagoditev splošnih zadetkov prinašajo prednost v prid konkurenci, saj se z njimi ohranja kakovost teh zadetkov. Na drugem mestu je trdila, da razvrščanje in prikaz *Product Universals* ter mehanizmi za njihovo generiranje prinašajo prednost v prid konkurenci, saj se tako zagotavlja najvišja kakovost njene storitve iskanja v korist internetnih uporabnikov in spletnih prodajalcev. Na tretjem mestu je trdila, da bi z razvrščanjem in prikazovanjem zadetkov konkurenčnih storitev primerjave proizvodov na enak način, kot na svojih straneh s splošnimi zadetki razvršča in prikazuje zadetke svoje storitve primerjave proizvodov, zmanjšala

konkurenco, saj naj bi bilo na eni strani samo bistvo konkurence in pričakovani internetni uporabniki to, da vsaka storitev iskanja prikazuje svoje zadetke, na drugi strani pa naj bi se s tem zmanjšale možnosti za donosnost nekaterih predelov na njenih straneh s splošnimi zadetki. Na četrtem mestu je navedla, da s tehničnega vidika zadetkov konkurenčnih storitev primerjave proizvodov ne more dosledno razvrščati skupaj s svojimi in da bi jih poleg tega s takim ravnanjem spremenila v zadetke za proizvode lastne storitve primerjave proizvodov. Na petem mestu je v upravnem postopku navedla trditev, ki se nanaša na kršitev njenih temeljnih pravic, vendar v tožbi ne izpodbija odgovora, ki ga je v zvezi s tem podala Komisija v izpodbijanem sklepu.

558 Družba Google s prvimi tremi trditvami, povzetimi v točki 557 zgoraj, kot so bile navedene v tožbi, izpostavlja značilnosti svojega ravnanja, ki naj bi bile v prid konkurenci, saj naj bi se zaradi tega ravnanja izboljšala kakovost njene storitve iskanja. Namen takih trditev je načeloma dokazovanje, da je, kot je navedeno v točki 551 zgoraj, učinek izrinjenja, ki ga povzroči sporno ravnanje, izravnani ali celo preseženi z ugodnostmi glede učinkovitosti, ki prav tako koristijo potrošnikom. Četrta trditev, povzeta v točki 557 zgoraj, se nanaša na tehnične omejitve, ki naj bi družbi Google preprečevale zagotavljanje enakega obravnavanja zadetkov svoje storitve primerjave proizvodov in zadetkov tovrstnih konkurenčnih storitev, za katero si prizadeva Komisija. Družba Google konec koncev trdi, da si je v želji po konkurenci na podlagi učinkovitosti ves čas prizadevala za izboljšanje storitve primerjave proizvodov, ki jo je ponujala uporabnikom, vendar v obsegu tega, kar je bilo tehnično mogoče. Komisija pa naj bi ji očitala, da ni zagotovila enakega obravnavanja zadetkov, ki naj ga iz tehničnih razlogov ne bi mogla zagotoviti.

559 Komisija je v točkah 661 in 662 obrazložitve izpodbijanega sklepa v zvezi s prvima dvema trditvama družbe Google, povzetima v točki 557 zgoraj, navedla, da družbi Google ne prepoveduje uporabe prilagoditvenih mehanizmov niti prikazovanja svojih zadetkov specializiranega iskanja na svojih straneh s splošnimi zadetki, kadar meni, da so upoštevni ali koristni za iskanje, vendar se ugotovljena zloraba ujema z neuporabo enakih meril za razvrščanje in prikaz za zadetke storitev primerjave proizvodov te družbe in zadetke konkurenčnih storitev primerjave proizvodov.

560 Iz tega odgovora je razvidno, da Komisija ni zanikala, da bi algoritmi za prilagoditev splošnih zadetkov ali merila za razvrstitev in prikazovanje specializiranih zadetkov za proizvode družbe Google lahko pomenili izboljšave njene storitve, ki spodbujajo konkurenco, kot je ta družba zatrjevala s prvima dvema trditvama, povzetima v točki 557 zgoraj, vendar je pravilno poudarila, da družba Google ni navedla nobene trditve glede neenakega obravnavanja v zvezi s tem med zadetki njene storitve primerjave proizvodov in zadetki konkurenčnih storitev primerjave proizvodov. Drugače povedano, Komisija je v bistvu menila, da družba Google ni navedla nobenega elementa, s katerim bi dokazala, da so bili z obema prednostma v prid konkurenci, ki ju je izpostavila, izravnani ali celo preseženi negativni učinki na konkurenco v zvezi s tem neenakim obravnavanjem, ki jih je ugotovila v predhodnih oddelkih izpodbijanega sklepa.

561 Dalje, Komisija je v točkah 663 in 664 obrazložitve izpodbijanega sklepa ob upoštevanju tretje trditve družbe Google, povzete v točki 557 zgoraj, katere namen je bil na splošno dokazati, da bi se z enakim obravnavanjem, za katero si prizadeva Komisija, dejansko zmanjšala konkurenca, odgovorila na oba dela te trditve, pri čemer je na eni strani navedla, da družba Google ni dokazala, da internetni uporabniki od iskalnika pričakujejo zadetke iz enega samega vira, in da v obravnavani zadevi niso bili opozorjeni, da so Product Universals prikazani na podlagi mehanizmov, ki se razlikujejo od mehanizmov, uporabljenih za splošne zadetke, na drugi strani pa

še, da zagotavljanje enakega obravnavanja storitve primerjave proizvodov družbe Google in njenih konkurentov na straneh iskalnika te družbe s splošnimi zadetki še ne bi pomenilo ovire za unovčenja nekaterih predelov teh strani, kar je obvladovala družba Google.

- 562 Komisija želi s tem odgovorom na eni strani dokazati, da v nasprotju s trditvijo družbe Google njena izbira, da svoje zadetke za proizvode razvršča in prikazuje ugodneje kot zadetke svojih konkurentov, ni boljša za konkurenco kot položaj, v katerem bi bilo na tem področju zagotovljeno enako obravnavanje. V zvezi s tem Komisija upravičeno dvomi, da bi uporabniki interneta pričakovali, da bodo na straneh s splošnimi zadetki našli samo zadetke enega specializiranega iskalnika. Kot je namreč opozorila Komisija, se zadevno različno obravnavanje v zvezi z razvrščanjem in prikazom izvaja na straneh s splošnim zadetki, od katerih internetni uporabniki načeloma pričakujejo zadetke s celotnega spleta, ki se zagotovijo nediskriminatorno in pregledno, kar poleg tega izhaja tudi iz preudarkov, navedenih v točki 178 zgoraj.
- 563 Na drugi strani je v odgovoru Komisije, povzetem v točki 561 zgoraj, ovrženo to, da bi bila lahko družba Google finančno oškodovana, ker bi zagotovila enako obravnavanje svojih zadetkov za proizvode in zadetkov svojih konkurentov z vidika razvrščanja in prikaza na svojih straneh s splošnimi zadetki. Družba Google v tožbi ne navaja nobene trditve, s katero bi uspešno izpodbijala to presojo, pa tudi ob predpostavki, da bi bila ta družba s tem, da bi storitvam primerjave proizvodov zagotovila dostop do svoje storitve pod enakimi pogoji kot svoji tovrstni storitvi, dejansko finančno oškodovana, ta okoliščina ne bi pomenila dopustne utemeljitve za njeno protikonkurenčno ravnanje.
- 564 Tako je Komisija – v nasprotju s trditvijo iz tožbe – zavzela stališče o utemeljitvi iz tretje trditve družbe Google, ne da bi ta ovrгла utemeljenost tega stališča.
- 565 Torej je Komisija veljavno zavrnila tretjo trditev, s katero želi družba Google izpostaviti značilnosti svojega ravnanja, ki naj bi bile v prid konkurenci, saj je ovrгла tovrstne značilnosti, navedene v tej trditvi.
- 566 Pristop Komisije v zvezi z navedenimi prvimi tremi trditvami, ki se nanašajo na prednosti v prid konkurence, ki naj bi jih imele zadevne prakse, je še toliko bolj utemeljen, ker se na eni strani – kot je razvidno iz točk od 593 do 596 obrazložitve izpodbijanega sklepa in kot izhaja iz preučitve tretjega in četrtega tožbenega razloga – s temi praksami lahko izrinejo konkurenčne storitve primerjave proizvodov, kar lahko privede do višjih cen za prodajalce in potrošnike ter zmanjšanja inovacij tako za konkurenčne storitve primerjave proizvodov kot tudi za storitev primerjave proizvodov družbe Google. Na drugi strani – kot je razvidno iz točk od 597 do 600 obrazložitve izpodbijanega sklepa – se lahko zaradi zadevnih praks zmanjša izbira za potrošnike v zvezi s storitvami primerjave proizvodov, in sicer ne le zaradi zmanjšanja števila storitev primerjave, prisotnih na trgu, kot posledice učinka izrinjenja, ki ga imajo te prakse in kakršen je bil ugotovljen v oddelkih 7.3.1 in 7.3.2 izpodbijanega sklepa, ampak tudi – kot je razvidno iz točke 598 obrazložitve izpodbijanega sklepa – zaradi preusmerjanja pozornosti potrošnikov k zadetkom storitve primerjave družbe Google zaradi boljše vidnosti teh zadetkov, pri čemer pa sploh ni nujno, da so bili ti bolj upoštevni od zadetkov konkurenčnih storitev primerjave proizvodov (glej točke od 296 do 299 zgoraj).
- 567 Poleg tega družba Google ni dokazala, kako naj bi drugi vidik izpodbijanih praks, torej to, da so prilagoditveni algoritmi poslabšali razvrstitev precejšnjega števila konkurenčnih storitev primerjave proizvodov na njenih straneh s splošnimi zadetki, lahko povečal učinkovitost.

- 568 V teh okoliščinah je treba v skladu s sodno prakso, navedeno v točki 553 zgoraj, ugotoviti, da tudi ob predpostavki, da se je z zadevnimi praksami zaradi izpostavitve in hierarhične razporeditve zadetkov iskanja za proizvode morda res izboljšala izkušnja nekaterih internetnih uporabnikov, s tem nikakor ni mogoče izničiti škodljivih učinkov teh praks na konkurenco in interese potrošnikov kot celote. Družba Google nikakor ni predložila nasprotnega dokaza, čeprav bi to – kot je bilo navedeno v točki 554 zgoraj – morala storiti.
- 569 Družba Google se je s četrto trditvijo, povzeto v točki 557 zgoraj, sklicevala na objektivno utemeljitev svojega ravnanja, in sicer na podlagi tehnične omejitve. Z njo je želela dokazati, da v nasprotju s predpostavko Komisije zadetkov konkurenčnih storitev primerjave proizvodov s tehničnega vidika ni mogla dosledno razvrščati skupaj s svojimi in da bi jih poleg tega s takim ravnanjem spremenila v zadetke za proizvode družbe Google.
- 570 Komisija je v točki 671 obrazložitve izpodbijanega sklepa odgovorila, da družba Google ni dokazala, da ne more uporabiti enakih postopkov in metod za odločanje o razvrščanju in prikazu zadetkov svoje storitve primerjave proizvodov in zadetkov tovrstnih konkurenčnih storitev. Dodala je, da predlogi te družbe med razpravami o tem, da bi se postopek končal s sprejetjem zavez, in interni razmisleki te družbe dokazujejo možnost enakega obravnavanja na tem področju.
- 571 Kot je razvidno iz točke 659 obrazložitve izpodbijanega sklepa in kot je bilo potrjeno v točkah od 130 do 138 tožbe, je družba Google med upravnim postopkom v zvezi s tem pojasnila, da ne bi mogla uporabiti enakih meril za izbor za zadetke konkurenčnih storitev primerjave proizvodov in svoje zadetke za proizvode, ali, drugače povedano, da med vsemi odgovori, ki so jih lahko dale storitve primerjave proizvodov, vključno z njeno, ni mogla izbrati tistih, ki bi najbolj ustrezali iskalni poizvedbi internetnega uporabnika za proizvode. V zvezi s tem je v bistvu navedla, da ni seznanjena z organizacijo in vsebino zbirk podatkov konkurenčnih storitev primerjave proizvodov niti z njihovimi postopki katalogiziranja in indeksiranja, kar prav tako velja za njihove specializirane algoritme, na podlagi katerih so na poizvedbo internetnega uporabnika predlagani nekateri zadetki, zato naj ne bi mogla niti presoditi kakovosti zadetkov, ki jih zagotavljajo konkurenčne storitve primerjave proizvodov, v primerjavi s svojimi zadetki niti vnaprej poznati odgovora, ki bi ga dali na konkretno poizvedbo internetnega uporabnika, in sicer še toliko manj za stotine teh storitev primerjave. Za družbo Google naj ne bilo realistično, da bi to nezmožnost vnaprejšnje seznanjenosti z odgovori, ki bi jih konkurenčne storitve primerjave proizvodov lahko dale na konkretno poizvedbo internetnega uporabnika, poskusila omiliti tako, da bi navedeno poizvedbo sama poslala na stotinam teh storitev primerjave in šele nato primerjala vse pridobljene odgovore. To bi povzročilo vsaj velike zamude pri odgovoru internetnemu uporabniku, ki je v iskalnik Google vnesel poizvedbo, s čimer bi se poslabšala kakovost njene storitve. Vse, kar lahko ta družba naredi – in kar že dela – je to, da z mehanizmom Universal Search primerja svoje specializirane zadetke za proizvode s svojimi splošnimi zadetki, saj pozna način njihovega generiranja. Ker pa splošni zadetki specializirane zadetke konkurenčnih storitev primerjave proizvodov pridobivajo samo prek postopka, poimenovanega „crawling“, indeksiranja in algoritmov splošnega iskanja, ta primerjava z Universal Search ni omogočala primerjave zadetkov za proizvode družbe Google z zadetki, ki bi jih dejansko dale konkurenčne storitve primerjave proizvodov, če bi neposredno prejele iskalne poizvedbe za proizvode, ki jih je prejel iskalnik Google.
- 572 Vendar je treba na eni strani – kolikor je mogoče četrto trditev družbe Google razumeti tako, da se škodljivim učinkom na konkurenco, nastalim skupaj s povečanjem učinkovitosti, s katerim se je izboljšala njena storitev iskanja, tehnično ni bilo mogoče izogniti in da ta družba, če je želela izboljšati svojo storitev iskanja, tega v bistvu ni mogla opraviti bolje, kot je to storila – ugotoviti, da

ravnanje, ki se očita družbi Google in je privedlo do poslabšanja razvrstitve številnih konkurenčnih storitev primerjave in do tega, da uporabniki na zadetke navedenih storitev niso bili pozorni, ni moglo privedi do večje učinkovitosti z izboljšanjem uporabnikove izkušnje (glej točki 566 in 567 zgoraj) ter da ta večja učinkovitost, tudi če bi obstajala, nikakor ne more izničiti znatnih sedanjih in potencialnih protikonkurenčnih učinkov, ki so jih te prakse povzročile za konkurenco in interese potrošnikov kot celote (glej točko 568 zgoraj). Ker takega povečanja učinkovitosti ni bilo, nima okoliščina, da tisto, kar je bilo storjeno za doseg navedenega povečanja, s tehničnega vidika ni moglo biti uresničeno drugače kot s praksami, ki jih je Komisija sankcionirala, nobenega vpliva.

- 573 Na drugi strani Komisija družbi Google pri dokazovanju kršitve nikakor ni očitala, da svojih zadetkov za proizvode ni po enakih postopkih in metodah – in še zlasti z enakimi algoritmi, kot jih je uporabljala za svoje specializirane poizvedbe – primerjala z zadetki za proizvode, ki so jih na iskalne poizvedbe internetnih uporabnikov za proizvode zagotavljale konkurenčne storitve primerjave proizvodov.
- 574 Komisija je obžalovala to, da družba Google ni po enakih postopkih in metodah odločala o razvrščanju in prikazu zadetkov svoje storitve primerjave proizvodov in tovrstnih konkurenčnih storitev, ki bi se lahko prikazali na njenih straneh s splošnimi zadetki, saj je uporaba različnih postopkov in metod za razvrščanje in prikaz njenih zadetkov v primerjavi z zadetki konkurenčnih storitev primerjave proizvodov privedla do ugodnejše obravnave zadetkov njene storitve primerjave in poslabšanja razvrstitve zadetkov konkurenčnih storitev primerjave proizvodov na straneh s splošnimi zadetki.
- 575 Tako ni Komisija v izpodbijanem sklepu niti obžalovala, da ni družba Google uvedla nove vrste zadetkov na svojih straneh s splošnimi zadetki, torej zadetkov konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, ki bi bili dejansko dani, če bi internetni uporabnik konkretno poizvedbo opravil neposredno prek specializiranega iskalnika navedenih konkurenčnih storitev primerjave, niti ni zahtevala ničesar drugega kot enako obravnavanje obeh vrst zadetkov iskalnika Google, kar se tiče razvrščanja in prikaza, niti ni obžalovala, da družba Google ni opravila primerjav, za katere trdi, da jih ni mogla opraviti, med zadetki za proizvode, ki bi jih na isto konkretno poizvedbo zagotovila sama, in tistimi, ki bi jih zagotovile konkurenčne storitve primerjave proizvodov. To je tudi razlog, iz katerega ta družba Komisiji ne more očitati, da ni ovrгла njenih tehničnih pojasnil, niti ji ne more očitati – kot je to storila v upravnem postopku – da ji nalaga obveznost, da zadetke konkurenčnih storitev primerjave proizvodov s tem, da zanje uporabi enake postopke in metode za izbor kot za svoje zadetke, spremeni v zadetke za proizvode družbe Google.
- 576 Čeprav namreč družba Google ni mogla uporabiti enakih temeljnih postopkov in metod, da bi z njimi enotno primerjala zadetke svoje storitve primerjave proizvodov in zadetke tovrstnih konkurenčnih storitev, zlasti ker ni imela dostopa do zbirke podatkov za proizvode konkurenčnih storitev primerjave in do njihovih algoritmov za izbor proizvodov, ni dokazala, da ni mogla za navedene zadetke uporabiti postopkov in metod, ki bi privedli do enakega obravnavanja, kar se tiče razvrščanja in prikaza zadetkov njene storitve primerjave proizvodov in tovrstnih konkurenčnih storitev.
- 577 Poleg tega je treba opozoriti – kot je bilo že navedeno v točki 554 zgoraj – da mora podjetje, ki se sklicuje na take utemeljitve svojega ravnanja, te prepričljivo navesti, in organu, pristojnemu za konkurenco, ki to ravnanje preučuje, ni treba že takoj dokazati, da takih utemeljitev ni. To še

posebej velja takrat, kadar je zadevno podjetje edino seznanjeno s to objektivno utemeljitvijo ali je seveda v boljšem položaju kot Komisija, da razkrije njen obstoj in dokaže njeno upoštevnost (sodba z dne 1. julija 2010, AstraZeneca/Komisija, T-321/05, EU:T:2010:266, točka 686).

578 Ob tem je treba zaradi popolnosti še ugotoviti, da je Komisija v točki 671 obrazložitev izpodbijanega sklepa kljub vsemu navedla trditve, s katerimi je želela dokazati, da bi bilo mogoče uporabiti skupne postopke in metode za odločanje o tem, kako bodo na straneh s splošnimi zadetki družbe Google razvrščeni in prikazani zadetki za proizvode te družbe in zadetki konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, ki bi bili lahko prikazani med splošnimi zadetki. Oprla se je na predloge družbe Google med razpravami o tem, da bi se postopek končal s sprejetjem zavez, in na interne razmisleke te družbe. Ta družba je za izpodbijanje navedenih trditev v točkah od 140 do 142 tožbe navedla le nasprotno trditve, s katerimi je želela izkazati, da namen teh razprav in razmislekov ni bil razvrščanje zadetkov konkurenčnih storitev primerjave proizvodov in zadetkov za proizvode družbe Google po enakih postopkih in metodah. Vendar se te nasprotno trditve ne nanašajo na to, da zadetkov za proizvode družbe Google in njenih splošnih zadetkov, v katerih bi bili lahko zbrani zadetki konkurenčnih storitev primerjave proizvodov, ne bi bilo mogoče razvrščati in prikazovati na podlagi enakih meril.

579 Iz navedenega sledi, da je treba tretji del prvega tožbenega razloga, s katerim se želi utemeljiti prikaz Product Universals, zavrtni.

b) Utemeljitev družbe Google v zvezi s prikazom Shopping Units (tretji del drugega tožbenega razloga)

1) Trditve strank

580 Družba Google zoper presojo Komisije iz izpodbijanega sklepa v zvezi z utemeljitvijo prikaza Shopping Units v bistvu navaja enake trditve kot v zvezi s prikazom Product Universals (glej točki 544 in 546 zgoraj).

581 Družba Google najprej meni, da je Komisija storila isto vrsto napak, ker v izpodbijanem sklepu ni pojasnila, zakaj s koristmi za konkurenco, ki izhajajo iz vzpostavitve Shopping Units, teh ni mogoče utemeljiti. V zvezi s tem družba Google v utemeljitev za konkurenco koristnih vidikov svojega ravnanja navaja, da Shopping Units prinašajo boljše odgovore na poizvedbe za proizvode kot besedilni oglasi.

582 Dalje, družba Google v zvezi z objektivnimi potrebami trdi – enako kot za Product Universals in iz enakih razlogov – da ni mogla primerjati svojih oglasov za proizvode, prikazanih v Shopping Units, z oglasi za proizvode, ki so jih po metodah, različnih od njenih, ustvarile konkurenčne storitve primerjave proizvodov. Komisija pa naj tega vidika ne bi obravnavala, čeprav bi to morala storiti. Prav tako naj ne bi opredelila drugih rešitev, ki bi pomenile alternativo.

583 Nazadnje, družba Google navaja, da je oglase konkurenčnih storitev primerjave proizvodov – enako kot oglase drugih oglaševalcev – že vključila v Shopping Units. S tem ne le izpodbija obstoj dajanja prednosti svoji storitvi primerjave proizvodov, kot je bilo že ugotovljeno v točki 304 zgoraj, ampak tudi poudarja, da Komisija ni opredelila drugih realističnih in izvedljivih rešitev, kot je to, kar že dela za objavo oglasov konkurenčnih storitev primerjave proizvodov. Družba Google trdi, da iskalnik Bing deluje na enak način in da je družba Kelkoo med upravnim postopkom prav tako predlagala sorodno rešitev, ne da bi Komisija tem načinom delovanja kar koli očitala.

584 Komisija te trditve prereka.

2) Presoja Splošnega sodišča

585 Napotiti je treba na točke od 551 do 554 zgoraj, ki se nanašajo na utemeljitve, ki jih podjetje s prevladujočim položajem lahko poda za svoja ravnanja, za katera bi se lahko uporabljal člen 102 PDEU, in tako dokaže, da se ta člen ne uporablja.

586 Iz točk od 655 do 659 obrazložitve izpodbijanega sklepa, vključenih v oddelek 7.5 tega sklepa, v katerem so preučeni elementi, ki jih je družba Google predložila v upravnem postopku kot objektivne utemeljitve in dokaz povečanja učinkovitosti, je razvidno, da je ta družba navedla enake trditve za utemeljitev prikaza Shopping Units in prikaza Product Universals. Kot je bilo ugotovljeno v točki 557 zgoraj, ta družba v tožbi ne izpodbija predstavitve teh trditev. V okviru tretjega dela drugega tožbenega razloga v svojih vlogah posebej izpodbija skupen odgovor na Product Universals in Shopping Units, ki ga je Komisija podala v izpodbijanem sklepu na njeno drugo in peto trditev iz upravnega postopka, kot sta bili navedeni v točki 557 zgoraj (točki 656 in 659 obrazložitve izpodbijanega sklepa).

587 Glede druge trditve, s katero družba Google izpostavlja značilnosti svojega ravnanja, ki naj bi bile v prid konkurenci – to je, da so bili razvrščanje in prikaz Shopping Units ter njihovi mehanizmi generiranja ugodni za konkurenco, saj se je z njimi zagotavljala visoka kakovost njene storitve spletnega iskanja v korist internetnih uporabnikov in spletnih prodajalcev – je Komisija nanje odgovorila skupaj v zvezi utemeljitvijo prikaza Shopping Units in utemeljitvijo prikaza Product Universals.

588 V zvezi s tem ni razloga za drugačno analizo od tiste, ki je bila predstavljena v točkah od 559 do 568 zgoraj. Natančneje, dejstvo, da po mnenju družbe Google Shopping Units vsebujejo boljše odgovore na poizvedbe za proizvode kot besedilni oglasi, nikakor ne dokazuje, da bi bili s tako prednostjo v prid konkurenci izravnani ali celo preseženi negativni učinki ravnanja družbe Google za konkurenco, ki jih je ugotovila Komisija. Dalje, čeprav ta družba v prilogi k tožbi navaja, da so odgovori bolj upoštevni in torej bolj kakovostni, če so pridobljeni iz sistema plačljive dražbe (Shopping Units), kot če so prikazani brez predhodne komercialne protivrednosti, kot je to veljalo za obdobje Product Universals, ta trditev ni prepričljiva v zvezi s tem, da je tak sistem boljši, še zlasti ker teži k zmanjšanju števila zadetkov, ki bi se lahko prikazali, in torej zmanjšanju izbire za potrošnika.

589 Glede pete trditve, ki jo je družba Google navedla v upravnem postopku in ponovila v tožbi – v zvezi s tehnično nezmožnostjo doslednega razvrščanja različnih zadetkov svoje in konkurenčnih storitev primerjave proizvodov in v zvezi s tem, da bi se, tudi če bi bilo to mogoče, s takim ravnanjem vsi ti zadetki spremenili v zadetke družbe Google – je Komisija skupaj odgovorila na utemeljitev prikazovanja Shopping Units in utemeljitev prikazovanja Product Universals.

590 Nobenega razloga ni, da bi v zvezi s tem upoštevali drugačno analizo od tiste, predstavljene v točkah od 569 do 578 zgoraj. Poleg tega, da družba Google – kot je bilo navedeno v točki 572 zgoraj – ni dokazala, da je vzpostavitev Shopping Units odgovor na preudarke v prid konkurenci, zaradi katerih naj bi bila korist v obliki povečanja učinkovitosti večja od negativnih posledic za konkurenco, ki so jo povzročile te prakse, in da zato tudi okoliščina, da domnevno povečanje učinkovitosti ni mogoče brez zadevnih tehničnih omejitev, nima nobenega vpliva, Komisija namreč od družbe Google – kot je bilo navedeno v točkah 575 in 576 zgoraj – ne

zahteva, naj uporabi algoritme za specializirano iskanje konkurenčnih storitev primerjave proizvodov ali naj presodi njihove zadetke v primerjavi z lastnimi zadetki na podlagi svojih algoritmov, temveč od družbe Google zahteva, naj njihove zadetke razvrsti in prikaže na nediskriminatorni podlagi v primerjavi z zadetki svoje storitve primerjave proizvodov, tako da uporabi enake temeljne postopke in metode.

591 Natančneje, dejstvo, da je družba Google oglase konkurenčnih storitev primerjave proizvodov vključila v Shopping Units po običajnem načinu generiranja svojih oglasov za proizvode – kot je bilo pojasnjeno v točki 199 tožbe – vendar s pridržkom – kot poudarja Komisija – da te storitve primerjave same postanejo prodajalci proizvodov, v ničemer ne dokazuje, da je bilo to edino, kar je bilo mogoče storiti v zvezi s storitvami primerjave proizvodov. To namreč nikakor ne dokazuje, da tehnično ni bilo mogoče pod nediskriminatornimi pogoji zagotoviti prisotnost oglasov konkurenčnih storitev primerjave proizvodov v Shopping Units ali v – z vidika razvrstitve in prikaza – enakovrednih „boxih“, ne da bi morale te storitve primerjave proizvodov same prodajati zadevne proizvode in ne da bi bili ti oglasi ustvarjeni po načinu generiranja oglasov za proizvode družbe Google. Komisija je te ugotovitve pravilno navedla v točki 671 obrazložitve izpodbijanega sklepa. V zvezi s tem je treba znova opozoriti – kot je bilo že navedeno v točki 554 zgoraj – da mora podjetje, ki se sklicuje na objektivne utemeljitve svojega ravnanja, te prepričljivo navesti, in organu, pristojnemu za konkurenco, ki to ravnanje preučuje, ni treba že takoj dokazati, da takih utemeljitev ni.

592 Tako družba Google ne more uspeti s trditvijo, da z vidika metode vključevanja oglasov konkurenčnih storitev primerjave proizvodov v Shopping Units, ki jo je vzpostavila ta družba, Komisija ni opredelila drugih realističnih in izvedljivih rešitev za prikaz takih oglasov v njih. Objektivne utemeljitve, ki jih je navedla ta družba, je bilo mogoče ob upoštevanju trditev, s katerimi naj bi bile dokazane, zavrniti, ne da bi morala Komisija s tem, da bi sama predstavila drugo metodo vključevanja oglasov konkurenčnih storitev primerjave proizvodov v Shopping Units, dokazati, da zadevnega ravnanja ni mogoče utemeljiti s tehničnimi omejitvami. Dalje, družba Google ni dokazala, da je bil edini način, kako zagotoviti enako obravnavanje znotraj Shopping Units, preoblikovanje zadetkov konkurenčnih storitev primerjave proizvodov v zadetke družbe Google. Poleg tega je ta družba v odgovorih na pisna vprašanja Splošnega sodišča v zvezi z izvedbo izpodbijanega sklepa v primerjavi s tistim, kar je predlagala kot zaveze, pokazala, da bi v Shopping Units lahko vključila zadetke konkurenčnih storitev primerjave proizvodov in jih pri tem opredelila kot take.

593 Nazadnje je treba še dodati, da nič iz izpodbijanega sklepa ne kaže na to, da bi Komisija konec koncev posredno odobrila metodo vključitve oglasov konkurenčnih storitev primerjave proizvodov v Shopping Units, ki jo je vzpostavila družba Google, ker naj bi iskalnik Bing deloval podobno, družba Kelkoo pa naj bi predlagala sorodno rešitev.

594 Kot je bilo poleg tega navedeno v točki 353 zgoraj, družba Google v svojih vlogah ni dokazala, da je uporabila metodo, ki jo je predlagala družba Kelkoo.

595 Iz navedenega sledi, da je treba tretji del drugega tožbenega razloga, s katerim se želi utemeljiti prikaz Shopping Units, zavrniti.

5. Ugotovitev v zvezi s primarnimi predlogi

- 596 Iz preučitve tožbenih razlogov, ki se nanašajo na ugotovitev kršitve člena 102 PDEU iz člena 1 izpodbijanega sklepa, je razvidno, da je treba to ugotovitev potrditi v delu, v katerem se nanaša na zlorabo prevladujočega položaja na nacionalnih trgih specializiranega iskanja za proizvode v trinajstih državah, navedenih v tej določbi. Vendar je treba ta člen razglasiti za ničen samo v delu, v katerem se nanaša na zlorabo prevladujočega položaja na nacionalnih trgih splošnega iskanja v teh državah na podlagi obstoja protikonkurenčnih učinkov na teh trgih.
- 597 Ker je Komisija upravičeno ugotovila, da je družba Google zlorabila svoj prevladujoči položaj na nacionalnih trgih specializiranega iskanja za proizvode, je treba tožbo zavrniti v delu, v katerem se nanaša tudi na razglasitev ničnosti členov od 3 do 5 izpodbijanega sklepa, v katerih je družbi Google naloženo, naj odpravi kršitev, ugotovljeno v členu 1, in naj Komisijo obvesti o ukrepih, ki jih je sprejela za to, ter so v primeru neizpolnitve teh obveznosti določene periodične denarne kazni.

C. Podredni predlogi, ki se nanašajo na načelo in znesek globe

1. Prvi del šestega tožbenega razloga: možnost naložitve globe

a) Trditve strank

- 598 Družba Google meni, da ji Komisija tudi v primeru potrditve ugotovljene kršitve ne bi smela naložiti nobene globe, in sicer iz treh razlogov: prvič naj bi kot zlorabo opredelila ravnanje, katerega namen je izboljšanje kakovosti, obravnavo zadeve naj bi začela s postopkom za sprejetje zavez, v upravnem postopku pa naj bi zavrnila popravne ukrepe, ki jih zahteva v okviru izpodbijanega sklepa. Združenje CCIA meni, da je tako „stratosferna“ globa, kot je bila naložena družbi Google, ki na prvi pogled z vidika precedensov in sodne prakse ni kršila pravil o konkurenci, problematična za celotno panogo in ima negativne posledice za spodbudo družbam za inovacije.
- 599 Družba Google, ki poudarja, da je globa, ki ji je bila naložena, najvišja med globami, ki jih je Komisija izrekla za protikonkurenčne prakse, skupaj z združenjem CCIA zlasti opozarja, da lahko Komisija podjetju naloži globo le, če je to naklepno ali iz malomarnosti kršilo člen 101 ali 102 PDEU. Torej bi se moralo izkazati, da družba Google ni mogla prezreti protikonkurenčnega cilja svojega ravnanja. V zvezi s tem se družba Google sklicuje zlasti na sodbo z dne 11. julija 1989, Belasco in drugi/Komisija (246/86, EU:C:1989:301, točka 41). Vendar naj družba Google ne bi mogla na podlagi nobenega elementa iz izpodbijanega sklepa ugotoviti, da so izboljšave, ki jih je uvedla za svoje storitve, nezakonite in da jih je treba ukiniti ali odpreti za konkurente, saj naj bi Komisija v sporočilu za medije, objavljenem skupaj z izpodbijanem sklepom, navedla, da ta pomeni „precedens, ki vzpostavlja okvir za presojo zakonitosti takega ravnanja“. Torej naj družbi Google ne bi bilo mogoče očitati niti malomarnosti. V zvezi s tem združenje CCIA navaja zlasti Sklep Komisije z dne 22. januarja 2019 v zvezi s postopkom na podlagi člena 101 PDEU in člena 53 Sporazuma EGP (AT.40049 MasterCard II), v katerem naj bi bilo priznано, da se družba MasterCard razumno ni mogla zavedati protikonkurenčnosti svojega ravnanja, dokler ni Komisija sprejela zavez drugega sistema medbančnih plačil, Visa, v zvezi s podobnim ravnanjem. Družba Google navaja, da je Komisija v predhodnih zadevah menila, da sankcije niso primerne, kadar se izoblikuje nova „teorija škode“ ali v primeru razhajanj o zadevnem ravnanju v sodni

praksi nacionalnih sodišč. V več odločbah nacionalnih upravnih organov ali sodišč, ki jih ta družba navaja, pa naj bi bila ugotovljena zakonitost njenega ravnanja. To, da je Komisija ravnanje, ki ga je očitala družbi Google, analizirala kot zlorabo prevladujočega položaja na enem od trgov, usmerjeno na drugi trg, kar je zajeto s pojmom zloraba z učinkom vzvoda, naj izpodbijanemu sklepu ne bi odvzelo njegove novosti, saj naj bi lahko ta pojem vključeval zelo različne položaje.

- 600 Dejstvo, da je bil spis sprva preučen v okviru postopka za sprejetje zavez, naj bi pomenilo, da v zadevi ni mogoče naložiti sankcije, kar naj bi izhajalo iz uvodne izjave 13 Uredbe št. 1/2003, iz enega od sporočil, v katerem je Komisija predstavila tovrsten postopek, in iz priročnika generalnega direktorata Komisije za konkurenco, ki je dostopen na njenem spletnem mestu. Ne bi se naj smelo mešati med možnostjo, da Komisija uvede klasični postopek, če s postopkom za sprejetje zavez ni mogoče doseči želenih rezultatov, in vprašanjem, ali si zadevno ravnanje zasluži sankcijo. Družba Google v repliki dodaja, da bi bilo treba v zvezi s tem vsaj predložiti pojasnila. Združenje CCIA meni, da izpodbijani sklep v zvezi s tem ni dovolj obrazložen.
- 601 Nazadnje, Komisija naj bi udeležencem v upravnem postopku najprej pojasnila, da družbi Google na podlagi pravil Unije o konkurenci ni mogoče naložiti tistega, kar ji je konec koncev naložila v izpodbijanem sklepu, to je uporabo enakih postopkov in metod za to, da se na njenih straneh s splošnimi zadetki prikažejo njeni zadetki za primerjavo proizvodov in zadetki konkurenčnih storitev primerjave. Tudi to naj bi v bistvu kazalo, da družba Google ni mogla vnaprej vedeti, da krši pravila Unije o konkurenci, saj je Komisija nekaj časa zagovarjala stališče, da to ne drži.
- 602 Komisija skupaj z Zvezno republiko Nemčijo najprej trdi, da ni v pravni analizi, na kateri temelji izpodbijani sklep, ničesar, kar še ne bi bilo uporabljeno. Ugotovitev zlorabe prevladujočega položaja na enem od trgov zaradi razširitve tega položaja na sosednje trge naj bi bila stara, družba Google pa naj bi mešala med izoblikovanjem novih načel in uporabo že izoblikovanih načel za nove prakse. Večina zadev, v katerih so bile razkrite tovrstne zlorabe, naj bi bilo – kot v obravnavani zadevi – umeščenih v kompleksna okolja, kar pa naj sodiščem Unije ne bi preprečevalo potrditve visokih glob, naloženih v teh zadevah. V nasprotju s položajem iz nekaterih zadev, na katere se je sklicevalo združenje CCIA, naj ne bi bilo v obravnavani zadevi pred sprejetjem izpodbijanega sklepa nobene negotovosti glede pravnega merila, ki se uporablja za presojo ravnanja družbe Google. Nikakor naj subjektivna seznanjenost subjekta, ki ravna na določen način, s tem, da to ravnanje pomeni zlorabo, ne bi bila pogoj za to, da se mu naloži sankcija.
- 603 Dalje, Komisija, ki naj bi imela polje proste presoje za obravnavo zadeve po postopku za sprejetje zavez brez sankcije ali po klasičnem postopku, in ki naj bi imela več razlogov za uvedbo drugega, potem ko je že začela prvega, kot je bilo to pojasnjeno v točki 123 in naslednjih obrazložitve izpodbijanega sklepa, naj bi s tem znova pridobila pristojnost za naložitev globe. Poleg tega naj ne bi elementi, ki jih je družba Google predložila med izmenjavami stališč za sprejetje zavez – v nasprotju s trditvami te družbe – nikakor olajšali naloge Komisije pri opredelitvi kršitve, kar bi lahko v nasprotnem primeru vplivalo na sankcijo. Družba Google naj bi namreč izrecno zanikala kakršno koli kršitev.
- 604 Nazadnje, Komisija v bistvu trdi, da se tisto, kar je v eni od faz upravnega postopka v okviru predhodne ugotovitve opredelila kot nekaj, česar družbi Google ni mogoče naložiti, torej to, da bi vse zadetke storitev primerjave proizvodov, vključno s svojimi, med svojimi splošnimi zadetki razvrščala enako, ne ujema s tistim, kar je bilo nato prepovedano, ker je bilo opredeljeno kot zloraba, torej to, da je ta družba na svojih straneh s splošnimi zadetki dajala prednost svoji storitvi primerjave proizvodov v primerjavi z drugimi tovrstnimi storitvami. Tudi če bi bilo

mogoče stališče nekdanjega člana Komisije, pristojnega za vprašanja konkurence, ki jih je izpostavila družba Google, razlagati drugače, bi bilo to osebno stališče, ki naj Komisije ne bi zavezovalo.

b) Presoja Splošnega sodišča

- 605 Najprej je treba opozoriti, da ima Splošno sodišče neomejeno sodno pristojnost glede glob, ki jih Komisija naloži za kršitev členov 101 in 102 PDEU, ki v skladu s členom 261 PDEU temelji na členu 31 Uredbe št. 1/2003. Poleg preprostega nadzora zakonitosti, na podlagi katerega je mogoče le zavrniti ničnostno tožbo ali razglasiti ničnost izpodbijanega akta, ta neomejena pristojnost Splošnemu sodišču omogoča, da izpodbijani akt spremeni, tudi če ga ne razglasi za ničnega – pri čemer pa mora upoštevati vse dejanske okoliščine – na primer zaradi spremembe zneska globe, in sicer tako za zmanjšanje tega zneska kot za njegovo povečanje (sodba z dne 3. septembra 2009, *Prym in Prym Consumer/Komisija*, C-534/07 P, EU:C:2009:505, točka 86; glej v tem smislu tudi sodbi z dne 3. decembra 1957, *ALMA/Visoka oblast*, 8/56, EU:C:1957:12, str. 191, in z dne 8. februarja 2007, *Groupe Danone/Komisija*, C-3/06 P, EU:C:2007:88, točke od 60 do 63). V teh okoliščinah lahko Splošno sodišče, če je to primerno, poda presoje, ki se razlikujejo od presoj Komisije v izpodbijanem sklepu glede globe, naložene družbi Google.
- 606 Družba Google v okviru prve trditve, s katero izpodbija globo, ki ji je bila naložena, v bistvu trdi, da ob upoštevanju še nikoli uporabljenih novosti v analizi iz izpodbijanega sklepa v zvezi z ravnanjem, ki se ji očita, ni mogla naklepno ali iz malomarnosti kršiti člena 102 PDEU, kar naj bi izključevalo možnost njenega sankcioniranja.
- 607 V zvezi s tem člen 23(2)(a) Uredbe št. 1/2003 določa, da lahko Komisija podjetjem naloži globe, če „naklepno ali iz malomarnosti“ kršijo člen 102 PDEU.
- 608 Glede vprašanja, ali je bila kršitev storjena naklepno ali iz malomarnosti, je iz sodne prakse razvidno, da je prva predpostavka izpolnjena, če zadevno podjetje ni moglo prezreti, da je njegovo ravnanje protikonkurenčno (glej v tem smislu sodbe z dne 1. februarja 1978, *Miller International Schallplatten/Komisija*, 19/77, EU:C:1978:19, točka 18; z dne 8. novembra 1983, *IAZ International Belgium in drugi/Komisija*, od 96/82 do 102/82, 104/82, 105/82, 108/82 in 110/82, EU:C:1983:310, točka 45, in z dne 10. julija 2014, *Telefónica in Telefónica de España/Komisija*, C-295/12 P, EU:C:2014:2062, točka 156). Vendar je podjetje lahko sankcionirano tudi, če je člen 102 PDEU kršilo iz malomarnosti, pri čemer gre pri izbiri med tem drugim primerom, v katerem je mogoče naložiti sankcijo, in prvim primerom za alternativni možnosti (glej v tem smislu sklep z dne 25. marca 1996, *SPO in drugi/Komisija*, C-137/95 P, EU:C:1996:130, točke od 53 do 57).
- 609 Komisija je v zvezi s tem v točkah od 723 do 729 obrazložitve izpodbijanega sklepa kot dokaz, da je družba Google naklepno ali iz malomarnosti kršila člen 102 PDEU, pojasnila, da ta družba ni mogla prezreti, da je na eni strani na zadevnih nacionalnih trgih splošnega iskanja v prevladujočem položaju in da na drugi strani njeno ravnanje pomeni zlorabo tega prevladujočega položaja. Komisija je dodala, da to, da v zvezi z natančno vrsto zadevnega ravnanja pred tem ni bil sprejet še noben sklep, še ne preprečuje naložitve globe. Komisija je trditev, da družba Google ni mogla prezreti, da njeno ravnanje pomeni zlorabo, obrazložila s pojasnilom, da je uporaba prevladujočega položaja na enem od trgov za razširitev tega položaja na enega ali več povezanih trgov dobro ustaljena oblika zlorabe, ki odstopa od konkurence na podlagi učinkovitosti. Z napotitvijo na točko 334 izpodbijanega sklepa se je sklicevala zlasti na sodbe z dne 3. oktobra 1985, *CBEM* (311/84, EU:C:1985:394, točka 27); z dne 14. novembra 1996, *Tetra*

Pak/Komisija (C-333/94 P, EU:C:1996:436, točka 25); z dne 17. februarja 2011, TeliaSonera Sverige (C-52/09, EU:C:2011:83, točka 85); z dne 7. oktobra 1999, Irish Sugar/Komisija (T-228/97, EU:T:1999:246, točka 166), in z dne 17. septembra 2007, Microsoft/Komisija (T-201/04, EU:T:2007:289, točka 1344). Ob tem je Komisija še poudarila, da je na družbo Google 13. marca 2013 naslovila predhodno oceno, v kateri je pojasnila, zakaj njeno ravnanje pomeni kršitev člena 102 PDEU.

- 610 Drži sicer, da na podlagi sodb, navedenih v točki 609 zgoraj, obravnavanih v njihovem okviru, ni mogoče – kot je razvidno iz točk 162 in 163 zgoraj – šteti, da vsaka uporaba prevladujočega položaja na trgu za razširitev tega prevladujočega položaja na enega ali več povezanih trgov pomeni dobro ustaljeno obliko zlorabe. V vsaki od navedenih zadev je bila posebna vrsta ravnanja – ki se je razlikovala od ravnanja družbe Google – tista, za katero se je štelo, da odstopa od konkurence na podlagi učinkovitosti, na primer pridržanje zase pomožne dejavnosti zakonskega monopola, uporaba vezane prodaje in plenilskih cen, uporaba „cenovnih škarij“, izoblikovanje diskriminatornih cenovnih praks ali vsiljevanje zvestobe strankam oziroma zavračanje interoperabilnosti informacijskih sistemov. Poleg tega je v točkah teh sodb, ki jih navaja Komisija, samo pojasnjeno, da je zlorabo prevladujočega položaja mogoče ugotoviti, tudi če učinkuje na trg, ki ni trg, na katerem ima subjekt prevladujoči položaj, ali če učinkuje na trg, na katerem ima subjekt prevladujoči položaj, čeprav se zadevno ravnanje izvaja na drugem trgu, ali če so zadevno ravnanje in njegovi učinki ugotovljeni samo na trgu, ki ni trg, na katerem ima subjekt prevladujoči položaj. Vendar možnost, da se, če je to primerno, na podlagi člena 102 PDEU ugotovi zloraba, storjena na trgu, ki ni trg, na katerem obstaja prevladujoči položaj, še ne pomeni, da je vsaka praksa, prek katere podjetje svoj prevladujoči položaj na enem od trgov uporabi za širitev na drug trg, nujno protikonkurenčna. Kot je bilo namreč opozorjeno v točki 162 zgoraj, zgolj razširitev prevladujočega položaja podjetja na sosednji trg sama po sebi ne more biti dokaz za ravnanje, ki odstopa od „normalne konkurence“ v smislu sodbe z dne 27. marca 2012, Post Danmark (C-209/10, EU:C:2012:172, točka 24 in navedena sodna praksa), tudi če ta razširitev povzroči izginotje ali marginalizacijo konkurentov.
- 611 Ker je bila poleg tega kršitev družbe Google v sedmih od zadevnih držav ugotovljena od datumov pred marcem 2013, trditev Komisije, da je to družbo o protikonkurenčnosti njenega ravnanja obvestila v predhodni oceni, ki ji jo je poslala, s časovnega vidika za obdobje pred marcem 2013 ne zadostuje.
- 612 Vendar iz ustaljene sodne prakse izhaja, da je podjetju, ki ima prevladujoč položaj na trgu, ne glede na vzroke zanj, tudi če je posledica kakovosti njegovih proizvodov in storitev, naložena posebna odgovornost, da s svojim ravnanjem ne ogroža učinkovite in neizkrivljene konkurence na notranjem trgu (glej v tem smislu sodbi z dne 9. novembra 1983, Nederlandsche Banden-Industrie-Michelin/Komisija, 322/81, EU:C:1983:313, točka 57, in z dne 17. februarja 2011, TeliaSonera Sverige, C-52/09, EU:C:2011:83, točka 24).
- 613 Tako za podjetje s prevladujočim položajem na področju uporabe člena 102 PDEU veljajo nekatere omejitve, ki se ne uporabljajo za druga podjetja, pri praksi, ki v običajnih konkurenčnih razmerah ne bi bila sporna, pa gre lahko za zlorabo, če jo izvaja podjetje s prevladujočim položajem (sklepni predlogi generalne pravobranilke J. Kokott v zadevi Post Danmark, C-23/14, EU:C:2015:343, točka 25; glej v tem smislu tudi sodbo z dne 16. marca 2000, Compagnie maritime belge transports in drugi/Komisija, C-395/96 P in C-396/96 P, EU:C:2000:132, točka 131).

- 614 Kot poudarjata Komisija in Zvezna republika Nemčija, iz ustaljene sodne prakse prav tako izhaja, da je na podlagi prevladujočega položaja na nekem trgu mogoče ugotoviti njegovo zlorabo zaradi posledic, ki jih ima praksa zadevnega podjetja s prevladujočim položajem, ki izkrivlja konkurenco, na drugem trgu (glej v tem smislu sodbi z dne 6. marca 1974, Istituto Chemioterapico Italiano in Commercial Solvents/Komisija, 6/73 in 7/73, EU:C:1974:18, točka 25, in z dne 3. oktobra 1985, CBEM, 311/84, EU:C:1985:394, točki 25 in 26).
- 615 Komisija obravnava tovrstne položaje v svojih Navodilih glede prednostnih nalog izvrševanja pri uporabi člena [102 PDEU] za izključevalna ravnanja, s katerimi prevladujoča podjetja zlorablajo svoj položaj, pri čemer se sklicuje na številne sodbe Sodišča in Splošnega sodišča (glej zlasti točko 52 in naslednje). Komisija v tem sporočilu obravnava denimo primere vezane in paketne prodaje, pri čemer navaja, da sta to običajni praksi, s katerima se običajno želi strankam zagotoviti boljše proizvode ali cenejše ponudbe. Vendar ob tem še pojasnjuje, da lahko taka praksa, če jo izvaja podjetje s prevladujočim položajem, potrošnikom škodi, če tovrstna prodaja omejuje dostop do trga in privede do protikonkurenčnega izrinjenja konkurentov.
- 616 Ob upoštevanju navedenega je družba Google – ker je vedela za svoj prevladujoči položaj na trgih splošnega iskanja v EGP in je na svojih straneh s splošnimi zadetki dajala prednost svoji storitvi primerjave proizvodov v primerjavi s tovrstnimi konkurenčnimi storitvami, čeprav, kot je bilo ugotovljeno v točki 179 zgoraj, je to ravnanje pomenilo določeno obliko anomalije, in ker je prav tako vedela tudi za pomen navedenih strani kot vira prometa za storitve primerjave proizvodov – morala vedeti, da s svojim ravnanjem negativno vpliva na enake možnosti različnih gospodarskih subjektov, kar je jamstvo neizkrivljene konkurence (glej sodno prakso, navedeno v točki 180 zgoraj, *in fine*), in da bi lahko to ravnanje privedlo do izrinjenja konkurentov ali omejevanja njihove konkurence na nekaterih trgih specializiranega iskanja za proizvode v EGP. Torej je naklepno izbrala protikonkurenčno ravnanje, na kakršno se nanaša sodna praksa iz točke 608 zgoraj, ki bi lahko pomenilo zlorabo prevladujočega položaja. Ugotoviti je treba, da je bila torej ta kršitev storjena naklepno, vključno z obdobjem, preden je družba Google marca 2013 prejela predhodno oceno, v kateri je Komisija pojasnila, zakaj bi s svojim ravnanjem lahko kršila člen 102 PDEU.
- 617 Po prejemu te ocene se je kršitev še toliko bolj nadaljevala naklepno. Družba Google namreč ne izpodbija, da ji je Komisija – kot je bilo navedeno v točki 63 obrazložitve izpodbijanega sklepa – v tej oceni pojasnila, da bi lahko ugodnejše obravnavanje, ki ga je na svojih straneh s splošnimi zadetki pridržala za povezave k svojim storitvam specializiranega iskanja v primerjavi s povezavami k storitvam konkurenčnih storitev specializiranega iskanja, pomenilo kršitev člena 102 PDEU in člena 54 Sporazuma EGP (glej v tem smislu sodbo z dne 14. aprila 2011, Visa Europe in Visa International Service/Komisija, T-461/07, EU:T:2011:181, točke od 250 do 252). Potem ko se družba Google ni zmenila za pomisleke Komisije glede svoje storitve primerjave proizvodov, je lahko še toliko manj trdila, da je bila prepričana o združljivosti svojih praks s pravili iz člena 102 PDEU (glej v tem smislu sodbo z dne 17. decembra 2003, British Airways/Komisija, T-219/99, EU:T:2003:343, točka 314). Komisija je bila torej v položaju, v katerem je lahko naložila sankcijo, če temu ne nasprotuje katera od posebnih okoliščin.
- 618 V zvezi s tem okoliščina, da natančna vrsta ravnanja, ki se očita družbi Google, pred izpodbijanim sklepom ni bila obravnavana še v nobenem sklepu o uporabi pravil Unije o konkurenci, kar je Komisija priznala z javno navedbo v sporočilu za medije, s katerim je napovedala izpodbijani sklep in v katerem je navedla, da ta sklep pomeni „precedens, ki vzpostavlja okvir za presojo zakonitosti takega ravnanja“, ob upoštevanju elementov, navedenih v točkah od 612

do 616 zgoraj, še ne pomeni, da ta družba ni mogla predvideti ugotovitve, da je storila kršitev, in prav tako sankcije (glej v tem smislu sodbo z dne 8. septembra 2016, Lundbeck/Komisija, T-472/13, EU:T:2016:449, točke od 761 do 767).

- 619 Enako velja za morebitno okoliščino – ki jo Komisija prereka – da je v določeni fazi postopka navedla, da družbi Google ne more naložiti sprememb ravnanja, ki ji jih je nazadnje naložila. V navedeni fazi postopka, ki se ujema s trenutkom, ko je Komisija razmišljala o sprejetju zavez družbe Google in zavrnitvi pritožb, vloženih v zvezi z njo, je bilo lahko tako stališče zgolj začasno in z njim ob upoštevanju elementov, navedenih v točkah od 612 do 616 zgoraj, prav tako ni mogoče utemeljiti tega, da ta družba ni mogla predvideti ugotovitve, da je storila kršitev, in prav tako sankcije.
- 620 V zvezi s tem, čeprav načelo zakonitosti v kazenskem pravu, določeno zlasti v členu 49 Listine Evropske unije o temeljnih pravicah, velja v okviru uporabe določb Uredbe št. 1/2003, ki določajo sankcije za kršitev pravil o konkurenci iz členov 101 in 102 PDEU (glej v tem smislu sodbo z dne 10. julija 2014, Telefónica in Telefónica de España/Komisija, C-295/12 P, EU:C:2014:2062, točke od 146 do 149), tega načela ni mogoče razlagati tako, da prepoveduje postopno razjasnjevanje pravil glede kazenske odgovornosti s sodno razlago posameznih primerov, če je rezultat zlasti glede na razlago, ki je veljala ob nastanku kršitve, sprejeto v sodni praksi glede zadevne zakonske določbe, razumno predvidljiv (glej sodbo z dne 22. oktobra 2015, AC-Treuhand/Komisija, C-194/14 P, EU:C:2015:717, točka 41 in navedena sodna praksa).
- 621 Družba Google, ki jo v zvezi s tem podpira združenje CCIA, v okviru druge trditve, s katero izpodbija globo, ki ji je bila naložena, v bistvu zatrjuje različno obravnavanje v primerjavi z drugimi zadevami, v katerih podjetjem, ki so kršila pravila o konkurenci, niso bile naložene sankcije, ker se niso zavedala, da kršijo ta pravila, ali zaradi predhodnih negotovosti glede obstoja kršitve zaradi razhajanj pri presoji različnih nacionalnih organov.
- 622 Načelo enakega obravnavanja je splošno načelo prava Unije, določeno v členih 20 in 21 Listine o temeljnih pravicah. Iz ustaljene sodne prakse izhaja, da navedeno načelo zahteva, da se primerljivi položaji ne obravnavajo različno in da se različni položaji ne obravnavajo enako, razen če takšno obravnavanje ni objektivno utemeljeno (sodbi z dne 12. novembra 2014, Guardian Industries in Guardian Europe/Komisija, C-580/12 P, EU:C:2014:2363, točka 51, in z dne 26. januarja 2017, Roca/Komisija, C-638/13 P, EU:C:2017:53, točka 65).
- 623 Vendar iz sodne prakse izhaja tudi, da so primerjave z drugimi sklepi Komisije, izdanimi na področju glob, z vidika spoštovanja načela enakega obravnavanja lahko upoštevne le, če se dokaže, da so okoliščine v zadevah v teh drugih sklepih, kot so trgi, proizvodi, države, podjetja in zadevna obdobja, primerljive s tistimi iz obravnavane zadeve. Iz sodne prakse je razvidno tudi, da se je treba za primerjavo sklicevati na sklepe, izdane v istem časovnem obdobju (sodbi z dne 24. marca 2011, IMI in drugi/Komisija, T-378/06, neobjavljena, EU:T:2011:109, točka 42, in z dne 27. junija 2012, YKK in drugi/Komisija, T-448/07, neobjavljena, EU:T:2012:322, točka 151).
- 624 Tudi brez upoštevanja tega drugega, časovnega dejavnika, je treba ugotoviti, da so se Sklep Komisije C(2014) 2892 final z dne 29. aprila 2014, naslovljen na družbo Motorola Mobility LLC, v zvezi s postopkom na podlagi člena 102 PDEU in člena 54 Sporazuma EGP (AT.39985 – Motorola – Uveljavljanje patentov, bistvenih za standard GPRS), Odločba Komisije z dne 2. junija 2004 v zvezi s postopkom na podlagi člena 82 Pogodbe ES (v zadevi COMP/38.096, Clearstream (obračun in poravnava)), Sklep Komisije z dne 27. avgusta 2003 v zvezi s postopkom na podlagi člena 82 Pogodbe ES (COMP/37.685 GVG/FS), Sklep Komisije C(2019) 241 final z dne

22. januarja 2019 v zvezi s postopkom na podlagi člena 101 PDEU in člena 53 Sporazuma EGP (AT.40049, Mastercard II), ter Sklep Komisije z dne 25. julija 2001 v zvezi s postopkom na podlagi člena 82 Pogodbe ES (COMP/C-1/36.915 – Deutsche Post AG – Prestrezanje čezmejne pošte), na katere se sklicujeta družba Google ali združenje CCIA, nanašali na sektorje in problematike, ki se zelo razlikujejo od teh iz obravnavane zadeve, in sicer na sektor tehnologij za telekomunikacije s problematiko, povezano z obstojem patenta in sodno odredbo za prenehanje uporabe ene od teh tehnologij, na sektor obračunavanja in poravnjav transakcij glede vrednostnih papirjev s problematiko, povezano z zavrnitvijo zagotavljanja storitev in uporabo diskriminatornih cen, na sektor mednarodnega železniškega potniškega prometa s problematiko, povezano z zavrnitvijo zagotavljanja informacij, ki bi omogočile dostop do omrežja z izoblikovanjem mednarodnega železniškega združenja, na sektor plačil z bančnimi karticami med različnimi državami EGP s cenovno problematiko, povezano z medfranšiznimi provizijami, oziroma na poštni sektor s problematiko, povezano s tako imenovano prakso „mednarodnega prepošiljanja“ ali „preusmerjene pošte po državi“. Okoliščine številnih drugih sklepov, na katere se sklicuje družba Google, prav tako niso primerljive z okoliščinami obravnavane zadeve, česar ta družba ne more uspešno izpodbijati, saj v bistvu trdi, da izpodbijani sklep pomeni „premiero“.

- 625 Glede sklepov, ki se nanašajo na neprimerljive okoliščine, praksa odločanja Komisije ni pravni okvir za odmero glob na področju konkurence, saj ima Komisija na tem področju diskrecijsko pravico, pri izvajanju katere ni omejena s svojimi prejšnjimi presojami (glej v tem smislu sodbo z dne 24. septembra 2009, Erste Group Bank in drugi/Komisija, C-125/07 P, C-133/07 P, C-135/07 P in C-137/07 P, EU:C:2009:576, točka 123).
- 626 Torej dejstvo, da je Komisija v nekaterih predhodnih sklepih morda menila, da po ugotovitvi kršitve pravil Unije o konkurenci naložitev globe ni primerna, na primer, ker se je zadevna vrsta ravnanja obravnavala prvič ali ker so nacionalni upravni organi ali sodišča o njej razsodili drugače, te institucije ni zavezovalo in še manj zavezuje Splošno sodišče.
- 627 Kot je bilo opozorjeno v točki 608 zgoraj, je treba v tem okviru poudariti, da se šteje, da je bila kršitev pravil Unije o konkurenci storjena naklepno, če zadevno podjetje ni moglo prezreti, da je njegovo ravnanje protikonkurenčno, pri čemer ga je mogoče v tem primeru za storjeno kršitev sankcionirati.
- 628 Poleg tega nič iz Uredbe št. 1/2003 niti iz Smernic ne kaže na to – kar prav tako trdi družba Google – da Komisija ne bi smela sankcionirati „premiernega“ ravnanja, ki je v nasprotju s pravili Unije o konkurenci, če ni protikonkurenčno že po naravi ali zaradi cilja. Upoštevno pravno merilo je, kot je navedeno v točki 607 zgoraj, to, ali je bila ugotovljena kršitev storjena naklepno ali iz malomarnosti.
- 629 Tako je dejstvo, da se ugotovljena zloraba nanaša na položaj, za katerega pravila Unije o konkurenci nikoli niso bila uporabljena, element, ki ga je treba upoštevati pri presoji sankcije, vendar te sankcije ne preprečuje (glej v tem smislu sodbo z dne 3. julija 1991, AKZO/Komisija, C-62/86, EU:C:1991:286, točka 163).
- 630 V teh okoliščinah zaradi predhodnih sklepov Komisije, na katere se sklicujeta družba Google in združenje CCIA, ali celo nacionalnih sodb ali upravnih odločb v „korist“ družbe Google, na katere sta opozorila in ki se nanašajo na ravnanje, v zvezi s katerim je bil sprejet izpodbijani sklep, še ni mogoče šteti, da tej družbi ni bilo mogoče naložiti globe.

- 631 Družba Google, ki jo v zvezi s tem podpira združenje CCIA, v okviru tretje trditve, s katero izpodbija globo, ki ji je bila naložena, trdi, da ji Komisija, ker je začela spis obravnavati po postopku za sprejetje zavez – kar naj bi pomenilo, da v zadevi ne bo izrečena sankcija – dokončno ni mogla naložiti take sankcije, tudi če se je nato odločila uvesti klasični postopek ugotavljanja kršitve.
- 632 Komisija je na to trditev odgovorila med upravnim postopkom v točkah od 730 do 734 obrazložitve izpodbijanega sklepa. V zvezi s tem je pojasnila, da ima diskrecijsko pravico za to, da sprejme bodisi sklep o sprejetju zavez v skladu s členom 9 Uredbe št. 1/2003 bodisi sklep o ugotovitvi kršitve v skladu s členom 7 iste uredbe. Sklicevala se je na sodbi z dne 29. junija 2010, Komisija/Alrosa (C-441/07 P, EU:C:2010:377, točka 40), in z dne 30. junija 2016, CB/Komisija (T-491/07 RENV, neobjavljena, EU:T:2016:379, točka 470). Nato je z napotilom na točke od 123 do 137 obrazložitve izpodbijanega sklepa spomnila na razloge, iz katerih se je odločila za uvedbo klasičnega postopka ugotavljanja kršitve, torej večinoma na nezadostnost zavez, predlaganih za odpravo ugotovljenih težav v zvezi s konkurenco, in pojasnila, da je z vrnitvijo v ta okvir razpolagala z vsemi prerogativami, ki se nanj navezujejo, vključno z naložitvijo globe. K temu je še dodala, da se sankcija ne naloži samo v izjemnih okoliščinah, kot je odločilen prispevek podjetja k dokazovanju kršitve, vendar predlogi zavez družbe Google niso nikakor služili temu namenu.
- 633 Kot je Splošno sodišče navedlo v sodbi z dne 30. junija 2016, CB/Komisija (T-491/07 RENV, neobjavljena, EU:T:2016:379, točka 470), na katero se Komisija sklicuje v izpodbijanem sklepu, iz besedila Uredbe št. 1/2003 izhaja, da ima Komisija diskrecijsko pravico pri izbiri, ali sprejme sklep na podlagi člena 7 ali sklep na podlagi člena 9 te uredbe. Tudi iz uporabe izraza „lahko“ v zadnjenavedenem členu, v skladu s katerim „lahko Komisija“, „[k]adar [...] zadevna podjetja ponudijo zaveze, da bodo upoštevala skrbi, ki jih je [...] izrazila [...], [...] z odločbo [s sklepom] spremeni te zaveze v zavezujoče za podjetja“, je razvidno, da Komisija ni zavezana k nadaljevanju postopka za sprejetje zavez, ki ga je začela, in da lahko uvede klasični postopek ugotavljanja kršitve. Pravico ima, da to stori, ker na primer meni, da predlagane zaveze ne zadostujejo za odpravo ugotovljenih težav v zvezi s konkurenco, ker se izkaže, da so dejstva ali te težave obsežnejši, kot je bilo sprva opredeljeno, ali celo ker nazadnje oceni, da je iz razlogov splošne konkurenčne politike primerneje, da ugotovi kršitev, nad čimer se bo po potrebi opravil sodni nadzor.
- 634 Kot trdi Komisija, ji vrnitev h klasičnemu postopku ugotavljanja kršitve, potem ko je začela postopek za sprejetje zavez, ne preprečuje naložitve globe, saj klasični postopek zajema tako pristojnost, kar je razvidno iz povezane razlage člena 7(1) in člena 23(2)(a) Uredbe št. 1/2003. To je Komisija v bistvu navedla v točkah od 730 do 733 obrazložitve izpodbijanega sklepa, kar v nasprotju s trditvami združenja CCIA v zvezi s tem ni pomanjkljivo obrazloženo.
- 635 Zdi se, da družba Google in združenje CCIA menita, da je Komisija v obravnavani zadevi kršila načelo varstva legitimnih pričakovanj s tem, da je naložila sankcijo po začetku postopka sprejetja zavez. Pri tem *a contrario* izpostavljata uvodno izjavo 13 Uredbe št. 1/2003, sporočilo, v katerem Komisija predstavlja postopek za sprejetje zavez, in priročnik generalnega direktorata Komisije za konkurenco, v katerih je navedeno, da ta postopek ni primeren, kadar je mogoče zaradi narave zadeve izreči sankcijo.
- 636 V zvezi s tem je treba spomniti, da za kršitev načela varstva legitimnih pričakovanj, ki je splošno načelo prava Unije, zahteva, da je tisti, ki se nanj sklicuje, od zadevne institucije prejel natančna zagotovila, ki so mu vzbudila utemeljena pričakovanja (glej v tem smislu sodbe z dne

24. novembra 2005, Nemčija/Komisija, C-506/03, neobjavljena, EU:C:2005:715, točka 58; z dne 22. junija 2006, Belgija in Forum 187/Komisija, C-182/03 in C-217/03, EU:C:2006:416, točka 147, in z dne 21. julija 2011, Alcoa Trasformazioni/Komisija, C-194/09 P, EU:C:2011:497, točka 71).

- 637 Čeprav pa drži, da je poleg sporočila za medije in priročnika o postopku, na katera se sklicujeta družba Google in združenje CCIA, tudi v uvodni izjavi 13 Uredbe št. 1/2003 navedeno, da sklepi o sprejetju zavez niso ustrezni v primerih, v katerih ima Komisija namen odrediti globo, dejstvo, da lahko Komisija v določeni fazi preiskave primera morebitne kršitve členov 101 in 102 PDEU začne postopek za sprejetje zavez, kaže samo na predhodno postopkovno možnost, ki ni dokončna. Taka postopkovna izbira ni natančno zagotovilo, da ne bo uvedla klasičnega postopka ugotavljanja kršitve in da ne bo naložila sankcije. V zvezi s tem je treba napotiti na razloge, navedene v točkah 633 in 634 zgoraj (glej v tem smislu in po analogiji sodbi z dne 23. oktobra 2003, Van den Bergh Foods/Komisija, T-65/98, EU:T:2003:281, točke od 192 do 194, in z dne 14. aprila 2011, Visa Europe in Visa International Service/Komisija, T-461/07, EU:T:2011:181, točki 223 in 224).
- 638 Torej okoliščina, da je Komisija v določeni fazi postopka menila, da bi bilo zadevo morda primerno obravnavati po postopku za sprejetje zavez, tej še ni preprečila, da družbi Google po uvedbi klasičnega postopka ugotavljanja kršitve nazadnje naloži globo.
- 639 Iz navedenega torej izhaja, da je Komisija družbi Google upravičeno naložila globo.

2. Drugi del šestega tožbenega razloga: višina globe

- 640 Uvodoma je treba opozoriti, da Komisija v Smernicah navaja, da kot elementa pri izračunu višine globe, s katero se sankcionira kršitev pravil Unije o konkurenci, upošteva delež vrednosti prodaje blaga ali storitev, povezanih s kršitvijo, in trajanje te kršitve. Za vrednost prodaje, ki je neposredno ali posredno povezana s kršitvijo v referenčnem letu, se tako uporabi koeficient teže, ki lahko znaša do 30 % (množitelj 0,3). Tako dobljeni znesek se nato pomnoži s trajanjem kršitve, izraženem v letih, nato pa se, če je to primerno, v odvratilne namene poveča za dodatni znesek v višini od 15 % do 25 % navedene letne vrednosti prodaje, kar se ujema z „osnovnim zneskom globe“. Komisija pojasnjuje, da za določitev vrednosti prodaje načeloma upošteva zadnje celo leto udeležbe pri kršitvi (točke od 5 do 25 Smernic). K temu še dodaja, da lahko osnovni znesek globe spremeni zaradi oteževalnih ali olajševalnih okoliščin in da ga lahko nazadnje še poveča, in sicer zlasti v odvratilne namene za podjetja, katerih promet je poleg blaga in storitev, na katere se kršitev nanaša, posebej velik, pri čemer pa se upošteva zakonska omejitev sankcije, ki sme znašati največ 10 % svetovnega prometa, ustvarjenega v poslovnem letu pred sprejetjem sklepa (točke od 27 do 33 Smernic).
- 641 Kot je bilo podrobno pojasnjeno v točkah od 75 do 77 zgoraj, je Komisija v obravnavani zadevi upoštevala koeficient teže v višini 10 %, ki se je uporabil za prihodke, ki so bili v letu 2016 v trinajstih državah, v katerih je ugotovila očitano ravnanje, ustvarjeni prek oglasov za proizvode, prikazane v Shopping Units in na specializirani strani Google Shopping, ter prek besedilnih oglasov, prav tako prikazanih na navedeni strani. Ta znesek je pomnožila z ugotovljenim številom let kršitve od začetka uporabe Product Universals ali, če se ta storitev ni uporabljala, Shopping Units, k čemur je prištela, da je zagotovila odvratilni učinek sankcije, dodaten znesek v višini 10 % zgoraj navedenih prihodkov, ne da bi upoštevala oteževalne ali olajševalne okoliščine, tako dobljeni znesek pa je še pomnožila z množiteljem 1,3.

a) Trditve strank

- 642 Družba Google navaja, da je bila globa – tudi če se dopusti, da ji jo je imela Komisija pravico naložiti – vsekakor napačno izračunana. Pri tem se družba Google sklicuje na Smernice in meni, da je Komisija upoštevala napačno vrednost prodaje, predolgo obdobje trajanja kršitve, prevelik koeficient teže, neutemeljeno povečanje, ki se običajno uporablja za odvrnitev od protikonkurenčnih kartelov, prav tako neutemeljen dodatni odvrčilni koeficient ter napačen menjalni tečaj, po drugi strani pa ni upoštevala olajševalnih okoliščin.
- 643 Družba Google najprej izpodbija izbiro leta 2016 kot referenčnega leta za oceno vrednosti prodaje. Po njenem mnenju bi bilo treba upoštevati povprečno vrednost prihodkov v času trajanja očitane ravnanja, kar bi bilo z vidika ekonomske resničnosti in njenega položaja bolj reprezentativno. Komisija naj bi to napovedala v obvestilu o ugotovitvah o možnih kršitvah in naj bi tako ravnala v več zadevah.
- 644 Dalje, Komisija naj bi za vsako zadevno državo upoštevala predolgo obdobje kršitve. Za leta pred letom 2011 naj ne bi bila izvedena nobena analiza konkurence, ampak samo analiza iskalnega prometa v Franciji, Nemčiji in Združenem kraljestvu, pri čemer naj bi se v več državah Google Shopping, ki naj bi bil v izpodbijanem sklepu opredeljen kot storitev primerjave družbe Google za nakup proizvodov, začel uporabljati šele leta 2016, čeprav so tam že obstajali Shopping Units. Prav tako naj se v nasprotju s tem, kar je bilo brez pojasnil storjeno, ne bi smelo upoštevati niti obdobje pogajanj s Komisijo o morebitnih zavezah družbe Google med majem 2012 in marcem 2015.
- 645 Uporabljeni koeficient teže v višini 10 % naj bi bil previsok. To naj bi bil najvišji koeficient teže (skupaj s tovrstnim koeficientom, ki je bil uporabljen v zadevi, v kateri naj bi bilo protikonkurenčno ravnanje veliko resnejše), uporabljen za kršitev člena 102 PDEU. Celo v najresnejših primerih v zvezi s karteli, prepovedanimi s členom 101 PDEU, naj bi ta koeficient redko presegel 20 %. Tega naj ne bi bilo mogoče utemeljiti s podano obrazložitvijo, torej povezavo med velikimi tržnimi deleži družbe Google in ekonomsko težo zadevnih trgov. Ta elementa naj bi bila namreč povezana s položajem na trgu, ne pa s težo sankcioniranega ravnanja. V zadevi, v kateri je bila izdana Odločba Komisije D(2009) 3726 final z dne 13. maja 2009 v zvezi s postopkom na podlagi člena 82 Pogodbe ES in člena 54 Sporazuma EGP (COMP/C-3/37.990 – Intel), kjer je bil položaj na trgu podoben, naj bi bil uporabljen koeficient v višini 5 %, čeprav naj bi bilo očitano ravnanje – kot naj bi v odločbi, sprejeti v tej zadevi, pojasnila sama Komisija – že po naravi zloraba, kompleksno in prikrivano, ugotovljena strategija izključevanja pa naj bi imela svetovno razsežnost.
- 646 Dodaten znesek v višini 10 % letnih prihodkov, kar se ujema z več kot 200 milijoni EUR, naj ne bi bil še nikoli uporabljen za kršitev člena 102 PDEU, pri čemer naj bi bilo v Smernicah navedeno, da je namen tovrstnega povečanja odvrčanje od kartelov, za katere se uporablja člen 101 PDEU. V nobeni obrazložitvi naj ne bi bil pojasnjen razlog za uporabo tega povečanja. S ciljem odvrčanja drugih podjetij, navedenim v odgovoru na tožbo, naj ne bi bilo mogoče utemeljiti naložitve nesorazmerne sankcije za ravnanje, ki so se ga posluževali tudi konkurenti družbe Google, za katere je poleg tega na podlagi analize trga, predstavljene v izpodbijanem sklepu, malo verjetno, da bi lahko prišli do prevladujočega položaja.
- 647 Prav tako naj množitelj 1,3, ki je bil uporabljen na koncu in ki je privedel do povečanja za več kot 500 milijonov EUR, ne bi bil utemeljen. V zvezi s tem naj splošna utemeljitev iz izpodbijanega sklepa v zvezi s potrebo po odvrčanju in tista v zvezi s svetovnim prometom družbe Alphabet ne bi zadostovali. Tako povečanje naj bi bilo uporabljeno samo enkrat, vendar se pri tem ni hkrati

uporabil še dodatni znesek, kakršen je naveden zgoraj, in sicer za kršitev člena 102 PDEU. Navedena kršitev se je nanašala na zavrnitev dobave nujnega sredstva in na učinek cenovnih škarij. Poleg tega naj bi družba Google v obravnavani zadevi konstruktivno sodelovala s Komisijo, ne da bi prikrivala očitano ravnanje, zato naj ne bi bila potrebna posebna odvratilna sestavina v globi, ki naj bi bila s tega vidika že tako povsem zadostna.

- 648 Komisija naj bi pri določanju vrednosti prodaje blaga ali storitev, povezanih s kršitvijo, na podlagi podatkov, ki jih je predložila družba Google in so bili izraženi v ameriških dolarjih (USD), tudi neupravičeno uporabila povprečni menjalni tečaj za leto 2016 – ki naj bi bil poleg tega še napačen – čeprav bi morala uporabiti povprečne menjalne tečaje za vsako zadevno leto.
- 649 Nazadnje, Komisija bi morala kot olajševalne okoliščine upoštevati dobroverna prizadevanja družbe Google pri pogajanjih o zavezah, novost teorije, na kateri temelji obstoj kršitve, ki kaže na to, da morebitna kršitev ni bila storjena namerno, prednosti, ki naj bi jih potrošniki in trgovci pridobili z zadevnimi praksami, ter to, da se navedene prakse niso prikrivale.
- 650 Iz navedenega naj bi izhajalo – zlasti ob uporabi koeficienta teže v višini 2,5 % (ki se ujema s tistim, uporabljenim v zadevi, v kateri je bila izdana Odločba Komisije D(2009) 3726 final z dne 13. maja 2009 v zvezi s postopkom na podlagi člena 82 Pogodbe ES in člena 54 Sporazuma EGP (COMP/C-3/37.990 – Intel)) namesto v višini 10 %, kakršen je bil uporabljen v izpodbijanem sklepu – da naložena globa celo brez upoštevanja olajševalnih okoliščin ne bi smela biti višja od 91 milijonov EUR. Družba Google Splošnemu sodišču torej predlaga, naj v primeru, da bo ohranilo globo, pri izvajanju svoje neomejene sodne pristojnosti upošteva vse zgoraj navedeno.
- 651 Komisija v zvezi z izbiro leta 2016 kot referenčnega leta za določitev vrednosti prodaje blaga ali storitev, povezanih s kršitvijo, navaja, da se to sklada z navedbami iz točke 13 Smernic in da zadnje celo poslovno leto pred ugotovitvijo kršitve izraža ekonomsko resničnost, še zlasti obseg kršitve in v bistvu rezultat, do katerega je privedla na zadevnih trgih, torej razvoj storitve primerjave proizvodov družbe Google v škodo konkurenčnih storitev. Nobeden od elementov, ki jih je navedla družba Google, naj ne bi kazal na nasprotno. Natančneje, posebne okoliščine, ki jih v obravnavani zadevi ni, so lahko v nekaterih zadevah, ki jih navaja družba Google, ob upoštevanju načela enakega obravnavanja upravičile to, da je Komisija kot referenco uporabila povprečje več let.
- 652 Komisija v zvezi s trajanjem kršitve, ki ga je upoštevala, opozarja, da je na podlagi konkretnih elementov ugotovila obstoj očitane ravnanja v Franciji, Nemčiji in Združenem kraljestvu že pred letom 2011, to je v obdobju, v katerem je ugotovila kršitev le v teh treh državah. V zvezi s tem naj bi bila preučitev prometa s strani s splošnimi zadetki družbe Google k storitvam primerjave proizvodov upoštevana. Glede preostalih držav, v katerih se je ugotovljena kršitev začela pozneje, Komisija poudarja, da storitev primerjave proizvodov družbe Google zajema ne samo specializirano stran, ampak tudi oglase za proizvode in zadetke specializiranega iskanja, prikazane na straneh z zadetki splošnega iskanja, preden je bila v nekaterih od držav na voljo ta specializirana stran. Natančneje, točka 412 obrazložitve izpodbijanega sklepa, ki jo navaja družba Google, naj ne bi trdila ničesar drugega. Tako je bilo mogoče prikaz Shopping Units z njihovimi oglasi za proizvode v različnih državah upoštevati kot začetek ravnanja, katerega namen je bil dajanje prednosti storitvi primerjave proizvodov družbe Google. Nazadnje, Komisija še navaja, da ni bilo nobenega razloga za to, da ne bi vštela obdobja, v katerem se je razpravljalo o morebitnih zavezah, saj zadevne prakse v tem času niso bile opuščene.

- 653 Komisija v zvezi z upoštevanim koeficientom teže v višini 10 % poudarja, da je precej nižji od največjega koeficienta v višini 30 %, navedenega v Smernicah, da izraža pomen trgov, ki jih je očitano ravnanje prizadelo, pa tudi naravo in geografski obseg tega ravnanja in da Splošno sodišče takemu koeficientu ni nasprotovalo v zadevi, ki se je nanašala na uporabo člena 102 PDEU. Poleg tega naj družba Google ne bi dokazala, da so okoliščine v drugih zadevah, na katere se sklicuje, zlasti v zadevi, v kateri je bila izdana Odločba Komisije D(2009) 3726 final z dne 13. maja 2009 v zvezi s postopkom na podlagi člena 82 Pogodbe ES in člena 54 Sporazuma EGP (COMP/C-3/37.990 – Intel), primerljive z okoliščinami v obravnavani zadevi. Komisija poudarja njihove razlike glede proizvodov in trgov, zadevnih podjetij in obdobj, v katerih so se ravnanja obravnavala.
- 654 Dodatni znesek 10 % letnih prihodkov naj bi bil prav tako utemeljen. V točki 25 Smernic naj ne bi bilo navedeno, da je tak dodaten znesek pridržan samo za kartele, prepovedane s členom 101 PDEU, ampak je predviden tudi zato, da se omogoči odvrčanje drugih podjetij od kršitvenih ravnanj, primerljivih s sankcioniranim, tudi na drugih proizvodnih trgih. Družba Google naj ne bi dokazala niti, da so primeri, v katerih Komisija v sankcijo ni vključila takega zneska, primerljivi z obravnavano zadevo. Zato naj ne bi bilo treba posebej obrazložiti uporabe takega zneska.
- 655 Množitelj 1,3, ki je bil uporabljen na koncu, naj bi bil, kot je to razvidno iz točke 30 Smernic, določen zaradi upoštevanja obsega dejavnosti družbe Google še zunaj trgov, prizadetih zaradi očitane ravnanja. Komisija navaja, da je bil svetovni promet družbe Google 40-krat večji. Omogočil naj bi, da se izreče sankcija na dovolj visoki ravni za tako podjetje, da se ohrani njen odvrčilni učinek. Pristopa družbe Google, ki si je med postopkom prizadevala za ureditev zadeve s sprejetjem zavez, naj s tega vidika ne bi bilo mogoče upoštevati.
- 656 Poleg tega naj ne bi bil napačen niti povprečni menjalni tečaj iz ameriškega dolarja v euro za leto 2016, ki je naveden v objavah Evropske centralne banke (ECB), to je 0,9039 EUR za 1 USD, kar je bilo uporabljeno izpodbijanem sklepu.
- 657 Nazadnje, Komisija meni, da upravičeno ni upoštevala olajševalnih okoliščin. Take okoliščine naj se poleg tega v postopku, v katerem je bil sprejet izpodbijani sklep, ne bi zatrjevale, zato naj ji ne bi bilo treba navesti, zakaj jih ni upoštevala. Komisija v zvezi z utemeljenostjo navaja več trditev. Dejstvo, da je družba Google predlagala zaveze, naj ne bi bilo olajševalna okoliščina za njeno ravnanje, saj naj predlagane zaveze med drugim ne bi pripomogle k ugotovitvi kršitve. Tudi ob predpostavki, da bi bilo sankcioniranje ravnanja, kakršno je bilo ravnanje družbe Google, novost, to še ne bi pomenilo olajševalne okoliščine – enako kot novost pri ugotovitvi kršitve v zvezi z neko vrsto ravnanja še ne preprečuje, da se to ravnanje sankcionira. V izpodbijanem sklepu naj bi bilo dokazano, da ravnanje družbe Google ni bilo zgolj posledica malomarnosti, ampak je bilo namerno. Čeprav so potrošniki ali trgovci cenili prikaz zadetkov storitve primerjave proizvodov družbe Google, tudi to ni moglo nič bolj pomeniti olajševalne okoliščine, saj so bili lahko hkrati prikrajšani za prikaz zadetkov konkurenčnih storitev primerjave. Nazadnje, čeprav bi dejstvo, da se je kršitveno ravnanje prikrivalo, pomenilo oteževalno okoliščino, dejstvo, da je bilo to ravnanje znano, še ne pomeni olajševalne okoliščine.

b) Presoja Splošnega sodišča

- 658 Splošno sodišče, preden se bo izreklo o trditvah strank, opozarja, da razpolaga z neomejeno pristojnostjo v okoliščinah, navedenih v točki 605 zgoraj.

- 659 Družba Google najprej izpodbija vrednost prodaje za leto 2016, ki je bila v izpodbijanem sklepu upoštevana kot referenčna vrednost za določitev osnovnega zneska globe. Po njenem mnenju bi bila povprečna vrednost prihodkov v času trajanja očitane ravnanja z vidika ekonomske resničnosti in njenega položaja bolj reprezentativna.
- 660 Kot je bilo navedeno v točki 738 obrazložitve izpodbijanega sklepa, je treba ugotoviti, da je Komisija kot vrednost prodaje upoštevala samo prihodke iz oglaševanja, povezane s trgi specializiranega iskanja za proizvode (prihodke, povezane z oglasi za proizvode v Shopping Units, z oglasi za proizvode na specializirani strani Google Shopping in z besedilnimi oglasi na isti specializirani strani), ni pa upoštevala nikakršnega prihodka iz oglaševanja, povezanega s trgi splošnega iskanja. Torej razglasitev delne ničnosti izpodbijanega sklepa, ker je Komisija napačno ugotovila obstoj zlorabe prevladujočega položaja na nacionalnih trgih splošnega iskanja, ne vpliva na upoštevanje vrednosti prodaje.
- 661 Glede referenčnega leta, ki ga je treba upoštevati, je Komisija upravičeno upoštevala leto 2016, to je zadnje celo poslovno leto, v katerem je bila ugotovljena kršitev, kot je to navedeno v točki 13 Smernic. Razen v posebnih okoliščinah taka referenčna vrednost omogoča ravno to, da se čim bolj upošteva vpliv ugotovljene kršitve (glej v tem smislu sodbo z dne 5. decembra 2013, Caffaro/Komisija, C-447/11 P, neobjavljena, EU:C:2013:797, točka 51). Poudariti je treba, da je družba Google v opombi št. 404 tožbe tudi sama navedla, da je Komisija v obvestilu o ugotovitvah o možnih kršitvah pojasnila, da bo povprečno vrednost prodaje v več letih upoštevala le, če zadnje poslovno leto ne bo dovolj reprezentativno.
- 662 Nato je treba preučiti očitek družbe Google v zvezi z menjalnim tečajem iz ameriškega dolarja v euro, uporabljenim v izpodbijanem sklepu. Kot je namreč razvidno iz točke 739 obrazložitve in opombe št. 839 izpodbijanega sklepa, je Komisija ta povprečni menjalni tečaj za leto 2016 uporabila, da bi določila vrednost prodaje za leto 2016 v eurih, saj ji je družba Google upoštevne informacije v zvezi s tem zagotovila v ameriških dolarjih.
- 663 Najprej, glede na to, da je lahko Komisija kot referenco za osnovni znesek globe upravičeno upoštevala vrednost prodaje v letu 2016, je treba zavrnilo tudi očitek družbe Google, da bi morala uporabiti povprečne menjalne tečaje za vsako leto kršitve.
- 664 Če bi bilo treba upoštevati vrednost prodaje za leto 2016, družba Google izpostavlja statistično glasilo ECB (priloga A173 k tožbi), v katerem je navedeno, da je povprečni menjalni tečaj za leto 2016 iz eura v ameriški dolar znašal 1,1069, na podlagi česar je bilo z obratnim izračunom izračunano, da je menjalni tečaj iz ameriškega dolarja v euro znašal 0,9034. Komisija pa je uporabila menjalni tečaj iz ameriškega dolarja v euro v višini 0,9039, pri čemer je to vrednost pridobila na interaktivni statistični strani v zvezi z menjalnimi tečaji na spletnem mestu ECB. Izkazalo se je, da je ta institucija interaktivno stran uporabila 27. aprila 2017, torej – logično – pred sprejetjem izpodbijanega sklepa, medtem ko je bilo statistično glasilo, na katero napotuje družba Google, posodobljeno 31. julija 2017, torej po sprejetju izpodbijanega sklepa 27. junija 2017. Komisiji zato ni mogoče očitati, da je uporabila podatek ECB, ki je bil zanesljiv in dostopen malo pred sprejetjem izpodbijanega sklepa (glej v tem smislu sodbo z dne 7. septembra 2016, Pilkington Group in drugi/Komisija, C-101/15 P, EU:C:2016:631, točka 43).

- 665 Družba Google nato izpodbija trajanje kršitve, upoštevano v različnih zadevnih državah. Po njenem mnenju kršitev pred letom 2011 ni bila dokazana, ker ni bila izvedena analiza konkurence. Pri tem poudarja, da je bila specializirana stran Google Shopping v nekaterih zadevnih državah uvedena šele leta 2016. Trdi še, da se obdobje, v katerem se je razpravljalo o predlogih za zaveze, ne bi smelo vključiti v obdobje kršitve.
- 666 V izpodbijanem sklepu je bila kršitev ugotovljena od januarja 2008 v Nemčiji in Združenem kraljestvu, od oktobra 2010 v Franciji, od maja 2011 v Italiji, na Nizozemskem in v Španiji, od februarja 2013 v Češki republiki ter od novembra 2013 v Avstriji, Belgiji, na Danskem, Norveškem, Poljskem in Švedskem. Očitek družbe Google o neobstoju analize konkurence pred letom 2011 se torej ne nanaša samo na Nemčijo, Združeno kraljestvo in Francijo.
- 667 V zvezi s tem je iz preučitve elementov, navedenih v točkah od 383 do 388 zgoraj, razvidno, da je bil v celoti gledano upad prometa s strani s splošnimi zadetki družbe Google h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov v Združenem kraljestvu, Nemčiji in Franciji znaten od leta 2011, čeprav so nekatere od teh storitev primerjave upad beležile že prej. Iz preučitve elementov, navedenih v točkah 402 in 403 zgoraj, je razvidno, da se je promet s strani s splošnimi zadetki družbe Google k lastni storitvi primerjave proizvodov te družbe že januarja 2008 znatno povečal v Nemčiji in Združenem kraljestvu, že oktobra 2010 pa v Franciji, pri čemer se ti datumi ujemajo z začetkom uporabe Product Universals v teh državah. Nazadnje je iz preučitve vseh treh delov četrtega razloga družbe Google za razglasitev ničnosti razvidno, da je Komisija razen v zvezi z nacionalnimi trgi splošnega iskanja pravilno izkazala potencialne protikonkurenčne učinke ravnanja družbe Google v vseh trinajstih državah, v katerih je ugotovila zlorabo prevladujočega položaja. Poleg tega družba Google ne izpodbija, da je v Združenem kraljestvu, Nemčiji in Franciji ravnala tako, kot se ji očita, to je, da je začela uporabljati Product Universals, medtem kot so konkurenčne storitve primerjave proizvodov med januarjem 2008 in oktobrom 2010 ostale omejene na splošne zadetke. Čeprav je bil torej del materialnih učinkov tega ravnanja na promet s strani s splošnimi zadetki družbe Google, ki so vplivali na promet h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov, tam večinoma ugotovljen šele od leta 2011, je Komisija upravičeno menila, da se je kršitev začela ob začetku izvrševanja zadevnega ravnanja in da se trajanje kršitve ujema z obdobjem njegovega izvrševanja. Glede tega je mogoče navesti, da se dejavnik v zvezi z „dejstvo[m], ali je bila kršitev izvršena ali ne“, naveden v točki 22 Smernic, nanaša na ravnanje udeležencev pri kršitvi, in ne na posledice tega ravnanja za trg (sodba z dne 12. decembra 2018, Servier in drugi/Komisija, T-691/14, v pritožbenem postopku, EU:T:2018:922, točka 1805).
- 668 Trditev v zvezi s tem, da je bila specializirana stran Google Shopping v nekaterih zadevnih državah uvedena šele leta 2016, je treba zavrniti iz istega razloga. Ravnanje, ki ga je Komisija očitala družbi Google, ni to, da je ustvarila stran za iskanje s specializiranimi zadetki za primerjavo proizvodov, ampak to, da je na svoji strani s splošnimi zadetki s tem, da je v Product Universals in nato Shopping Units dajala prednost svojim zadetkom, različno obravnavala svojo storitev primerjave proizvodov in konkurenčne storitve primerjave proizvodov.
- 669 Iz istega razloga je treba zavrniti tudi trditev družbe Google, da se obdobje, v katerem se je razpravljalo o predlogih za zaveze, ne bi smelo vključiti v obdobje kršitve. V tem obdobju namreč družba Google zadevnega ravnanja ni odpravila. V nasprotju s trditvijo družbe Google v teh okoliščinah Komisiji ni bilo treba posebej obrazložiti dejstva, da je v kršitev vključila to obdobje.
- 670 Iz navedenega izhaja, da trajanja kršitve, ki se za vsako od zadevnih držav upošteva pri izračunu zneska kazni, ni mogoče izpodbiti.

- 671 Družba Google dalje meni, da je koeficient teže v višini 10 %, ki ga je upoštevala Komisija, neupravičeno visok. Sklicuje se zlasti na Odločbo Komisije D(2009) 3726 final z dne 13. maja 2009 v zvezi s postopkom na podlagi člena 82 Pogodbe ES in člena 54 Sporazuma EGP (COMP/C-3/37.990 – Intel), v kateri naj bi Komisija uporabila le koeficient 5 %, čeprav naj bi bilo zadevno ravnanje veliko resnejše od ravnanja, ki je bilo očitano družbi Google.
- 672 Najprej je treba opozoriti, kot je navedeno v točki 623 zgoraj, da so primerjave z drugimi sklepi Komisije, izdanimi na področju glob, z vidika spoštovanja načela enakega obravnavanja lahko upoštevne le, če se dokaže, da so okoliščine v zadevah v teh drugih sklepih, kot so trgi, proizvodi, države, podjetja in zadevna obdobja, primerljive s tistimi iz obravnavane zadeve, ter da se je treba za primerjavo sklicevati na sklepe, izdane v istem časovnem obdobju. V zvezi s tem je bilo razsojeno, da dejstvo, da je Komisija v preteklosti naložila določeno raven globe, ne more preprečiti možnosti, da to raven kadar koli zviša v mejah, navedenih v upoštevni uredbi in Smernicah, ki jih je sprejela, če je to potrebno za zagotovitev izvajanja konkurenčne politike Unije. Zlasti lahko zviša raven glob, da bi okrepila njihov odvračilni učinek. Predhodna praksa odločanja Komisije torej sama po sebi ni pravni okvir za določitev zneska glob na področju konkurence, saj je ta zdaj opredeljen le v Uredbi št. 1/2003 in Smernicah (sodba z dne 30. septembra 2003, Michelin/Komisija, T-203/01, EU:T:2003:250, točka 254; glej v tem smislu tudi sodbo z dne 7. junija 1983, Musique Diffusion française in drugi/Komisija, od 100/80 do 103/80, EU:C:1983:158, točka 109, in sklep z dne 11. septembra 2008, Coats Holdings in Coats/Komisija, C-468/07 P, neobjavljen, EU:C:2008:503, točka 30).
- 673 V točkah od 19 do 22 Smernic je v bistvu navedeno, da osnovni znesek globe – ne glede na trajanje kršitve in morebiten dodatni znesek v odvračilne namene – zajema delež (navadno poimenovan „koeficient teže“) letne vrednosti prodaje, ki jo je ustvarilo zadevno podjetje z blagom in storitvami, povezanimi s kršitvijo, pri čemer je ta delež glede na težo kršitve praviloma določen v razponu do 30 %, teža pa se presodi v vsakem posameznem primeru ob upoštevanju vseh okoliščin zadevnega primera, povezanih z nekaterimi dejavniki, kot so narava kršitve, tržni delež zadevnih podjetij, geografski obseg kršitve in to, ali je bila kršitev izvršena ali ne. V točki 23 Smernic je pojasnjeno, da horizontalni sporazumi o določitvi cen, razdelitvi trgov in omejitvi proizvodnje zaradi svoje narave štejejo za najresnejše kršitve konkurence, ki jih je treba strogo sankcionirati, kar pomeni, da bo v teh primerih upoštevani delež vrednosti prodaje na splošno v zgornjem delu navedenega razpona.
- 674 Poleg tega iz ustaljene sodne prakse izhaja, da je treba težo kršitve pravil o konkurenci presojati glede na številne elemente, kot so zlasti posebne okoliščine posamezne zadeve, njen okvir in odvračilni učinek glob, ne da bi obstajal zavezujoč in izčrpen seznam meril, ki jih je treba upoštevati (sodbi z dne 14. oktobra 2010, Deutsche Telekom/Komisija, C-280/08 P, EU:C:2010:603, točka 273, in z dne 19. aprila 2012, Tomra Systems in drugi/Komisija, C-549/10 P, EU:C:2012:221, točka 107; glej v tem smislu tudi sodbo z dne 26. septembra 2018, Infineon Technologies/Komisija, C-99/17 P, EU:C:2018:773, točka 198).
- 675 V obravnavani zadevi je Komisija v točki 743 obrazložitve izpodbijanega sklepa dejstvo, da je kot delež vrednosti prodaje upoštevala 10 %, utemeljila s tem, da so imeli zadevni nacionalni trgi specializiranega iskanja za primerjavo proizvodov znaten ekonomski pomen, kar je pomenilo, da je lahko imelo vsako protikonkurenčno ravnanje na teh trgih velik vpliv, poleg tega pa je imela družba Google v obdobju kršitve na zadevnih trinajstih nacionalnih trgih splošnega iskanja ne samo prevladujoči položaj, ampak je tam imela tudi precej večje tržne deleže od svojih konkurentov.

- 676 Ugotoviti je treba, da točka 743 obrazložitve izpodbijanega sklepa – kot v bistvu trdi družba Google – sama zase z vidika Smernic ne omogoča utemeljitve tega, da se je upošteval koeficient teže v višini 10 %. Komisija v njej namreč ni napotila na dovolj upoštevnih elementov. Navaja namreč le enega od štirih dejavnikov, navedenih v točki 22 Smernic, to je tržni delež zadevnega podjetja, ne da bi kakor koli obravnavala preostale navedene dejavnike, na primer naravo kršitve ali njen geografski obseg. Natančneje, Komisija ni podala izrecne in podrobne presoje v zvezi s težo ravnanja, očitane družbi Google, oziroma – drugače povedano – težo, ki jo kršitev izkazuje že po naravi, čeprav gre za dejavnik, izrecno naveden v točki 22 Smernic, katerega preučitev je nujno potrebna za oceno splošne teže kršitve in v sklopu katerega se upoštevajo še drugi dejavniki.
- 677 Splošno sodišče mora v okviru svoje neomejene sodne pristojnosti ponovno presoditi težo ravnanja družbe Google in pri tem upoštevati dodatne elemente, kot so bili navedeni v točkah 673 in 674 zgoraj, v primerjavi s tistimi, navedenimi v točki 675 zgoraj.
- 678 V zvezi s tem sta Komisija in sodišče Unije, kot je bilo navedeno v točkah 614 in 615 zgoraj, v številnih zadevah ugotovila, da so izključevalne prakse prevladujočih podjetij protikonkurenčne, in jih kaznovala. Te protikonkurenčne prakse se na splošno štejejo za resne (glej v tem smislu sodbo z dne 3. julija 1991, AKZO/Komisija, C-62/86, EU:C:1991:286, točka 162). Privedejo namreč do tega, da se konkurentom prepreči vstop na trg ali da se na njem zmanjša število konkurentov oziroma vsaj njihov konkurenčni pritisk, ne pa samo do omejitve njihove svobode ravnanja. Zato so lahko v nekaterih okoliščinah enako resne kot omejevalni sporazumi o določitvi cen, razdelitvi trga ali omejitvi proizvodnje, ki so v točki 23 Smernic navedeni kot običajna utemeljitev koeficienta teže „v zgornjem delu [...] razpona“, saj enako vplivajo na konkurenco v smislu, da se lahko povpraševalci na zadevnih trgih po nastopu obeh teh vrst kršitev znajdejo v položaju monopola ali oligopola oziroma vsaj v položaju močno omejene konkurence, kar je z vidika konkurence enakovredno.
- 679 Vendar je lahko teža prakse izrinjanja, ki jo izvaja podjetje s prevladujočim položajem, bolj ali manj izrazita. V zvezi s tem je mogoče upoštevati, ali je jasen namen te prakse izriniti konkurente ali ne, kot to velja za prakso plenilskih cen, zavrnitev dobave bistvene zmogljivosti ali prakso cenovnih škarij. Prav tako je mogoče upoštevati pokritost trga z izpodbijano prakso. Ne le, da je ta podatek lahko potreben za to, da se praksa opredeli kot kršitev (glej v tem smislu sodbo z dne 6. septembra 2017, Intel/Komisija, C-413/14 P, EU:C:2017:632, točka 139), ampak se lahko izkaže kot upošteven tudi pri oceni njene teže.
- 680 Kot je razvidno iz točke 616 zgoraj, je bilo očitano ravnanje družbe Google naklepno, saj je vedela, da lahko privede do izrinjenja konkurentov in omejitve konkurence. Te presoje ni mogoče ovreči s tem, da je Komisija zadevo najprej začela obravnavati po postopku za sprejetje zavez in da ti postopki načeloma niso ustrezni, kadar narava kršitve že na samem začetku upravičuje sankcijo, s tem, da naj več nacionalnih upravnih organov ali sodišč ne bi odločilo, da je ravnanje družbe Google nezakonito, ali s tem, da Komisija v izpodbijanem sklepu ni dokazala resnične namere izrinjenja konkurentov in za to izdelane strategije. Obravnavane prakse ostajajo protikonkurenčne prakse izrinjanja, ki so lahko za konkurenco enako škodljive kot prakse omejevalnih sporazumov o cenah ali razdelitvi trgov. Kot je bilo navedeno v točkah od 383 do 387 zgoraj, so nekatere storitve primerjave proizvodov, konkurenčne družbi Google, izgubile ogromno prometa z njenih strani s splošnimi zadetki. Ta družba je zadevne prakse razvijala postopoma v trinajstih državah EGP v skoraj desetletnem obdobju, v šestih od njih pa celo po prejetju predhodne ocene Komisije marca 2013.

- 681 Prav tako je treba na eni strani upoštevati, da Komisija ni veljavno dokazala zlorabe na trgu splošnega spletnega iskanja (glej točko 596 zgoraj) in da zadevne prakse niso bile prikrite, zato je mogoče ta dejavnik, zaradi katerega se že po naravi poveča teža kršitve, izključiti (glej v tem smislu sodbo z dne 14. decembra 2006, Raiffeisen Zentralbank Österreich in drugi/Komisija, od T-259/02 do T-264/02 in T-271/02, EU:T:2006:396, točka 252). Na drugi strani je treba upoštevati, da Splošno sodišče meni – kot je bilo navedeno v točki 680 zgoraj – da so bile zadevne prakse vpeljane naklepno, ne pa iz malomarnosti. Medtem kot je prvi preudarek v prid zmanjšanja upoštevnega koeficienta teže, je drugi v prid njegovemu povečanju.
- 682 Zato Splošno sodišče ob upoštevanju načel iz Smernic, na katera je bilo opozorjeno v točki 673 zgoraj, čeprav ga te ne zavezujejo (glej v tem smislu sodbe z dne 21. januarja 2016, Galp Energía España in drugi/Komisija, C-603/13 P, EU:C:2016:38, točka 90; z dne 5. oktobra 2011, Romana Tabacchi/Komisija, T-11/06, EU:T:2011:560, točka 266, in z dne 12. decembra 2014, H & R ChemPharm/Komisija, T-551/08, EU:T:2014:1081, točka 221), meni, da je treba uporabiti koeficient teže, to je delež vrednosti prodaje, v višini 10 %.
- 683 Dalje, družba Google trdi, da dodatni znesek v višini 10 % vrednosti prodaje, ki ga je Komisija v osnovnem znesku globe prvič upoštevala za zlorabo prevladujočega položaja, nepovezano s prakso kartela, prav tako ni bil utemeljen.
- 684 Komisija je v točki 750 obrazložitve izpodbijanega sklepa uporabo tega dodatnega zneska obrazložila s sklicevanjem na elemente, ki jih je upoštevala v točki 743 obrazložitve tega sklepa pri presoji teže prakse (glej točko 675 zgoraj). Dodala je, da je ta znesek odgovor na potrebo, da se zagotovi dovolj odvračilna globa za podjetja podobne velikosti, kot je družba Google, in s sredstvi, podobnimi sredstvom te družbe.
- 685 Tak dodatni znesek je predviden v točki 25 Smernic, v katerih je sicer navedeno, da se ta znesek ujema z zneskom med 15 % in 25 % vrednosti prodaje. V isti točki je pojasnjeno, da tak znesek ustreza zlasti potrebi po odvrčanju podjetij od udeležbe pri horizontalnih sporazumih o določitvi cen, razdelitvi trga in omejitvi proizvodnje ter da ga lahko Komisija uporabi v primeru drugih kršitev. V zvezi s tem je želeni cilj opredeljen v točki 7 Smernic, v kateri je navedeno, da „[je] primerno, da se v globo vključi poseben znesek, neodvisen od trajanja kršitve, z namenom odvrčanja podjetij od samega prevzemanja protipravnega ravnanja“. Torej iz Smernic izhaja, da se ta znesek za nekatere kršitve določi kot „pavšal“ globe, ki se lahko uporabi že samo zaradi storitve kršitve, ne glede na njeno trajanje.
- 686 Tak znesek je sicer res po naravi odvrčilen za vsa podjetja, vendar njegov namen ni – v nasprotju z dozdevno trditvijo Komisije iz drugega dela stavka v točki 750 obrazložitve izpodbijanega sklepa – zagotoviti zadostno odvračilnost glob, naloženih velikim podjetjem, kar je zajeto z drugim primerom iz Smernic, ki ga je Komisija – kot je razvidno iz točke 753 obrazložitve izpodbijanega sklepa – v obravnavani zadevi uporabila kumulativno, to je primer iz točke 30 Smernic, ki se nanaša na morebitno končno povečanje globe po določitvi osnovnega zneska in upoštevanju oteževalnih ali olajševalnih okoliščin.
- 687 Splošno sodišče torej ugotavlja, da je obrazložitev, ki jo je Komisija v izpodbijanem sklepu podala za utemeljitev uporabe dodatnega zneska v višini 10 %, ob upoštevanju navedb iz točke 676 zgoraj delna, če se nanaša na težo kršitve, in da lahko vzbudi pomisleke, če se nanaša na zastavljeni cilj, kot je pojasnjen v Smernicah.

- 688 V okviru izvajanja neomejene sodne pristojnosti je treba vsekakor ponovno presoditi primernost upoštevanja dodatnega zneska v osnovnem znesku globe, naložene družbi Google, saj v obravnavani zadevi Splošno sodišče še vedno odloča v okviru sheme, določene s Smernicami, kot je to že storilo v točki 682 zgoraj.
- 689 V zvezi s kršitvijo, na katero se primarno nanaša točka 25 Smernic, to je udeležbo pri horizontalnih sporazumih o določitvi cen, razdelitvi trga in omejitvi proizvodnje, je mogoče izpeljati, da je dodaten znesek utemeljen za posebej resne kršitve (glej v tem smislu sodbo z dne 12. decembra 2018, Servier in drugi/Komisija, T-691/14, v pritožbenem postopku, EU:T:2018:922, točka 1883). Namen tega dodatnega zneska je podjetja odvrti od tega, da bi sploh začela sodelovati pri takih kršitvah, ne glede na trajanje njihove udeležbe pri njih.
- 690 Iz točk od 678 do 680 zgoraj je razvidno, da je ravnanje družbe Google pomenilo posebej resno kršitev. Splošno sodišče v teh okoliščinah nima dvomov glede dodatnega zneska v višini 10 % vrednosti prodaje za leto 2016, ki se vključi v osnovni znesek globe, kot ga je upoštevala Komisija.
- 691 Osnovni znesek globe, kakršnega je ocenilo Splošno sodišče v okviru svoje neomejene sodne pristojnosti, se torej ujema z zneskom, ki ga je upoštevala Komisija v izpodbijanem sklepu, in je torej enak vrednosti prodaje v letu 2016, navedeni v preglednici 29 iz točke 748 obrazložitve izpodbijanega sklepa, za katero se uporabi koeficient v višini 10 %, pri čemer se ta vrednost za vsako zadevno državo pomnoži s trajanjem kršitve, izraženim v letih, kot ga je ugotovila Komisija v izpodbijanem sklepu v obliki števila dni iz iste preglednice, k temu pa se prišteje še dodaten znesek v višini 10 % vrednosti prodaje za leto 2016. Ta osnovni znesek znaša 1.866.424.914 EUR.
- 692 Družba Google je z nekaj trditvami izpodbijala tudi samo dejstvo, da ji je bilo mogoče naložiti globo, ki pa jih je Splošno sodišče ob preučitvi tega vidika zavrnilo. Ker pa se je Splošno sodišče odločilo preoblikovati izpodbijani sklep in ker mora samo upoštevati vse okoliščine obravnavane zadeve, to sodišče meni, da mora nekatere od teh trditev ponovno preučiti z vidika morebitnega priznanja olajševalnih okoliščin.
- 693 Družba Google je v zvezi s tem trdila, da je Komisija zadevo začela obravnavati v okviru postopka za sprejetje zavez in da je ta družba sama v dobri veri predlagala tri sklope zavez. Kot je bilo navedeno v točki 638 zgoraj, je Komisija v prvi fazi menila, da bi bilo mogoče s tretjim od teh sklopov odgovoriti na pomisleke glede konkurence, ki jih je navedla v svoji predhodni oceni, saj je s tem sklopom seznanila pritožnike in jim sporočila, da namerava njihove pritožbe zavrniti. Kot je bilo navedeno v točkah od 632 do 638 zgoraj, ta začasna presoja v določeni fazi postopka Komisiji še ni preprečevala, da uvede postopek ugotavljanja kršitve in družbo Google sankcionira. Če pa bi se izkazalo, da je družba Google, potem ko je Komisija zadevo začela reševati s sprejetjem zavez, dejansko predlagala resne zaveze, s katerimi bi bilo mogoče odpraviti težave v zvezi s konkurenco, ki jih je ugotovila Komisija, pa bi to lahko pomenilo olajševalno okoliščino.
- 694 Vendar je družba Google v odgovoru na vprašanje Splošnega sodišča v bistvu pojasnila, da so se zaveze, ki jih je nazadnje predlagala Komisiji, precej razlikovale od tistega, kar je bilo treba izvesti za uveljavitev izpodbijanega sklepa. Iz pojasnil te družbe je razvidno, da te zaveze ne bi privedle do tega, da bi se za konkurenčne storitve primerjave proizvodov uporabili enaki postopki in metode za prikaz v Shopping Units, kot so se uporabljali za oglase za proizvode same družbe Google, kot se to zahteva z izpodbijanim sklepom, ampak bi privedle do uporabe drugih mehanizmov. Kot je bilo poleg tega že navedeno v točki 26 zgoraj, je tem predlogom zavez – kot je razvidno iz točke 73

obrazložitve izpodbijanega sklepa – nasprotovalo znatno število pritožnikov. V teh okoliščinah Splošno sodišče meni, da ni nobene olajševalne okoliščine, ki bi jo bilo treba upoštevati v korist družbe Google zaradi zavez, ki jih je predlagala.

- 695 Nazadnje družba Google meni, da množitelj 1,3, ki ga je na koncu uporabila Komisija, prav tako ni utemeljen. Pri tem družba Google napotuje zlasti na svoj konstruktiven pristop med upravnim postopkom in en sam precedens uporabe takega množitelja v zadevi v zvezi z zlorabo prevladujočega položaja, ki pa naj bi se nanašal na veliko resnejše ravnanje.
- 696 Vendar, na prvem mestu, pristop družbe Google v upravnem mestu je bil že preučen kot morebitna olajševalna okoliščina in je bil zavržen.
- 697 Na drugem mestu, kot je bilo že opozorjeno v točki 672 zgoraj, Komisijo precedensi zavezujejo samo v primerljivih okoliščinah, še manj pa jo zavezujejo *a contrario*. V obravnavanem primeru se zadeva, na katero sklicuje družba Google in v kateri je bil izdan Sklep Komisije z dne 15. oktobra 2014 v zvezi s postopkom na podlagi člena 102 PDEU in člena 54 Sporazuma EGP (AT.39523 – Slovak Telekom), ni nanašala niti na iste proizvodne trge niti na enak geografski obseg, kot sta tista iz obravnavane zadeve, pa tudi obravnavane prakse so bile po naravi drugačne, čeprav je šlo prav tako za prakse izrinjanja.
- 698 Na tretjem mestu, kot je razvidno iz točke 30 Smernic, je namen zadevnega povečanja zagotoviti odvratilnost glob za močna podjetja, katerih promet poleg blaga in storitev, na katere se kršitev nanaša, je posebej velik. Če bi se namreč Komisija pri takih podjetjih omejila na izračun glob, kot je opredeljen v predhodnih točkah Smernic, bi bila lahko raven globe, izračunana samo na podlagi neposrednega in posrednega prometa v zvezi z zadevnim proizvodom ali storitvijo, nezadostna za to, da bi bila odvratilna z vidika celotne dejavnosti in moči teh podjetij (glej v tem smislu sodbo z dne 4. septembra 2014, YKK in drugi/Komisija, C-408/12 P, EU:C:2014:2153, točke od 84 do 86 in 93).
- 699 Komisija je v obravnavani zadevi v točki 753 obrazložitve izpodbijanega sklepa pojasnila, da je promet družbe Alphabet leta 2016 znašal več kot 80 milijard EUR, kar je veliko več od prihodkov, ustvarjenih z njeno storitvijo primerjave proizvodov, zato je množitelj 1,3 utemeljen za zagotovitev zadostne odvratilnosti globe, in sicer ne samo za družbo Google, ampak tudi za enako velika podjetja.
- 700 Splošno sodišče meni, da je ta pristop utemeljen, in ga potrjuje v okviru izvajanja svoje neomejene pristojnosti. Vrednost prodaje, ugotovljena v letu 2016 za zadevne storitve, namreč znaša 2.045.300.588 EUR, to je približno 40-krat manj od prometa družbe Alphabet, navedenega v točki 699 zgoraj.
- 701 Po tej presoji višine globe, naložene družbi Google, je treba ugotoviti, da je ni treba spremeniti. Čeprav se je na obravnavi razpravljalo o tem, ali bi Splošno sodišče lahko povečalo sankcijo, določeno s tem sklepom, ker v zvezi s tem ni bil podan noben predlog, se o tem vprašanju torej ni treba izreči.
- 702 Iz preučitve šestega tožbenega razloga tako izhaja, da je znesek naložene globe potrjen na 2.424.495.000 EUR. Ker družba Alphabet – kot je bilo navedeno v točkah 735 in 736 obrazložitve izpodbijanega sklepa – od ustanovitve 2. oktobra 2015 solidarno odgovarja z družbo Google LLC, česar ti družbi ne izpodbijata, je treba potrditi tudi to, da se družbi Google LLC naloži globa v višini 2.424.495.000 EUR, od tega 523.518.000 EUR solidarno z družbo Alphabet.

D. Splošna ugotovitev

- 703 Iz preučitve prvega do petega tožbenega razloga (glej točko 596 zgoraj), navedenih v utemeljitev primarnim predlogom, je razvidno, da je Komisija v členu 1 izpodbijanega sklepa upravičeno ugotovila, da je družba Google z zlorabo prevladujočega položaja, ki ga je imela na nacionalnih trgih splošnega iskanja, kršila člen 102 PDEU in člen 54 Sporazuma EGP, kar se tiče nacionalnih trgov specializiranega iskanja v trinajstih državah, navedenih v točki 55 zgoraj, in sicer od različnih datumov, ki se ujemajo z uvedbo specializiranih zadetkov za proizvode ali oglasov za proizvode na strani s splošnimi zadetki iskalnika Google. Razglasiti pa je treba delno ničnost tega člena v delu, v katerem je Komisija obstoj zgoraj navedene kršitve ugotovila na podlagi učinkov zlorabe na nacionalnih trgih splošnega iskanja v teh trinajstih državah.
- 704 Iz preučitve šestega tožbenega razloga (glej točko 702 zgoraj) izhaja, da je treba globo, naloženo v izpodbijanem sklepu, potrditi. Zato je treba podredni predlog za odpravo ali znižanje zneska globe zavrniti.

V. Stroški

- 705 V skladu s členom 134(1) Poslovnika se plačilo stroškov na predlog naloži neuspeli stranki. V skladu s členom 138(1) in (2) Poslovnika države članice in Nadzorni organ EFTA nosijo svoje stroške, če so intervenirali v postopku. Splošno sodišče lahko v skladu s členom 138(3) Poslovnika intervenientu, ki ni eden izmed subjektov iz odstavkov 1 in 2 tega člena, naloži, da nosi svoje stroške.
- 706 V obravnavani zadevi glede na predloge v zvezi s stroški, ki so jih podali družba Google, Komisija, združenje CCIA, organizacija BEUC, družba Foundem, združenji VDZ in BDZV ter družbe Visual Meta, Twenga in Kelkoo ter so navedeni v točkah od 113 do 118 zgoraj, družba Google, ker v bistvenem ni uspela, poleg svojih stroškov nosi stroške Komisije, razen stroškov, nastalih Komisiji zaradi intervencije združenja CCIA, ki pa jih nosi navedeno združenje. Dalje, organizacija BEUC, družba Foundem, združenji VDZ in BDZV, družbi Visual Meta in Twenga, Nadzorni organ EFTA, družba Kelkoo in Zvezna republika Nemčija nosijo vsak svoje stroške.

Iz teh razlogov je

SPLOŠNO SODIŠČE (deveti razširjeni senat)

razsodilo:

- Člen 1 Sklepa Komisije C(2017) 4444 final z dne 27. junija 2017 v zvezi s postopkom na podlagi člena 102 PDEU in člena 54 Sporazuma EGP (Zadeva AT.39740 – Google Search (Shopping)) se razglasi za ničen samo v delu, v katerem je Evropska komisija ugotovila, da sta družbi Google LLC in Alphabet, Inc na trinajstih nacionalnih trgih splošnega iskanja v Evropskem gospodarskem prostoru (EGP) na podlagi obstoja protikonkurenčnih posledic na teh trgih kršili ti določbi.**
- Tožba se v preostalem zavrne.**

- 3. Družbi Google in Alphabet nosita svoje stroške in stroške Komisije, razen stroškov, ki so Komisiji nastali zaradi intervencije združenja Computer & Communications Industry Association.**
- 4. Združenje Computer & Communications Industry Association nosi svoje stroške in stroške, ki so Komisiji nastali zaradi njegove intervencije.**
- 5. Zvezna republika Nemčija, Nadzorni organ EFTA, Evropska potrošniška organizacija (BEUC), družba Infederation Ltd, družba Kelkoo, združenje Verband Deutscher Zeitschriftenverleger eV, družba Visual Meta GmbH, združenje BDZV – Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger eV in družba Twenga nosijo svoje stroške.**

Gervasoni

Madise

da Silva Passos

Kowalik-Bańczyk

Mac Eochaidh

Razglašeno na javni obravnavi v Luxembourg, 10. novembra 2021.

Podpisi

Kazalo

I.	Dejansko stanje	3
A.	Okvir	3
B.	Upravni postopek	8
C.	Izpodbijani sklep	9
II.	Postopek	17
III.	Predlogi strank	20
IV.	Pravo	21
A.	Uvodne ugotovitve	21
1.	Vrstni red obravnave tožbenih razlogov in trditev v obravnavani zadevi	21
2.	Obseg nadzora Splošnega sodišča v obravnavani zadevi	23
B.	Primarni predlogi za razglasitev ničnosti izpodbijanega sklepa	24
1.	Peti tožbeni razlog in prvi del prvega tožbenega razloga: skladnost zadevnih ravnanj s konkurenco na podlagi učinkovitosti	24
a)	Prvi del petega tožbenega razloga: zadevne prakse so izboljšave kakovosti, ki pomenijo konkurenco na podlagi učinkovitosti, in jih ni mogoče opredeliti kot zlorabo	25
1)	Trditve strank	25
2)	Presoja Splošnega sodišča	27
b)	Drugi del petega tožbenega razloga: zahteva Komisije, da družba Google konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov zagotovi dostop do svojih izboljšanih storitev, ne da bi bili izpolnjeni pogoji iz sodne prakse	35
1)	Trditve strank	35
2)	Presoja Splošnega sodišča	37
c)	Prvi del prvega tožbenega razloga: domnevno napačna predstavitev dejstev, saj naj bi družba Google skupine zadetkov za proizvode uvedla za izboljšanje kakovosti svoje storitve, ne pa zato, da bi promet usmerila k svoji storitvi primerjave proizvodov	44
1)	Trditve strank	44
2)	Presoja Splošnega sodišča	45

2. Elementi prvega in drugega tožbenega razloga, ki se nanašajo na nediskriminatornost zadevnih praks	47
a) Elementi prvega tožbenega razloga, ki se nanašajo na to, da naj bi Komisija napačno ugotovila, da je družba Google s prikazovanjem Product Universals dajala prednost svoji storitvi primerjave proizvodov	47
1) Trditve strank	48
2) Presoja Splošnega sodišča	49
b) Elementi drugega tožbenega razloga, ki se nanašajo na to, da naj bi Komisija napačno ugotovila, da je družba Google s prikazovanjem Shopping Units dajala prednost svoji storitvi primerjave proizvodov	53
1) Prvi del drugega tožbenega razloga: Komisija naj bi napačno ugotovila, da različno obravnavanje oglasov za proizvode in splošnih zadetkov pomeni dajanje prednosti, čeprav ni šlo za diskriminacijo	54
i) Trditve strank	54
ii) Presoja Splošnega sodišča	55
2) Drugi del drugega tožbenega razloga: Komisija naj bi napačno ugotovila, da so oglasi za proizvode v Shopping Units koristili storitvi primerjave proizvodov družbe Google	57
i) Trditve strank	57
ii) Presoja Splošnega sodišča	58
c) Elementi tretjega dela drugega tožbenega razloga, v skladu s katerimi družba Google konkurenčne storitve primerjave proizvodov že vključuje v Shopping Units, zato naj ne bi moglo obstajati dajanje prednosti	61
1) Trditve strank	61
2) Presoja Splošnega sodišča	61
3. Tretji in četrti tožbeni razlog: zadevne prakse niso imele protikonkurenčnih učinkov . .	63
a) Prvi del tretjega tožbenega razloga: Komisija ni dokazala, da so zadevne prakse povzročile upad prometa s strani s splošnimi zadetki družbe Google h konkurenčnim storitvam primerjave proizvodov	64
1) Trditve strank	64
2) Presoja Splošnega sodišča	67
b) Drugi del tretjega tožbenega razloga: Komisija ni dokazala, da so zadevne prakse povzročile povečanje prometa s strani splošnih zadetkov družbe Google k njeni storitvi primerjave proizvodov	73
1) Trditve strank	73

2) Presoja Splošnega sodišča	75
c) Prvi del četrtega tožbenega razloga: Komisija naj bi špekulirala o protikonkurenčnih učinkih zadevnih praks	79
1) Trditve strank	79
2) Presoja Splošnega sodišča	82
d) Drugi del četrtega tožbenega razloga: pri analizi učinkov ni bila upoštevana vloga trgovskih platform	87
1) Elementi drugega dela četrtega tožbenega razloga, v skladu s katerimi je opredelitev proizvodnega trga napačna	87
i) Trditve strank	87
ii) Presoja Splošnega sodišča	90
2) Elementi drugega dela četrtega tožbenega razloga, v skladu s katerimi je bil konkurenčni pritisk trgovskih platform vsekakor zanemarljiv	95
i) Trditve strank	95
ii) Presoja Splošnega sodišča	96
e) Tretji del četrtega tožbenega razloga: Komisija ni dokazala obstoja protikonkurenčnih učinkov	98
1) Trditve strank	98
2) Presoja Splošnega sodišča	101
4. Tretji del prvega tožbenega razloga in tretji del drugega tožbenega razloga: obstoj objektivnih utemeljitev	107
a) Utemeljitev družbe Google v zvezi s prikazovanjem Product Universals (tretji del prvega tožbenega razloga)	107
1) Trditve strank	107
2) Presoja Splošnega sodišča	108
b) Utemeljitev družbe Google v zvezi s prikazom Shopping Units (tretji del drugega tožbenega razloga)	114
1) Trditve strank	114
2) Presoja Splošnega sodišča	115
5. Ugotovitev v zvezi s primarnimi predlogi	117
C. Podredni predlogi, ki se nanašajo na načelo in znesek globe	117

1. Prvi del šestega tožbenega razloga: možnost naložitve globe	117
a) Trditve strank	117
b) Presoja Splošnega sodišča	119
2. Drugi del šestega tožbenega razloga: višina globe	125
a) Trditve strank	126
b) Presoja Splošnega sodišča	128
D. Splošna ugotovitev	136
V. Stroški	136