Συλλογή της Νομολογίας

ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΟΥ ΓΕΝΙΚΟΥ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟΥ
(δέκατο πενταμελές τμήμα)

της 18ης Σεπτεμβρίου 2024*

«Ανταγωνισμός – Κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης – Αγορά της διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ – Απόφαση με την οποία διαπιστώνεται παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και του άρθρου 54 της Συμφωνίας για τον ΕΟΧ – Υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας – Συμβατικοί περιορισμοί»

Στην υπόθεση T-334/19,

Google LLC, με έδρα το Mountain View, Καλιφόρνια (Ηνωμένες Πολιτείες),

Alphabet Inc., με έδρα το Mountain View,

εκπροσωπούμενες από την C. Jeffs, δικηγόρο, τον J. Holmes, KC, και τον J. Williams, barrister,

προσφεύγουσες,

υποστηριζόμενες από τη

Surfboard Holding BV, με έδρα το Zeist (Κάτω Χώρες), εκπροσωπούμενη από τον E. Batchelor, solicitor, και την G. de Vasconcelos Lopes, δικηγόρο,

και τη

Vinden.NL BV, με έδρα το Rijseen (Κάτω Χώρες), εκπροσωπούμενη από τους B. Nijhof και N. Strous, δικηγόρους,

παρεμβαίνουσες,

κατά

Ευρωπαϊκής Επιτροπής, εκπροσωπούμενης από τους N. Khan, A. Dawes, T. Franchoo και C. Urraca Caviedes,

καθής,

ΤΟ ΓΕΝΙΚΟ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ (δέκατο πενταμελές τμήμα),

* Γλώσσα διαδικασίας: η αγγλική.

συγκείμενο, κατά τις διασκέψεις, από τους A. Kornezov, πρόεδρο, E. Buttigieg, K. Kowalik-Bańczyk (εισηγήτρια), G. Hesse και D. Petrlík, δικαστές,

γραμματέας: I. Kurme, διοικητική υπάλληλος,

έχοντας υπόψη την έγγραφη διαδικασία,

κατόπιν των συνεδριάσεων της 2ας, της 3ης και της 4ης Μαΐου 2022,

εκδίδει την ακόλουθη

Απόφαση

1 Με την ασκηθείσα βάσει του άρθρου 263 ΣΛΕΕ προσφυγή, οι προσφεύγουσες, Google LLC (πρώην Google Inc.) και Alphabet Inc., μητρική εταιρία της Google LLC (στο εξής, από κοινού: Google), ζητούν την ακύρωση της απόφασης C(2019) 2173 final της Επιτροπής, της 20ής Μαρτίου 2019, σχετικά με διαδικασία βάσει του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και του άρθρου 54 της Συμφωνίας ΕΟΧ [υπόθεση AT.40411 – Google Search (AdSense)] (στο εξής: προσβαλλόμενη απόφαση), ή άλλως, επικουρικώς, τη διαγραφή ή τη μείωση του προστίμου που τους επιβλήθηκε με την εν λόγω απόφαση.

I. Ιστορικό της διαφοράς

2 Η Google είναι επιχείρηση του τομέα των τεχνολογιών της πληροφορίας και της επικοινωνίας, η οποία ειδικεύεται στα προϊόντα και τις υπηρεσίες που σχετίζονται με τη χρήση του διαδικτύου, και δραστηριοποιείται εντός του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (ΕΟΧ). Είναι, μεταξύ άλλων, γνωστή για την ομώνυμη μηχανή γενικής αναζήτησης, χάρη στην οποία οι χρήστες του διαδικτύου μπορούν, μέσω του προγράμματος πλοήγησης που χρησιμοποιούν και με τη βοήθεια υπερσυνδέσμων, να βρίσκουν και να επισκέπτονται τους διαδικτυακούς τόπους που ανταποκρίνονται στις ανάγκες τους.

3 Η μηχανή αναζήτησης της Google, προσβάσιμη στη διεύθυνση www.google.com ή σε παρόμοιες διευθύνσεις με τους αντίστοιχους κωδικούς χωρών, εμφανίζει σε σελίδες στις οθόνες των χρηστών τα αποτελέσματα των αναζητήσεών τους. Τα αποτελέσματα επιλέγονται από τη μηχανή αναζήτησης είτε βάσει γενικών κριτηρίων και χωρίς οι διαδικτυακοί τόποι στους οποίους παραπέμπουν να καταβάλλουν στην Google αμοιβή για την εμφάνισή τους είτε βάσει λογικής η οποία προσιδιάζει στο συγκεκριμένο είδος της πραγματοποιούμενης αναζήτησης, οπότε η εμφάνισή τους μπορεί επίσης να μην εξαρτάται από την καταβολή τιμήματος εκ μέρους των διαδικτυακών τόπων στους οποίους παραπέμπουν.

4 Στις σελίδες αποτελεσμάτων της Google εμφανίζονται και αποτελέσματα τα οποία συνδέονται με πληρωμές από τους διαδικτυακούς τόπους στους οποίους παραπέμπουν. Τα αποτελέσματα αυτά, κοινώς καλούμενα ως «διαφημίσεις» («ads» στην αγγλική), έχουν επίσης σχέση με την αναζήτηση που πραγματοποιεί ο χρήστης και διακρίνονται από τα φυσικά αποτελέσματα γενικής αναζήτησης ή εξειδικευμένης αναζήτησης, για παράδειγμα, μέσω ενδείξεων όπως «διαφήμιση» ή «επιχορηγούμενο». Η εμφάνισή τους συνδέεται με υποχρεώσεις πληρωμών τις οποίες αναλαμβάνουν οι διαφημιζόμενοι στο πλαίσιο δημοπρασιών, η διαχείριση των οποίων πραγματοποιείται μέσω της σχετικής πλατφόρμας της Google.

Α. Επί των υπηρεσιών και των συμβάσεων της Google σχετικά με τη διαφημιστική διαμεσολάβηση στις διαδικτυακές αναζητήσεις

5 Από το 2003 η Google διαχειρίζεται επίσης πλατφόρμα διαφημιστικής διαμεσολάβησης με την ονομασία AdSense. Συναφώς, η Google έχει αναπτύξει πλείονες υπηρεσίες, περιλαμβανομένης υπηρεσίας διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις με την ονομασία AdSense for Search (στο εξής: AFS). Η AFS παρέχει σε τρίτους εκδότες διαδικτυακών τόπων ανεξάρτητους από την Google, των οποίων οι διαδικτυακοί τόποι περιέχουν ενσωματωμένες μηχανές αναζήτησης, τη δυνατότητα να προβάλλουν διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις της Google όταν οι χρήστες πραγματοποιούν αναζητήσεις στους διαδικτυακούς τόπους τους.

6 Επομένως, οι πάροχοι υπηρεσιών διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις (στο εξής: μεσάζοντες) παρέχουν στους εκδότες διαδικτυακών τόπων τη δυνατότητα να προβάλλουν διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις που οι χρήστες πραγματοποιούν στους διαδικτυακούς τόπους που περιέχουν ενσωματωμένη μηχανή αναζήτησης. Με τον τρόπο αυτόν, οι μεσάζοντες και οι εκδότες μπορούν να κατανέμουν μεταξύ τους τα έσοδα που παράγονται από την προβολή των εν λόγω διαφημίσεων.

7 Όσον αφορά την AFS, οι διαφημιζόμενοι έπρεπε να συνδέουν τις διαφημίσεις τους με λέξεις-κλειδιά τις οποίες οι χρήστες των οικείων διαδικτυακών τόπων ήταν πιθανό να χρησιμοποιήσουν στο πλαίσιο μιας διαδικτυακής αναζήτησης. Προκειμένου να προσδιοριστούν οι διαφημιζόμενοι των οποίων οι διαφημίσεις μπορούσαν να προβληθούν ως απάντηση σε μια διαδικτυακή αναζήτηση, η Google λάμβανε πρωτίστως υπόψη, αφενός, την τιμή που καθένας από τους διαφημιζόμενους είχε δηλώσει ότι ήταν διατεθειμένος να καταβάλει στο πλαίσιο της προβλεπόμενης προς τούτο δημοπρασίας και, αφετέρου, τη συνάφεια των εν λόγω διαφημίσεων με την αναζήτηση και, επομένως, την πιθανότητα ο χρήστης να κάνει κλικ στις διαφημίσεις. Συγκεκριμένα, ο διαφημιζόμενος κατέβαλλε κατ’ αρχήν το τίμημα για την προβολή της διαφήμισής του μόνον όταν ο χρήστης έκανε πραγματικά κλικ στη διαφήμιση και, επομένως, τα διαφημιστικά έσοδα που παρήγαγε μια τέτοια προβολή δεν εξαρτώνταν αποκλειστικά και μόνο από το ύψος της σχετικής προσφοράς.

8 Για τη χρήση της AFS, οι εκδότες είχαν συνάψει με την Google ειδικότερα δύο είδη συμβάσεων.

9 Αφενός, οι εκδότες μπορούσαν να συνάψουν, για έναν ή πλείονες από τους διαδικτυακούς τόπους τους, «διαδικτυακή σύμβαση», ήτοι μια τυποποιημένη μη διαπραγματεύσιμη σύμβαση. Η Google χαρακτήριζε τους εκδότες που συνήπταν τέτοια σύμβαση ως «διαδικτυακούς εταίρους».

10 Αφετέρου, οι εκδότες μπορούσαν να συνάψουν, για έναν ή πλείονες από τους διαδικτυακούς τόπους τους, «συμφωνία υπηρεσιών Google» (Google Services Agreement, στο εξής: GSA). Εν αντιθέσει προς τις διαδικτυακές συμβάσεις, οι GSA αποτελούσαν αντικείμενο ατομικής διαπραγμάτευσης με κάθε εκδότη. Η Google χαρακτήριζε τους εκδότες που επέλεξαν να συνάψουν GSA ως «άμεσους εταίρους».

11 Η Google κατάρτισε υποδείγματα GSA, μολονότι οι GSA ήταν συμβάσεις που αποτελούσαν αντικείμενο ατομικής διαπραγμάτευσης με τους άμεσους εταίρους. Τα υποδείγματα τροποποιήθηκαν επανειλημμένως, μεταξύ άλλων τον Μάρτιο του 2009. Εξάλλου, για τη σύναψη GSA, οι άμεσοι εταίροι έπρεπε να συμπληρώσουν ένα δελτίο παραγγελίας, με το οποίο διευκρίνιζαν αν επιθυμούσαν να κάνουν χρήση της AFS ή άλλης υπηρεσίας AdSense και παρείχαν τον κατάλογο των διευθύνσεων των διαδικτυακών τόπων για τους οποίους επιθυμούσαν να κάνουν χρήση της υπηρεσίας ή των υπηρεσιών που ζητούσαν.

12 Έως τον Μάρτιο του 2009, το υπόδειγμα GSA περιείχε μεταξύ άλλων δύο ρήτρες. Η πρώτη ρήτρα (στο εξής: ρήτρα αποκλειστικότητας) όριζε ότι ο άμεσος εταίρος δεν έπρεπε να χρησιμοποιεί στους διαδικτυακούς τόπους που παρετίθεντο στο δελτίο παραγγελίας υπηρεσία πανομοιότυπη ή ουσιαστικά παρεμφερή με τις υπηρεσίες που παρείχε η Google δυνάμει της GSA ή υπηρεσία που τελούσε άμεσα σε ανταγωνισμό με τις εν λόγω υπηρεσίες. Η δεύτερη ρήτρα (στο εξής: αγγλική ρήτρα) όριζε ότι, με την επιφύλαξη της ρήτρας αποκλειστικότητας, ο άμεσος εταίρος και η Google έπρεπε να καταβάλουν προσπάθειες για τη διαπραγμάτευση νέου δελτίου παραγγελίας προτού απευθυνθούν σε άλλον πάροχο υπηρεσιών διαδικτυακής αναζήτησης ή διαφημίσεων. Επιπλέον, σε περίπτωση που ο άμεσος εταίρος και η Google δεν μπορούσαν να συμφωνήσουν επί του νέου δελτίου παραγγελίας ο δε άμεσος εταίρος αποφάσιζε να απευθυνθεί σε άλλον πάροχο υπηρεσιών, η αγγλική ρήτρα προέβλεπε ότι η Google μπορούσε να υποβάλει προσφορά που αντιστοιχούσε στους όρους που προσέφερε ο εν λόγω πάροχος υπηρεσιών.

13 Από τον Μάρτιο του 2009 το υπόδειγμα GSA δεν περιείχε πλέον ούτε τη ρήτρα αποκλειστικότητας ούτε την αγγλική ρήτρα. Οι εν λόγω ρήτρες αντικαταστάθηκαν από δύο νέες ρήτρες. Η πρώτη ρήτρα (στο εξής: ρήτρα τοποθέτησης) όριζε ότι, όσον αφορά τους διαδικτυακούς τόπους που χρησιμοποιούν την AFS, ο άμεσος εταίρος έπρεπε, αφενός, να προβάλλει, στις διαδικτυακές αναζητήσεις, έναν ελάχιστο αριθμό διαφημίσεων προερχόμενων από την Google και, αφετέρου, να μην προβάλλει τέτοιες διαφημίσεις προερχόμενες από άλλους μεσάζοντες (στο εξής: ανταγωνιστικές διαφημίσεις), πάνω από τις προερχόμενες από την Google διαφημίσεις ή ακριβώς πλησίον αυτών. Η δεύτερη ρήτρα (στο εξής: ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας) επέβαλλε στον άμεσο εταίρο την υποχρέωση να εξασφαλίσει τη συγκατάθεση της Google προτού τροποποιήσει την προβολή του συνόλου των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, περιλαμβανομένων των ανταγωνιστικών διαφημίσεων, που εμφανίζονταν στις σελίδες αποτελεσμάτων του. Στο υπόδειγμα GSA διευκρινιζόταν επίσης ότι η Google μπορούσε να αρνηθεί τη συγκατάθεσή της για ορισμένους μόνο λόγους και ότι η συγκατάθεσή της τεκμαιρόταν εάν δεν απαντούσε εντός δεκαπέντε εργάσιμων ημερών.

14 Όλες οι GSA που περιείχαν τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας περιείχαν επίσης τη ρήτρα τοποθέτησης. Αντιθέτως, όλες οι GSA που περιείχαν τη ρήτρα τοποθέτησης δεν περιείχαν οπωσδήποτε τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας.

15 Τέλος, το δελτίο παραγγελίας που αντιστοιχούσε στο υπόδειγμα GSA του Μαρτίου του 2009 προέβλεπε τη συμπερίληψη στιγμιοτύπων οθόνης των σελίδων αποτελεσμάτων των διαδικτυακών τόπων που παρετίθεντο στο εν λόγω δελτίο παραγγελίας για τη χρήση της AFS (στο εξής: δείγματα). Τα δείγματα έπρεπε να αντικατοπτρίζουν τον αριθμό, τη μορφή και τη θέση στις εν λόγω σελίδες των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις που προέρχονταν από την Google.

Β. Επί της διοικητικής διαδικασίας

16 Τον Ιανουάριο του 2010 η Bundeskartellamt (ομοσπονδιακή υπηρεσία ελέγχου συμπράξεων, Γερμανία) διαβίβασε στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή καταγγελία υποβληθείσα από την Ciao GmbH κατά της Google.

17 Στις 30 Νοεμβρίου 2010 η Επιτροπή κίνησε εις βάρος της Google διαδικασία βάσει του άρθρου 2, παράγραφος 1, του κανονισμού (ΕΚ) 773/2004 της Επιτροπής, της 7ης Απριλίου 2004, σχετικά με τη διεξαγωγή από την Επιτροπή των διαδικασιών δυνάμει των άρθρων [101] και [102 ΣΛΕΕ] (ΕΕ 2004, L 123, σ. 18).

18 Την 31η Μαρτίου 2011, στις 30 Μαρτίου 2012 και στις 30 Ιανουαρίου 2013 η Microsoft Corporation, η Expedia Inc. και η Initiative for a Competitive Online Marketplace υπέβαλαν αντιστοίχως καταγγελίες κατά της Google.

19 Στις 13 Μαρτίου 2013 η Επιτροπή κατέληξε σε προκαταρκτική εκτίμηση, κατά την έννοια του άρθρου 9 του κανονισμού (ΕΚ) 1/2003 του Συμβουλίου, της 16ης Δεκεμβρίου 2002, για την εφαρμογή των κανόνων ανταγωνισμού που προβλέπονται στα άρθρα [101] και [102 ΣΛΕΕ] (ΕΕ 2003, L 1, σ. 1), η οποία αφορούσε μεταξύ άλλων τις συμβατικές υποχρεώσεις που επιβάλλει η Google σε σχέση με τις διαφημιστικές εκστρατείες στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

20 Στις 3 Απριλίου 2013, την 21η Οκτωβρίου 2013 και την 31η Ιανουαρίου 2014 η Google ανέλαβε δεσμεύσεις προκειμένου να ανταποκριθεί στις αντιρρήσεις που διατύπωσε η Επιτροπή με την προκαταρκτική εκτίμησή της.

21 Στις 16 Μαΐου 2014 και στις 2 Ιουλίου 2015 η Deutsche Telekom AG καθώς και η [*εμπιστευτικό*] [1] και η θυγατρική της, [*εμπιστευτικό*], υπέβαλαν αντιστοίχως καταγγελίες κατά της Google.

22 Την 21η Απριλίου 2016 οι καταγγελίες της Microsoft και της Ciao κατά της Google αποσύρθηκαν.

23 Στις 14 Ιουλίου 2016 η Επιτροπή αποφάσισε να κινήσει τη διαδικασία του άρθρου 2, παράγραφος 1, του κανονισμού 773/2004 όσον αφορά τις ρήτρες αποκλειστικότητας, τοποθέτησης και χορήγησης προηγούμενης άδειας που προβλέπονταν στις GSA. Την ίδια ημέρα η Επιτροπή εξέδωσε κοινοποίηση των αιτιάσεων δυνάμει του άρθρου 10 του ως άνω κανονισμού, με την οποία ενημέρωσε την Google ότι οι ανωτέρω ρήτρες μπορεί να συνιστούν κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης και, κατά συνέπεια, να ενέχουν παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ.

24 Στις 9 Σεπτεμβρίου 2016 η Google ενημέρωσε την Επιτροπή ότι είχε αποστείλει επιστολές στο σύνολο των άμεσων εταίρων με τις οποίες τους ενημέρωσε ότι παραιτούνταν από την εφαρμογή των ρητρών αποκλειστικότητας και χορήγησης προηγούμενης άδειας στο σύνολό τους, καθώς και από ορισμένους όρους της ρήτρας τοποθέτησης.

25 Στις 20 Μαρτίου 2019 η Επιτροπή εξέδωσε την προσβαλλόμενη απόφαση.

Γ. Επί της προσβαλλόμενης απόφασης

26 Με την προσβαλλόμενη απόφαση η Επιτροπή έκρινε ότι η Google είχε διαπράξει τρεις διακριτές παραβάσεις του άρθρου 102 ΣΛΕΕ οι οποίες συνιστούσαν, από κοινού, ενιαία και διαρκή παράβαση της ίδιας διάταξης. Ως εκ τούτου, η Επιτροπή επέβαλε στην Google LLC πρόστιμο, εν μέρει από κοινού και εις ολόκληρον με την Alphabet Inc.

1. Επί του ορισμού της αγοράς

27 Η Επιτροπή εκτίμησε ότι οι εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και η αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ συνιστούσαν διακριτές σχετικές αγορές για τον σκοπό της ανάλυσής της.

[1] Εμπιστευτικά στοιχεία που δεν αποκαλύπτονται.

α) Επί των εθνικών αγορών διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις

1) Επί της αγοράς προϊόντων

28 Η Επιτροπή εκτίμησε ότι η παροχή των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, ήτοι των διαδικτυακών διαφημίσεων που προβάλλονται μετά την αναζήτηση που πραγματοποιούν οι χρήστες βάσει λέξεων-κλειδιών στους διαδικτυακούς τόπους που περιέχουν μηχανή αναζήτησης, συνιστά διακριτή αγορά προϊόντων.

29 Η Επιτροπή εξέθεσε ότι η εν λόγω αγορά απαιτεί τη σύνδεση μεταξύ των αναζητήσεων που πραγματοποιούν οι χρήστες και των συναφών διαδικτυακών διαφημίσεων που εμφανίζονται μέσω των πλατφορμών διαφημίσεων κατά τις διαδικτυακές αναζητήσεις. Η Επιτροπή παρατήρησε επίσης ότι, στη συγκεκριμένη αγορά, τη ζήτηση αποτελούν οι χρήστες και οι διαφημιζόμενοι, τη δε προσφορά οι φορείς εκμετάλλευσης πλατφορμών διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Κατά τις επεξηγήσεις της Επιτροπής, οι εν λόγω πλατφόρμες χρειάζονταν μια υπηρεσία γενικής αναζήτησης, την τεχνολογία για τη σύνδεση των αναζητήσεων των χρηστών με τις συναφείς διαδικτυακές διαφημίσεις κατά τις εν λόγω αναζητήσεις και μια βάση διαφημιζομένων αρκούντως σημαντική ώστε να μπορούν να ανταγωνίζονται άλλες πλατφόρμες διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

30 Προκειμένου να καταλήξει στο συμπέρασμα ότι η αγορά διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις είναι χωριστή αγορά προϊόντων, η Επιτροπή διαχώρισε τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις από τρία άλλα είδη διαφημίσεων.

31 Πρώτον, η Επιτροπή έκρινε ότι οι διαφημίσεις εκτός διαδικτύου, όπως αυτές που μεταδίδονται στην τηλεόραση και στο ραδιόφωνο ή δημοσιεύονται στις εφημερίδες, δεν μπορούν να υποκαταστήσουν τις διαδικτυακές διαφημίσεις.

32 Δεύτερον, η Επιτροπή έκρινε ότι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις δεν μπορούσαν να υποκαταστήσουν τις διαδικτυακές διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις, ήτοι τις διαφημίσεις που τοποθετούνται άμεσα σε σελίδα διαδικτυακού τόπου χωρίς να συνδέονται με αναζητήσεις με λέξεις-κλειδιά τις οποίες πραγματοποιούν οι χρήστες.

33 Τρίτον, η Επιτροπή έκρινε ότι οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις δεν μπορούσαν να υποκαταστήσουν τα εξειδικευμένα αποτελέσματα διαδικτυακών αναζητήσεων, τα οποία προϋποθέτουν την επί πληρωμή αντιστοίχιση προϊόντων και υπηρεσιών διαφημιζομένων, για παράδειγμα στους διαδικτυακούς τόπους γενικής αναζήτησης της Google μέσω των υπηρεσιών «Google Shopping» και «Google Hotel Finder».

2) Επί της γεωγραφικής αγοράς

34 Από γεωγραφικής απόψεως, η Επιτροπή έκρινε ότι η αγορά διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις είναι εθνική αγορά, προσδιορίζοντας εθνικές αγορές εντός του ΕΟΧ.

β) Επί της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ

1) Επί της αγοράς προϊόντων

35 Η Επιτροπή επισήμανε ότι η παροχή των υπηρεσιών διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, ήτοι των υπηρεσιών οι οποίες, όπως η AFS, παρέχουν στους εκδότες τη δυνατότητα να «πωλούν» διαφημιστικό χώρο στους διαδικτυακούς τόπους τους στους διαφημιζομένους που επιθυμούν να προβάλουν διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις, συνιστά διακριτή αγορά προϊόντων.

36 Πρώτον, η Επιτροπή έκρινε ότι υπάρχει περιορισμένη δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ, κατά τη διατύπωση της προσβαλλόμενης απόφασης, της «πώλησης» διαδικτυακών διαφημίσεων μέσω διαμεσολάβησης και της άμεσης πώλησης διαδικτυακών διαφημίσεων από τους εκδότες.

37 Δεύτερον, η Επιτροπή έκρινε ότι υπάρχει περιορισμένη δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ των υπηρεσιών διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις και των υπηρεσιών διαφημίσεων που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις.

2) Επί της γεωγραφικής αγοράς

38 Από γεωγραφικής απόψεως, η Επιτροπή έκρινε ότι η αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις καλύπτει ολόκληρο τον ΕΟΧ.

2. Επί της δεσπόζουσας θέσης

39 Η Επιτροπή επισήμανε ότι η Google κατείχε δεσπόζουσα θέση, αφενός, σε 30 από τις 31 εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ σε διάφορες περιόδους από το 2006 έως το 2016 και, αφετέρου, στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ στο διάστημα από το 2006 έως το 2016.

α) Επί των εθνικών αγορών διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις

40 Η Επιτροπή έκρινε ότι η Google κατείχε δεσπόζουσα θέση κατά τη διάρκεια διαφόρων περιόδων, στο διάστημα από το 2006 έως το 2016, στο σύνολο των εθνικών αγορών διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ, πλην της Πορτογαλίας, λαμβανομένων υπόψη των μεριδίων αγοράς της Google, των εμποδίων στην είσοδο και στην επέκταση στην αγορά και της απουσίας αντισταθμιστικής αγοραστικής ισχύος των διαφημιζομένων.

1) Επί των μεριδίων αγοράς

41 Πρώτον, η Επιτροπή υπολόγισε τα μερίδια αγοράς της Google βασιζόμενη συγχρόνως στα ακαθάριστα έσοδα και στα καθαρά έσοδά της. Η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η Google κατείχε άνω του [*εμπιστευτικό*] % των μεριδίων αγοράς στο διάστημα από το 2006 έως το 2016 σε όλες τις εθνικές αγορές του ΕΟΧ για τις οποίες διέθετε πληροφορίες, πλην της Τσεχικής Δημοκρατίας, της Πορτογαλίας, της Σλοβενίας, της Φινλανδίας, της Σουηδίας και της Νορβηγίας. Η Επιτροπή επισήμανε επίσης ότι το 2016 η Google κατείχε μερίδιο αγοράς άνω του [*εμπιστευτικό*] %, βάσει

των ακαθάριστων εσόδων της, και άνω του [*εμπιστευτικό*] %, βάσει των καθαρών εσόδων της, σε όλες τις εθνικές αγορές του ΕΟΧ για τις οποίες διέθετε πληροφορίες, περιλαμβανομένων της Τσεχικής Δημοκρατίας, της Σλοβενίας, της Φινλανδίας και της Σουηδίας.

42 Δεύτερον, η Επιτροπή υπολόγισε τα μερίδια αγοράς της Google βάσει του αριθμού των διαδικτυακών αναζητήσεων. Η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η Google κατείχε άνω του [*εμπιστευτικό*] % των μεριδίων αγοράς στο διάστημα από το 2010 έως το 2013 σε όλες τις εθνικές αγορές του ΕΟΧ για τις οποίες διέθετε πληροφορίες.

43 Τρίτον, η Επιτροπή έκρινε ότι, στο διάστημα από το 2006 έως το 2016, η Google είχε αντιμετωπίσει περιορισμένο ανταγωνισμό από άλλους παρόχους διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, όπως η Microsoft και η Yahoo!, παρά την απόκτηση από τη δεύτερη, το 2003, της Overture Services Inc. που ήταν τότε πρωτοπόρος και ηγέτης στον τομέα.

2) Επί των εμποδίων στην είσοδο και στην επέκταση στην αγορά

44 Η Επιτροπή έκρινε ότι τα εμπόδια στην είσοδο και στην επέκταση στην αγορά ήταν πολλαπλά στις εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

45 Πρώτον, η Επιτροπή επισήμανε ότι απαιτούνταν σημαντικές επενδύσεις για να εδραιωθεί ένας πάροχος διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και ότι η διαπίστωση αυτή ίσχυε επίσης για τους παρόχους διαφημίσεων που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις.

46 Δεύτερον, η Επιτροπή εκτίμησε ότι οι εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις χαρακτηρίζονται από φαινόμενα δικτύου.

47 Αφενός, η Επιτροπή επισήμανε ότι όσο περισσότεροι είναι οι διαφημιζόμενοι που χρησιμοποιούν την υπηρεσία ενός παρόχου διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις τόσο περισσότερο ο εν λόγω πάροχος μπορεί να επιλέγει από έναν σημαντικό αριθμό διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και, επομένως, να αυξάνει τη συνάφεια των διαφημίσεων που προβάλλει ως απάντηση στη διαδικτυακή αναζήτηση ενός χρήστη.

48 Αφετέρου, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των χρηστών υπηρεσίας γενικής αναζήτησης τόσο πιθανότερη είναι η προβολή διαφήμισης στις διαδικτυακές αναζητήσεις στον χρήστη που ενδιαφέρεται για μια τέτοια διαφήμιση.

49 Τρίτον, η Επιτροπή έκρινε ότι οι ανταγωνιστές πάροχοι διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις δεν μπορούσαν να προσφέρουν ευχερώς «ισχύ» αντίστοιχη με αυτήν της υπηρεσίας γενικής αναζήτησης της Google ούτε «αλληλεπίδραση» με τη διαφήμιση στις διαδικτυακές αναζητήσεις αντίστοιχη με αυτήν της ίδιας υπηρεσίας της Google. Συναφώς, η Επιτροπή επισήμανε ότι η υπηρεσία γενικής αναζήτησης της Google κατείχε, το 2016, μερίδιο αγοράς άνω του [*εμπιστευτικό*] % σε κάθε κράτος μέλος του ΕΟΧ, πλην της Τσεχικής Δημοκρατίας όπου υπερέβαινε, εντούτοις, το [*εμπιστευτικό*] %.

50 Τέταρτον, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι το σύνολο σχεδόν των διαφημιζομένων χρησιμοποιούσε την πλατφόρμα δημοπρασιών της Google, AdWords, η οποία συνδέεται με την υπηρεσία γενικής αναζήτησης της Google.

51 Πέμπτον, η Επιτροπή επισήμανε ότι, από το 2006 και τη θέση σε λειτουργία της adCenter από τη Microsoft, δεν υπήρξε καμία αξιοσημείωτη είσοδος ανταγωνιστή σε οποιαδήποτε από τις εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ.

52 Έκτον, η Επιτροπή επισήμανε ότι η Google είχε ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της συνάπτοντας, τον Οκτώβριο του 2015, συμφωνία με τη Yahoo! Inc., η οποία προέβλεπε την παροχή στη Yahoo! διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, υπηρεσιών γενικής αναζήτησης και εξειδικευμένων υπηρεσιών αναζήτησης εικόνων.

3) Επί της απουσίας αντισταθμιστικής αγοραστικής ισχύος

53 Η Επιτροπή έκρινε ότι οι εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ χαρακτηρίζονταν από απουσία αντισταθμιστικής αγοραστικής ισχύος εκ μέρους των διαφημιζομένων.

54 Πρώτον, η Επιτροπή διαπίστωσε, αφενός, ότι κάθε διαφημιζόμενος αντιπροσώπευε μικρό μερίδιο της ζήτησης στις εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ και, αφετέρου, ότι οι διαφημιζόμενοι δεν μπορούσαν να περιοριστούν στη χρήση των διαφημιστικών πλατφορμών των ανταγωνιστών της Google.

55 Δεύτερον, η Επιτροπή επισήμανε ότι οι διαφημιζόμενοι δεν μπορούσαν να διαπραγματευθούν τους όρους των συμφωνιών που συνήπταν με την Google για την παροχή υπηρεσιών διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και ότι η Google τούς επέβαλλε υψηλές τιμές.

β) Επί της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ

56 Η Επιτροπή έκρινε ότι η Google κατείχε δεσπόζουσα θέση στο διάστημα από το 2006 έως το 2016 στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ, λαμβανομένων υπόψη των μεριδίων αγοράς της, των εμποδίων στην είσοδο και στην επέκταση στην αγορά, καθώς και της απουσίας αντισταθμιστικής αγοραστικής ισχύος των εκδοτών.

1) Επί των μεριδίων αγοράς

57 Πρώτον, βασιζόμενη στα ακαθάριστα έσοδα της Google, η Επιτροπή διαπίστωσε, αφενός, βάσει των στοιχείων που υπέβαλε η Google, ότι η Google κατείχε μερίδια αγοράς τα οποία παρέμειναν πάντοτε άνω του [*εμπιστευτικό*] %, στο διάστημα από το 2006 έως το 2016, και τα οποία είχαν ανέλθει, κατά το τελευταίο αυτό έτος, στο [*εμπιστευτικό*] %, και, αφετέρου, βάσει των στοιχείων που υπέβαλαν η Google, η Microsoft και η Yahoo!, ότι η Google κατείχε μερίδια αγοράς άνω του [*εμπιστευτικό*] % το 2006, τα οποία παρέμειναν πάντοτε άνω του [*εμπιστευτικό*] % στο διάστημα από το 2007 έως το 2014.

58 Δεύτερον, βασιζόμενη στα καθαρά έσοδα της Google, η Επιτροπή διαπίστωσε, αφενός, βάσει των στοιχείων που υπέβαλε η Google, ότι η Google κατείχε μερίδια αγοράς άνω του [*εμπιστευτικό*] % το 2006 και άνω του [*εμπιστευτικό*] % στο διάστημα από το 2007 έως το 2016 και, αφετέρου, βάσει των στοιχείων που υπέβαλαν η Google και η Yahoo!, ότι η Google κατείχε μερίδια αγοράς τα οποία παρέμειναν πάντοτε άνω του [*εμπιστευτικό*] % στο διάστημα από το 2006 έως το 2011 και ότι, κατά το τελευταίο αυτό έτος, τα μερίδια αγοράς είχαν υπερβεί το [*εμπιστευτικό*] %.

59 Τρίτον, η Επιτροπή συμπέρανε από τα μερίδια αγοράς της Google ότι η Google αντιμετώπιζε περιορισμένο ανταγωνισμό από τους άλλους μεσάζοντες.

2) Επί των εμποδίων στην είσοδο και στην επέκταση στην αγορά

60 Η Επιτροπή έκρινε ότι τα εμπόδια στην είσοδο και στην επέκταση στην αγορά που υπήρχαν στην αγορά της διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ ήταν πολλαπλά.

61 Πρώτον, η Επιτροπή επισήμανε ότι απαιτούνταν σημαντικές επενδύσεις για τη δημιουργία, τη διατήρηση και τη συνεχή βελτίωση «πλατφόρμας διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις».

62 Δεύτερον, η Επιτροπή εκτίμησε ότι η αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις χαρακτηρίζεται από φαινόμενα δικτύου. Συναφώς, η Επιτροπή επισήμανε ότι η επιτυχία ενός μεσάζοντα εξαρτιόταν από τον αριθμό διαφημιζομένων και εκδοτών που μπορούσε να προσελκύσει, καθώς και από το μέγεθος του χαρτοφυλακίου του διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Η Επιτροπή διευκρίνισε ότι τα διαφορετικά αυτά στοιχεία συνδέονταν μεταξύ τους και, επομένως, ένας μεσάζων ο οποίος δεν προσελκύει επαρκή αριθμό εκδοτών δεν θα προσελκύει επίσης επαρκή αριθμό διαφημιζομένων. Η Επιτροπή διαπίστωσε, επιπλέον, ότι όσο περισσότεροι είναι οι διαφημιζόμενοι που χρησιμοποιούν υπηρεσία διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις τόσο περισσότερο ο μεσάζων μπορεί να επιλέγει από έναν σημαντικό αριθμό διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και, επομένως, να αυξάνει τη συνάφεια των διαφημίσεων που προβάλλει ως απάντηση στη διαδικτυακή αναζήτηση ενός χρήστη.

63 Τρίτον, η Επιτροπή επισήμανε ότι, από τον Δεκέμβριο του 2009 και τη σχέση συνεργασίας που συνήψαν οι Microsoft και Yahoo!, δεν πραγματοποιήθηκε καμία αξιοσημείωτη είσοδος στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ. Η Επιτροπή διευκρίνισε επίσης ότι «πλείονες» μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google είχαν τεθεί στο περιθώριο ή είχαν αποχωρήσει από την εν λόγω αγορά από το 2007.

3) Επί της απουσίας αντισταθμιστικής αγοραστικής ισχύος

64 Η Επιτροπή έκρινε ότι η αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ χαρακτηριζόταν από απουσία αντισταθμιστικής αγοραστικής ισχύος εκ μέρους των εκδοτών.

65 Πρώτον, η Επιτροπή διαπίστωσε, αφενός, ότι κάθε εκδότης αντιπροσώπευε μικρό μερίδιο της ζήτησης στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ και, αφετέρου, ότι οι εκδότες δεν μπορούσαν να περιοριστούν στη χρήση των υπηρεσιών των ανταγωνιστών μεσαζόντων δεδομένου ότι η AFS παρήγε τα μεγαλύτερα έσοδα για τους εκδότες.

66 Δεύτερον, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η Google, αφενός, είχε παύσει να εγγυάται ελάχιστα έσοδα στους εκδότες από το 2013 και, αφετέρου, είχε, κατά μέσο όρο, μειώσει το μερίδιο των εσόδων που διένεμε στους εκδότες στο διάστημα από το 2007 έως το 2016.

3. Επί της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA στις οποίες οι άμεσοι εταίροι περιλάμβαναν «κατά κανόνα» το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους

67 Η Επιτροπή εκτίμησε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας συνιστούσε, στο διάστημα από την 1η Ιανουαρίου 2006 έως την 31η Μαρτίου 2016, κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης στο μέτρο που περιεχόταν σε GSA στις οποίες οι άμεσοι εταίροι περιλάμβαναν «κατά κανόνα» το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στους οποίους προβάλλονταν διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Η Επιτροπή έκρινε, στο πλαίσιο της κύριας συλλογιστικής της, ότι η εν λόγω ρήτρα επέβαλλε, υπό τους συγκεκριμένους όρους, στους άμεσους εταίρους, υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας η οποία ήταν, αυτή καθεαυτήν, αντίθετη προς το άρθρο 102 ΣΛΕΕ. Στο δε πλαίσιο της επικουρικής συλλογιστικής της, η Επιτροπή έκρινε ότι, καθόσον επέβαλλε τέτοια υποχρέωση, η εν λόγω ρήτρα αντέβαινε στην προμνησθείσα διάταξη, καθότι ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό. Η Επιτροπή χαρακτήρισε ως «άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους» τους άμεσους εταίρους που περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους σε μία τουλάχιστον από τις συναφθείσες GSA.

α) Επί της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, καθόσον συνιστούσε υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας αντίθετη, αυτή καθεαυτήν, προς το άρθρο 102 ΣΛΕΕ

68 Αφενός, η Επιτροπή υπενθύμισε τη νομολογία του Δικαστηρίου που απορρέει από την απόφαση της 13ης Φεβρουαρίου 1979, Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής (85/76, EU:C:1979:36, σκέψη 89), κατά την οποία, «[γ]ια μια επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά, η δέσμευση των αγοραστών –ακόμη και κατόπιν αιτήσεώς τους– με υποχρέωση ή υπόσχεση προμήθειας του συνόλου ή σημαντικού μέρους των αναγκών τους αποκλειστικά από την εν λόγω επιχείρηση συνιστά καταχρηστική εκμετάλλευση δεσποζούσης θέσεως κατά την έννοια του άρθρου [102 ΣΛΕΕ]».

69 Αφετέρου, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας συνιστούσε, στην συγκεκριμένη περίπτωση, υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας καθόσον επέβαλλε στους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους την υποχρέωση να καλύπτουν από την Google το σύνολο ή σημαντικό μέρος των αναγκών τους σε υπηρεσίες διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Συναφώς, η Επιτροπή επισημαίνει, κατ' αρχάς, ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους εν λόγω άμεσους εταίρους εφαρμοζόταν «κατά κανόνα» στο σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στους οποίους προβάλλονταν διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις, εν συνεχεία, ότι οι εν λόγω άμεσοι εταίροι δεν μπορούσαν να παρεκκλίνουν από την επίμαχη ρήτρα πριν από τη λήξη των GSA που είχαν συνάψει και, τέλος, ότι οι GSA που είχαν συναφθεί με δύο από τους εν λόγω άμεσους εταίρους, ήτοι την [*εμπιστευτικό*] και την [*εμπιστευτικό*], τους επέβαλλαν την υποχρέωση να υπάγουν στη συγκεκριμένη ρήτρα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στους οποίους προβάλλονταν τέτοιες διαφημίσεις.

70 Υπό τις συνθήκες αυτές, η Επιτροπή έκρινε, στο πλαίσιο της κύριας συλλογιστικής της, ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους ήταν αντίθετη προς το άρθρο 102 ΣΛΕΕ, χωρίς να χρειάζεται να εξακριβωθεί αν η εν λόγω ρήτρα ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό λαμβανομένου υπόψη του συνόλου των περιστάσεων στη συγκεκριμένη υπόθεση.

β) Επί της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, καθόσον συνιστούσε υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό κατά την έννοια του άρθρου 102 ΣΛΕΕ

71 Η Επιτροπή έκρινε, στο πλαίσιο της επικουρικής συλλογιστικής της, ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους συνιστούσε υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας η οποία ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό λαμβανομένου υπόψη του συνόλου των περιστάσεων στη συγκεκριμένη υπόθεση.

72 Η Επιτροπή επισήμανε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, πρώτον, αποθάρρυνε τους εν λόγω άμεσους εταίρους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google, δεύτερον, εμπόδισε τους εν λόγω μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, τρίτον, έβλαψε ενδεχομένως την καινοτομία, τέταρτον, βοήθησε την Google να διατηρήσει και να ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της στις εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ, πλην της Πορτογαλίας, και, πέμπτον, έβλαψε ενδεχομένως τους καταναλωτές. Επιπλέον, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η αγγλική ρήτρα είχε αυξήσει την ικανότητα της ως άνω ρήτρας να περιορίσει τον ανταγωνισμό.

73 Η Επιτροπή επισήμανε επιπλέον ότι, στο πλαίσιο της εξέτασης των κρίσιμων περιστάσεων, έλαβε υπόψη, πρώτον, τη σπουδαιότητα της δεσπόζουσας θέσης της Google, αφενός, στις εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ, πλην της Πορτογαλίας, και, αφετέρου, στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ, δεύτερον, το μερίδιο της τελευταίας αυτής αγοράς το οποίο κάλυπτε η ρήτρα αποκλειστικότητας που περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους και, τρίτον, τη «διάρκεια της [εν λόγω] ρήτρας».

γ) Επί της έλλειψης αντικειμενικών δικαιολογητικών λόγων

74 Η Επιτροπή απέρριψε τους αντικειμενικούς δικαιολογητικούς λόγους που προέβαλε η Google κατά τη διοικητική διαδικασία.

75 Πρώτον, κατά τη διοικητική διαδικασία, η Google είχε υποστηρίξει ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους ήταν αναγκαία για την εξασφάλιση επαρκούς επιπέδου εσόδων για τη στήριξη, αφενός, των αναγκαίων επενδύσεων για τη διαχείριση και τη βελτίωση των υπηρεσιών διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις τις οποίες παρέχει και, αφετέρου, των ειδικών επενδύσεων που πραγματοποιούνται προς όφελος των εν λόγω άμεσων εταίρων.

76 Δεύτερον, η Google είχε υποστηρίξει ότι η AFS παρήγαγε θετικά για τον ανταγωνισμό αποτελέσματα μέσω της βελτίωσης της ποιότητας της εμπειρίας των χρηστών, της αύξησης των διαφημιστικών εσόδων, της αύξησης της χρησιμότητας των σελίδων αναζητήσεων για τους εκδότες και της αύξησης της προβολής των διαφημιζομένων στους χρήστες που ενδιαφέρονται για τα προϊόντα τους.

77 Αφενός, η Επιτροπή εκτίμησε ότι η Google δεν είχε αποδείξει ότι οι επενδύσεις τις οποίες προέβαλε δεν θα είχαν πραγματοποιηθεί χωρίς τη ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους. Επ' αυτού, η Επιτροπή επισήμανε κατ' ουσίαν ότι το γεγονός ότι η Google είχε αντικαταστήσει την επίμαχη ρήτρα με τις ρήτρες τοποθέτησης και χορήγησης προηγούμενης άδειας καταδείκνυε ότι η Google μπορούσε να πραγματοποιήσει τις προμνησθείσες επενδύσεις με λιγότερο περιοριστικές ρήτρες. Αφετέρου, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι τα θετικά για τον ανταγωνισμό αποτελέσματα που προέβαλε η Google δεν ήταν κρίσιμα προκειμένου να εξακριβωθεί αν η ρήτρα αποκλειστικότητας ήταν αντικειμενικώς δικαιολογημένη.

4. Επί της ρήτρας τοποθέτησης

78 Η Επιτροπή εκτίμησε ότι, στο διάστημα από την 31η Μαρτίου 2009 έως τις 6 Σεπτεμβρίου 2016, η ρήτρα τοποθέτησης συνιστούσε κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης, καθότι ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό λαμβανομένου υπόψη του συνόλου των περιστάσεων της συγκεκριμένης υπόθεσης, και ότι η Google δεν είχε αποδείξει ότι η εν λόγω ρήτρα ήταν αντικειμενικώς δικαιολογημένη.

α) Επί του περιεχομένου της ρήτρας τοποθέτησης

79 Πρώτον, η Επιτροπή εκτίμησε ότι η ρήτρα τοποθέτησης επιφύλασσε τον πιο ευδιάκριτο χώρο στους διαδικτυακούς τόπους των εταίρων που καλύπτονταν από την εν λόγω ρήτρα όσον αφορά τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις που προέρχονταν από την Google.

80 Δεύτερον, η Επιτροπή εκτίμησε ότι η ρήτρα τοποθέτησης επέβαλλε στους άμεσους εταίρους την υποχρέωση να προβάλλουν, στους πιο ευδιάκριτους χώρους στους διαδικτυακούς τόπους που καλύπτονταν από την εν λόγω ρήτρα, αφενός, μια «ενότητα» τριών διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις «μεγάλου σχήματος» προερχόμενων από την Google, όταν η αναζήτηση πραγματοποιούνταν από ηλεκτρονικό υπολογιστή, και, αφετέρου, τουλάχιστον μία διαφήμιση στις διαδικτυακές αναζητήσεις προερχόμενη από την Google, όταν η αναζήτηση πραγματοποιούνταν από κινητή συσκευή.

β) Επί του περιορισμού του ανταγωνισμού λόγω της ρήτρας τοποθέτησης

81 Η Επιτροπή επισήμανε ότι η ρήτρα τοποθέτησης, πρώτον, αποθάρρυνε τους άμεσους εταίρους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google, δεύτερον, εμπόδισε τους εν λόγω μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, τρίτον, έβλαψε ενδεχομένως την καινοτομία, τέταρτον, βοήθησε την Google να διατηρήσει και να ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της στις εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ, πλην της Πορτογαλίας, και, πέμπτον, έβλαψε ενδεχομένως τους καταναλωτές. Επιπλέον, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι ο δεσμευτικός χαρακτήρας των δειγμάτων είχε αυξήσει την ικανότητα της ως άνω ρήτρας να περιορίζει τον ανταγωνισμό.

82 Η Επιτροπή επισήμανε επιπλέον ότι, στο πλαίσιο της εξέτασης των κρίσιμων περιστάσεων, έλαβε υπόψη, πρώτον, τη σπουδαιότητα της δεσπόζουσας θέσης της Google, αφενός, στις εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ, πλην της Πορτογαλίας, και,

αφετέρου, στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ, δεύτερον, το μερίδιο της τελευταίας αυτής αγοράς το οποίο κάλυπτε η ρήτρα τοποθέτησης και, τρίτον, τη «διάρκεια της [εν λόγω] ρήτρας».

γ) Επί της έλλειψης αντικειμενικών δικαιολογητικών λόγων

83 Η Επιτροπή απέρριψε τους αντικειμενικούς δικαιολογητικούς λόγους που προέβαλε η Google κατά τη διοικητική διαδικασία.

84 Πρώτον, κατά τη διοικητική διαδικασία, η Google είχε υποστηρίξει ότι η ρήτρα τοποθέτησης ήταν αναγκαία για την εξασφάλιση, σε κάποιο μέτρο, επαρκών εσόδων για τη δικαιολόγηση των επενδύσεων που πραγματοποιήθηκαν προς όφελος των άμεσων εταίρων, καθώς και για τη μεγιστοποίηση των εσόδων τους (βλ. σκέψη 75 ανωτέρω).

85 Δεύτερον, η Google είχε υποστηρίξει ότι κάποιος βαθμός σταθερότητας στην προβολή των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις ήταν αναγκαίος για τη διατήρηση της συνάφειάς τους.

86 Η Επιτροπή επισήμανε ότι η Google δεν είχε αποδείξει ότι οι επενδύσεις τις οποίες προέβαλε δεν θα είχαν πραγματοποιηθεί χωρίς τη ρήτρα τοποθέτησης. Επιπλέον, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι το επιχείρημα της Google ότι η εν λόγω ρήτρα κατέστησε δυνατή την αύξηση των διαφημιστικών εσόδων των άμεσων εταίρων δεν ήταν λυσιτελές προκειμένου να εξακριβωθεί η ύπαρξη παράβασης του άρθρου 102 ΣΛΕΕ. Τέλος, η Επιτροπή εκτίμησε ότι η Google θα μπορούσε να διατηρήσει τη συνάφεια των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις χρησιμοποιώντας λιγότερο περιοριστικά μέσα, όπως συστάσεις. Συναφώς, η Επιτροπή διευκρίνισε ότι το γεγονός ότι η Google είχε παραιτηθεί το 2016 από την εφαρμογή ορισμένων διατάξεων της επίμαχης ρήτρας (βλ. σκέψη 24 ανωτέρω) επιβεβαίωνε το ότι θα μπορούσε να χρησιμοποιήσει λιγότερο περιοριστικά μέσα.

5. Επί της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας

87 Η Επιτροπή εκτίμησε ότι, στο διάστημα από την 31η Μαρτίου 2009 έως τις 6 Σεπτεμβρίου 2016, η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας συνιστούσε κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης, καθότι ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό λαμβανομένου υπόψη του συνόλου των περιστάσεων της συγκεκριμένης υπόθεσης, και ότι η Google δεν είχε αποδείξει ότι η εν λόγω ρήτρα ήταν αντικειμενικώς δικαιολογημένη.

α) Επί του περιορισμού του ανταγωνισμού που συνεπάγεται η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας

88 Η Επιτροπή επισήμανε ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας, πρώτον, αποθάρρυνε τους άμεσους εταίρους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google, δεύτερον, εμπόδισε τους εν λόγω μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, τρίτον, έβλαψε ενδεχομένως την καινοτομία, τέταρτον, βοήθησε την Google να διατηρήσει και να ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της στις εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ, πλην της Πορτογαλίας, και, πέμπτον, έβλαψε ενδεχομένως τους καταναλωτές.

89 Η Επιτροπή επισήμανε επιπλέον ότι, στο πλαίσιο της εξέτασης των κρίσιμων περιστάσεων, έλαβε υπόψη, πρώτον, τη σπουδαιότητα της δεσπόζουσας θέσης της Google, αφενός, στις εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ, πλην της Πορτογαλίας, και, αφετέρου, στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ, δεύτερον, το μερίδιο της τελευταίας αυτής αγοράς το οποίο κάλυπτε η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας και, τρίτον, τη «διάρκεια της [εν λόγω] ρήτρας».

β) Επί της έλλειψης αντικειμενικών δικαιολογητικών λόγων

90 Η Επιτροπή απέρριψε τους αντικειμενικούς δικαιολογητικούς λόγους που προέβαλε η Google κατά τη διοικητική διαδικασία.

91 Κατά τη διοικητική διαδικασία, η Google είχε υποστηρίξει ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας ήταν αναγκαία προκειμένου οι άμεσοι εταίροι να μπορούν να προβάλλουν ανταγωνιστικές διαφημίσεις που πληρούσαν τις ποιοτικές απαιτήσεις της, μεταξύ άλλων προκειμένου να αποφεύγεται η προβολή διαφημίσεων που θα εμφανίζονταν ως διαφημίσεις της Google και θα προωθούσαν ακατάλληλο περιεχόμενο ή θα είχαν ως αποτέλεσμα την εγκατάσταση κακόβουλων λογισμικών στον υπολογιστή του χρήστη.

92 Η Επιτροπή εκτίμησε ότι η Google δεν εξέθεσε τους λόγους για τους οποίους οι άμεσοι εταίροι έπρεπε να προβάλλουν ανταγωνιστικές διαφημίσεις που πληρούσαν τις ποιοτικές απαιτήσεις της ούτε τον τρόπο με τον οποίο η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας μπορούσε να εμποδίσει παραπλανητικές πρακτικές στους οικείους διαδικτυακούς τόπους. Επιπλέον, η Επιτροπή εκτίμησε ότι η Google θα μπορούσε να επιτύχει την τήρηση των ποιοτικών απαιτήσεών της και την προστασία του σήματός της χρησιμοποιώντας λιγότερο περιοριστικά μέσα. Εξάλλου, η Επιτροπή διευκρίνισε συναφώς ότι το γεγονός ότι η Google είχε παραιτηθεί το 2016 από την εφαρμογή της εν λόγω ρήτρας (βλ. σκέψη 24 ανωτέρω) επιβεβαίωνε το ότι μπορούσε να χρησιμοποιήσει λιγότερο περιοριστικά μέσα.

6. Επί της ενιαίας και διαρκούς παραβάσεως

93 Η Επιτροπή έκρινε ότι οι τρεις περιπτώσεις κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης που απορρέουν από τη ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, τη ρήτρα τοποθέτησης και τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας, αντιστοίχως, συνιστούσαν, από κοινού, ενιαία και διαρκή παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ η οποία είχε διαρκέσει από την 1η Ιανουαρίου 2006 έως τις 6 Σεπτεμβρίου 2016.

94 Συναφώς, πρώτον, η Επιτροπή έκρινε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, η ρήτρα τοποθέτησης και η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας επεδίωκαν τον ίδιο σκοπό, ήτοι τον εκτοπισμό από την αγορά των μεσαζόντων που ανταγωνίζονταν την Google, προκειμένου η Google να διατηρήσει και να ενισχύσει τη θέση της στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις και στις αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και, κατά συνέπεια, τη θέση της στην αγορά γενικής αναζήτησης.

95 Δεύτερον, η Επιτροπή εκτίμησε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, η ρήτρα τοποθέτησης και η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας ήταν συμπληρωματικές, στο μέτρο

που είχαν ως σκοπό να αποθαρρύνουν τους άμεσους εταίρους να προμηθεύονται ανταγωνιστικές διαφημίσεις και να εμποδίσουν τους μεσάζοντες που ανταγωνίζονταν την Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ. Συναφώς, η Επιτροπή διευκρίνισε, μεταξύ άλλων, ότι η ίδια η Google είχε χαρακτηρίσει τη ρήτρα τοποθέτησης ως «ρήτρα “ελαστικής αποκλειστικότητας”» και ότι όλες οι GSA που περιείχαν τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας περιείχαν επίσης τη ρήτρα τοποθέτησης.

7. Επί των επιπτώσεων στο εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών

96 Η Επιτροπή έκρινε ότι ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, η ρήτρα τοποθέτησης και η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας ήταν, συγχρόνως, μεμονωμένα και από κοινού ικανές να επηρεάσουν αισθητά το εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών.

8. Επί του προστίμου

97 Η Επιτροπή επέβαλε στην Google LLC πρόστιμο ύψους 1 494 459 000 ευρώ, εκ των οποίων 130 135 475 ευρώ αλληλεγγύως και εις ολόκληρον με την Alphabet Inc.

II. Αιτήματα των διαδίκων

98 Η Google ζητεί από το Γενικό Δικαστήριο:

– να ακυρώσει την προσβαλλόμενη απόφαση·

– επικουρικώς, να διαγράψει ή να μειώσει το πρόστιμο·

– να καταδικάσει την Επιτροπή στα δικαστικά έξοδα.

99 Η Surfboard Holding BV (στο εξής: Surfboard) και η Vinden.NL BV (στο εξής: Vinden), λαμβανομένων υπόψη των παρατηρήσεων που η δεύτερη διατύπωσε επί της εκθέσεως ακροατηρίου, ζητούν από το Γενικό Δικαστήριο:

– να ακυρώσει την προσβαλλομένη απόφαση·

– να καταδικάσει την Επιτροπή στα δικαστικά έξοδα.

100 Η Επιτροπή ζητεί από το Γενικό Δικαστήριο:

– να απορρίψει την προσφυγή·

– να καταδικάσει την Google στα δικαστικά έξοδα·

– να καταδικάσει τη Surfboard και τη Vinden στα δικαστικά έξοδα των παρεμβάσεών τους.

III. Σκεπτικό

101 Προς στήριξη της προσφυγής της, η Google προβάλλει πέντε λόγους ακυρώσεως με τους οποίους υποστηρίζει, πρώτον, ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε σφάλμα κατά τον ορισμό της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις και, επομένως, δεν απέδειξε τη δεσπόζουσα θέση της Google στην εν λόγω αγορά, δεύτερον, ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους δεν συνιστά κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης, τρίτον και τέταρτον, ότι οι ρήτρες τοποθέτησης και χορήγησης προηγούμενης άδειας δεν συνιστούν κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης και, πέμπτον, ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε σφάλμα επιβάλλοντας στην Google πρόστιμο.

A. Προκαταρκτικές παρατηρήσεις

102 Κατά το άρθρο 102 ΣΛΕΕ, είναι ασυμβίβαστη με την εσωτερική αγορά και απαγορεύεται, κατά το μέτρο που δύναται να επηρεάσει το εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών, η καταχρηστική εκμετάλλευση από μία ή περισσότερες επιχειρήσεις της δεσπόζουσας θέσης τους εντός της εσωτερικής αγοράς ή σημαντικού τμήματός της.

103 Κατά πάγια νομολογία του Δικαστηρίου, σκοπός του ως άνω άρθρου είναι να αποτραπεί η νόθευση του ανταγωνισμού εις βάρος του γενικού συμφέροντος, των επιμέρους επιχειρήσεων και των καταναλωτών, διά της επιβολής κυρώσεων για τις συμπεριφορές επιχειρήσεων οι οποίες κατέχουν δεσπόζουσα θέση και οι οποίες περιορίζουν τον υγιή ανταγωνισμό, δύνανται δε, ως εκ τούτου, να προκαλέσουν άμεση ζημία στους καταναλωτές, ή οι οποίες παρεμποδίζουν ή νοθεύουν τον ανταγωνισμό αυτόν και, επομένως, ενδέχεται να προκαλέσουν έμμεση ζημία στους καταναλωτές (απόφαση της 21ης Δεκεμβρίου 2023, European Superleague Company, C-333/21, EU:C:2023:1011, σκέψη 124· πρβλ., επίσης, απόφαση της 27ης Μαρτίου 2012, Post Danmark, C-209/10, EU:C:2012:172, σκέψη 20). Επομένως, η έννοια της «καταχρηστικής εκμετάλλευσης», κατά την ως άνω διάταξη, αποσκοπεί στην επιβολή κυρώσεων για τη συμπεριφορά κατέχουσας δεσπόζουσα θέση επιχείρησης η οποία έχει ως αποτέλεσμα, σε μια αγορά όπου, ακριβώς λόγω της παρουσίας της επιχείρησης αυτής, ο ανταγωνισμός είναι ήδη εξασθενημένος, να κωλύει τη διατήρηση της δομής του αποτελεσματικού ανταγωνισμού (βλ. απόφαση της 19ης Ιανουαρίου 2023, Unilever Italia Mkt. Operations, C-680/20, EU:C:2023:33, σκέψη 36 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).

104 Επομένως, οι επιχειρήσεις που κατέχουν δεσπόζουσα θέση, ανεξαρτήτως των αιτίων της θέσης αυτής, υπέχουν ειδική υποχρέωση να μη θίγουν με τη συμπεριφορά τους τον αποτελεσματικό και ανόθευτο ανταγωνισμό στην εσωτερική αγορά (βλ. αποφάσεις της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής, C-413/14 P, EU:C:2017:632, σκέψη 135, και της 19ης Ιανουαρίου 2023, Unilever Italia Mkt. Operations, C-680/20, EU:C:2023:33, σκέψη 38).

105 Το άρθρο 102 ΣΛΕΕ δεν αποσκοπεί, αντιθέτως, στο να εμποδίσει τις επιχειρήσεις να κατακτήσουν, με την αξία τους, δεσπόζουσα θέση εντός μίας ή πλειόνων αγορών ούτε στο να διασφαλίσει ότι οι λιγότερο αποτελεσματικές ανταγωνίστριες των επιχειρήσεων που κατέχουν δεσπόζουσα θέση θα παραμείνουν στην αγορά (απόφαση της 21ης Δεκεμβρίου 2023, European Superleague Company, C-333/21, EU:C:2023:1011, σκέψη 126· πρβλ., επίσης, απόφαση της 27ης Μαρτίου 2012, Post Danmark, C-209/10, EU:C:2012:172, σκέψη 21). Πράγματι, κάθε αποτέλεσμα αποκλεισμού δεν θίγει κατ' ανάγκην τη λειτουργία του ανταγωνισμού, δεδομένου ότι, εξ ορισμού, ο υγιής ανταγωνισμός μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα την εξαφάνιση από την αγορά ή την περιθωριοποίηση ανταγωνιστών λιγότερο αποτελεσματικών και ως εκ τούτου

λιγότερο ελκυστικών για τους καταναλωτές από απόψεως τιμών, επιλογών, ποιότητας ή καινοτομίας (βλ. απόφαση της 19ης Ιανουαρίου 2023, Unilever Italia Mkt. Operations, C-680/20, EU:C:2023:33, σκέψη 37 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία· πρβλ., επίσης, απόφαση της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής, C-413/14 P, EU:C:2017:632, σκέψεις 133 και 134).

106 Επομένως, κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης θα μπορεί να διαπιστωθεί ιδίως όταν η προσαπτόμενη συμπεριφορά έχει επιφέρει αποτελέσματα αποκλεισμού ανταγωνιστών οι οποίοι ήταν εξίσου αποτελεσματικοί με τον δράστη της συμπεριφοράς από απόψεως διάρθρωσης του κόστους, ικανότητας καινοτομίας ή ποιότητας, ή όταν η εν λόγω συμπεριφορά βασίστηκε στη χρήση μέσων διαφορετικών από εκείνα που εντάσσονται στο πλαίσιο του «κανονικού», ήτοι του υγιούς ανταγωνισμού (βλ. απόφαση της 19ης Ιανουαρίου 2023, Unilever Italia Mkt. Operations, C-680/20, EU:C:2023:33, σκέψη 39 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).

107 Συναφώς, απόκειται στην Επιτροπή να αποδείξει τον καταχρηστικό χαρακτήρα μιας συμπεριφοράς υπό το πρίσμα του συνόλου των σχετικών πραγματικών περιστάσεων που περιβάλλουν την εν λόγω συμπεριφορά, συμπεριλαμβανομένων εκείνων οι οποίες αναδεικνύονται από τα αποδεικτικά στοιχεία που προσκομίζει αμυνόμενη η κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση (βλ. απόφαση της 19ης Ιανουαρίου 2023, Unilever Italia Mkt. Operations, C-680/20, EU:C:2023:33, σκέψη 40 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).

108 Ασφαλώς, για τον χαρακτηρισμό μιας συμπεριφοράς ως καταχρηστικής, η Επιτροπή δεν οφείλει κατ' ανάγκην να αποδείξει ότι η συμπεριφορά αυτή παρήγαγε πράγματι αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα. Συγκεκριμένα, σκοπός του άρθρου 102 ΣΛΕΕ είναι η επιβολή κυρώσεων σε μία ή περισσότερες επιχειρήσεις λόγω καταχρηστικής εκμετάλλευσης δεσπόζουσας θέσης στην εσωτερική αγορά ή σε σημαντικό τμήμα της, ανεξαρτήτως του αν η καταχρηστική αυτή εκμετάλλευση αποδείχθηκε επιτυχής ή μη. Επομένως, η Επιτροπή μπορεί να διαπιστώσει παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ αποδεικνύοντας ότι η εν λόγω συμπεριφορά, κατά τη διάρκεια της περιόδου κατά την οποία εκδηλώθηκε, ήταν, υπό τις περιστάσεις της οικείας υπόθεσης, ικανή να περιορίσει τον υγιή ανταγωνισμό, καίτοι δεν παρήγαγε αποτελέσματα (βλ. απόφαση της 19ης Ιανουαρίου 2023, Unilever Italia Mkt. Operations, C-680/20, EU:C:2023:33, σκέψη 41 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).

109 Εντούτοις, η απόδειξη αυτή πρέπει, κατ' αρχήν, να στηρίζεται σε απτά αποδεικτικά στοιχεία, από τα οποία να προκύπτει συγκεκριμένα, και όχι απλώς θεωρητικά, η πραγματική ικανότητα της εν λόγω πρακτικής να παράγει τέτοια αποτελέσματα, η δε ύπαρξη αμφιβολιών ως προς τη σχετική ικανότητα θα πρέπει να αποβαίνει υπέρ της επιχείρησης που έκανε χρήση τέτοιας πρακτικής (βλ. απόφαση της 19ης Ιανουαρίου 2023, Unilever Italia Mkt. Operations, C-680/20, EU:C:2023:33, σκέψη 42 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).

110 Συγκεκριμένα, επισημαίνεται ότι, σε αντίθεση, για παράδειγμα, με την ανάλυση των προοπτικών εξέλιξης μιας αγοράς που απαιτείται για την εξέταση ενός σχεδίου συγκέντρωσης, για την οποία είναι αναγκαίο να προβλεφθούν τα γεγονότα που θα συμβούν στο μέλλον, με μεγαλύτερη ή μικρότερη πιθανότητα, εάν δεν εκδοθεί απόφαση περί απαγόρευσης ή περί καθορισμού των όρων της σχεδιαζόμενης συγκέντρωσης, η Επιτροπή συνήθως εξετάζει, όταν επιβάλλει κύρωση για κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης, γεγονότα του παρελθόντος, για τα οποία κατά κανόνα υπάρχουν πολλά στοιχεία που καθιστούν δυνατό να κατανοηθούν οι αιτίες και να εκτιμηθούν οι συνέπειές τους επί του πραγματικού ανταγωνισμού (πρβλ. απόφαση της 15ης Φεβρουαρίου 2005, Επιτροπή κατά Tetra Laval, C-12/03 P, EU:C:2005:87, σκέψη 42).

111 Προς τούτο, η Επιτροπή δύναται, μεταξύ άλλων, δυνάμει του άρθρου 18 του κανονισμού 1/2003, να ζητήσει από τις επιχειρήσεις να παράσχουν όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για τον σκοπό της έρευνάς της. Όπως υποστηρίζει η Επιτροπή, πρέπει να αποδίδεται μεγάλη αποδεικτική αξία στις εξαντλητικές απαντήσεις σε ευθεία ερώτηση βάσει της προμνησθείσας διάταξης, στο μέτρο που η Επιτροπή μπορεί να επιβάλει πρόστιμο στις επιχειρήσεις που παρέχουν ανακριβή ή παραπλανητική πληροφορία σε απάντηση σε τέτοια ερώτηση δυνάμει του άρθρου 23, παράγραφος 1, στοιχείο α′, του εν λόγω κανονισμού (πρβλ. αποφάσεις της 16ης Σεπτεμβρίου 2013, Galp Energía España κ.λπ. κατά Επιτροπής, T-462/07, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2013:459, σκέψη 123, και της 26ης Ιανουαρίου 2022, Intel Corporation κατά Επιτροπής, T-286/09 RENV, κατά της οποίας εκκρεμεί αίτηση αναιρέσεως, EU:T:2022:19, σκέψη 376).

112 Επιπλέον, υπενθυμίζεται ότι η ενδιαφερόμενη επιχείρηση μπορεί να υποστηρίξει, κατά τη διοικητική διαδικασία, προσκομίζοντας σχετικά αποδεικτικά στοιχεία, ότι η συμπεριφορά της δεν ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό και, ειδικότερα, να προκαλέσει, όπως της προσάπτεται, τον εκτοπισμό ανταγωνιστών από την αγορά (πρβλ. απόφαση της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής, C-413/14 P, EU:C:2017:632, σκέψη 138). Επομένως, το Γενικό Δικαστήριο οφείλει να εξετάσει το σύνολο των επιχειρημάτων του προσφεύγοντος διαδίκου, με τα οποία επιδιώκεται να αμφισβητηθεί το βάσιμο των διαπιστώσεων της Επιτροπής όσον αφορά την εγγενή ικανότητα της επίμαχης πρακτικής να επιφέρει τον εκτοπισμό από την αγορά των ανταγωνιστών που είναι τουλάχιστον εξίσου αποτελεσματικοί [απόφαση της 15ης Ιουνίου 2022, Qualcomm κατά Επιτροπής (Qualcomm – Πληρωμές βάσει αποκλειστικότητας), T-235/18, EU:T:2022:358, σκέψη 356· πρβλ., επίσης, απόφαση της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής, C-413/14 P, EU:C:2017:632, σκέψη 141].

113 Όσον αφορά τον έλεγχο νομιμότητας που προβλέπεται στο άρθρο 263 ΣΛΕΕ, το Δικαστήριο έχει υπενθυμίσει ότι καλύπτει όλα τα στοιχεία των αποφάσεων της Επιτροπής οι οποίες αφορούν, μεταξύ άλλων, διαδικασίες εφαρμογής του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και ελέγχονται από το Γενικό Δικαστήριο εμπεριστατωμένα, τόσο από νομικής όσο και από πραγματικής απόψεως, υπό το πρίσμα των λόγων που προβάλλει ο προσφεύγων και λαμβανομένου υπόψη του συνόλου των κρίσιμων στοιχείων τα οποία αυτός υποβάλλει στην κρίση του, είτε είναι προγενέστερα είτε μεταγενέστερα της εκδοθείσας απόφασης, είτε είχαν προσκομιστεί προηγουμένως στο πλαίσιο της διοικητικής διαδικασίας είτε προσκομίζονται για πρώτη φορά στο πλαίσιο της προσφυγής της οποίας έχει επιληφθεί το Γενικό Δικαστήριο, εφόσον όμως είναι ουσιώδη για τον έλεγχο της νομιμότητας της απόφασης της Επιτροπής (βλ. αποφάσεις της 21ης Ιανουαρίου 2016, Galp Energía España κ.λπ. κατά Επιτροπής, C-603/13 P, EU:C:2016:38, σκέψη 72, και της 25ης Ιουλίου 2018, Orange Polska κατά Επιτροπής, C-123/16 P, EU:C:2018:590, σκέψη 105 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).

Β. Επί του πρώτου λόγου ακυρώσεως, κατά τον οποίο η Επιτροπή υπέπεσε σε σφάλμα κατά τον ορισμό των σχετικών αγορών και της δεσπόζουσας θέσης της Google

114 Με τον πρώτο λόγο ακυρώσεως, η Google, υποστηριζόμενη από τη Surfboard και τη Vinden, υποστηρίζει ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε σφάλμα κατά τον ορισμό των αγορών διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και της διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Λόγω του σφάλματος αυτού, η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι η Google κατείχε δεσπόζουσα θέση στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ και, επομένως, δεν μπορούσε να διαπιστώσει ορθώς, με την προσβαλλόμενη απόφαση, κατάχρηση, κατά την έννοια του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, στην εν λόγω αγορά.

115 Η επιχειρηματολογία της Google διαρθρώνεται σε δύο σκέλη.

116 Με το πρώτο σκέλος του πρώτου λόγου ακυρώσεως, η Google υποστηρίζει ότι, κατά τον ορισμό των εθνικών αγορών διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, η Επιτροπή υπέπεσε σε σφάλμα συμπεραίνοντας ότι οι διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις δεν μπορούσαν να υποκαταστήσουν τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

117 Με το δεύτερο σκέλος του πρώτου λόγου ακυρώσεως, η Google υποστηρίζει ότι, κατά τον ορισμό της ευρωπαϊκής αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, η Επιτροπή υπέπεσε σε πλάνη διαπιστώνοντας ότι δεν υπήρχε δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ της πώλησης διαδικτυακών διαφημίσεων μέσω διαμεσολάβησης και της άμεσης πώλησης διαδικτυακών διαφημίσεων από τους εκδότες.

1. Επί του πρώτου σκέλους του πρώτου λόγου ακυρώσεως, το οποίο αφορά τη δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και των διαφημίσεων που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις

118 Όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 27 ανωτέρω, με την προσβαλλόμενη απόφαση η Επιτροπή προσδιόρισε δύο σχετικές αγορές. Η πρώτη από τις αγορές αυτές ήταν η αγορά διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, η οποία περιγράφηκε στις σκέψεις 28 και 29 ανωτέρω. Μολονότι η κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης που διαπιστώθηκε με την προσβαλλόμενη απόφαση αφορούσε τη δεύτερη σχετική αγορά η οποία ορίζεται με την εν λόγω απόφαση, ήτοι την αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, η Επιτροπή εξέθεσε κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση ότι ο ορισμός της πρώτης αγοράς ήταν αναγκαίο στάδιο για τον ορισμό της δεύτερης αγοράς, η οποία δεν μπορούσε να οριστεί ως διακριτή αγορά χωρίς τον προηγούμενο ορισμό της πρώτης αγοράς.

119 Με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή εκτίμησε, μεταξύ άλλων, ότι οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις δεν μπορούσαν να υποκαταστήσουν τις διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις, οι οποίες περιγράφηκαν στη σκέψη 32 ανωτέρω.

120 Στις αιτιολογικές σκέψεις 135 έως 169 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή στήριξε την ανάλυση με την οποία διέκρινε τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις από τις διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις (στο εξής: δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων) στα εξής στοιχεία: πρώτον, την ενεργοποίηση και τη θέση των επίμαχων διαφημίσεων, δεύτερον, τη μορφή τους, τρίτον, την ικανότητά τους να αποκριθούν στο άμεσο ενδιαφέρον του χρήστη, τέταρτον, την ικανότητά τους να έχουν ως αποτέλεσμα μια αγορά εκ μέρους του χρήστη, πέμπτον, τα ποσοστά κλικ και μετατροπής τους, έκτον, την ικανότητά τους να μετρούν την απόδοση της επένδυσης των διαφημιζομένων, έβδομον, τις παρατηρήσεις ένωσης που εκπροσωπεί διαφημιζομένους (World Federation of Advertisers), όγδοον, τις απαντήσεις διαφημιζομένων, εκδοτών και εταιριών επικοινωνίας στις αιτήσεις παροχής πληροφοριών της Επιτροπής σχετικά με το αποτέλεσμα αύξησης της τιμής των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, ένατον, την κλαδική έκθεση που εκπόνησε φορέας εκμετάλλευσης διαδικτυακής βάσης δεδομένων η οποία περιέχει στατιστικά στοιχεία και στατιστικές έρευνες (Statista) και, δέκατον, τις επενδύσεις που είναι αναγκαίες για την παροχή υπηρεσιών διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

121 Η Google εκτιμά ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε σφάλμα διαπιστώνοντας, με την προσβαλλόμενη απόφαση, ότι τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων δεν περιλαμβάνονται στην ίδια αγορά.

122 Η επιχειρηματολογία της Google συναφώς μπορεί να συνοψισθεί ως ακολούθως. Πρώτον, η Google επισημαίνει ότι εσφαλμένως η Επιτροπή επικεντρώθηκε στη δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων από την πλευρά των διαφημιζομένων και όχι από την πλευρά των εκδοτών. Δεύτερον, κατά την Google, η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη το σύνολο των κρίσιμων παραγόντων, αλλά επικεντρώθηκε σε υποθετικές διαφορές χαρακτηριστικών μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων. Τρίτον, κατά την Google, η Επιτροπή δεν ανέλυσε καταλλήλως τις τιμές, μέσω, για παράδειγμα, κριτηρίου που αναλύει τον αντίκτυπο σημαντικής και μη παροδικής αύξησης, κατά 5 έως 10 %, της τιμής των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις (Small but Significant Non-transitory Increase in Prices, στο εξής: κριτήριο SSNIP), και υπέπεσε σε πλάνη κατά την ερμηνεία των απαντήσεων των εκδοτών, των διαφημιζομένων και των εταιριών επικοινωνίας στο πλαίσιο της ανάλυσης που πραγματοποίησε. Τέταρτον, η Google υποστηρίζει ότι οι ως άνω υποθετικές διαφορές χαρακτηριστικών μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων δεν αποδείχθηκαν και, επιπλέον, δεν επαρκούν για τη διαπίστωση αδυναμίας αμοιβαίας υποκατάστασης. Πέμπτον, κατά την Google, η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη τα παραδείγματα εκδοτών που χρησιμοποιούν ή έχουν χρησιμοποιήσει εναλλάξ τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων. Έκτον, κατά την Google, η Επιτροπή υπέπεσε σε σφάλμα κατά την ερμηνεία των δηλώσεων ορισμένων εκπροσώπων της Google. Έβδομον, η Google υποστηρίζει ότι η ανάλυση, με την προσβαλλόμενη απόφαση, της δυνατότητας υποκατάστασης μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων είναι κατ' ουσίαν αντίθετη προς παλαιότερες αποφάσεις της Επιτροπής.

123 Η Surfboard και η Vinden υποστηρίζουν τα επιχειρήματα της Google και ισχυρίζονται επίσης ότι η Επιτροπή δεν έλαβε δεόντως υπόψη την πλευρά των εκδοτών.

α) Προκαταρκτικές παρατηρήσεις

124 Προκαταρκτικώς, υπενθυμίζεται ότι ο προσδιορισμός της σχετικής αγοράς, στο πλαίσιο εφαρμογής του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, συνιστά κατ' αρχήν προαπαιτούμενο για την εκτίμηση της ενδεχόμενης ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης της οικείας επιχείρησης και έχει ως αντικείμενο την οριοθέτηση του πεδίου εντός του οποίου πρέπει να εξετάζεται το ζήτημα εάν η εν λόγω επιχείρηση είναι σε θέση να συμπεριφέρεται, σε σημαντικό βαθμό, ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές της, τους πελάτες της και τους καταναλωτές [βλ. απόφαση της 30ής Ιανουαρίου 2020, Generics (UK) κ.λπ., C-307/18, EU:C:2020:52, σκέψη 127 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία].

125 Από τη νομολογία προκύπτει ότι η έννοια της σχετικής αγοράς υποδηλώνει ότι είναι δυνατόν να υπάρξει πραγματικός ανταγωνισμός μεταξύ των προϊόντων ή των υπηρεσιών που αποτελούν μέρος αυτής, κάτι που προϋποθέτει επαρκή βαθμό εναλλαξιμότητας προκειμένου όλα τα προϊόντα ή όλες οι υπηρεσίες, που αποτελούν μέρος της ίδιας αγοράς, να τυγχάνουν της ίδιας χρήσης. Η εναλλαξιμότητα ή η δυνατότητα υποκατάστασης δεν εκτιμάται μόνο σε σχέση με τα αντικειμενικά χαρακτηριστικά των επίμαχων προϊόντων και υπηρεσιών. Πρέπει επίσης να λαμβάνονται υπόψη οι συνθήκες του ανταγωνισμού και η διάρθρωση της ζήτησης και της προσφοράς στην αγορά (βλ. απόφαση της 23ης Ιανουαρίου 2018, F. Hoffmann-La Roche κ.λπ., C-179/16, EU:C:2018:25, σκέψη 51 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).

126 Επίσης, από την ανακοίνωση της Επιτροπής όσον αφορά τον ορισμό της σχετικής αγοράς για τους σκοπούς του κοινοτικού δικαίου ανταγωνισμού (ΕΕ 1997, C 372, σ. 5, στο εξής: ανακοίνωση για τον ορισμό της αγοράς) προκύπτει ότι «[η] αγορά του σχετικού προϊόντος περιλαμβάνει όλα τα προϊόντα ή και τις υπηρεσίες που είναι δυνατόν να εναλλάσσονται ή να υποκαθίστανται αμοιβαία από τον καταναλωτή, λόγω των χαρακτηριστικών, των τιμών και της χρήσης για την

οποία προορίζονται». Από οικονομικής απόψεως, για τον ορισμό της σχετικής αγοράς, η δυνατότητα υποκατάστασης από πλευράς της ζήτησης είναι ο πιο άμεσος και πιο σημαντικός παράγων πειθαρχίας για τους προμηθευτές συγκεκριμένου προϊόντος, ιδίως όσον αφορά τις αποφάσεις τους περί καθορισμού των τιμών. Επιπλέον, η δυνατότητα υποκατάστασης από πλευράς της προσφοράς μπορεί επίσης να ληφθεί υπόψη για τον ορισμό της σχετικής αγοράς στις περιπτώσεις στις οποίες αυτή η δυνατότητα υποκατάστασης έχει ισοδύναμα αποτελέσματα με αυτά της δυνατότητας υποκατάστασης όσον αφορά την αμεσότητα και την αποτελεσματικότητα. Προς τούτο, πρέπει οι προμηθευτές να είναι σε θέση να προσανατολίζουν εκ νέου την παραγωγή τους προς τα οικεία προϊόντα και να τα εμπορεύονται βραχυπρόθεσμα, χωρίς να υφίστανται σημαντικό πρόσθετο κόστος και χωρίς να διατρέχουν σημαντικό επιπλέον κίνδυνο, ανταποκρινόμενοι στις ελαφρές αλλά μόνιμες μεταβολές των σχετικών τιμών (απόφαση της 29ης Μαρτίου 2012, Telefónica και Telefónica de España κατά Επιτροπής, T-336/07, EU:T:2012:172, σκέψη 113).

127 Εξάλλου, υπογραμμίζεται ότι, όπως προκύπτει από το σημείο 25 της ανακοίνωσης για τον ορισμό της αγοράς και από τη νομολογία, ο ορισμός της σχετικής αγοράς δεν απαιτεί η Επιτροπή να χρησιμοποιεί αυστηρά μια σειρά πηγών πληροφοριών ή αποδεικτικών στοιχείων (απόφαση της 11ης Ιανουαρίου 2017, Topps Europe κατά Επιτροπής, T-699/14, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2017:2, σκέψη 82), το δε ζήτημα της δυνατότητας υποκατάστασης μεταξύ των προϊόντων μπορεί να προσεγγίζεται βάσει ενός πλέγματος ενδείξεων αποτελούμενων από διάφορα στοιχεία αξιολόγησης, συχνά δε εμπειρικά, ενώ η Επιτροπή οφείλει να λαμβάνει υπόψη όλες τις συναφείς πληροφορίες που έχει στη διάθεσή της (απόφαση της 1ης Ιουλίου 2010, AstraZeneca κατά Επιτροπής, T-321/05, EU:T:2010:266, σκέψη 85).

β) Επί της συνεκτίμησης της πλευράς των εκδοτών

128 Η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε, με την προσβαλλόμενη απόφαση, ότι τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων αποτελούν μέρος διαφορετικών αγορών από την πλευρά των εκδοτών. Κατά την Google, η Επιτροπή έπρεπε να εξετάσει περαιτέρω τη δυνατότητα υποκατάστασης από την πλευρά της ζήτησης των εκδοτών, δεδομένου ότι η κατάχρηση που η Επιτροπή διαπιστώνει με την προσβαλλόμενη απόφαση αφορά τον περιορισμό της δυνατότητας των εκδοτών να επιλέξουν εναλλακτικές λύσεις στην υπηρεσία διαμεσολάβησης της Google, ήτοι την AFS. Επομένως, εσφαλμένως η Επιτροπή επικεντρώθηκε, με την προσβαλλόμενη απόφαση, στη δυνατότητα υποκατάστασης από την πλευρά των διαφημιζομένων και όχι από την πλευρά των εκδοτών.

129 Η Surfboard και η Vinden υποστηρίζουν τα ανωτέρω επιχειρήματα.

130 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

131 Κατά πρώτον, διαπιστώνεται ότι η δυνατότητα υποκατάστασης πρέπει να εξετάζεται γενικώς από την πλευρά της ζήτησης (βλ. σκέψη 126 ανωτέρω).

132 Η Google δέχθηκε, όμως, κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, ότι οι εκδότες δεν συνιστούσαν τη ζήτηση για τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων. Επιπλέον, η Google δεν αμφισβήτησε τη διαπίστωση της Επιτροπής, στην αιτιολογική σκέψη 121 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι, στην αγορά διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, τη ζήτηση συνιστούν οι χρήστες και οι διαφημιζόμενοι, τη δε προσφορά συνιστούν οι φορείς εκμετάλλευσης διαφημιστικών πλατφορμών. Επομένως, η Google δεν απέδειξε ότι η πλευρά των εκδοτών, οι οποίοι δεν αποτελούν μέρος της ζήτησης, έπρεπε να ληφθεί υπόψη στο πλαίσιο της ανάλυσης της δυνατότητας υποκατάστασης από την πλευρά της ζήτησης.

133 Υπό τις συνθήκες αυτές, η Google, η Surfboard και η Vinden δεν μπορούν να προσάψουν στην Επιτροπή ότι περιέλαβε, στην ανάλυση του ορισμού της σχετικής αγοράς, περισσότερα στοιχεία σχετικά με τη δυνατότητα υποκατάστασης των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων από την πλευρά των διαφημιζομένων παρά από την πλευρά των εκδοτών, απλώς και μόνον για τον λόγο ότι η διαπιστωθείσα με την προσβαλλόμενη απόφαση κατάχρηση περιόριζε την επιλογή των εκδοτών στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, η οποία είναι, εξάλλου, διακριτή αγορά.

134 Κατά δεύτερον, και εν πάση περιπτώσει, υπογραμμίζεται ότι η Επιτροπή έλαβε υπόψη, με την προσβαλλόμενη απόφαση, την πλευρά των εκδοτών κατά την ανάλυση της δυνατότητας υποκατάστασης των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων.

135 Συγκεκριμένα, η Επιτροπή βασίστηκε στις απαντήσεις των εκδοτών στις αιτήσεις της παροχής πληροφοριών κατά την εκτίμηση του ορισμού της σχετικής αγοράς προκειμένου να θεμελιώσει τα συμπεράσματά της στις διαφορές των χαρακτηριστικών και της χρήσης των δύο επίμαχων ειδών διαφήμισης. Η συνεκτίμηση αυτή προκύπτει από τις παρατηρήσεις της Επιτροπής σχετικά με τη θέση και τη μορφή των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις (βλ. αιτιολογικές σκέψεις 136 και 137 της προσβαλλόμενης απόφασης), την εγγενή ικανότητα των εν λόγω διαφημίσεων να αποκρίνονται σε άμεσο ενδιαφέρον του χρήστη (βλ. αιτιολογικές σκέψεις 138 και 139 της προσβαλλόμενης απόφασης) και τη μεγαλύτερη ικανότητά τους να μετατρέπουν την υφιστάμενη ζήτηση σε αγορά (βλ., μεταξύ άλλων, αιτιολογικές σκέψεις 142 και 143 της προσβαλλόμενης απόφασης). Από την ως άνω διαπίστωση προκύπτει ότι η ανάλυση των χαρακτηριστικών και των χρήσεων των εν λόγω διαφημίσεων αφορούσε τόσο τους εκδότες όσο και τους διαφημιζόμενους. Επιπλέον, η Επιτροπή παρέπεμψε στις παρατηρήσεις των εκδοτών για να καταλήξει στο συμπέρασμα ότι οι εκδότες δεν θα αντικαθιστούσαν, κατά πάσα πιθανότητα, το σύνολο ή μέρος των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις που προέβαλλαν στους διαδικτυακούς τόπους τους με διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις σε περίπτωση μείωσης από 5 έως 10 % των εσόδων που παράγουν οι πρώτες (βλ., επ' αυτού, αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης). Η γνώμη και η συμπεριφορά των εκδοτών που προβάλλουν διαφημίσεις στις αναζητήσεις στους διαδικτυακούς τόπους τους μνημονεύονται επίσης στις αιτιολογικές σκέψεις 156 έως 158, 160, 162 και 164 της προσβαλλόμενης απόφασης.

136 Ως εκ τούτου, η Google δεν αποδεικνύει ότι η Επιτροπή δεν εξέτασε επαρκώς τη δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων από την πλευρά των εκδοτών.

γ) Επί της συνεκτίμησης του συνόλου των κρίσιμων παραγόντων

137 Η Google υποστηρίζει ότι εσφαλμένως η Επιτροπή επικεντρώθηκε σε υποθετικές διαφορές χαρακτηριστικών μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων, παραλείποντας να λάβει υπόψη το σύνολο των κρίσιμων παραγόντων για τους εκδότες, όπως απαιτείται από την ανακοίνωση για τον ορισμό της αγοράς. Η Google προσάπτει ειδικότερα στην Επιτροπή, παραπέμποντας στα σημεία 38 έως 43 της εν λόγω ανακοίνωσης, ότι δεν βασίστηκε, με την προσβαλλόμενη απόφαση, σε πραγματικά παραδείγματα υποκατάστασης προϊόντων, ποσοτικούς δοκιμαστικούς ελέγχους προκειμένου να μετρήσει την ελαστικότητα της τιμής, τεκμηριωμένες παρατηρήσεις των πελατών και των ανταγωνιστών, καθώς και στα εμπόδια και τις δαπάνες, για τους εκδότες, που συνδέονται με αλλαγή προϊόντος.

138 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

139 Όπως προκύπτει από τη νομολογία που υπομνήσθηκε στις σκέψεις 125 και 126 ανωτέρω, η δυνατότητα υποκατάστασης δεν εκτιμάται μόνο σε σχέση με τα αντικειμενικά χαρακτηριστικά των επίμαχων προϊόντων και υπηρεσιών. Συγκεκριμένα, μολονότι τα χαρακτηριστικά των σχετικών προϊόντων και υπηρεσιών είναι κρίσιμα για την εν λόγω εκτίμηση, πρέπει επίσης να λαμβάνονται υπόψη οι συνθήκες του ανταγωνισμού και η διάρθρωση της ζήτησης και της προσφοράς στην αγορά (βλ. απόφαση της 23ης Ιανουαρίου 2018, F. Hoffmann-La Roche κ.λπ., C-179/16, EU:C:2018:25, σκέψη 51 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία). Η αρχή αυτή επαναλαμβάνεται κατ' ουσίαν στο σημείο 36 της ανακοίνωσης για τον ορισμό της αγοράς, στην οποία παραπέμπει η Google, κατά το οποίο, «[ω]στόσο, τα χαρακτηριστικά του προϊόντος και η χρήση για την οποία προορίζεται δεν επαρκούν για να συναχθεί το συμπέρασμα ότι υπάρχει δυνατότητα αμοιβαίας υποκατάστασης δύο προϊόντων από την πλευρά της ζήτησης».

140 Πάντως, εν αντιθέσει προς όσα υποστηρίζει η Google με τα υπομνήματά της, η Επιτροπή δεν υποχρεούται να εξετάζει, όταν προσδιορίζει την αγορά προϊόντων, όλα τα στοιχεία εκτίμησης που μνημονεύονται στην ανακοίνωση για τον ορισμό της αγοράς, ούτε να χρησιμοποιεί αυστηρά μια σειρά στοιχείων, όπως προκύπτει από το σημείο 25 της εν λόγω ανακοίνωσης και από τη νομολογία που μνημονεύθηκε στη σκέψη 127 ανωτέρω.

141 Εν πάση περιπτώσει, μολονότι είναι αληθές ότι, με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή αφιέρωσε μεγάλο μέρος της ανάλυσής της στα χαρακτηριστικά και στις χρήσεις που μπορούν να έχουν τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων και στις μεταξύ τους διαφορές, επιβάλλεται η διαπίστωση ότι, για να διαπιστώσει την αδυναμία αμοιβαίας υποκατάστασης των εν λόγω διαφημίσεων, η Επιτροπή δεν επισήμανε μόνον τα ανωτέρω στοιχεία αλλά έλαβε υπόψη, στο πλαίσιο σφαιρικής εκτίμησης, ορισμένους άλλους παράγοντες, περιλαμβανομένων εκείνων που επισήμανε η Google και που εκτέθηκαν στη σκέψη 137 ανωτέρω.

142 Συγκεκριμένα, η Επιτροπή εξέτασε επίσης με την προσβαλλόμενη απόφαση παράγοντες όπως την τιμή των επίμαχων διαφημίσεων (αιτιολογικές σκέψεις 148 και 149), τις επενδύσεις που είναι αναγκαίες για την παροχή υπηρεσιών για τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις (αιτιολογικές σκέψεις 150 έως 154) και, με την απάντηση στα επιχειρήματα που προέβαλε η Google κατά τη διοικητική διαδικασία, τη συμπεριφορά εκδοτών που φέρεται να μείωσαν τη χρήση διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις (αιτιολογικές σκέψεις 162, 164 και 165), καθώς και την αντίληψη της αγοράς εκ μέρους εκπροσώπων της Google (αιτιολογικές σκέψεις 156 και 169). Επιπλέον, όπως υποστηρίζει η Επιτροπή με τα υπομνήματά της, το ζήτημα των εμποδίων που αντιμετωπίζουν οι εκδότες και οι διαφημιζόμενοι όσον αφορά την αντικατάσταση των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις με διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις εξετάστηκε επίσης, εμμέσως, με την προσβαλλόμενη απόφαση. Συγκεκριμένα, στην αιτιολογική σκέψη 148, η Επιτροπή παρατήρησε ότι όλοι οι εκδότες και η πλειονότητα των διαφημιζομένων επισήμαναν, απαντώντας στις αιτήσεις παροχής πληροφοριών της Επιτροπής, ότι δεν ήταν πιθανό να αντικαταστήσουν τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις με διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις σε περίπτωση είτε μη παροδικής μείωσης κατά 5 έως 10 % των εσόδων που παράγονται από διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις, όσον αφορά τους εκδότες, είτε ισοδύναμης αύξησης της τιμής των εν λόγω διαφημίσεων, όσον αφορά τους διαφημιζομένους.

143 Εξάλλου, εν αντιθέσει προς όσα υποστηρίζει η Google, η Επιτροπή συνέλεξε τις τεκμηριωμένες παρατηρήσεις των παραγόντων της αγοράς, μεταξύ άλλων μετά τις αιτήσεις παροχής πληροφοριών που απέστειλε στους εκδότες, στους διαφημιζομένους και στις εταιρίες επικοινωνίας, οι οποίες οργανώνουν τις διαφημιστικές εκστρατείες επιχειρήσεων. Η Επιτροπή

βασίστηκε στις ως άνω παρατηρήσεις για να ορίσει τη σχετική αγορά, όπως προκύπτει από τις υποσημειώσεις 105, 109, 110, 112 έως 115, 119, 120, 122 έως 125, 128, 132 έως 138, 140, 141, 145, 169, 171, 172 και 176 της προσβαλλόμενης απόφασης.

144 Κατά συνέπεια, η Google δεν αποδεικνύει ότι η Επιτροπή αγνόησε ορισμένους κρίσιμους παράγοντες κατά τη σφαιρική εκτίμηση της δυνατότητας αμοιβαίας υποκατάστασης των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων ούτε ότι υπέπεσε σε πλάνη περί το δίκαιο αφιερώνοντας μεγάλο μέρος της ανάλυσής της στις διαφορές των χαρακτηριστικών και των χρήσεων των εν λόγω δύο ειδών διαφημίσεων.

δ) Επί των επιχειρημάτων της Google σχετικά με το κριτήριο SSNIP

145 Η Google υποστηρίζει ότι ήταν ιδιαιτέρως σημαντικό η Επιτροπή να ελέγξει, μέσω, για παράδειγμα, κριτηρίου SSNIP, αν οι εκδότες και οι διαφημιζόμενοι θα είχαν επιλέξει να χρησιμοποιήσουν διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις σε περίπτωση ουσιώδους μεταβολής της τιμής των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Σε τέτοια περίπτωση, τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων θα ασκούσαν ανταγωνιστικές πιέσεις το ένα στο άλλο με αποτέλεσμα να σχηματίζουν μία και μόνη αγορά. Κατά την Google, η ανάλυση της Επιτροπής σχετικά με τις τιμές, η οποία εκτίθεται στην αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης, δεν συνιστά πραγματική εφαρμογή κριτηρίου SSNIP, επιπλέον δε η Επιτροπή άντλησε εσφαλμένα συμπεράσματα από την εν λόγω ανάλυση.

146 Κατά πρώτον, πρέπει να εξεταστούν τα επιχειρήματα με τα οποία η Google αμφισβητεί την καταλληλότητα της ανάλυσης της Επιτροπής σχετικά με τις τιμές και, κατά δεύτερον, τα επιχειρήματα της Google που αφορούν τα συμπεράσματα που η Επιτροπή άντλησε από την εν λόγω ανάλυση.

1) Επί της καταλληλότητας της ανάλυσης της Επιτροπής σχετικά με τις τιμές

147 Στην αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης, πρώτον, η Επιτροπή επισήμανε ότι «η πλειονότητα των διαφημιζομένων, όλοι οι εκδότες και το ήμισυ των εταιριών επικοινωνίας δηλώνουν ότι, σε περίπτωση μη παροδικής αύξησης κατά 5 έως 10 % της τιμής των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις δεν ήταν πιθανό να στρέψουν το σύνολο ή μέρος των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις προς διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις». Δεύτερον, στην ίδια αιτιολογική σκέψη, η Επιτροπή επισήμανε επιπλέον ότι ορισμένοι εκδότες δήλωσαν επίσης ότι τούτο συμβαίνει επειδή τα έσοδα που παράγουν οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις είναι αισθητά μεγαλύτερα από τα έσοδα που προέρχονται από διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις.

148 Η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή δεν εφάρμοσε πραγματικά το κριτήριο SSNIP. Επ’ αυτού, αφενός, η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή δεν εξέτασε αν θα ήταν αποδοτικό για μια επιχείρηση που κατέχει υποθετικά το μονοπώλιο της αγοράς να αυξήσει κατά 5 έως 10 % την τιμή των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Με άλλα λόγια, η Επιτροπή έπρεπε να εξετάσει αν επαρκής αριθμός οριακών πελατών θα μετέβαλλε επαρκώς τη ζήτησή του ώστε η αύξηση της τιμής να είναι ελάχιστα αποδοτική. Αφετέρου, η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή δεν μπορούσε να βασιστεί αποκλειστικά και μόνο στις απαντήσεις των εκδοτών, των διαφημιζομένων και των εταιριών επικοινωνίας σε ερώτηση που τέθηκε με τις αιτήσεις παροχής πληροφοριών, κατά μείζονα λόγο διότι οι εν λόγω απαντήσεις δεν υποστηρίζονταν από πραγματικά στοιχεία.

149 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

150 Προκαταρκτικώς, το Γενικό Δικαστήριο παρατηρεί ότι από την αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει κατ' ουσίαν ότι η Επιτροπή έθεσε στους διαφημιζομένους, στους εκδότες και στις εταιρίες επικοινωνίας την ερώτηση σχετικά με την αντίδρασή τους σε περίπτωση αύξησης της τιμής των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις ή, όσον αφορά τους εκδότες, σε περίπτωση μείωσης των εσόδων από τις εν λόγω διαφημίσεις. Τούτο επιβεβαιώνεται από τις υποσημειώσεις 135 έως 138, στις οποίες παρατίθενται οι απαντήσεις ορισμένων επιχειρήσεων στην ερώτηση 2.2 της από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτησης παροχής πληροφοριών σχετικά με την AdWords, στην ερώτηση 2 της από 26ης Ιουλίου 2013 αίτησης παροχής πληροφοριών της Επιτροπής που απευθυνόταν στους εκδότες, στην ερώτηση 12 της από 11ης Ιανουαρίου 2016 αίτησης παροχής πληροφοριών που απευθυνόταν στους διαφημιζομένους, καθώς και στην ερώτηση 9 της αίτησης παροχής πληροφοριών της ίδιας ημερομηνίας που απευθυνόταν στις εταιρίες επικοινωνίας.

151 Συναφώς, πρέπει να εξεταστεί, κατ' αρχάς, το περιεχόμενο των εν λόγω ερωτήσεων που περιέχονταν στις αιτήσεις παροχής πληροφοριών της Επιτροπής (στο εξής, από κοινού: ερώτηση σχετικά με τις τιμές).

152 Συγκεκριμένα, όσον αφορά τους διαφημιζομένους, από την ερώτηση 2.2 της από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτησης παροχής πληροφοριών σχετικά με την AdWords και την ερώτηση 12 της από 11ης Ιανουαρίου 2016 αίτησης παροχής πληροφοριών που απευθυνόταν στους διαφημιζομένους, ορισμένες απαντήσεις των οποίων παρατίθενται στα παραρτήματα Β.3 και Β.4 του υπομνήματος αντικρούσεως, προκύπτει ότι η Επιτροπή ζήτησε από τους διαφημιζομένους να εκθέσουν, σε περίπτωση που χρησιμοποιούσαν διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις, αν θα αντικαθιστούσαν μέρος ή το σύνολο των εν λόγω διαφημίσεων με διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις εάν η τιμή των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις αυξανόταν κατά 5 έως 10 % –ως αποτέλεσμα του υφιστάμενου μηχανισμού τιμών και όχι λόγω διαφοράς του ποσοστού μετατροπής–, ενώ η τιμή των διαφημίσεων που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις παρέμενε σταθερή, και να διευκρινίσουν αν θα λάμβαναν υπόψη άλλους παράγοντες πέραν της τιμής κατά τη λήψη της απόφασης αυτής.

153 Όσον αφορά τις εταιρίες επικοινωνίας, από την ερώτηση 9 της από 11ης Ιανουαρίου 2016 αίτησης παροχής πληροφοριών που απευθυνόταν στις εταιρίες επικοινωνίας, ορισμένες απαντήσεις των οποίων παρατίθενται στα παραρτήματα Β.3 και Β.4 του υπομνήματος αντικρούσεως, προκύπτει ότι η Επιτροπή ζήτησε από τις εταιρίες επικοινωνίας να εκθέσουν, σε περίπτωση που τοποθετούσαν διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις για τους πελάτες τους, αν θα αντικαθιστούσαν μέρος ή το σύνολο των εν λόγω διαφημίσεων με διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις εάν η τιμή των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις αυξανόταν κατά 5 έως 10 % –ως αποτέλεσμα του υφιστάμενου μηχανισμού τιμών και όχι λόγω διαφοράς του ποσοστού μετατροπής–, ενώ η τιμή των διαφημίσεων που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις παρέμενε σταθερή, και να διευκρινίσουν αν θα λάμβαναν υπόψη άλλους παράγοντες πέραν της τιμής κατά τη λήψη της απόφασης αυτής.

154 Όσον αφορά τους εκδότες, από την ερώτηση 2, δεύτερη περίοδος, της από 26ης Ιουλίου 2013 αίτησης παροχής πληροφοριών που απευθυνόταν στους εκδότες, ορισμένες απαντήσεις των οποίων παρατίθενται στο παράρτημα Β.6 του υπομνήματος αντικρούσεως, προκύπτει ότι η Επιτροπή ζήτησε από τους εκδότες να εκθέσουν αν θα αντικαθιστούσαν μέρος ή το σύνολο των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις που προβάλλουν στους διαδικτυακούς τόπους τους με διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις εάν τα έσοδα που παράγονται

από την προβολή διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις μειώνονταν κατά 5 έως 10 %, ενώ τα έσοδα που παράγονται από την προβολή διαφημίσεων που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις παρέμεναν σταθερά.

155 Κατά πρώτον, όσον αφορά τα επιχειρήματα της Google επ' αυτού, υπενθυμίζεται ότι, κατά το σημείο 17 της ανακοίνωσης για τον ορισμό της αγοράς, ένα κριτήριο SSNIP συνίσταται στην εξέταση του αν οι πελάτες των μερών θα στραφούν σε προϊόντα υποκατάστασης ή σε προμηθευτές που είναι εγκατεστημένοι αλλού, σε περίπτωση μικρής αλλά διαρκούς αύξησης (5 έως 10 %) των σχετικών τιμών των προϊόντων στις υπό εξέταση περιοχές. Αν η υποκατάσταση καθιστά ανώφελη την αύξηση των τιμών, λόγω της μείωσης των πωλήσεων που αυτή συνεπάγεται, τα πρόσθετα προϊόντα υποκατάστασης και οι πρόσθετες περιοχές ενσωματώνονται στη σχετική αγορά.

156 Εν προκειμένω, το Γενικό Δικαστήριο διαπιστώνει ότι, στην αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή δεν εφάρμοσε κριτήριο SSNIP, κατά την έννοια του σημείου 17 της ανακοίνωσης για τον ορισμό της αγοράς, καθόσον δεν εξέτασε το αν θα ήταν αποδοτικό για μια επιχείρηση να αυξήσει κατά 5 έως 10 % την τιμή των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Αντιθέτως, η Επιτροπή πραγματοποίησε την ανάλυση που αφορά τις τιμές η οποία περιγράφηκε στις σκέψεις 150 έως 154 ανωτέρω.

157 Συναφώς, υπενθυμίζεται ότι η Επιτροπή δεν υποχρεούται να εφαρμόζει συστηματικά κριτήριο SSNIP όταν ορίζει την αγορά σε απόφαση με την οποία εφαρμόζει τους κανόνες του δικαίου του ανταγωνισμού, μολονότι το εν λόγω κριτήριο συνιστά, κατά την ανακοίνωση για τον ορισμό της αγοράς, αναγνωρισμένο προς τον σκοπό αυτόν εργαλείο.

158 Συγκεκριμένα, το Γενικό Δικαστήριο έχει αποφανθεί ότι η Επιτροπή δεν υποχρεούται να εφαρμόζει το κριτήριο SSNIP, διαπιστώνοντας ότι, μολονότι συνιστά πράγματι αναγνωρισμένη μέθοδο για τον ορισμό της σχετικής αγοράς, το συγκεκριμένο είδος κριτηρίου δεν είναι η μόνη μέθοδος την οποία η Επιτροπή έχει στη διάθεσή της. Συναφώς, το Γενικό Δικαστήριο έχει κρίνει ότι η Επιτροπή μπορεί να λάβει επίσης υπόψη άλλα εργαλεία με σκοπό τον ορισμό της σχετικής αγοράς, όπως έρευνες αγοράς ή αξιολόγηση των απόψεων των πελατών και των ανταγωνιστών (απόφαση της 11ης Ιανουαρίου 2017, Topps Europe κατά Επιτροπής, T-699/14, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2017:2, σκέψη 82).

159 Η ως άνω αρχή αντικατοπτρίζεται στο σημείο 15 της ανακοίνωσης για τον ορισμό της αγοράς, κατά το οποίο η εφαρμογή κριτηρίου SSNIP είναι απλώς και μόνον «[έ]νας τρόπος» εκτίμησης της δυνατότητας υποκατάστασης μεταξύ των προϊόντων. Ομοίως, στο σημείο 25 της εν λόγω ανακοίνωσης επισημαίνεται ότι «[υ]πάρχει μια σειρά στοιχείων που επιτρέπουν να προσδιοριστεί ο βαθμός στον οποίο είναι δυνατόν να επιτευχθεί υποκατάσταση» και ότι, συναφώς, «[η] Επιτροπή στηρίζεται σε εμπειρικά στοιχεία και χρησιμοποιεί όλα τα διαθέσιμα στοιχεία που μπορεί να είναι χρήσιμα για την εκτίμηση συγκεκριμένης περίπτωσης […] [και] δεν χρησιμοποιεί αυστηρά μια σειρά πηγών πληροφοριών ή αποδεικτικών στοιχείων».

160 Επιπλέον, κατά τη νομολογία, υπάρχουν ορισμένες περιπτώσεις στις οποίες ένα κριτήριο SSNIP μπορεί ακόμη και να αποδειχθεί απρόσφορο, για παράδειγμα στην περίπτωση του φαινομένου «cellophane fallacy», κατάστασης στην οποία η οικεία επιχείρηση κατέχει ήδη οιονεί μονοπωλιακή θέση και στην οποία οι τιμές της αγοράς βρίσκονται ήδη σε επίπεδο ανώτερο του ανταγωνιστικού ή ακόμη σε περίπτωση δωρεάν προϊόντων ή προϊόντων το κόστος των οποίων δεν βαρύνει εκείνους που καθορίζουν τη ζήτηση (απόφαση της 11ης Ιανουαρίου 2017, Topps Europe κατά Επιτροπής, T-699/14, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2017:2, σκέψη 82).

161 Από τα ανωτέρω συνάγεται ότι, μολονότι είναι αληθές ότι το κριτήριο SSNIP είναι αναγνωρισμένο εργαλείο τα αποτελέσματα του οποίου μπορούν να λαμβάνονται υπόψη, μαζί με άλλα στοιχεία, κατά τη σφαιρική εκτίμηση του ορισμού της αγοράς, η συστηματική χρήση τέτοιου κριτηρίου δεν είναι υποχρεωτική για τον σκοπό του ορισμού της αγοράς.

162 Ως εκ τούτου, πρέπει να απορριφθεί το επιχείρημα της Google κατά το οποίο, κατ' ουσίαν, η ανάλυση σχετικά με τις τιμές, την οποία πραγματοποίησε η Επιτροπή στην αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης, δεν είναι κατάλληλη, για τον λόγο ότι δεν συνιστά «πραγματική» εφαρμογή κριτηρίου SSNIP.

163 Κατά δεύτερον, πρέπει να εξεταστεί αν η ανάλυση σχετικά με τις τιμές, την οποία πραγματοποίησε η Επιτροπή, συνιστά εν πάση περιπτώσει κατάλληλο μέσο για τον σκοπό του ορισμού της σχετικής αγοράς, όπως υποστηρίζει η Επιτροπή.

164 Συναφώς, επισημαίνεται ότι, κατά την Επιτροπή, οι απαντήσεις των διαφημιζομένων, των εταιριών επικοινωνίας και των εκδοτών στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές δεν έδειξαν ότι η αύξηση και μόνον κατά 5 έως 10 % της τιμής των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, για τους διαφημιζομένους και τις εταιρίες επικοινωνίας, ή η μείωση και μόνο κατά 5 έως 10 % των εσόδων από τέτοιες διαφημίσεις, για τους εκδότες, θα οδηγούσε κατά πάσα πιθανότητα τους εν λόγω φορείς να αντικαταστήσουν τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις, στο σύνολό τους ή έστω εν μέρει, με τις διαφημίσεις που συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις. Η Επιτροπή εξέθεσε με τα υπομνήματά της ότι οι απαντήσεις που έλαβε στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές έδειξαν ότι τέτοια μεταβολή της τιμής ή των εσόδων δεν θα συνιστούσε αυτή καθεαυτήν καθοριστικής σημασίας παράγοντα κατά την επιλογή των εν λόγω φορέων μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφήμισης. Κατά την Επιτροπή, οι επιχειρήσεις που απάντησαν στην προμνησθείσα ερώτηση θεωρούν παράγοντες διαφορετικούς από την τιμή εξίσου, εάν όχι πιο, σημαντικούς κατά την επιλογή της διαφήμισης που πρόκειται να χρησιμοποιήσουν, όπως το ποσοστό κλικ, το ποσοστό μετατροπής, τη συνολική απόδοση της επένδυσης των διαφημιστικών εκστρατειών ή τη σημασία της διαφήμισης για τον χρήστη.

165 Ακόμη και αν γίνει δεκτό, όμως, ότι η ερμηνεία, από την Επιτροπή, του περιεχομένου των απαντήσεων στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές είναι τεκμηριωμένη, ζήτημα το οποίο θα εξεταστεί στις σκέψεις 168 επ., επισημαίνεται, όπως υπογράμμισε και η Επιτροπή, και εν αντιθέσει προς όσα υποστηρίζει η Google, ότι η ανάλυση σχετικά με τις τιμές που πραγματοποίησε η Επιτροπή συνιστά χρήσιμο μέσο για να γίνει αντιληπτός ο τρόπος με τον οποίο οι διαφημιζόμενοι, οι εταιρίες επικοινωνίας και οι εκδότες θα αντιδρούσαν σε περίπτωση αύξησης της τιμής των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις ή, όσον αφορά τους εκδότες, σε περίπτωση μείωσης των εσόδων από τις εν λόγω διαφημίσεις και, επομένως, για να αξιολογηθεί αν τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων μπορούσαν δυνητικώς να θεωρηθούν από τους εν λόγω φορείς ως δυνάμενα να υποκαταστήσουν το ένα το άλλο. Συγκεκριμένα, τέτοιες απαντήσεις των παραγόντων της αγοράς, συνοδευόμενες από τους λόγους που τις υπαγόρευσαν, όπως στην προκειμένη περίπτωση, περιλαμβάνονται στα στοιχεία τα οποία θεωρούνται ρητώς ως κρίσιμα για τον ορισμό της αγοράς, καθόσον καθιστούν δυνατή την αξιολόγηση των απόψεων των πελατών και των ανταγωνιστών και συνιστούν, επομένως, κατά τη νομολογία που μνημονεύθηκε στη σκέψη 158 ανωτέρω, καθώς και κατά το σημείο 40 της ανακοίνωσης για τον ορισμό της αγοράς, ένα εργαλείο το οποίο μπορεί να ληφθεί υπόψη για τον σκοπό του ορισμού της σχετικής αγοράς.

166 Επομένως, τέτοιες πληροφορίες μπορούν, κατ' αρχήν, να είναι χρήσιμες για να εκτιμηθεί η δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων από την πλευρά των διαφημιζομένων, των εταιριών επικοινωνίας και των εκδοτών, ιδίως όταν, όπως εν προκειμένω, αντικατοπτρίζουν την άποψη σημαντικού αριθμού των εν λόγω διαφημιζομένων, εκδοτών και εταιριών επικοινωνίας. Οι εν λόγω πληροφορίες μπορούν επίσης να αποτελούν μια ένδειξη, μεταξύ πολλών, στο πλαίσιο της σφαιρικής εκτίμησης του ορισμού της αγοράς, της αδυναμίας αμοιβαίας υποκατάστασης των ως άνω διαφημίσεων, σύμφωνα με τα επιχειρήματα της Επιτροπής.

167 Κατά συνέπεια, πρέπει να εξεταστεί, υπό το πρίσμα των επιχειρημάτων της Google, το βάσιμο των συμπερασμάτων που η Επιτροπή άντλησε από την ανάλυσή της σχετικά με τις τιμές.

2) Επί του βασίμου των συμπερασμάτων που η Επιτροπή άντλησε από την ανάλυση σχετικά με τις τιμές που πραγματοποίησε

168 Κατά πρώτον, η Google υποστηρίζει ότι τα συμπεράσματα τα οποία άντλησε η Επιτροπή, στην αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης, από την ανάλυση σχετικά με τις τιμές βασίζονται σε εσφαλμένη ερμηνεία των απαντήσεων των επιχειρήσεων στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές. Συγκεκριμένα, κατά την Google, η Επιτροπή υπέπεσε σε σφάλμα κατά την ερμηνεία ορισμένων από τις απαντήσεις οι οποίες μνημονεύονται στις υποσημειώσεις που περιλήφθηκαν στην ως άνω αιτιολογική σκέψη και αγνόησε απαντήσεις άλλων επιχειρήσεων η γνώμη των οποίων ήταν αντίθετη προς τα συμπεράσματα της Επιτροπής που εκτίθενται στην εν λόγω αιτιολογική σκέψη και οι οποίες δεν μνημονεύονται στην προσβαλλόμενη απόφαση.

169 Κατά δεύτερον, η Google υποστηρίζει ότι τα επίμαχα συμπεράσματα της Επιτροπής βασίζονται κατ' ουσίαν σε παραπλανητική έκθεση των απαντήσεων των επιχειρήσεων στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές.

170 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

171 Συναφώς, υπενθυμίζεται ότι η Επιτροπή διαπίστωσε, στην αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η «πλειονότητα» των διαφημιζομένων, «όλοι» οι εκδότες και το «ήμισυ» των εταιριών επικοινωνίας είχαν δηλώσει ότι δεν ήταν πιθανό να στρέψουν το σύνολο ή μέρος των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις προς διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις σε περίπτωση μη παροδικής αύξησης κατά 5 έως 10 % της τιμής των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

172 Προς στήριξη της ανωτέρω διαπίστωσης όσον αφορά τους εκδότες, η Επιτροπή παρέθεσε, στην υποσημείωση 136 της προσβαλλόμενης απόφασης, τις απαντήσεις έξι εκδοτών στην ερώτηση 2 των από 26ης Ιουλίου 2013 αιτήσεων παροχής πληροφοριών. Όσον αφορά τους διαφημιζομένους, στην υποσημείωση 135 της προσβαλλόμενης απόφασης, παρατίθενται οι απαντήσεις πέντε διαφημιζομένων στην ερώτηση 12 της από 11ης Ιανουαρίου 2016 αίτησης παροχής πληροφοριών και οι απαντήσεις δέκα ακόμη διαφημιζομένων στην ερώτηση 2.2 της από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτησης παροχής πληροφοριών σχετικά με την AdWords. Όσον αφορά τις εταιρίες επικοινωνίας, στην υποσημείωση 137 της εν λόγω απόφασης, μνημονεύονται οι απαντήσεις τεσσάρων εταιριών επικοινωνίας στην ερώτηση 9 της από 11ης Ιανουαρίου 2016 αίτησης παροχής πληροφοριών και οι απαντήσεις έξι ακόμη εταιριών επικοινωνίας στην ερώτηση 2.2 της από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτησης παροχής πληροφοριών σχετικά με την AdWords.

173 Κατά πρώτον, πρέπει να εξεταστούν τα επιχειρήματα της Google που αφορούν την προβαλλόμενη ως εσφαλμένη ερμηνεία, από την Επιτροπή, των απαντήσεων που παρείχαν οι επιχειρήσεις, εκτιμώντας τα επιχειρήματα της Google σε σχέση, πρώτον, με τους εκδότες, δεύτερον, με τους διαφημιζομένους και, τρίτον, με τις εταιρίες επικοινωνίας. Κατά δεύτερον, το Γενικό Δικαστήριο θα εξετάσει τα επιχειρήματα της Google όσον αφορά την προβαλλόμενη ως παραπλανητική έκθεση των ως άνω απαντήσεων στην αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης.

i) Επί της ερμηνείας των απαντήσεων στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές

– Επί της ερμηνείας των απαντήσεων των εκδοτών

174 Κατά πρώτον, επιβάλλεται η διαπίστωση ότι, από τις απαντήσεις που παρατίθενται στην υποσημείωση 136 της προσβαλλόμενης απόφασης προς στήριξη της διαπίστωσης της Επιτροπής στην αιτιολογική σκέψη 148 της εν λόγω απόφασης, η Google αμφισβητεί με τα υπομνήματά της μόνο την ερμηνεία της απάντησης της [*εμπιστευτικό*] (στο εξής: «[*εμπιστευτικό*]»). Επομένως, η Google δεν επικρίνει την ερμηνεία των πέντε άλλων απαντήσεων των εκδοτών που παρατίθενται στην προμνησθείσα υποσημείωση, ήτοι της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], του ομίλου [*εμπιστευτικό*] (στον οποίο ανήκουν οι διαδικτυακοί τόποι της [*εμπιστευτικό*]) και της [*εμπιστευτικό*], ούτε την αξιοπιστία των εν λόγω απαντήσεων, παρατηρεί δε μόνο ότι δύο εξ αυτών προέρχονταν από τους καταγγέλλοντες στη διαδικασία. Το γεγονός αυτό δεν είναι, όμως, κρίσιμο αφ' εαυτού προκειμένου να αποδειχθεί ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε σφάλμα κατά την ερμηνεία των ανωτέρω απαντήσεων. Η Google δεν εκθέτει τους λόγους για τους οποίους οι δύο επίμαχες απαντήσεις είναι λιγότερο αξιόπιστες ή λιγότερο αληθοφανείς για τον λόγο και μόνον ότι προέρχονται από τους καταγγέλλοντες, μεταξύ άλλων υπό το πρίσμα της νομολογίας που μνημονεύθηκε στη σκέψη 111 ανωτέρω.

175 Από την απάντηση της [*εμπιστευτικό*], το πλήρες κείμενο της οποίας παρατίθεται στο στοιχείο αριθ. 4 του παραρτήματος Β.6 του υπομνήματος αντικρούσεως, προκύπτει ότι ο οικείος εκδότης εξέθεσε ότι τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων διαφέρουν από πλείονες απόψεις, ότι προβάλλει στους διαδικτυακούς τόπους του μόνο διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις, διότι έχουν πολύ μεγαλύτερη αξία για αυτόν (καθότι οι δραστηριότητές του συνίσταται στην εκμετάλλευση μηχανής αναζήτησης) και ότι δεν γνωρίζει αν ένας «πιο κλασικός» εκδότης θα μετέφερε διαφημιστικό χώρο σε διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις σε περίπτωση μείωσης κατά 5 έως 10 % των εσόδων από διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Λαμβανομένου υπόψη του περιεχομένου της εν λόγω απάντησης, η Επιτροπή μπορούσε ευλόγως να συμπεράνει ότι η οικεία επιχείρηση δεν θα μετέβαλλε κατά πάσα πιθανότητα το είδος διαφημίσεων σε περίπτωση μείωσης κατά 5 έως 10 % των εσόδων των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

176 Κατά δεύτερον, όσον αφορά το επιχείρημα της Google ότι η Επιτροπή αγνόησε τις απαντήσεις που παρείχαν η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*], διαπιστώνεται ότι οι εν λόγω απαντήσεις δεν αναιρούν επίσης το συμπέρασμα της Επιτροπής στην αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης που υπομνήσθηκε στη σκέψη 171 ανωτέρω, όσον αφορά την αντίδραση των εκδοτών σε περίπτωση μείωσης κατά 5 έως 10 % των εσόδων των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

177 Συγκεκριμένα, οι παρατηρήσεις της [*εμπιστευτικό*] και της [*εμπιστευτικό*], αποσπάσματα των οποίων παρατίθενται στο παράρτημα Α.13 και στο στοιχείο αριθ. 24 του παραρτήματος Α.12 του δικογράφου της προσφυγής, αντιστοίχως, υποβλήθηκαν ως απάντηση στις από 22ας Δεκεμβρίου

2010 αιτήσεις παροχής πληροφοριών σχετικά με την AdWords. Επομένως, οι εν λόγω φορείς δεν απαντούσαν στην από 26ης Ιουλίου 2013 αίτηση παροχής πληροφοριών που απευθυνόταν στους εκδότες, εν αντιθέσει προς όλες τις απαντήσεις που μνημονεύονται στην υποσημείωση 136 της προσβαλλόμενης απόφασης. Συγκεκριμένα, οι φορείς απάντησαν σε ερώτηση σχετικά με την αντίδρασή τους σε περίπτωση αύξησης της τιμής των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, η οποία θα επηρέαζε τους διαφημιζομένους, και όχι σε περίπτωση μείωσης των εσόδων, η οποία θα επηρέαζε τους εκδότες. Εξάλλου, όσον αφορά την [*εμπιστευτικό*], επισημαίνεται ότι, μολονότι η εν λόγω επιχείρηση περιέλαβε επίσης στην απάντησή της συγκεκριμένες λεπτομέρειες που αφορούν θυγατρική της, η οποία συνήψε GSA με την Google ως εκδότης, κατά τις αιτιολογικές σκέψεις 348 και 355 της προσβαλλόμενης απόφασης, η εν λόγω απάντηση παρέχει εν πάση περιπτώσει την άποψη διαφημιζομένου και καταδεικνύει, επιπλέον, ότι αύξηση της τιμής κατά 5 έως 10 % δεν θα οδηγούσε υποχρεωτικώς σε μεταφορά του διαφημιστικού προϋπολογισμού προς διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις.

178 Από τα ανωτέρω προκύπτει ότι η Google δεν εκθέτει στοιχεία ικανά να αποδείξουν ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε σφάλμα κατά την ερμηνεία, στην αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης, των απαντήσεων των εκδοτών στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές.

– *Επί της ερμηνείας των απαντήσεων των διαφημιζομένων*

179 Κατά πρώτον, το Γενικό Δικαστήριο παρατηρεί ότι η Google αμφισβητεί την ερμηνεία τεσσάρων μόνο από τις δεκαπέντε απαντήσεις που η Επιτροπή μνημόνευσε στην υποσημείωση 135 της προσβαλλόμενης απόφασης προς στήριξη της διαπίστωσης στην αιτιολογική σκέψη 148 της εν λόγω απόφασης, ήτοι τις απαντήσεις της [*εμπιστευτικό*], της «[*εμπιστευτικό*]» και της [*εμπιστευτικό*] καθώς και της [*εμπιστευτικό*]. Επομένως, η Google δεν επικρίνει ούτε την ερμηνεία από την Επιτροπή των απαντήσεων των ένδεκα άλλων επιχειρήσεων που μνημονεύονται στην προμνησθείσα υποσημείωση, ήτοι της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*] και της [*εμπιστευτικό*], ούτε την αξιοπιστία των εν λόγω απαντήσεων.

180 Όσον αφορά τις τέσσερις απαντήσεις που αμφισβητεί η Google, πρώτον, διαπιστώνεται ότι, μολονότι η [*εμπιστευτικό*] και η «[*εμπιστευτικό*]» επισήμαναν ότι θα εξέταζαν ενδεχομένως τη μεταφορά μέρους του προϋπολογισμού τους προς διαδικτυακές διαφημίσεις που δεν συνδέονται με μηχανή αναζήτησης σε περίπτωση αύξησης κατά 5 έως 10 % της τιμής των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, οι εν λόγω διαφημιζόμενοι δεν δήλωσαν ότι τέτοια μεταφορά ήταν πιθανή. Συγκεκριμένα, η [*εμπιστευτικό*] διευκρίνισε με την απάντησή της, το πλήρες κείμενο της οποίας παρατίθεται στο στοιχείο αριθ. 2 του παραρτήματος Β.3 του υπομνήματος αντικρούσεως, ότι τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων δεν «μπορούν να υποκαταστήσουν πλήρως το ένα το άλλο» και ότι θα αξιολογούσε την απόδοση της επένδυσης των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις προτού καταργήσει επενδύσεις για το συγκεκριμένο είδος διαφημίσεων. Εξάλλου, η «[*εμπιστευτικό*]» υπενθύμισε στην αρχή της απάντησής της στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές, η οποία παρατίθεται στο στοιχείο αριθ. 3 του παραρτήματος Α.12 του δικογράφου της προσφυγής, ότι οι διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις δεν ανταποκρίνονται στο συμφέρον του καταναλωτή με τον τρόπο που ανταποκρίνονται στο εν λόγω συμφέρον οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις, το οποίο σημαίνει ότι η συγκεκριμένη επιχείρηση δεν ήταν πιθανό να προβεί σε τέτοια μεταφορά σε περίπτωση αύξησης της τιμής. Δεύτερον, μολονότι επισήμανε με την απάντησή της στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές, η οποία παρατίθεται στο στοιχείο αριθ. 4 του παραρτήματος Α.12 του δικογράφου της προσφυγής, ότι θα μείωνε κατά

πάσα πιθανότητα τις επενδύσεις της στις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις, η [*εμπιστευτικό*] διευκρίνισε επίσης ότι δεν θα αύξανε «κατ' ανάγκη» τη χρήση διαφημίσεων που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις για τον λόγο αυτόν, το οποίο υποδηλώνει ότι η συγκεκριμένη επιχείρηση δεν ήταν επίσης πιθανό να προβεί σε τέτοια μεταφορά. Τρίτον, η [*εμπιστευτικό*] εξέθεσε σαφώς με την απάντησή της, το πλήρες κείμενο της οποίας παρατίθεται στο στοιχείο αριθ. 1 του παραρτήματος Β.3 του υπομνήματος αντικρούσεως, την άποψη ότι, ακόμη και αν επανεξέταζε τη στρατηγική της με κάθε μεταβολή των τιμών, αύξηση κατά 5 έως 10 % της τιμής των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις δεν θα ήταν αρκούντως σημαντική ώστε να την ωθήσει να αλλάξει είδος διαφημίσεων.

181 Επομένως, οι ανωτέρω απαντήσεις δεν αναιρούν το συμπέρασμα της Επιτροπής κατά το οποίο οι εν λόγω επιχειρήσεις δήλωσαν ότι δεν ήταν πιθανό να στρέψουν το σύνολο ή μέρος των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις προς διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις σε περίπτωση μη παροδικής αύξησης κατά 5 έως 10 % των τιμών των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, κανένας δε από τους εν λόγω διαφημιζομένους δεν δήλωσε ότι τέτοια μεταφορά ήταν πιθανή.

182 Κατά δεύτερον, η Google επισημαίνει ότι ορισμένοι διαφημιζόμενοι που απάντησαν στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές, οι απαντήσεις των οποίων δεν μνημονεύονται στην προσβαλλόμενη απόφαση, διατύπωσαν γνώμη αντίθετη προς το συμπέρασμα της Επιτροπής στην αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης και ότι η Επιτροπή απλώς αγνόησε τις εν λόγω απαντήσεις.

183 Συναφώς, υπενθυμίζεται ότι η Επιτροπή διαπίστωσε, στην αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η «πλειονότητα» των διαφημιζομένων είχαν δηλώσει ότι δεν ήταν πιθανό να στρέψουν το σύνολο ή μέρος των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις προς διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις σε περίπτωση μη παροδικής αύξησης κατά 5 έως 10 % της τιμής των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Τούτο σημαίνει ότι η ίδια η Επιτροπή αναγνώρισε εμμέσως ότι ορισμένες απαντήσεις δεν απέκλειαν πλήρως το ενδεχόμενο μεταφοράς σε περίπτωση αύξησης της τιμής.

184 Επιπλέον, επιβάλλεται η διαπίστωση ότι οι απαντήσεις που η Google παραθέτει στον πίνακα 4 του παραρτήματος Α.12 του δικογράφου της προσφυγής, οι οποίες αφορούν τόσο διαφημιζομένους όσο και εταιρίες επικοινωνίας, με σκοπό να καταδείξει ότι οι γνώμες των φορέων διίσταντο στο πλαίσιο της ανάλυσης που πραγματοποίησε η Επιτροπή, δεν μπορούν να οδηγήσουν στη διαπίστωση ότι οι φορείς που έδωσαν τις εν λόγω απαντήσεις θα έστρεφαν κατά πάσα πιθανότητα το σύνολο ή μέρος των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις προς διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις σε περίπτωση αύξησης κατά 5 έως 10 % της τιμής των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

185 Πρώτον, από το περιεχόμενο των απαντήσεων των επιχειρήσεων που παραθέτει η Google προκύπτει ότι καμία από τις εν λόγω επιχειρήσεις δεν δήλωσε ότι θα αντικαθιστούσε τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις με διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις απλώς και μόνον λόγω της αύξησης κατά 5 έως 10 % της τιμής των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

186 Δεύτερον, μολονότι η πλειονότητα των μνημονευόμενων επιχειρήσεων δήλωσαν, σε ορισμένες περιπτώσεις εμμέσως μόνο, ότι, σε τέτοια περίπτωση αύξησης της τιμής, θα αξιολογούσαν τη σκοπιμότητα αλλαγής του είδους διαφημίσεων που χρησιμοποιούν, εντούτοις, οι εν λόγω επιχειρήσεις επισήμαναν σαφώς ότι η απόφαση αυτή θα εξαρτιόταν από παράγοντες

διαφορετικούς από την τιμή, όπως η απόδοση των διαφημίσεων, οι στόχοι των οικείων διαφημιστικών εκστρατειών, το ποσοστό μετατροπής και η απόδοση της επένδυσης. Η διαπίστωση αυτή προκύπτει από τις απαντήσεις της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*] και της [*εμπιστευτικό*], αποσπάσματα των οποίων παρατίθενται στο παράρτημα Α.12 του δικογράφου της προσφυγής.

187 Τρίτον, μολονότι με τις απαντήσεις τους, το πλήρες κείμενο των οποίων παρατίθεται στο στοιχείο αριθ. 6 του παραρτήματος Β.3 και στο στοιχείο αριθ. 1 του παραρτήματος Β.4 του υπομνήματος αντικρούσεως, αντιστοίχως, η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*] δήλωσαν ότι θα άλλαζαν κατά πάσα πιθανότητα είδος διαφημίσεων, οι εν λόγω επιχειρήσεις διευκρίνισαν επίσης ότι τέτοια ενδεχόμενη αλλαγή θα εξαρτιόταν επίσης από άλλους παράγοντες. Επισημαίνεται, επιπλέον, ότι η [*εμπιστευτικό*] διευκρίνισε ότι, δεδομένου ότι δεν χρησιμοποιούσε διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις κατά τον χρόνο παροχής της απάντησής της, η αύξηση της τιμής των εν λόγω διαφημίσεων δεν θα είχε αντίκτυπο στις διαφημιστικές δαπάνες της, στοιχείο το οποίο είναι ικανό να περιορίσει τη σημασία της απάντησής της.

188 Τέταρτον, μολονότι με τις απαντήσεις τους, το πλήρες κείμενο των οποίων παρατίθεται στο στοιχείο αριθ. 24 και στο στοιχείο αριθ. 27 του παραρτήματος Α.12 του δικογράφου της προσφυγής, αντιστοίχως, υποστήριξαν ότι τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων μπορούν να υποκαταστήσουν το ένα το άλλο, η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*] δεν απάντησαν ρητώς στην ερώτηση σχετικά με το αποτέλεσμα της αύξησης της τιμής των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Επιπλέον, η [*εμπιστευτικό*] δήλωσε ότι η τιμή των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις δεν είχε αντίκτυπο στη δυνατότητα υποκατάστασής τους με τις διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις.

189 Από τα προεκτεθέντα προκύπτει ότι οι απαντήσεις που παρέθεσε η Google επιβεβαιώνουν ότι, κατά πάσα πιθανότητα, η αύξηση της τιμής των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις δεν θα οδηγούσε αφ' εαυτής τους διαφημιζομένους να αντικαταστήσουν το σύνολο ή μέρος των εν λόγω διαφημίσεων με διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις. Επομένως, τα ανωτέρω στοιχεία δεν μπορούν να αντισταθμίσουν το περιεχόμενο των απαντήσεων των διαφημιζομένων που η Επιτροπή μνημόνευσε στην υποσημείωση 135 της προσβαλλόμενης απόφασης.

190 Ως εκ τούτου, η Google δεν εκθέτει στοιχεία ικανά να αποδείξουν ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε σφάλμα κατά την ερμηνεία, στην αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης, των απαντήσεων των διαφημιζομένων στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές.

– *Επί της ερμηνείας των απαντήσεων των εταιριών επικοινωνίας*

191 Όσον αφορά την ερμηνεία των απαντήσεων των εταιριών επικοινωνίας, κατά πρώτον, η Google επικρίνει την ερμηνεία από την Επιτροπή επτά εκ των δέκα απαντήσεων που μνημονεύονται στην υποσημείωση 137 της προσβαλλόμενης απόφασης προς στήριξη της διαπίστωσής της στην αιτιολογική σκέψη 148, ήτοι των απαντήσεων της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*] και της «[*εμπιστευτικό*]». Επομένως, η Google δεν αμφισβητεί ούτε την ερμηνεία των απαντήσεων των τριών άλλων εταιριών επικοινωνίας που παρατίθενται στην προμνησθείσα αιτιολογική σκέψη, ήτοι των [*εμπιστευτικό*], [*εμπιστευτικό*] και [*εμπιστευτικό*], ούτε την αξιοπιστία των εν λόγω απαντήσεων.

192 Όσον αφορά τις επτά απαντήσεις την ερμηνεία των οποίων αμφισβητεί η Google, πρώτον, από πέντε από τις εν λόγω επτά απαντήσεις προκύπτει ότι οι οικείες εταιρίες επικοινωνίας δεν απέκλεισαν κατηγορηματικώς το ενδεχόμενο μεταφοράς προς διαδικτυακές διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις σε περίπτωση αύξησης κατά 5 έως 10 % της τιμής των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Αφενός, μολονότι απάντησαν αρνητικά στην ερώτηση αν θα πραγματοποιούσαν τέτοια μεταφορά, η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*] δήλωσαν επίσης, με τις απαντήσεις τους στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές, οι οποίες παρατίθενται στα στοιχεία αριθ. 8 και αριθ. 10 του παραρτήματος Α.12 του δικογράφου της προσφυγής, αντιστοίχως, ότι θα μπορούσαν να μεταφέρουν περιορισμένο μέρος των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις σε άλλα είδη διαδικτυακών διαφημίσεων. Αφετέρου, η [*εμπιστευτικό*], η «[*εμπιστευτικό*]» και η [*εμπιστευτικό*] δήλωσαν επίσης με τις απαντήσεις τους στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές, οι οποίες παρατίθενται στα στοιχεία αριθ. 6, αριθ. 7 και αριθ. 10 του παραρτήματος Α.12 του δικογράφου της προσφυγής, αντιστοίχως, ότι μεταφορά θα μπορούσε να πραγματοποιηθεί εάν άλλοι παράγοντες, όπως η απόδοση της επένδυσης, τις παρότρυναν να πράξουν κάτι τέτοιο, πλην όμως από τις απαντήσεις τους δεν προκύπτει ότι τέτοια μετατόπιση θα ήταν πιθανή στην πράξη.

193 Επομένως, μολονότι οι πέντε ως άνω απαντήσεις διαφοροποιούνται ελαφρώς όσον αφορά την ενδεχόμενη αντίδραση των επιχειρήσεων σε περίπτωση αύξησης της τιμής των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, εντούτοις, οι εν λόγω επιχειρήσεις δεν δήλωσαν ότι αύξηση της τιμής κατά 5 έως 10 % θα τις οδηγούσε κατά πάσα πιθανότητα, αφ’ εαυτής, να αντικαταστήσουν το σύνολο ή μέρος των εν λόγω διαφημίσεων με διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις.

194 Δεύτερον, όσον αφορά τις απαντήσεις της [*εμπιστευτικό*] και της [*εμπιστευτικό*], μολονότι η Google επισημαίνει ότι η [*εμπιστευτικό*] αντέγραψε κατά λέξη άλλη απάντηση η οποία δόθηκε στο πλαίσιο της αίτησης παροχής πληροφοριών (στοιχείο αριθ. 9 του παραρτήματος Α.12 του δικογράφου της προσφυγής) και ότι η [*εμπιστευτικό*] εξέθεσε ότι δεν χρησιμοποιεί διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις (στοιχείο αριθ. 11 του παραρτήματος Α.12 του δικογράφου της προσφυγής), εντούτοις, οι δύο ως άνω εταιρίες επικοινωνίας απάντησαν αρνητικά στο ερώτημα αν θα αντικαθιστούσαν τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις με διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις σε περίπτωση αύξησης κατά 5 έως 10 % της τιμής των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Επομένως, ορθώς η Επιτροπή χρησιμοποίησε τις ανωτέρω απαντήσεις προς στήριξη του συμπεράσματός της σχετικά με τις εταιρίες επικοινωνίας στην αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης.

195 Κατά δεύτερον, η Google επισημαίνει ότι ικανός αριθμός εταιριών επικοινωνίας που απάντησαν στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές διατύπωσαν γνώμη αντίθετη προς το συμπέρασμα της Επιτροπής στην αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης και ότι η Επιτροπή απλούστατα αγνόησε τις εν λόγω απαντήσεις.

196 Συναφώς, υπενθυμίζεται ότι η Επιτροπή διαπίστωσε ότι το ήμισυ των εταιριών επικοινωνίας είχε δηλώσει ότι δεν ήταν πιθανό να στρέψουν το σύνολο ή μέρος των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις προς διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις σε περίπτωση μη παροδικής αύξησης κατά 5 έως 10 % της τιμής των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Επομένως, όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 183 ανωτέρω σχετικά με τους διαφημιζομένους, η Επιτροπή αναγνώρισε εμμέσως ότι το υπόλοιπο ήμισυ των εταιριών επικοινωνίας δεν είχε υποστηρίξει την ανωτέρω δήλωση και, κατά συνέπεια, ότι οι απόψεις των εταιριών επικοινωνίας διίσταντο.

197 Όσον αφορά την ερμηνεία των απαντήσεων που μνημονεύει η Google τις οποίες η Επιτροπή φέρεται να αγνόησε, γίνεται παραπομπή στην ανάλυση που πραγματοποιήθηκε στις σκέψεις 184 έως 189 ανωτέρω, η οποία αφορά τόσο τους διαφημιζομένους όσο και τις εταιρίες επικοινωνίας. Όπως εκτέθηκε στις ανωτέρω σκέψεις, οι απαντήσεις που επισήμανε η Google υποδηλώνουν ότι τέτοια αύξηση της τιμής δεν μπορούσε, αφ' εαυτής, να οδηγήσει σε μεταφορά, από τους διαφημιζομένους και τις εταιρίες επικοινωνίας, των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις προς τις διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις. Επομένως, οι ανωτέρω απαντήσεις δεν μπορούν να αναιρέσουν το συμπέρασμα της Επιτροπής ότι το ήμισυ των εταιριών επικοινωνίας κατά πάσα πιθανότητα δεν θα αντικαθιστούσε το σύνολο ή μέρος των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις με διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις σε περίπτωση αύξησης κατά 5 έως 10 % της τιμής των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

198 Από τα ανωτέρω προκύπτει ότι η Google δεν εκθέτει στοιχεία ικανά να αποδείξουν ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε σφάλμα κατά την ερμηνεία, στην αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης, των απαντήσεων των εταιριών επικοινωνίας στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές.

– Συμπέρασμα σχετικά με την ερμηνεία από την Επιτροπή των απαντήσεων στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές

199 Από την ανωτέρω ανάλυση των απαντήσεων των εκδοτών, των διαφημιζομένων και των εταιριών επικοινωνίας στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές και χωρίς να χρειάζεται να εξεταστεί το ζήτημα του παραδεκτού της επιχειρηματολογίας της Google που περιέχεται στα παραρτήματα Α.12 του δικογράφου της προσφυγής και C.3 του υπομνήματος απαντήσεως, το οποίο προέβαλε η Επιτροπή, προκύπτει ότι η Google δεν απέδειξε ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε σφάλμα κατά την ερμηνεία των εν λόγω απαντήσεων. Επομένως, η επιχειρηματολογία της Google δεν μπορεί να αναιρέσει τα συμπεράσματα τα οποία η Επιτροπή άντλησε από τις ανωτέρω απαντήσεις στην αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης.

ii) Επί της προβαλλόμενης ως παραπλανητικής έκθεσης των απαντήσεων στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές

200 Η Google υποστηρίζει επίσης ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε πλάνη κατά την έκθεση, στην αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης, του περιεχομένου των απαντήσεων των επιχειρήσεων στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές, καθόσον τα συμπεράσματά της βασίζονται στις απαντήσεις δεκαπέντε διαφημιζομένων, έξι εκδοτών και δέκα εταιριών επικοινωνίας μόνο, οι οποίες παρατίθενται στις υποσημειώσεις 135 έως 137 της εν λόγω απόφασης. Επομένως, κατά την Google, τα συμπεράσματα της Επιτροπής είναι κατ' ουσίαν εσφαλμένα ή παραπλανητικά, καθόσον βασίζονται σε απαντήσεις που προέρχονται από επιχειρήσεις που αντιπροσωπεύουν λιγότερο από το 10 % των διαφημιζομένων που μνημονεύονται στην προσβαλλόμενη απόφαση και λιγότερο από το 20 % των διαφημιζομένων και το ένα τρίτο των εταιριών επικοινωνίας από τις οποίες ζητήθηκε η παροχή πληροφοριών κατά τη διάρκεια της διοικητικής διαδικασίας.

201 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

202 Κατά πρώτον, επισημαίνεται ότι η Επιτροπή εξέθεσε, με τα υπομνήματά της, ότι οι απαντήσεις που παρατίθενται στις υποσημειώσεις 135 έως 137, προς στήριξη των συμπερασμάτων που περιέχονται στην αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης, δεν αντιπροσωπεύουν όλες τις επιχειρήσεις που έδωσαν απαντήσεις. Συγκεκριμένα, πλέον των απαντήσεων των επιχειρήσεων που μνημονεύονται στις εν λόγω υποσημειώσεις, η Επιτροπή επισημαίνει, πρώτον,

ότι έξι ακόμη εκδότες απάντησαν στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές της από 26ης Ιουλίου 2013 αίτησης παροχής πληροφοριών, δεύτερον, ότι επτά ακόμη εκδότες απάντησαν στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές που περιλαμβανόταν στην από 18ης Μαρτίου 2016 διαφορετική αίτηση παροχής πληροφοριών, τρίτον, ότι 43 ακόμη διαφημιζόμενοι απάντησαν αρνητικά στην ερώτηση που περιλαμβανόταν στις από 22ας Δεκεμβρίου 2010 και 11 Ιανουαρίου 2016 αιτήσεις παροχής πληροφοριών, αν θα μετέφεραν μέρος ή το σύνολο των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις σε διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις σε περίπτωση μη παροδικής αύξησης κατά 5 έως 10 % της τιμής των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, και, τέταρτον, ότι επτά ακόμη εταιρίες επικοινωνίας απάντησαν επίσης αρνητικά στην ίδια ερώτηση. Επιπλέον, η Επιτροπή διευκρίνισε με τα υπομνήματά της ότι, στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές, απάντησαν συνολικά 19 εκδότες, 87 διαφημιζόμενοι και 34 εταιρίες επικοινωνίας.

203 Οι ανωτέρω πληροφορίες δεν περιέχονται, όμως, στην προσβαλλόμενη απόφαση. Συγκεκριμένα, η Επιτροπή δεν διευκρίνισε στην εν λόγω απόφαση τον μη εξαντλητικό χαρακτήρα των απαντήσεων που μνημονεύονται στις υποσημειώσεις 135 έως 137 προς στήριξη των συμπερασμάτων της στην αιτιολογική σκέψη 148 της ίδιας απόφασης.

204 Εντούτοις, το γεγονός και μόνο ότι οι ανωτέρω απαντήσεις δεν συνιστούσαν το σύνολο των απαντήσεων που έλαβε η Επιτροπή δεν συνεπάγεται, αυτό καθεαυτό, ότι τα συμπέρασμα που η Επιτροπή άντλησε στην αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης είναι εσφαλμένα.

205 Συγκεκριμένα, κατά την πρόσβαση στον φάκελο, η Google μπόρεσε να λάβει γνώση όλων των απαντήσεων στις αιτήσεις παροχής πληροφοριών τις οποίες έλαβε η Επιτροπή, περιλαμβανομένων των απαντήσεων στις οποίες η Επιτροπή θεμελίωσε τα συμπεράσματα που διατύπωσε στην αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης. Κατά την πρόσβαση στον φάκελο, η Google μπόρεσε να εξετάσει τις απαντήσεις των επιχειρήσεων και είχε την ευκαιρία να διαπιστώσει ότι η Επιτροπή είχε στη διάθεσή της περισσότερες απαντήσεις φορέων από τις απαντήσεις που μνημονεύονται στις υποσημειώσεις που περιέχονταν στην αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης. Τούτο προκύπτει, άλλωστε, από το γεγονός ότι η Google αμφισβητεί, στο πλαίσιο του υπό κρίση λόγου ακυρώσεως, την ερμηνεία ορισμένων απαντήσεων που δεν μνημονεύονται στην προσβαλλόμενη απόφαση. Με εξαίρεση, όμως, τις απαντήσεις που η Google μνημονεύει και αμφισβητεί στο πλαίσιο του υπό κρίση λόγου ακυρώσεως (στις σκέψεις 168 έως 199 ανωτέρω), η Google δεν αντλεί κανένα άλλο συγκεκριμένο επιχείρημα από τις άλλες απαντήσεις, τούτο δε επιβεβαιώνει ότι οι εν λόγω απαντήσεις δεν είναι επίσης ικανές να αναιρέσουν τα συμπεράσματα της Επιτροπής στην αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης.

206 Για τους ίδιους λόγους, είναι απορριπτέο το επιχείρημα κατά το οποίο ο αριθμός απαντήσεων που μνημονεύονται στην προσβαλλόμενη απόφαση είναι, κατά την Google, περιορισμένος, δεδομένου ότι η Google γνώριζε ότι ο αριθμός επιχειρήσεων που απάντησαν στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές ήταν μεγαλύτερος.

207 Ως εκ τούτου, ορθώς η Επιτροπή στήριξε τα συμπεράσματά της, στην αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης, στις απαντήσεις στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές, μολονότι δεν παρέθεσε όλες τις απαντήσεις των επιχειρήσεων στις οποίες βασίστηκε.

208 Από τα προεκτεθέντα προκύπτει ότι η Google δεν αποδεικνύει ούτε ότι η ανάλυση σχετικά με τις τιμές, την οποία πραγματοποίησε η Επιτροπή με την προσβαλλόμενη απόφαση, ήταν αλυσιτελής για τον σκοπό του ορισμού της αγοράς ούτε ότι τα συμπεράσματα τα οποία η Επιτροπή άντλησε από την εν λόγω ανάλυση ήταν εσφαλμένα ή παραπλανητικά.

ε) Επί του βασίμου της ανάλυσης της Επιτροπής σχετικά με τις διαφορές των χαρακτηριστικών των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων

209 Η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε σφάλμα κατά την ανάλυση των χαρακτηριστικών των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων και ότι το σύνολο των διαφορών των χαρακτηριστικών των εν λόγω διαφημίσεων δεν επαρκεί για να διαπιστωθεί η αδυναμία αμοιβαίας υποκατάστασης, από την πλευρά είτε των διαφημιζομένων είτε των εκδοτών.

210 Κατ' αρχάς, πρέπει να εξεταστούν τα επιχειρήματα με τα οποία η Google αμφισβητεί την ύπαρξη καθεμίας από τις διαφορές των χαρακτηριστικών που διαπιστώνονται με την προσβαλλόμενη απόφαση, προκειμένου να εξακριβωθεί, εν συνεχεία, η κρισιμότητά τους για τον ορισμό της αγοράς.

1) Επί της ενεργοποίησης και της θέσης των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων

211 Στην αιτιολογική σκέψη 136 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή επισήμανε, όσον αφορά την προβολή των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων, ότι οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις εμφανίζονταν μόνον κατόπιν αναζήτησης με λέξη-κλειδί και ότι βρίσκονταν ακριβώς πάνω ή κάτω από τα αποτελέσματα ή ακόμη παραπλεύρως των αποτελεσμάτων τέτοιας αναζήτησης. Αντιθέτως, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι οι διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις μπορούν να προβάλλονται σε οποιονδήποτε διαδικτυακό τόπο και να είναι συγκειμενικές (ήτοι να συνδέονται με το περιεχόμενο της ιστοσελίδας) ή μη συγκειμενικές (ήτοι προβολή διαφημίσεων).

212 Η Google αμφισβητεί τη σημασία των ανωτέρω διαφορών, υποστηρίζοντας ότι τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων μπορούσαν να προβάλλονται στις ίδιες σελίδες με εκείνες των αποτελεσμάτων αναζήτησης σε θέσεις που μπορούσαν να εναλλάσσονται αμοιβαίως, κάτι το οποίο σημαίνει ότι δεν πρόκειται περί διαφορετικών διαφημιστικών χώρων.

213 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

214 Κατά πρώτον, επισημαίνεται ότι οι διαπιστώσεις της Επιτροπής στην αιτιολογική σκέψη 136 της προσβαλλόμενης απόφασης στηρίζονται στις απαντήσεις οκτώ εκδοτών σε αιτήσεις παροχής πληροφοριών και σε απόσπασμα της κατάθεσης εκπροσώπου της Google, [*εμπιστευτικό*], ενώπιον της Federal Trade Commission (Ομοσπονδιακής Υπηρεσίας Ανταγωνισμού, Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, στο εξής: FTC) τον Μάιο του 2012. Επιπλέον, από την αιτιολογική σκέψη 147 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει επίσης ότι η World Federation of Advertisers επισήμανε ότι η προμνησθείσα διαφορά στη θέση των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων και το γεγονός ότι οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις παράγονται από την αναζήτηση χρήστη συνιστούν σημαντικά σημεία διαφοροποίησης των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων. Η Google, πάντως, δεν επικρίνει ούτε την ακρίβεια, ούτε την αξιοπιστία, ούτε καν τη συνεκτικότητα των ανωτέρω στοιχείων εκτίμησης.

215 Κατά δεύτερον, μολονότι οι διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις μπορούν πράγματι να εμφανίζονται στις ίδιες ιστοσελίδες με τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις, η Google δεν αμφισβητεί ότι ο χρήστης μπορεί ευχερώς να διακρίνει τις διαφημίσεις που συνδέονται με την αναζήτησή του από εκείνες που δεν συνδέονται με αυτή βάσει της θέσης και του περιεχομένου τους. Συγκεκριμένα, αφενός, οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις βρίσκονται συνήθως αμέσως κάτω από τη γραμμή αναζήτησης (και ενίοτε πλησίον της γραμμής αναζήτησης), υπό μορφή καταλόγου εάν οι διαφημίσεις είναι κειμενικές και με τη ρητή μνεία ότι

πρόκειται περί διαφημίσεων. Αφετέρου, το περιεχόμενό τους συνδέεται άμεσα με την αναζήτηση με λέξη-κλειδί που πραγματοποίησε ο χρήστης. Αντιθέτως, οι διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις μπορεί να βρίσκονται σε διάφορες θέσεις στην ιστοσελίδα, τα δε προϊόντα ή οι υπηρεσίες που διαφημίζονται δεν επηρεάζονται από την αναζήτηση που πραγματοποίησε ο χρήστης.

216 Ως εκ τούτου, η Google δεν αποδεικνύει ότι η διαπίστωση της Επιτροπής, στην αιτιολογική σκέψη 136 της προσβαλλόμενης απόφασης, η οποία αφορά τις διαφορές μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων όσον αφορά την ενεργοποίηση και τη θέση, είναι εσφαλμένη.

2) Επί της μορφής των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων

217 Στην αιτιολογική σκέψη 137 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή επισήμανε, όσον αφορά τη μορφή των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων, ότι οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις είναι «κατά κανόνα αποκλειστικά και μόνο» κειμενικές, ενώ οι διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις μπορούν να έχουν διάφορες μορφές κειμένου, γραφικών ή βίντεο.

218 Η Google επικρίνει την ανωτέρω διαπίστωση, υποστηρίζοντας ότι, στην πράξη, οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις μπορούν επίσης να έχουν εμπλουτισμένη μορφή ή να περιλαμβάνουν εικόνες και ότι οι διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις περιέχουν συχνά ένα κειμενικό στοιχείο.

219 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

220 Επ’ αυτού, διαπιστώνεται ότι η Google δεν αρνείται ότι τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων λαμβάνουν διαφορετικές μορφές. Η Google δεν αμφισβητεί επίσης ότι οι δεκατρείς διαφημιζόμενοι και εταιρίες επικοινωνίας, καθώς και η [*εμπιστευτικό*], στους οποίους παραπέμπει η Επιτροπή στην αιτιολογική σκέψη 137 της προσβαλλόμενης απόφασης (βλ. υποσημείωση 110), υπογράμμισαν όντως την εν λόγω διαφορά με τις απαντήσεις τους στις αιτήσεις παροχής πληροφοριών της Επιτροπής, ούτε ότι η World Federation of Advertisers επισήμανε την ίδια διαφορά σε έγγραφο που υπέβαλε στις 18 Φεβρουαρίου 2011, όπως εκτίθεται στην αιτιολογική σκέψη 147 της προσβαλλόμενης απόφασης.

221 Εξάλλου, το στιγμιότυπο οθόνης που η Google παρέθεσε στο σημείο 54 (γράφημα 3) του δικογράφου της προσφυγής προκειμένου να αποδείξει ότι οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις έχουν συχνά γραφικά στοιχεία δεν είναι κρίσιμο συναφώς, δεδομένου ότι απεικονίζει ένα άλλο είδος διαδικτυακής διαφήμισης, ήτοι τα εξειδικευμένα αποτελέσματα αναζητήσεων που μνημονεύθηκαν στη σκέψη 33 ανωτέρω. Συγκεκριμένα, το μόνο ζήτημα την εξέταση του οποίου η Google ζητεί από το Γενικό Δικαστήριο, στο πλαίσιο του πρώτου σκέλους του πρώτου λόγου ακυρώσεως, είναι αν ορθώς η Επιτροπή κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις δεν μπορούν να υποκαταστήσουν τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Τούτο είναι το μόνο ζήτημα το οποίο μνημονεύεται τόσο στον τίτλο του πρώτου σκέλους του πρώτου λόγου ακυρώσεως του δικογράφου της προσφυγής, το οποίο αφορά αποκλειστικά και μόνο την ανάλυση του ανταγωνισμού μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων, όσο και στο περιεχόμενο του πρώτου σκέλους του πρώτου λόγου ακυρώσεως, το οποίο αφορά στην πραγματικότητα μόνο την εκτίμηση της Επιτροπής στις αιτιολογικές σκέψεις 135 έως 169 της προσβαλλόμενης απόφασης στις οποίες εξετάζεται το ίδιο ζήτημα. Επομένως, εν αντιθέσει προς όσα υποστήριξε κατά την επ’ ακροατηρίου συζήτηση, η Google δεν προέβαλε, με το συγκεκριμένο σκέλος του πρώτου λόγου ακυρώσεως, κανένα επιχείρημα προς

αμφισβήτηση της εκτίμησης της Επιτροπής στις αιτιολογικές σκέψεις 170 έως 183 της προσβαλλόμενης απόφασης, κατά την οποία οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις διαφοροποιούνται από τα εξειδικευμένα αποτελέσματα των αναζητήσεων.

222 Από τα προεκτεθέντα προκύπτει ότι η Google δεν υποβάλλει στοιχεία τα οποία μπορούν να αναιρέσουν τη διαπίστωση στην αιτιολογική σκέψη 137 της προσβαλλόμενης απόφασης κατά την οποία οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις και οι διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις προβάλλονται συνήθως με διαφορετικές μορφές.

3) Επί του κόστους σχεδιασμού των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων

223 Στην αιτιολογική σκέψη 137 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή επισήμανε επιπλέον ότι από την προμνησθείσα διαφορά της μορφής των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων προκύπτει ότι οι διαφημιζόμενοι επιβαρύνονται ελάχιστα, ή δεν επιβαρύνονται καθόλου, με το κόστος σχεδιασμού των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, ενώ επιβαρύνονται με το κόστος σχεδιασμού των διαφημίσεων που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις, ειδικότερα εκείνων που περιέχουν γραφικά στοιχεία και εμπλουτισμένες μορφές.

224 Η Google αμφισβητεί την ορθότητα της ανωτέρω διαπίστωσης. Η Google υποστηρίζει ότι το κόστος σχεδιασμού των διαφημίσεων που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις δεν είναι κατ' ανάγκην υψηλό, υπενθυμίζοντας ότι οι εν λόγω διαφημίσεις μπορούν επίσης να έχουν τη μορφή κειμένου ή άλλες μορφές επίσης πολύ απλές.

225 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

226 Όπως διαπιστώθηκε στις σκέψεις 220 έως 222 ανωτέρω, η Google δεν υπέβαλε στοιχεία ικανά να αναιρέσουν τη διαπίστωση, στην προσβαλλόμενη απόφαση, ότι οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις είναι κατά κανόνα αποκλειστικά και μόνο κειμενικές, ενώ οι διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις έχουν συχνά πιο περίπλοκη εμφάνιση, η οποία περιλαμβάνει γραφικά στοιχεία ή βίντεο, μολονότι έχουν ενίοτε πιο απλές μορφές. Υπό τις συνθήκες αυτές, η Επιτροπή μπορούσε να διαπιστώσει ότι το κόστος σχεδιασμού των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις ήταν, εν γένει, κατώτερο του κόστους σχεδιασμού των διαφημίσεων που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις.

227 Επιπλέον, η Google δεν επέκρινε επίσης την ακρίβεια, την αξιοπιστία ή τη συνεκτικότητα των απαντήσεων τεσσάρων επιχειρήσεων στις αιτήσεις παροχής πληροφοριών, που μνημονεύονται στην υποσημείωση 112 της προσβαλλόμενης απόφασης, στις οποίες βασίστηκε η Επιτροπή προς στήριξη της διαπίστωσης που διατύπωσε στην αιτιολογική σκέψη 137 της προσβαλλόμενης απόφασης.

228 Κατά συνέπεια, η Google δεν αποδεικνύει ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε σφάλμα διαπιστώνοντας, στην αιτιολογική σκέψη 137 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι το κόστος σχεδιασμού των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις είναι συνήθως μικρό σε σχέση με το κόστος σχεδιασμού των διαφημίσεων που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις.

4) Επί της ικανότητας στόχευσης των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων

229 Στις αιτιολογικές σκέψεις 138 έως 141 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή επισήμανε ότι, δεδομένου ότι προβάλλονται κατόπιν αναζήτησης με λέξη-κλειδί από τον χρήστη, οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις έχουν εγγενώς μεγαλύτερη ικανότητα ανταπόκρισης σε άμεσο ενδιαφέρον του χρήστη από τις διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις. Μολονότι δέχθηκε, με την προσβαλλόμενη απόφαση, ότι ικανότητα στόχευσης έχουν και ορισμένες διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις, όπως οι συγκειμενικές διαφημίσεις (οι οποίες προσαρμόζονται στην ιστοσελίδα που επισκέπτεται ο χρήστης), οι διαφημίσεις που είναι επικεντρωμένες στη συμπεριφορά (οι οποίες προσαρμόζονται στο ιστορικό των ιστοσελίδων που επισκέπτεται ο χρήστης) και οι διαφημίσεις που τοποθετούνται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (οι οποίες προσαρμόζονται στο προφίλ του δικτύου του χρήστη), η Επιτροπή έκρινε ότι οι εν λόγω μορφές στόχευσης δεν έχουν, για τον χρήστη, τον ίδιο βαθμό σημασίας με εκείνον που έχουν οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

230 Η Google αμφισβητεί την ανωτέρω ανάλυση υποστηρίζοντας ότι δεν υπάρχει αξιοσημείωτη διαφορά στην ικανότητα στόχευσης των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων. Η Google υπενθυμίζει την ύπαρξη άλλων προϊόντων στην αγορά τα οποία επιτρέπουν τη στόχευση των χρηστών, όπως τα προϊόντα που διατίθενται στο εμπόριο από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, και την τεχνολογία εκ νέου στόχευσης που καθιστά δυνατή τη στόχευση των χρηστών που έχουν ήδη επισκεφθεί έναν διαδικτυακό τόπο. Κατά την Google, η Επιτροπή αγνόησε τα ανωτέρω αποδεικτικά στοιχεία, τούτο δε μολονότι ορισμένοι διαφημιζόμενοι δήλωσαν με τις απαντήσεις τους στις αιτήσεις παροχής πληροφοριών ότι οι διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις παρέχουν πολύ εξειδικευμένη στόχευση.

231 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

232 Κατά πρώτον, όσον αφορά το επιχείρημα της Google ότι η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη ορισμένα κρίσιμα πραγματικά στοιχεία κατά την ανάλυση των ικανοτήτων στόχευσης των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων, υπενθυμίζεται ότι η Επιτροπή στήριξε το συμπέρασμά της σχετικά με τη μεγαλύτερη ικανότητα στόχευσης των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, στις αιτιολογικές σκέψεις 138 έως 141 της προσβαλλόμενης απόφασης, σε δέσμη διαφορετικών στοιχείων. Συγκεκριμένα, η Επιτροπή παρέπεμψε στις απαντήσεις στις αιτήσεις παροχής πληροφοριών τις οποίες έλαβε από δεκατέσσερις επιχειρήσεις, οι οποίες περιλάμβαναν διαφημιζομένους, εταιρίες επικοινωνίας και εκδότες, και από την [*εμπιστευτικό*] (υποσημειώσεις 113 έως 115, 119 και 120), καθώς και στις πληροφορίες που εκπρόσωπος της Google παρέσχε στην FTC (βλ. αιτιολογική σκέψη 139), στην ενότητα «AdWords Help» του διαδικτυακού τόπου της Google το 2012 (βλ. αιτιολογική σκέψη 140) και σε έκθεση της Autorité de la concurrence (Αρχής Ανταγωνισμού, Γαλλία) του 2010 σχετικά με τη διαδικτυακή διαφήμιση (βλ. αιτιολογική σκέψη 141). Εξάλλου, η Επιτροπή επισήμανε επίσης, στην αιτιολογική σκέψη 147 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η World Federation of Advertisers είχε αναδείξει τη διαφορά στην ικανότητα στόχευσης των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων.

233 Η Google δεν προβάλλει, όμως, κανένα τεκμηριωμένο επιχείρημα προς αμφισβήτηση της ακρίβειας, της αξιοπιστίας και της συνεκτικότητας των ανωτέρω πληροφοριών. Δεν ισχυρίζεται, επίσης, ότι τα εν λόγω στοιχεία δεν είναι κρίσιμα για την ανάλυση της ικανότητας στόχευσης των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων.

234 Κατά δεύτερον, η Google δεν αποδεικνύει ότι η Επιτροπή δεν εξέτασε άλλα κρίσιμα αποδεικτικά στοιχεία τα οποία μπορούσαν να μεταβάλουν το συμπέρασμα της ανάλυσής της.

235 Πρώτον, όσον αφορά τις ικανότητες στόχευσης που παρέχουν οι φορείς μέσων κοινωνικής δικτύωσης που μνημόνευσε η Google, όπως οι Facebook, LinkedIn και Snap, υπογραμμίζεται ότι η Google δεν αμφισβητεί ότι, σύμφωνα με τα επιχειρήματα της Επιτροπής, οι νέες υπηρεσίες που παρέχουν οι εν λόγω φορείς διατέθηκαν στην αγορά είτε προς το τέλος της περιόδου την οποία αφορά η κατάχρηση που διαπιστώθηκε με την προσβαλλόμενη απόφαση, όπως συμβαίνει στην περίπτωση της Facebook Audience Network που εμφανίστηκε το 2014, είτε μετά την εν λόγω περίοδο, όπως συμβαίνει στην περίπτωση των LinkedIn Audience Network και Snap Audience Network. Κατά συνέπεια, η πρώτη ως άνω υπηρεσία έχει περιορισμένη σημασία για τον ορισμό της σχετικής αγοράς, ενώ οι δύο άλλες υπηρεσίες δεν ασκούν συναφώς οποιαδήποτε επιρροή. Εξάλλου, η Google δεν αμφισβητεί την ακρίβεια της διαπίστωσης της Επιτροπής, στην αιτιολογική σκέψη 163 της προσβαλλόμενης απόφασης, κατά την οποία οι ικανότητες στόχευσης που παρέχει η Facebook Audience Network δεν καθιστούν δυνατή την προβολή διαφημίσεων που ανταποκρίνονται στο ενδιαφέρον του χρήστη τόσο συχνά όσο οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

236 Επιπλέον, η Google δεν αποδεικνύει ότι τα προϊόντα που μνημονεύθηκαν στη σκέψη 235 ανωτέρω και τα λοιπά προϊόντα που μνημονεύονται στο σημείο 10 του παραρτήματος C.3 του υπομνήματος απάντησης, ήτοι Criteo, ValueClick και Millennial Media, παρέχουν στους διαφημιζομένους τη δυνατότητα να προβάλλουν διαφημίσεις αντιδρώντας αμέσως σε ενδιαφέρον που εκδήλωσε ο χρήστης, όπως συμβαίνει με τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Η παραπομπή, στον πίνακα 7 του παραρτήματος C.3 του υπομνήματος απαντήσεως, σε ενημερωτικό δελτίο της Bundeskartellamt του 2017 σχετικά με έρευνα που αφορούσε την επιχείρηση Facebook, στο οποίο διαπιστώνεται ότι η εν λόγω επιχείρηση έχει «την ικανότητα βελτίωσης των δραστηριοτήτων της διαφημιστικής στόχευσης», χωρίς περαιτέρω στοιχεία, δεν αποδεικνύει ότι η Facebook διέθετε, κατά την περίοδο της προβαλλόμενης παράβασης, ένα προϊόν ή μια υπηρεσία ικανό να στοχεύει το άμεσο ενδιαφέρον χρήστη του διαδικτύου με τον τρόπο που θα το έπρατταν οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

237 Δεύτερον, όσον αφορά τις δυνατότητες εκ νέου στόχευσης ορισμένων διαφημίσεων που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις, οι οποίες παρέχουν στους διαφημιζομένους τη δυνατότητα να στοχεύουν τους χρήστες βάσει παλαιότερης χρήσης του διαδικτύου, επισημαίνεται ότι, εν αντιθέσει προς όσα υποστηρίζει η Google, η Επιτροπή δεν αγνόησε το συγκεκριμένο στοιχείο. Συγκεκριμένα, στην αιτιολογική σκέψη 141, σημείο 2, της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή μνημόνευσε τη δυνατότητα των διαφημιζομένων να στοχεύουν έναν χρήστη που επισκέφθηκε ορισμένους διαδικτυακούς τόπου στο παρελθόν. Εντούτοις, παραθέτοντας στην υποσημείωση 120 τις απαντήσεις έξι διαφημιζομένων στην από 11ης Ιανουαρίου 2016 αίτηση παροχής πληροφοριών, την ερμηνεία των οποίων η Google δεν αμφισβητεί, η Επιτροπή εκτίμησε ότι το συγκεκριμένο είδος διαφημίσεων, που χαρακτηρίζεται ως «συμπεριφορική διαφήμιση», είναι λιγότερο ικανό να ανταποκριθεί σε ενδιαφέρον του χρήστη κατά τον χρόνο προβολής της διαφήμισης και, επομένως, είναι λιγότερο ικανό να συνεπάγεται αγορά ή άλλη ενέργεια προς όφελος του διαφημιζομένου από τον χρήστη.

238 Τρίτον, όσον αφορά την απόφαση C(2008) 927 final της Επιτροπής, της 11ης Μαρτίου 2008, με την οποία μια πράξη συγκέντρωσης κηρύσσεται συμβατή με την κοινή αγορά και τη λειτουργία της Συμφωνίας ΕΟΧ (υπόθεση COMP/M.4731 – Google/DoubleClick) (στο εξής: απόφαση Google/DoubleClick), αφενός, υπενθυμίζεται ότι η Επιτροπή δεν δεσμεύεται από τις εκτιμήσεις όσον αφορά τις σχετικές αγορές τις οποίες πραγματοποίησε με παλαιότερες αποφάσεις της

(πρβλ. αποφάσεις της 14ης Δεκεμβρίου 2005, General Electric κατά Επιτροπής, T-210/01, EU:T:2005:456, σκέψεις 118 έως 120, και της 11ης Ιανουαρίου 2017, Topps Europe κατά Επιτροπής, T-699/14, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2017:2, σκέψη 93). Συγκεκριμένα, η Επιτροπή υποχρεούται να προβαίνει σε εξατομικευμένη ανάλυση των περιστάσεων κάθε υπόθεσης και δεν δεσμεύεται από προγενέστερες αποφάσεις οι οποίες αφορούν άλλους επιχειρηματίες, άλλες αγορές προϊόντων και υπηρεσιών ή άλλες γεωγραφικές αγορές σε διαφορετικά χρονικά σημεία. Επομένως, ο προσφεύγων δεν μπορεί να αμφισβητήσει τις διαπιστώσεις της Επιτροπής, για τον λόγο ότι διαφέρουν από εκείνες που πραγματοποιήθηκαν παλαιότερα σε άλλη υπόθεση, ακόμη και αν γίνει δεκτό ότι οι επίμαχες αγορές στις δύο υποθέσεις είναι παρεμφερείς, ακόμη και πανομοιότυπες (βλ. απόφαση της 25ης Μαρτίου 2015, Slovenská pošta κατά Επιτροπής, T-556/08, μη δημοσιευθείσα, EU:T:2015:189, σκέψη 197 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία). Αφετέρου, και εν πάση περιπτώσει, μολονότι είναι αληθές ότι η Επιτροπή επισήμανε, στην αιτιολογική σκέψη 52 της απόφασης Google/DoubleClick, ότι, σύμφωνα με τις απαντήσεις των διαφημιζομένων κατά την έρευνα αγοράς που πραγματοποίησε, οι ικανότητες στόχευσης των διαφημίσεων που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις βελτιώνονται και, στην αιτιολογική σκέψη 12 της εν λόγω απόφασης, ότι οι εν λόγω ικανότητες συγκλίνουν, μέσω της «συμπεριφορικής στόχευσης» (behavioural targeting), με τις ικανότητες στόχευσης που παρέχουν οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις, η Επιτροπή δεν διαπίστωσε, με την εν λόγω απόφαση, ότι από τα προεκτεθέντα συνάγεται ότι τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων έχουν ισοδύναμες ικανότητες στόχευσης.

239 Τέταρτον, όσον αφορά τις απαντήσεις τεσσάρων διαφημιζομένων στην από 11ης Ιανουαρίου 2016 αίτηση παροχής πληροφοριών, αποσπάσματα των οποίων παρατίθενται στον πίνακα 7 του παραρτήματος C.3 του υπομνήματος απαντήσεως, οι οποίες καταδεικνύουν, κατά την Google, την ικανότητα στόχευσης των διαφημίσεων που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις, είναι αληθές ότι οι απαντήσεις τριών εξ αυτών, ήτοι της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*] και της [*εμπιστευτικό*], αναδεικνύουν τη χρησιμότητα της ικανότητας στόχευσης των διαφημίσεων που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις. Εντούτοις, οι εν λόγω απαντήσεις δεν υποδηλώνουν ότι οι ικανότητες στόχευσης των διαφημίσεων που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις καθιστούν δυνατή την ανταπόκριση σε άμεσο ενδιαφέρον του χρήστη του διαδικτύου και, επομένως, την υποκίνησή του ώστε να προβεί σε αγορά όπως το πράττουν οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Επομένως, οι ως άνω απαντήσεις δεν είναι ικανές να αντισταθμίσουν τα στοιχεία που περιέχονται στην προσβαλλόμενη απόφαση, τα οποία συνοψίστηκαν στη σκέψη 232 ανωτέρω, σχετικά με τις διαφορές των ικανοτήτων στόχευσης των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων.

240 Ως εκ τούτου, χωρίς να χρειάζεται να αποφανθεί επί του παραδεκτού της επιχειρηματολογίας της Google που περιέχεται στο παράρτημα C.3 του υπομνήματος απαντήσεως, το οποίο αμφισβήτησε η Επιτροπή, το Γενικό Δικαστήριο διαπιστώνει ότι η Google δεν υποβάλλει στοιχεία τα οποία μπορούν να αναιρέσουν τη διαπίστωση της Επιτροπής, στις αιτιολογικές σκέψεις 138 έως 141 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις μπορούν να ανταποκριθούν καλύτερα σε άμεσο ενδιαφέρον του χρήστη.

5) Επί των σκοπών των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων

241 Στις αιτιολογικές σκέψεις 142 έως 144 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή εκτίμησε, όσον αφορά τους σκοπούς των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων, ότι οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις είναι καταλληλότερες για την επίτευξη αποτελέσματος αγοράς, ενώ οι διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις είναι πιο αποτελεσματικές για την προώθηση σήματος.

242 Η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε την ύπαρξη αξιοσημείωτης διαφοράς μεταξύ των σκοπών των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων και ότι, κατ' ουσίαν, οι εν λόγω διαφημίσεις έχουν τελικώς τον ίδιο σκοπό.

243 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

244 Κατά πρώτον, διαπιστώνεται ότι η Επιτροπή στήριξε σε πλείονα στοιχεία την εκτίμηση που διατύπωσε στις αιτιολογικές σκέψεις 142 έως 144 της προσβαλλόμενης απόφασης. Συγκεκριμένα, η Επιτροπή παρέπεμψε, πρώτον, στις απαντήσεις των εκδοτών και των διαφημιζομένων στις αιτήσεις της παροχής πληροφοριών, στηριζόμενη, στις υποσημειώσεις 122 έως 124, μεταξύ άλλων, στις έξι απαντήσεις που έλαβε, δεύτερον, σε μελέτη αγοράς του 2010 την οποία κατάρτισαν η εταιρία συμβούλων Econsultancy και η ένωση SEMPO, βάσει έρευνας γνώμης που διενεργήθηκε σε διαφημιζομένους και εταιρίες επικοινωνίας, και, τρίτον, σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του Σεπτεμβρίου του 2008 του [*εμπιστευτικό*] στην Google.

245 Η Google δεν προβάλλει, όμως, κανένα επιχείρημα προς αμφισβήτηση της ακρίβειας, της αξιοπιστίας ή της συνεκτικότητας των ανωτέρω στοιχείων, πλην του φερόμενου επιλεκτικού χαρακτήρα της μνείας του μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του [*εμπιστευτικό*]. Εντούτοις, το τελευταίο αυτό επιχείρημα δεν είναι επίσης πειστικό, καθότι η Google υποστηρίζει μόνον ότι το μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του [*εμπιστευτικό*] αποτελούσε αντίδραση σε άρθρο που δημοσιεύθηκε στη *The Wall Street Journal*, με το οποίο διαπιστωνόταν ότι τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων ήταν αποδοτικά μέσα για την προσέγγιση της πελατείας. Επομένως, η Google δεν εκθέτει τον τρόπο με τον οποίο η Επιτροπή χρησιμοποίησε το μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου εκτός του συγκειμένου του, μέσω της μνείας του, ούτε τον λόγο για τον οποίο το περιεχόμενό του δεν είναι αξιόπιστο.

246 Κατά δεύτερον, όσον αφορά το επιχείρημα της Google ότι η έκθεση του γραφείου οικονομολόγων RBB σχετικά με τον ανταγωνισμό που η επιχείρηση Facebook ασκεί στη διαδικτυακή διαφήμιση, η οποία εκπονήθηκε για την Google τον Νοέμβριο του 2016 και παρατίθεται στο παράρτημα Α.3 του δικογράφου της προσφυγής, αποδεικνύει ότι αμφότερα τα επίμαχα είδη διαφημίσεων έχουν τελικώς ως σκοπό τη μετατροπή της ζήτησης σε συναλλαγή, είναι αληθές ότι στο τμήμα 3.3 της εν λόγω έκθεσης επισημαίνεται ότι η Facebook παρέχει στους διαφημιζομένους τη δυνατότητα να επιλέξουν κριτήρια ώστε να παροτρύνουν θετική ενέργεια εκ μέρους του χρήστη του διαδικτύου που βλέπει τις διαφημίσεις (για παράδειγμα, κλικ στη διαφήμιση που οδηγεί στον διαδικτυακό τόπο του διαφημιζομένου). Εντούτοις, η εν λόγω έκθεση δεν αποδεικνύει ότι οι διαφημίσεις στο μέσο κοινωνικής δικτύωσης Facebook έχουν ως κύριο σκοπό να οδηγήσουν άμεσα τον χρήστη σε αγορά ανταποκρινόμενες στο ενδιαφέρον του κατά τη συγκεκριμένη χρονική στιγμή για κάποιο προϊόν ή κάποια υπηρεσία, εν αντιθέσει προς ό,τι συμβαίνει με τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

247 Ως εκ τούτου, χωρίς να χρειάζεται να αποφανθεί επί του παραδεκτού της επιχειρηματολογίας της Google που περιέχεται στο υπόμνημα απαντήσεως, το οποίο αμφισβήτησε η Επιτροπή, το Γενικό Δικαστήριο διαπιστώνει ότι τα επιχειρήματα της Google δεν μπορούν να οδηγήσουν στο συμπέρασμα ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε πλάνη εκτιμώντας, στις αιτιολογικές σκέψεις 142 έως 144 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων επιδιώκουν διαφορετικούς σκοπούς.

6) Επί των ποσοστών κλικ και μετατροπής των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων

248 Στην αιτιολογική σκέψη 145 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή επισήμανε ότι οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις έχουν μεγαλύτερα ποσοστά κλικ και μετατροπής από εκείνα των διαφημίσεων που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις. Με άλλα λόγια, κατά την Επιτροπή, οι πιθανότητες ο χρήστης να κάνει κλικ σε διαφήμιση και να προβεί σε αγορά ή σε άλλη ενέργεια που συνεπάγεται αξία για έναν διαφημιζόμενο είναι μεγαλύτερες όταν προβάλλεται μια διαφήμιση στις διαδικτυακές αναζητήσεις από ό,τι όταν προβάλλεται μια διαφήμιση που δεν συνδέεται με διαδικτυακές αναζητήσεις.

249 Η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή έπρεπε να ελέγξει αν το μεγαλύτερο ποσοστό μετατροπής των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις το οποίο διαπίστωσε η Επιτροπή συνοδευόταν από διαφορά τιμής. Στην περίπτωση αυτή, οι διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις θα μπορούσαν ακόμη να ασκούν ανταγωνιστική πίεση επί των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, με αποτέλεσμα τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων να περιλαμβάνονται στην ίδια αγορά.

250 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

251 Κατά πρώτον, το Γενικό Δικαστήριο παρατηρεί ότι η Google δεν αμφισβητεί ότι οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις έχουν μεγαλύτερα ποσοστά κλικ και μετατροπής από εκείνα των διαφημίσεων που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις. Επομένως, η Google δεν αμφισβητεί τη διαπίστωση της Επιτροπής, στην αιτιολογική σκέψη 145 της προσβαλλόμενης απόφασης, σχετικά με τη διαφορά μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων συναφώς.

252 Κατά δεύτερον, όσον αφορά την επιχειρηματολογία της Google κατά την οποία η Επιτροπή έπρεπε να εξετάσει αν η ανωτέρω διαφορά αντισταθμιζόταν άμεσα από διαφορά τιμής με αποτέλεσμα τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων να μπορούν ακόμη να περιλαμβάνονται στην ίδια αγορά, είναι αληθές ότι η Επιτροπή δεν εξέτασε ειδικώς το συγκεκριμένο ζήτημα με την προσβαλλόμενη απόφαση, τούτο δε παρά το γεγονός, το οποίο επισήμανε η Google, ότι είχε μνημονεύσει, στην αιτιολογική σκέψη 149 της προσβαλλόμενης απόφασης, την έκθεση της Statista στην οποία επισημαίνεται ακριβώς η σημαντική διαφορά τιμής μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων. Εντούτοις, με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή ανέλυσε τις τιμές των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων. Συγκεκριμένα, όπως εκτέθηκε στις σκέψεις 145 έως 208 ανωτέρω, η Επιτροπή αξιολόγησε αν, από την πλευρά των εκδοτών, των διαφημιζομένων και των εταιριών επικοινωνίας, μπορούσε να υπάρχει δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων σε περίπτωση μόνιμης αύξησης κατά 5 έως 10 % της τιμής που οι διαφημιζόμενοι κατέβαλλαν για τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις ή μείωσης κατά το ίδιο εύρος των εσόδων που οι εκδότες εισέπρατταν από τις εν λόγω διαφημίσεις. Όπως εκτίθεται στην αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης, όμως, η πλειονότητα των διαφημιζομένων, το ήμισυ των εταιριών επικοινωνίας και το σύνολο των εκδοτών δήλωσαν ότι δεν ήταν πιθανό μια τέτοια μεταβολή να τους οδηγήσει προς διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις. Όπως υποστήριξε η Επιτροπή κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, η εν λόγω ανάλυση κατέδειξε επίσης ότι η τιμή για τους διαφημιζομένους και τις εταιρίες επικοινωνίας ή τα έσοδα που παράγονται από τις επίμαχες διαφημίσεις για τους εκδότες δεν ήταν ο καθοριστικός παράγοντας για την οικεία επιλογή των επιχειρήσεων, καθότι οι επιχειρήσεις εξέταζαν τη συνολική αξία που μπορούσαν να τους αποφέρουν οι διαφημίσεις, η οποία προκύπτει από μια σειρά παραγόντων και όχι μόνον από την τιμή των διαφημίσεων ή τα έσοδα που παράγουν οι διαφημίσεις.

253 Ως εκ τούτου, η Google δεν αποδεικνύει ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε πλάνη διαπιστώνοντας, στην αιτιολογική σκέψη 145 της προσβαλλόμενης απόφασης, την ύπαρξη διαφοράς στα ποσοστά κλικ και μετατροπής μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων.

7) Επί της δυνατότητας μέτρησης της απόδοσης των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων

254 Στην αιτιολογική σκέψη 146 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή επισήμανε ότι οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις παρέχουν στους διαφημιζομένους τη δυνατότητα να γνωρίζουν ευχερέστερα την απόδοση της επένδυσής τους. Επ' αυτού, η Επιτροπή εξέθεσε ότι είναι δυνατή η παρακολούθηση του αριθμού των κλικ σε τέτοιες διαφημίσεις, καθώς και των αγορών που πραγματοποιούν οι χρήστες, παρακολουθώντας τα εν λόγω κλικ, κάτι το οποίο δεν είναι δυνατό για τις διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις, στις οποίες δεν υπάρχει κανονικά κανένας άμεσος σύνδεσμος μεταξύ της θέασης της διαφήμισης και της αγοράς του σχετικού προϊόντος.

255 Η Google αμφισβητεί την ανωτέρω εκτίμηση υποστηρίζοντας ότι οι διαφημιζόμενοι διαθέτουν πολλούς τρόπους παρακολούθησης της απόδοσης των διαφημίσεων που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις όσον αφορά τη μετατροπή (conversion tracking) και την αξιολόγηση της απόδοσης της επένδυσής τους, περιλαμβανομένων εργαλείων που η Google έχει θέσει σε κυκλοφορία στην αγορά. Εξάλλου, κατά την Google, εσφαλμένως η Επιτροπή παρέπεμψε σε μελέτη που κατάρτισε η εταιρία συμβούλων Econsultancy, σε συνεργασία με την επιχείρηση ExactTarget.

256 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

257 Κατά πρώτον, υπενθυμίζεται ότι η Επιτροπή στήριξε τη διαπίστωσή της, η οποία περιέχεται στην αιτιολογική σκέψη 146 της προσβαλλόμενης απόφασης και αφορά τη μεγαλύτερη ικανότητα των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις να μετρούν την απόδοση της επένδυσης, στις απαντήσεις σε αιτήσεις παροχής πληροφοριών πέντε διαφημιζομένων και τριών εταιριών επικοινωνίας καθώς και της [*εμπιστευτικό*], οι οποίες μνημονεύονται στην υποσημείωση 132 της εν λόγω απόφασης. Η Google δεν προβάλλει, όμως, κανένα επιχείρημα σχετικά με τις εν λόγω απαντήσεις και, επομένως, δεν αμφισβητεί την ακρίβεια, την αξιοπιστία ή τη συνεκτικότητα των εν λόγω στοιχείων.

258 Κατά δεύτερον, όσον αφορά την επίκριση της Google που αφορά την παραπομπή από την Επιτροπή στη μελέτη της Econsultancy στην αιτιολογική σκέψη 146 της προσβαλλόμενης απόφασης, διαπιστώνεται ότι από την εν λόγω μελέτη, η οποία καταρτίστηκε τον Φεβρουάριο του 2010 και βασίζεται σε έρευνα γνώμης που διενεργήθηκε σε 1 123 διαφημιζομένους και εταιρίες επικοινωνίας, προκύπτει ότι οι απαντήσεις των ερωτηθέντων κατέδειξαν ότι οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις συνιστούσαν τον καλύτερο «δίαυλο» για τη μέτρηση της απόδοσης της επένδυσης των διαδικτυακών διαφημίσεων. Συγκεκριμένα, στο τμήμα 4.3.3 (σ. 42 και 43) της εν λόγω μελέτης, η οποία παρατίθεται στο παράρτημα Β.1 του υπομνήματος αντικρούσεως, επισημαίνεται ότι το 54 % των διαφημιζομένων και το 35 % των εταιριών επικοινωνίας που απάντησαν στην έρευνα γνώμης δήλωσαν ότι το συγκεκριμένο είδος διαφημίσεων είναι «καλό» για τη μέτρηση της απόδοσης της επένδυσης, ενώ μόνο το 37 % των διαφημιζομένων και το 23 % των εταιριών επικοινωνίας δήλωσαν ότι οι διαφημίσεις που προβάλλονται είναι «καλές» για τον ίδιο σκοπό. Μολονότι, με την ερώτηση που τέθηκε με την έρευνα γνώμης, δεν ζητήθηκε από τις επιχειρήσεις να συγκρίνουν συναφώς τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων, συνάγεται εντούτοις ότι οι απαντήσεις επιρρωννύουν τη διαπίστωση της Επιτροπής ότι οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις καθιστούν ευχερέστερη, για τους διαφημιζομένους, τη μέτρηση της απόδοσης της

επένδυσης από ό,τι οι διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις. Η τελευταία ως άνω διαπίστωση ουδόλως αναιρείται από το επιχείρημα της Google ότι το 46 % των διαφημιζομένων και το 65 % των εταιριών επικοινωνίας εκτιμούν ότι ο «δίαυλος ψηφιακής εμπορίας» στον οποίο μπορούν να αξιολογήσουν καλύτερα την απόδοση της επένδυσής τους «είναι άλλος» από εκείνον των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, δεδομένου ότι δεν αποδείχθηκε ότι οι εν λόγω άλλοι δίαυλοι περιλάμβαναν τις διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις. Επομένως, το επιχείρημα της Google είναι αλυσιτελές όσον αφορά το ζήτημα της δυνατότητας αμοιβαίας υποκατάστασης των δύο επίμαχων ειδών διαφήμισης.

259 Κατά τρίτον, όσον αφορά το επιχείρημα της Google ότι υπήρχαν, κατά το χρονικό διάστημα τέλεσης της παράβασης, διαθέσιμα εργαλεία για τη μέτρηση της απόδοσης της επένδυσης των διαφημίσεων που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις, το Γενικό Δικαστήριο παρατηρεί ότι οι πληροφορίες που υπέβαλε η Google δείχνουν ότι τα εν λόγω εργαλεία παρείχαν μεν δυνατότητες μέτρησης της απόδοσης της επένδυσης, πλην όμως δεν μπορούν να οδηγήσουν στη διαπίστωση ότι τα εργαλεία παρείχαν συναφώς δυνατότητες ισοδύναμες με εκείνες των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

260 Πρώτον, όσον αφορά την Google Ads, από τα αποσπάσματα του ιστολογίου της Google, Inside AdWords, προκύπτει ότι τα εργαλεία της Google παρείχαν στους διαφημιζομένους, πλέον της δυνατότητας μέτρησης του αριθμού των κλικ στις διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις, τη δυνατότητα μέτρησης της αύξησης των επισκέψεων σε έναν διαδικτυακό τόπο και των αναζητήσεων κατόπιν εκστρατείας προβολής διαφημίσεων. Εντούτοις, στο ιστολόγιο δεν επισημαίνεται ότι οι εν λόγω λειτουργικότητες παρείχαν στους διαφημιζομένους τη δυνατότητα να συνδέουν τις διαφημιστικές δαπάνες τους με τις πραγματοποιηθείσες πωλήσεις, όπως συμβαίνει στην περίπτωση των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, σε σχέση με τις οποίες η Επιτροπή επισήμανε με την προσβαλλόμενη απόφαση, χωρίς να αντικρουστεί επ' αυτού από την Google, ότι παρέχουν τη δυνατότητα σύγκρισης των δαπανών που συνδέονται με μια λέξη-κλειδί με τις αγορές που προκύπτουν από τα κλικ.

261 Δεύτερον, όσον αφορά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης LinkedIn, Twitter και Pinterest, καθώς και τα εργαλεία ανάλυσης Adobe και Salesforce, τα οποία παρείχαν επίσης ικανότητες παρακολούθησης όσον αφορά τις διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις, επιβάλλεται η διαπίστωση ότι, όπως παρατηρεί η Επιτροπή με τα υπομνήματά της, η Google δεν διευκρινίζει αν τα εν λόγω εργαλεία ήταν διαθέσιμα κατά το χρονικό διάστημα τέλεσης της παράβασης ούτε εκθέτει τον τρόπο με τον οποίο οι δυνατότητες παρακολούθησης ανταγωνίζονταν εκείνες που παρέχουν οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις για τη μέτρηση της απόδοσης της επένδυσης.

262 Τρίτον, όσον αφορά το μέσο κοινωνικής δικτύωσης Facebook, στο τμήμα 3.5 της έκθεσης του RBB, που παρατίθεται στο παράρτημα A.3 του δικογράφου της προσφυγής (βλ. σκέψη 246 ανωτέρω), περιγράφονται τα εργαλεία που καθιστούν δυνατή την παρακολούθηση των χρηστών έως διάφορα είδη μετατροπής, περιλαμβανομένης της αγοράς, τα οποία συνδέονται με τις διαφημίσεις στο συγκεκριμένο μέσο κοινωνικής δικτύωσης οι οποίες δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις. Εντούτοις, ανεξαρτήτως του αν οι ανωτέρω λειτουργικότητες ήταν διαθέσιμες για τους διαφημιζομένους κατά το χρονικό διάστημα τέλεσης της παράβασης (βλ. σκέψη 235 ανωτέρω σχετικά με την Facebook Audience Network), η Google δεν αποδεικνύει ότι το συγκεκριμένο εργαλείο της Facebook ήταν εξίσου αποτελεσματικό με τις διαφημίσεις στις

διαδικτυακές αναζητήσεις για τη μέτρηση της απόδοσης της επένδυσης, καθόσον δεν παραπέμπει σε καμία από τις απαντήσεις των διαφημιζομένων και των εταιριών επικοινωνίας στις αιτήσεις παροχής πληροφοριών της Επιτροπής επ' αυτού.

263 Ως εκ τούτου, χωρίς να χρειάζεται να αποφανθεί επί του παραδεκτού της επιχειρηματολογίας της Google που περιέχεται στο παράρτημα C.3 του υπομνήματος απαντήσεως, το οποίο αμφισβήτησε η Επιτροπή, το Γενικό Δικαστήριο διαπιστώνει ότι τα επιχειρήματα της Google δεν αποδεικνύουν ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε πλάνη διαπιστώνοντας, στην αιτιολογική σκέψη 146 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις παρέχουν στους διαφημιζομένους τη δυνατότητα να γνωρίζουν, ευχερέστερα από ό,τι οι διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις, την απόδοση της επένδυσής τους.

8) Επί της σημασίας των διαφορών των χαρακτηριστικών και των χρήσεων για τον σκοπό του ορισμού της αγοράς

264 Από τις σκέψεις 211 έως 263 ανωτέρω προκύπτει ότι η Google δεν κατόρθωσε να αμφισβητήσει το βάσιμο της ανάλυσης της Επιτροπής, με την προσβαλλόμενη απόφαση, η οποία ανέδειξε τις διαφορές μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων όσον αφορά την ενεργοποίηση και τη θέση, τη μορφή, το κόστος σχεδιασμού, τις ικανότητες στόχευσης, τους σκοπούς, τα ποσοστά κλικ και μετατροπής, καθώς και τις δυνατότητες μέτρησης της απόδοσης της επένδυσης. Οι ανωτέρω διαπιστώσεις βασίζονταν σε πλείονα αποδεικτικά στοιχεία, την ακρίβεια, την αξιοπιστία και τη συνεκτικότητα των οποίων η Google δεν κατόρθωσε να αμφισβητήσει με τα επιχειρήματά της.

265 Συναφώς, διαπιστώνεται ότι, κατά τη σφαιρική εκτίμηση του ορισμού της αγοράς που πραγματοποίησε η Επιτροπή, οι ανωτέρω διαφορές συνιστούσαν κρίσιμες ενδείξεις της αδυναμίας αμοιβαίας υποκατάστασης των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων.

266 Συγκεκριμένα, κατά τη νομολογία και την ανακοίνωση για τον ορισμό της αγοράς που μνημονεύθηκαν στις σκέψεις 125 και 126 ανωτέρω, τα χαρακτηριστικά και οι χρήσεις των προϊόντων έχουν σημασία κατά τον ορισμό της αγοράς, δεδομένου ότι η αγορά του σχετικού προϊόντος περιλαμβάνει όλα τα προϊόντα που είναι δυνατόν να εναλλάσσονται ή να υποκαθίστανται για τον καταναλωτή, λόγω των χαρακτηριστικών, των τιμών και της χρήσης για την οποία προορίζονται.

267 Επιπλέον, αντίθετα προς τα επιχειρήματα της Google, η Επιτροπή κατέδειξε ότι τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων επιδιώκουν όντως διαφορετικούς σκοπούς, όπως προκύπτει από τις σκέψεις 241 έως 247 ανωτέρω.

268 Εντούτοις, η Google υποστηρίζει ότι οι ανωτέρω διαφορές δεν επαρκούν προκειμένου να διαπιστωθεί η αδυναμία υποκατάστασης μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφήμισης ελλείψει ανάλυσης της δυνατότητας υποκατάστασης βάσει των τιμών των επίμαχων διαφημίσεων.

269 Συναφώς, υπενθυμίζεται ότι, όπως προεκτέθηκε στις σκέψεις 155 έως 161, η πραγματοποίηση ανάλυσης της δυνατότητας υποκατάστασης βάσει των τιμών, π.χ. μέσω της εφαρμογής κριτηρίου SSNIP, δεν ήταν υποχρεωτική στο πλαίσιο του ορισμού της αγοράς εκ μέρους της Επιτροπής. Υποχρέωση πραγματοποίησης τέτοιας ανάλυσης δεν επιβάλλεται ούτε από τη νομολογία ούτε από την Επιτροπή με την ανακοίνωση για τον ορισμό της αγοράς.

270 Εξάλλου, και εν πάση περιπτώσει, η Επιτροπή ανέλυσε με την προσβαλλόμενη απόφαση αν, από την πλευρά των εκδοτών, των διαφημιζομένων και των εταιριών επικοινωνίας, μπορούσε να υπάρχει δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων σε περίπτωση μόνιμης αύξησης κατά 5 έως 10 % της τιμής που οι διαφημιζόμενοι κατέβαλλαν για τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις ή μείωσης κατά το ίδιο εύρος των εσόδων που οι εκδότες εισέπρατταν από τις εν λόγω διαφημίσεις.

271 Με την ως άνω ανάλυση η Επιτροπή μπόρεσε να προσδιορίσει χρήσιμα στοιχεία για τον ορισμό της σχετικής αγοράς, τα οποία συνοψίζονται στην αιτιολογική σκέψη 148 της προσβαλλόμενης απόφασης και επικυρώθηκαν στις σκέψεις 145 έως 208 ανωτέρω.

272 Επιπλέον, όπως επισημάνθηκε στις σκέψεις 141 έως 144 ανωτέρω, υπενθυμίζεται ότι η Επιτροπή στηρίχθηκε και σε άλλους παράγοντες κατά την ανάλυση της δυνατότητας αμοιβαίας υποκατάστασης των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων, όπως οι επενδύσεις που είναι αναγκαίες για την παροχή υπηρεσιών για τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις (αιτιολογικές σκέψεις 150 έως 154 της προσβαλλόμενης απόφασης) και η συμπεριφορά ορισμένων εκδοτών στην αγορά (αιτιολογικές σκέψεις 162, 164 και 165 της εν λόγω απόφασης). Ως εκ τούτου, η Google δεν μπορεί να προσάψει στην Επιτροπή ότι στήριξε την ανάλυσή της για τον ορισμό της αγοράς αποκλειστικά και μόνο σε υποθετικά χαρακτηριστικά των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων.

273 Από τα προεκτεθέντα προκύπτει ότι οι διαφορές των χαρακτηριστικών και των χρήσεων μεταξύ των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και των διαφημίσεων που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις, οι οποίες είχαν σημασία για τον ορισμό της σχετικής αγοράς, αποτελούσαν μέρος δέσμης ενδείξεων τις οποίες η Επιτροπή έλαβε υπόψη κατά τη σφαιρική εκτίμηση του ορισμού της αγοράς.

στ) Επί της συνεκτίμησης των παραδειγμάτων της πραγματικής συμπεριφοράς των εκδοτών που αντικατέστησαν ή θα αντικαθιστούσαν τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις με διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις

274 Στις αιτιολογικές σκέψεις 162 και 164 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή συμπέρανε ότι τα παραδείγματα εκδοτών που μνημόνευσε η Google, όπως οι [*εμπιστευτικό*], [*εμπιστευτικό*] και [*εμπιστευτικό*], οι οποίοι, κατά την Google, αντικατέστησαν τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις με διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις δεν αποδεικνύουν ότι τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων μπορούσαν να υποκαταστήσουν το ένα το άλλο.

275 Η Google υποστηρίζει ότι εσφαλμένως η Επιτροπή συμπέρανε, με την προσβαλλόμενη απόφαση, ότι τα παραδείγματα πραγματικής συμπεριφοράς εκδοτών, όπως οι [*εμπιστευτικό*], [*εμπιστευτικό*], [*εμπιστευτικό*], [*εμπιστευτικό*] και [*εμπιστευτικό*], οι οποίοι έχουν χρησιμοποιήσει ή χρησιμοποιούν τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων εναλλακτικώς, δεν αποδεικνύουν τη δυνατότητα αμοιβαίας υποκατάστασης των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων. Η εν λόγω δυνατότητα υποκατάστασης επιβεβαιώνεται μάλιστα, κατά την Google, από το γεγονός ότι τα έσοδα διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις μειώθηκαν σημαντικά στο διάστημα από το 2012 έως το 2016, ενώ οι συνολικές δαπάνες των εκδοτών για διαδικτυακές διαφημίσεις αυξήθηκαν σημαντικά.

276 Η Surfboard εκτιμά ότι η Επιτροπή αγνόησε τα αποδεικτικά στοιχεία που υπέβαλε η Google τα οποία καταδείκνυαν την υποκατάσταση, από τους εκδότες, των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και άλλων μορφών διαδικτυακών διαφημίσεων.

277 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google και της Surfboard.

278 Κατά πρώτον, όσον αφορά τα παραδείγματα της [*εμπιστευτικό*] και της [*εμπιστευτικό*], η Επιτροπή εκθέτει στην αιτιολογική σκέψη 162 της προσβαλλόμενης απόφασης ότι, τον Ιανουάριο του 2014 και τον Ιανουάριο του 2015 αντιστοίχως, οι εν λόγω επιχειρήσεις μείωσαν τη χρήση της AFS για τους διαδικτυακούς τόπους τους στις κινητές συσκευές και, κατά συνέπεια, των διαφημίσεων στις αναζητήσεις στους διαδικτυακούς τόπους τους, μετά τη μείωση, από την Google, του καταμερισμού των εσόδων που διατίθεντο στους εν λόγω εκδότες για την προβολή των επίμαχων διαφημίσεων. Από την προσβαλλόμενη απόφαση προκύπτει επίσης ότι οι εν λόγω εκδότες επέλεξαν μεταγενέστερα να αυξήσουν εκ νέου τη χρήση διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις όταν εξασφάλισαν από την Google αύξηση του ποσοστού των εσόδων τους.

279 Όπως εκθέτει, όμως, η Επιτροπή με τα υπομνήματά της, τα εν λόγω παραδείγματα δεν είναι ικανά να αποδείξουν τη δυνατότητα αμοιβαίας υποκατάστασης των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων. Αφενός, δεν αποδεικνύεται ότι η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*] χρησιμοποίησαν διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις αντί των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, μετά τη μείωση του ποσοστού των εσόδων τους. Αφετέρου, η χρήση της AFS μειώθηκε μετά τη σημαντική μείωση των εσόδων που εισέπρατταν η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*]. Συγκεκριμένα, το ποσοστό των εν λόγω εσόδων που καταβαλλόταν στους εκδότες μειώθηκε σε [*εμπιστευτικό*] %, μολονότι, όπως εκθέτει η Επιτροπή με τα υπομνήματά της, χωρίς να αντικρουστεί επ' αυτού από την Google, αντιπροσώπευε από [*εμπιστευτικό*] έως [*εμπιστευτικό*] % για την [*εμπιστευτικό*] και [*εμπιστευτικό*] % για την [*εμπιστευτικό*] πριν από τη μεταβολή. Τα ανωτέρω αριθμητικά στοιχεία καταδεικνύουν σημαντική μείωση των εσόδων των εκδοτών. Η μείωση αυτή είναι πολύ πιο σημαντική από εκείνη που προβλέπεται, σε περίπτωση αύξησης της τιμής, στο πλαίσιο του κριτηρίου SSNIP, όπως εκτίθεται στα σημεία 17 και 18 της ανακοίνωσης για τον ορισμό της αγοράς.

280 Κατά δεύτερον, όσον αφορά τα παραδείγματα της [*εμπιστευτικό*] και της [*εμπιστευτικό*] που παρατίθενται στο παράρτημα Α.16 του δικογράφου της προσφυγής, τα οποία δεν μνημονεύονται στην προσβαλλόμενη απόφαση, τα στιγμιότυπα οθόνης που υπέβαλε η Google δείχνουν ότι στους διαδικτυακούς τόπους τους μπορούν να προβάλλονται, κατόπιν αναζήτησης και ανάλογα με τις λέξεις-κλειδιά που χρησιμοποιήθηκαν, είτε διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις είτε διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις. Επομένως, κατά την Google, οι ενδιαφερόμενοι εκδότες επιλέγουν μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων ανάλογα με την αναζήτηση με λέξη-κλειδί την οποία πραγματοποίησε ο χρήστης.

281 Εντούτοις, το γεγονός και μόνο ότι η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*] προέβαλαν τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων στους διαδικτυακούς τόπους τους δεν συνεπάγεται, αυτό καθεαυτό, ότι οι εν λόγω διαφημίσεις μπορούν να υποκαταστήσουν η μία την άλλη. Συγκεκριμένα, όπως υποστηρίζει η Επιτροπή με τα υπομνήματά της, η επιλογή των δύο ανωτέρω εκδοτών μπορεί να εξηγηθεί απλώς και μόνο από τις διαφορετικές δυνατότητες απόσβεσης των αναζητήσεων μέσω της διαφήμισης. Μολονότι ορισμένες λέξεις-κλειδιά μπορούσαν να παροτρύνουν τους διαφημιζομένους να τοποθετήσουν διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις και να παραγάγουν με τον τρόπο αυτόν έσοδα για τους δύο ανωτέρω εκδότες, ενδέχεται άλλες λέξεις-κλειδιά να δημιουργούσαν μικρότερο ενδιαφέρον ή να μη δημιουργούσαν κανένα ενδιαφέρον, εκ μέρους των διαφημιζομένων, με αποτέλεσμα οι εκδότες να έχουν μεγαλύτερα έσοδα εάν επιφύλασσαν τον διαφημιστικό χώρο στις διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις.

282 Κατά τρίτον, όσον αφορά το παράδειγμα της [*εμπιστευτικό*], το οποίο εξετάζεται στην αιτιολογική σκέψη 164 της προσβαλλόμενης απόφασης, το στιγμιότυπο οθόνης που η Google παρέθεσε στο παράρτημα A.16 του δικογράφου της προσφυγής δείχνει ότι ο εν λόγω εκδότης χρησιμοποιεί γραφικές διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις. Η Google δεν απέδειξε ότι ο συγκεκριμένος εκδότης χρησιμοποιούσε στο παρελθόν διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις για τον ίδιο διαφημιστικό χώρο και ότι είχε αποφασίσει να τις αντικαταστήσει με διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις. Ακόμη και αν γίνει δεκτό ότι ίσχυε κάτι τέτοιο, η Google δεν υπέβαλε κανένα στοιχείο που θα μπορούσε να καταστήσει κατανοητή την επιλογή του συγκεκριμένου φορέα, κατά την παρατήρηση της Επιτροπής στην αιτιολογική σκέψη 164 της προσβαλλόμενης απόφασης. Επομένως, δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι το στιγμιότυπο οθόνης αποδεικνύει τη δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων.

283 Κατά τέταρτον, όσον αφορά τα στιγμιότυπα οθόνης από τον διαδικτυακό τόπο της «[*εμπιστευτικό*]» και τον διαδικτυακό τόπο της [*εμπιστευτικό*], τα οποία παρατίθενται στο παράρτημα A.16 του δικογράφου της προσφυγής και στο παράρτημα C.3 του υπομνήματος απαντήσεως, αντιστοίχως, επισημαίνεται ότι τα εν λόγω παραδείγματα δείχνουν την προβολή διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις στην ίδια ιστοσελίδα με εκείνη των εξειδικευμένων αποτελεσμάτων αναζητήσεων. Επομένως, τα ανωτέρω παραδείγματα είναι αλυσιτελή όσον αφορά το αν οι διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις μπορούν να υποκαταστήσουν τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Τούτο είναι, όμως, το μόνο ζήτημα το οποίο η Google ζητεί από το Γενικό Δικαστήριο να εξετάσει στο πλαίσιο του πρώτου σκέλους του πρώτου λόγου ακυρώσεως, όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 221 ανωτέρω.

284 Κατά πέμπτον, όσον αφορά τη μείωση των εσόδων διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις στο διάστημα από το 2012 έως το 2016, αρκεί η διαπίστωση ότι η Google δεν αποδεικνύει την ύπαρξη αντίστοιχης αύξησης των εσόδων από διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις κατά τη διάρκεια της ίδιας περιόδου, η οποία θα καταδείκνυε τη μετατόπιση προς το δεύτερο αυτό είδος διαφημίσεων. Επιπλέον, ακόμη και αν αποδεικνυόταν τέτοια μετατόπιση, η Google δεν εκθέτει επίσης τους λόγους για τους οποίους τούτο θα ισοδυναμούσε με δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων.

285 Ως εκ τούτου, χωρίς να χρειάζεται να αποφανθεί επί του παραδεκτού της επιχειρηματολογίας της Google που περιέχεται στο παράρτημα C.3 του υπομνήματος απαντήσεως, το οποίο αμφισβήτησε η Επιτροπή, το Γενικό Δικαστήριο διαπιστώνει ότι η Google δεν αποδεικνύει ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε πλάνη κατά την εκτίμηση, με την προσβαλλόμενη απόφαση, των παραδειγμάτων που η Google παρέθεσε όσον αφορά ορισμένους εκδότες που έχουν χρησιμοποιήσει ή χρησιμοποιούν τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων εναλλακτικώς. Η Google δεν αποδεικνύει επίσης ότι η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη κρίσιμα στοιχεία συναφώς κατά την ανάλυση της δυνατότητας υποκατάστασης.

ζ) Επί της ερμηνείας των δηλώσεων ορισμένων εκπροσώπων της Google

286 Στις αιτιολογικές σκέψεις 139, 144 και 156 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή μνημόνευσε τις δηλώσεις ορισμένων εκπροσώπων της Google σχετικά με διαφορές μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων. Στην αιτιολογική σκέψη 139, αναλύοντας τις ικανότητες στόχευσης των διαφημίσεων, η Επιτροπή παρέπεμψε σε κατάθεση, ενώπιον της FTC τον Ιούνιο του 2012, του [*εμπιστευτικό*], [*εμπιστευτικό*] της Google την εποχή εκείνη. Στην αιτιολογική σκέψη 144, αναλύοντας τους σκοπούς των διαφημίσεων, η Επιτροπή μνημόνευσε εσωτερικό μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του [*εμπιστευτικό*] του Σεπτεμβρίου του 2008 (βλ.,

συναφώς, σκέψη 245 ανωτέρω). Στην αιτιολογική σκέψη 156, απαντώντας σε επιχείρημα της Google σχετικά με την ανταγωνιστική σχέση μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων, η Επιτροπή μνημόνευσε την κατάθεση, ενώπιον της FTC τον Μάιο του 2012, της [*εμπιστευτικό*], [*εμπιστευτικό*] της Google την εποχή εκείνη.

287 Η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή εξέτασε τις ανωτέρω δηλώσεις εκτός συγκειμένου και ότι οι εν λόγω δηλώσεις δεν αφορούν το ζήτημα της οριακής δυνατότητας υποκατάστασης μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων.

288 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

289 Κατά πρώτον, όσον αφορά την κατάθεση του [*εμπιστευτικό*] που μνημονεύεται στην αιτιολογική σκέψη 139 της προσβαλλόμενης απόφασης, επισημαίνεται ότι ο συγκεκριμένος εκπρόσωπος της Google δήλωσε σαφώς με την κατάθεσή του, απόσπασμα της οποίας παρατίθεται στο παράρτημα A.29 του δικογράφου της προσφυγής, ότι οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις είναι οι καλύτερες διαδικτυακές διαφημίσεις για την παραγωγή αγορών με την καλύτερη απόδοση της επένδυσης, καθότι ανταποκρίνονται άμεσα σε ενδιαφέρον που εκφράζει ο χρήστης. Επιπλέον, ο εκπρόσωπος της Google ισχυρίστηκε ότι, επομένως, οι διαφημιζόμενοι προτιμούν τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Εντούτοις, ο εν λόγω εκπρόσωπος επισήμανε ότι ορισμένοι δεν συμφωνούν με την ως άνω διαπίστωση, ειδικότερα όσοι επιθυμούν να αυξήσουν την αναγνώριση ενός σήματος, σκοπός για τον οποίο οι διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις είναι πιο αποδοτικές.

290 Επομένως, η μνεία από την Επιτροπή της ανωτέρω κατάθεσης, στην αιτιολογική σκέψη 139 της προσβαλλόμενης απόφασης, στο μέρος της ανάλυσής της που αφορά τις ικανότητες στόχευσης των δύο επίμαχων ειδών διαφήμισης, δεν είναι ούτε επιλεκτική ούτε παραπλανητική.

291 Κατά δεύτερον, όσον αφορά τη μνεία εσωτερικού μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του [*εμπιστευτικό*], στην αιτιολογική σκέψη 144 της προσβαλλόμενης απόφασης, το οποίο παρατίθεται στο παράρτημα A.31 του δικογράφου της προσφυγής, επισημαίνεται ότι το εν λόγω μήνυμα συντάχθηκε ως αντίδραση σε άρθρο που δημοσιεύθηκε στη *Wall Street Journal* στο οποίο διαπιστωνόταν ότι ήταν πιθανότερο ένας χρήστης να αγοράσει ένα προϊόν κατόπιν διαφήμισης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εάν είχε δει διαφημίσεις (που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις) σχετικά με το ίδιο προϊόν. Επομένως, το άρθρο έδινε έμφαση στη συμπληρωματικότητα μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφήμισης και όχι στη δυνατότητα υποκατάστασης της μίας από την άλλη. Με το εν λόγω μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ο [*εμπιστευτικό*] γνωστοποίησε κατ' ουσίαν ότι συμφωνούσε με την εν λόγω ανάλυση επισημαίνοντας, όπως διαπιστώνεται στην αιτιολογική σκέψη 144 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι οι διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις δημιουργούν μεν το ενδιαφέρον για ένα προϊόν, πλην όμως οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις ενθαρρύνουν την αγορά του προϊόντος.

292 Επομένως, ορθώς η Επιτροπή μνημόνευσε τις παρατηρήσεις του [*εμπιστευτικό*] κατά την ανάλυση των σκοπών των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων, όταν διαπίστωσε ότι οι διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις ήταν πιο αποτελεσματικές από τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις για την αύξηση της αναγνώρισης ενός σήματος. Το γεγονός, το οποίο επισημαίνει η Google, ότι το μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του [*εμπιστευτικό*] εστάλη ως αντίδραση σε άρθρο στο οποίο διατυπωνόταν η παρατήρηση ότι οι διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις συνιστούν επίσης μέσο προσέγγισης των καταναλωτών

για τους διαφημιζομένους ουδόλως μειώνει την αποδεικτική αξία της γνώμης, που διατυπώνεται στο ως άνω μήνυμα, στην οποία βασίστηκε η Επιτροπή στην αιτιολογική σκέψη 144 της προσβαλλόμενης απόφασης.

293 Κατά τρίτον, όσον αφορά τη μνεία των δηλώσεων της [*εμπιστευτικό*] που παρατίθενται στην αιτιολογική σκέψη 156 της προσβαλλόμενης απόφασης, υπενθυμίζεται ότι η Επιτροπή παρέπεμψε στις εν λόγω δηλώσεις για να υποστηρίξει ότι η ίδια η Google αναγνώριζε τις διαφορές μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων, μεταξύ άλλων όσον αφορά τις ικανότητες στόχευσης. Από την εν λόγω κατάθεση, το πλήρες κείμενο της οποίας παρατίθεται στο παράρτημα Β.5 του υπομνήματος αντικρούσεως, προκύπτει όντως ότι η [*εμπιστευτικό*] διατύπωσε πλείονες παρατηρήσεις σχετικά με ορισμένες διαφορές μεταξύ των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και των διαφημίσεων που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις που η Google προβάλλει μέσω της υπηρεσίας της AdSense For Content, όπως το γεγονός ότι οι πρώτες ανταποκρίνονται στις αναζητήσεις που πραγματοποιούν οι χρήστες και ότι οι διαφημίσεις έχουν διαφορετική μορφή (σ. 70, 77 και 81). Η εκπρόσωπος της Google επισήμανε επίσης ότι, για τον σκοπό της εφαρμογής των ρητρών αποκλειστικότητας που ίσχυαν για τη χρήση της AFS, τα δύο είδη διαφημίσεων δεν θεωρούνταν ως «ουσιαστικά παρεμφερή» (σ. 155 και 156).

294 Ως εκ τούτου, μολονότι είναι αληθές ότι, σύμφωνα με τα επιχειρήματα της Google, η [*εμπιστευτικό*] διαπίστωσε επίσης στην κατάθεσή της ότι τα δύο είδη διαφημίσεων που προβάλλονται μέσω της AFS και της AdSense For Content χρησιμοποιούνται εναλλακτικώς στους διαδικτυακούς τόπους των εκδοτών (βλ. σ. 64 της εν λόγω κατάθεσης), εντούτοις, η εν λόγω εκπρόσωπος της Google επισήμανε την ύπαρξη διαφορών μεταξύ των δύο ειδών διαφημίσεων, μεταξύ άλλων όσον αφορά τις ικανότητες στόχευσης. Επομένως, η μνεία από την Επιτροπή, στην αιτιολογική σκέψη 156 της προσβαλλόμενης απόφασης, προκειμένου να υποστηρίξει ότι η ίδια η Google αναγνωρίζει τις διαφορές μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων, δεν είναι παραπλανητική. Το Γενικό Δικαστήριο παρατηρεί, επιπλέον, ότι η εν λόγω αναγνώριση επιβεβαιώνεται επίσης από τις δηλώσεις του [*εμπιστευτικό*], οι οποίες εξετάστηκαν ανωτέρω και μνημονεύονται στις αιτιολογικές σκέψεις 139 και 144 της προσβαλλόμενης απόφασης.

295 Εξάλλου, το γεγονός ότι οι παρατιθέμενες δηλώσεις του [*εμπιστευτικό*] και της [*εμπιστευτικό*] δεν αφορούν το ζήτημα της οριακής δυνατότητας αμοιβαίας υποκατάστασης των προϊόντων από την πλευρά των διαφημιζομένων και των εκδοτών, όπως υποστηρίζει η Google, δεν είναι κρίσιμο στο μέτρο που η Επιτροπή χρησιμοποίησε τις εν λόγω δηλώσεις μόνον για να διευκρινίσει άλλα στοιχεία της σφαιρικής εκτίμησης του ορισμού της σχετικής αγοράς, ήτοι τις ικανότητες στόχευσης των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων, τον σκοπό τους και τις διαφορές των χαρακτηριστικών και των χρήσεών τους από πλείονες απόψεις.

296 Από τα προεκτεθέντα προκύπτει ότι η Google δεν αποδεικνύει ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε πλάνη κατά την ερμηνεία των δηλώσεων των εκπροσώπων της Google που παρατίθενται στις αιτιολογικές σκέψεις 139, 144 και 156 της προσβαλλόμενης απόφασης.

η) Επί των παλαιότερων αποφάσεων της Επιτροπής

297 Στις αιτιολογικές σκέψεις 158 και 159 της προσβαλλόμενης απόφασης, απαντώντας στα επιχειρήματα της Google, η Επιτροπή αρνήθηκε ρητώς ότι διαπίστωσε τη δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων σε αποφάσεις τις οποίες εξέδωσε στον τομέα του ελέγχου των συγκεντρώσεων, περιλαμβανομένης της απόφασης Google/DoubleClick.

298 Η Google επισημαίνει ότι, σε παλαιότερες αποφάσεις, η Επιτροπή δέχθηκε ότι υπήρχε σύγκλιση και ανταγωνισμός μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων. Συναφώς, η Google παραπέμπει στην απόφαση Google/DoubleClick, καθώς και στις αποφάσεις C(2010) 1077 final της Επιτροπής, της 18ης Φεβρουαρίου 2010, με την οποία μια πράξη συγκέντρωσης κηρύσσεται συμβατή με την κοινή αγορά και τη λειτουργία της Συμφωνίας ΕΟΧ (υπόθεση COMP/M.5727 – Microsoft/Yahoo! Search Business) (στο εξής: απόφαση Microsoft/Yahoo!), και C(2010) 5272 final της Επιτροπής, της 27ης Ιουλίου 2010, με την οποία μια πράξη συγκέντρωσης κηρύσσεται συμβατή με την κοινή αγορά και τη λειτουργία της Συμφωνίας ΕΟΧ (υπόθεση COMP/M.5676 – SevenOne Media/G+J Electronic Media Service/Tomorrow Focus Portal/IP Deutschland/JV) (στο εξής: απόφαση SevenOne Media JV). Η Google παρατηρεί ότι η σύγκλιση μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων έχει αυξηθεί μετά την έκδοση των ανωτέρω αποφάσεων.

299 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

300 Κατά πρώτον, υπενθυμίζεται ότι, κατά τη νομολογία που μνημονεύθηκε στη σκέψη 238 ανωτέρω, η Επιτροπή δεν δεσμεύεται από τις εκτιμήσεις τις οποίες πραγματοποίησε με παλαιότερες αποφάσεις της όσον αφορά τις σχετικές αγορές.

301 Κατά δεύτερον, και εν πάση περιπτώσει, η Επιτροπή δεν υπέπεσε σε πλάνη διαπιστώνοντας, στις αιτιολογικές σκέψεις 158 και 159 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι οι παλαιότερες αποφάσεις της δεν περιείχαν συμπεράσματα αντίθετα προς τον ορισμό της αγοράς διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

302 Συγκεκριμένα, υπογραμμίζεται συναφώς ότι η Επιτροπή αποφάσισε ρητώς να αφήσει ανοικτό το ζήτημα του ορισμού της αγοράς στις τρεις αποφάσεις που μνημόνευσε η Google. Συγκεκριμένα, μολονότι, με την απόφαση Google/DoubleClick, η Επιτροπή επισήμανε ότι τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων μπορούσαν να υποκαταστήσουν το ένα το άλλο «σε κάποιον βαθμό» από την πλευρά των διαφημιζομένων (σημείο 53 της εν λόγω απόφασης), όχι μόνο δεν διαπίστωσε οριστικά τέτοια δυνατότητα υποκατάστασης, αλλά επισήμανε ρητώς ότι τα δύο είδη διαφημίσεων ήταν «τελείως διαφορετικά» από την πλευρά των εκδοτών (σημεία 54 έως 56 της εν λόγω απόφασης). Είναι αληθές ότι, με την απόφαση Microsoft/Yahoo!, η Επιτροπή επισήμανε ότι είχε λάβει ορισμένες απαντήσεις, στο πλαίσιο της μελέτης αγοράς, οι οποίες έκαναν λόγο για σύγκλιση από ορισμένες απόψεις μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων (σημείο 74 της εν λόγω απόφασης), διαπίστωσε όμως επίσης ότι σε «σημαντικό αριθμό» απαντήσεων υπογραμμίστηκε ότι οι εν λόγω διαφημίσεις συνιστούν διαφορετικές αγορές (σημεία 71 και 72 της εν λόγω απόφασης). Τέλος, με την απόφαση SevenOne Media JV, η Επιτροπή παρατήρησε απλώς και μόνον ότι τα κοινοποιούντα μέρη διατύπωσαν την άποψη ότι τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων ήταν παραπλήσια όσον αφορά την ικανότητα στόχευσης (σημείο 30 της εν λόγω απόφασης) και ότι η μελέτη αγοράς υποδήλωνε ότι μπορεί να υπάρχει σύγκλιση μεταξύ των δύο ειδών διαφημίσεων (σημείο 31 της εν λόγω απόφασης).

303 Συναφώς, διευκρινίζεται επίσης ότι το γεγονός ότι η Επιτροπή επισήμανε, σε ορισμένες αποφάσεις, ότι οι επιχειρήσεις έκαναν λόγο για σύγκλιση μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων ουδόλως συνεπάγεται ότι η ίδια η Επιτροπή διαπίστωσε τη δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ των εν λόγω διαφημίσεων, εν αντιθέσει προς όσα υποδηλώνει η Google. Επιπλέον, το Γενικό Δικαστήριο παρατηρεί ότι η Επιτροπή εξέτασε μεν, με την προσβαλλόμενη απόφαση, τα δυνητικά σημεία σύγκλισης μεταξύ των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων που προσδιορίστηκαν με τις παλαιότερες αποφάσεις, όπως το ζήτημα των ικανοτήτων στόχευσης, πλην όμως κατέληξε στο συμπέρασμα ότι τα δύο είδη διαφημίσεων δεν αποτελούν μέρη της ίδιας αγοράς.

304 Από τα προεκτεθέντα προκύπτει ότι η Google δεν μπορεί να αμφισβητήσει το βάσιμο της ανάλυσης της Επιτροπής σχετικά με τη δυνατότητα αμοιβαίας υποκατάστασης των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων βάσει των παλαιότερων αποφάσεων της Επιτροπής στον τομέα του ελέγχου των συγκεντρώσεων, στις οποίες παραπέμπει.

θ) Συμπέρασμα σχετικά με το πρώτο σκέλος του πρώτου λόγου ακυρώσεως

305 Από τις ανωτέρω παρατηρήσεις προκύπτει ότι η επιχειρηματολογία της Google δεν μπορεί να θέσει υπό αμφισβήτηση την ακρίβεια, την αξιοπιστία και τη συνεκτικότητα των αποδεικτικών στοιχείων στα οποία βασίστηκε η Επιτροπή κατά τη σφαιρική εκτίμηση της δυνατότητας αμοιβαίας υποκατάστασης των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και των διαφημίσεων που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις, ούτε να αποδείξει ότι η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη κρίσιμα στοιχεία προς τούτο. Ως εκ τούτου, η Google δεν αποδεικνύει ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε πλάνη εκτιμώντας ότι τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων δεν μπορούσαν να υποκαταστήσουν το ένα το άλλο.

306 Λαμβανομένων υπόψη των προεκτεθέντων, το πρώτο σκέλος του πρώτου λόγου ακυρώσεως πρέπει να απορριφθεί.

2. Επί του δεύτερου σκέλους του πρώτου λόγου ακυρώσεως, το οποίο αφορά τη δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ της πώλησης διαδικτυακών διαφημίσεων μέσω διαμεσολάβησης και της άμεσης πώλησης διαδικτυακών διαφημίσεων από τους εκδότες

307 Όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 27 ανωτέρω, στις αιτιολογικές σκέψεις 184 έως 200 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή όρισε μια δεύτερη σχετική αγορά προϊόντων, ήτοι την αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, που περιγράφηκε στη σκέψη 35 ανωτέρω.

308 Με την ανάλυση στην οποία βασίστηκε ο ορισμός της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, κατά πρώτον, στις αιτιολογικές σκέψεις 186 έως 193 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή διαπίστωσε την ύπαρξη περιορισμένης δυνατότητας υποκατάστασης μεταξύ της πώλησης διαδικτυακών διαφημίσεων μέσω διαμεσολάβησης και της άμεσης πώλησης διαδικτυακών διαφημίσεων από τους εκδότες (στο εξής: δύο επίμαχοι δίαυλοι πωλήσεων). Πρώτον, η Επιτροπή δικαιολόγησε το ανωτέρω συμπέρασμα εκθέτοντας ότι η πώληση μέσω διαμεσολάβησης δεν συνεπάγεται σημαντικά έξοδα για τους εκδότες, εν αντιθέσει προς την άμεση πώληση από τους ίδιους. Δεύτερον, η πώληση μέσω διαμεσολάβησης διευκολύνει τη συγκέντρωση μεγάλου αριθμού διαφημιζομένων, ο οποίος είναι απαραίτητος, κατά την Επιτροπή, για τη διαδικτυακή διαφήμιση, λόγος για τον οποίο, επίσης κατά την Επιτροπή, όλοι οι εκδότες οι οποίοι πωλούν άμεσα διαφημίσεις χρησιμοποιούν επίσης την

πώληση μέσω διαμεσολάβησης. Τρίτον, η Επιτροπή εξέτασε εν συνεχεία τα επιχειρήματα της Google σχετικά με τη συμπεριφορά ορισμένων άμεσων εταίρων, περιλαμβανομένων των [*εμπιστευτικό*] και [*εμπιστευτικό*], και άλλων εκδοτών, περιλαμβανομένης της [*εμπιστευτικό*], καθώς και σχετικά με παλαιότερη απόφαση στον τομέα του ελέγχου των συγκεντρώσεων, εκτίμησε δε ότι τα εν λόγω επιχειρήματα δεν μπορούσαν να θέσουν υπό αμφισβήτηση τη διαφοροποίηση μεταξύ των δύο επίμαχων διαύλων πωλήσεων (αιτιολογικές σκέψεις 189 έως 193 της προσβαλλόμενης απόφασης). Κατά δεύτερον, η Επιτροπή διαπίστωσε, στις αιτιολογικές σκέψεις 194 έως 200 της εν λόγω απόφασης, ότι υπάρχει περιορισμένη δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ των υπηρεσιών διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις και των υπηρεσιών διαφημίσεων που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις.

309 Η Google αμφισβητεί μόνον το πρώτο σκέλος του ως άνω ορισμού της αγοράς, υποστηρίζοντας ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε πλάνη διαπιστώνοντας, με την προσβαλλόμενη απόφαση, ότι οι δύο επίμαχοι δίαυλοι πωλήσεων δεν μπορούσαν να υποκαταστήσουν ο ένας τον άλλον.

310 Κατά πρώτον, η Google εκτιμά ότι η προβαλλόμενη αδυναμία υποκατάστασης μεταξύ των δύο επίμαχων διαύλων πωλήσεων δεν αποδείχθηκε από την πλευρά των εκδοτών. Πρώτον, η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή δεν τεκμηρίωσε επαρκώς τις διαπιστώσεις κατά τις οποίες, αφενός, οι άμεσες πωλήσεις συνεπάγονται για τους εκδότες υψηλότερο συναλλακτικό κόστος από ό,τι οι πωλήσεις μέσω διαμεσολάβησης και, αφετέρου, οι πωλήσεις μέσω διαμεσολάβησης διευκολύνουν τη δημιουργία σημαντικής βάσης διαφημιζομένων. Δεύτερον, οι δύο ως άνω υποθετικές διαφορές χαρακτηριστικών μεταξύ των δύο επίμαχων διαύλων πωλήσεων δεν επαρκούν, κατά την Google, για τη διαπίστωση της αδυναμίας υποκατάστασης χωρίς την πραγματοποίηση «πραγματικής» ανάλυσης της δυνατότητας υποκατάστασης. Τρίτον, κατά την Google, η Επιτροπή υπέπεσε σε σφάλμα εκτιμώντας ότι τα στοιχεία που αποδεικνύουν ότι οι εκδότες χρησιμοποιούν τους δύο επίμαχους διαύλους πωλήσεων δεν επαρκούν προς απόδειξη της αδυναμίας αμοιβαίας υποκατάστασης.

311 Κατά δεύτερον, η Google επισημαίνει ότι εσφαλμένως η Επιτροπή απέρριψε τα αποδεικτικά στοιχεία που αφορούν τη δυνατότητα αμοιβαίας υποκατάστασης των δύο επίμαχων διαύλων πωλήσεων από την πλευρά των διαφημιζομένων.

312 Κατά τρίτον, η Google εκτιμά ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε σφάλμα εκτιμώντας ότι η απόφαση C(2012) 6063 final της Επιτροπής, της 4ης Σεπτεμβρίου 2012, με την οποία μία πράξη συγκέντρωσης κηρύσσεται συμβιβάσιμη με την εσωτερική αγορά και τη λειτουργία της Συμφωνίας ΕΟΧ (υπόθεση COMP/M.6314 – Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV) (στο εξής: απόφαση Telefónica UK), δεν ήταν κρίσιμη.

313 Η Surfboard υποστηρίζει ότι η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη αποδεικτικά στοιχεία που υπέβαλε η Google τα οποία αποδείκνυαν τη δυνατότητα αμοιβαίας υποκατάστασης των δύο επίμαχων διαύλων πωλήσεων.

α) Επί της δυνατότητας αμοιβαίας υποκατάστασης των δύο επίμαχων διαύλων πωλήσεων από την πλευρά των εκδοτών

1) Επί του συναλλακτικού κόστους για τους εκδότες

314 Στην αιτιολογική σκέψη 187 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι το συναλλακτικό κόστος για τους εκδότες που πωλούν άμεσα διαδικτυακές διαφημίσεις είναι υψηλότερο από το συναλλακτικό κόστος της πώλησης μέσω διαμεσολάβησης. Συγκεκριμένα, για την άμεση πώληση διαδικτυακών διαφημίσεων, οι εκδότες πρέπει, κατά την Επιτροπή, να πραγματοποιήσουν σημαντικές επενδύσεις από απόψεως χρόνου, χρήματος και προσωπικού, ενώ οι πωλήσεις μέσω διαμεσολάβησης συνεπάγονται για τους εκδότες αμελητέο, ακόμη και μηδενικό, συναλλακτικό κόστος.

315 Η Google αμφισβητεί το βάσιμο της ως άνω ανάλυσης. Πρώτον, η Google υποστηρίζει ότι οι παρατηρήσεις των επιχειρήσεων στις οποίες βασίστηκε η Επιτροπή, στην αιτιολογική σκέψη 187 της προσβαλλόμενης απόφασης, δεν είναι ούτε πειστικές ούτε αξιόπιστες. Δεύτερον, κατά την Google, η Επιτροπή αγνόησε την αποδεικτική αξία άλλων στοιχείων που δείχνουν ότι το συναλλακτικό κόστος των άμεσων πωλήσεων είναι χαμηλότερο του συναλλακτικού κόστους των πωλήσεων μέσω διαμεσολάβησης. Τρίτον, η Google επισημαίνει ότι η αμοιβή που οι εκδότες καταβάλλουν στους μεσάζοντες, υπό μορφή καταμερισμού των εσόδων που προέρχονται από τους διαφημιζομένους, εκμηδενίζει κάθε διαφορά τιμής για τους εκδότες.

316 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

317 Κατά πρώτον, όσον αφορά το επιχείρημα με το οποίο η Google επικρίνει την αποδεικτική αξία των απαντήσεων των εκδοτών, οι οποίες μνημονεύονται στην υποσημείωση 193 που περιλαμβάνεται στην αιτιολογική σκέψη 187 της προσβαλλόμενης απόφασης, διότι οι ερωτήσεις που τέθηκαν στους εκδότες δεν τους ζητούσαν να συγκρίνουν το κόστος «καθ' οιονδήποτε πρόσφορο τρόπο», υπενθυμίζεται ότι η Επιτροπή παρέπεμψε, με την εν λόγω υποσημείωση, στις απαντήσεις πέντε εκδοτών σε ερωτήσεις που περιλαμβάνονταν στις αιτήσεις της παροχής πληροφοριών.

318 Η Google δεν προβάλλει κανένα επιχείρημα με το οποίο να επικρίνει την ερμηνεία, από την Επιτροπή, των πέντε προμνησθεισών απαντήσεων, αλλά επικρίνει το περιεχόμενο των ερωτήσεων που τέθηκαν σε τρεις από τους πέντε εκδότες, ήτοι την [*εμπιστευτικό*], την [*εμπιστευτικό*] και την [*εμπιστευτικό*], με την από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτηση παροχής πληροφοριών. Κατά την Google, οι εν λόγω ερωτήσεις δεν καθιστούσαν δυνατή την πρόσφορη σύγκριση του κόστους που συνεπάγονται οι άμεσες πωλήσεις και του κόστους που συνεπάγονται οι πωλήσεις μέσω διαμεσολάβησης, δεδομένου ότι αποσκοπούσαν μόνο στην παροχή από τους εκδότες, χωριστά, του μέσου όρου των εξόδων τους, αφενός για τις άμεσες πωλήσεις και, αφετέρου, για τις πωλήσεις μέσω διαμεσολάβησης, χωρίς σύγκριση των εν λόγω εξόδων.

319 Όσον αφορά τις ερωτήσεις που η Επιτροπή έθεσε στους τρεις ανωτέρω εκδότες, διαπιστώνεται ότι, όπως επισημαίνει η Google στο σημείο 63 του δικογράφου της προσφυγής, οι εν λόγω εκδότες κλήθηκαν να διευκρινίσουν τα μέσα έξοδα που είχαν πραγματοποιήσει σε ετήσια βάση κατά τα έξι προηγούμενα έτη (από το 2005 έως το 2010), αφενός, για τις άμεσες πωλήσεις διαφημιστικών χώρων και, αφετέρου, για τις πωλήσεις διαφημιστικών χώρων μέσω μεσάζοντα. Επρόκειτο, επομένως, για ερωτήσεις στατιστικής φύσεως που αφορούσαν τον μέσο όρο των εξόδων που πραγματοποιήθηκαν από τους δύο επίμαχους διαύλους πωλήσεων κατά τη διάρκεια της ίδιας περιόδου. Επομένως, η Επιτροπή μπορούσε κατ' αρχήν να συγκρίνει τους μέσους όρους

των εξόδων που υπέβαλαν οι εν λόγω εκδότες. Η Google δεν προβάλλει, όμως, κανένα τεκμηριωμένο επιχείρημα για να εκθέσει τους λόγους για τους οποίους οι τεθείσες ερωτήσεις δεν ήταν κατάλληλες για την απόκτηση πληροφοριών ικανών να τεκμηριώσουν τη διαπίστωση που περιέχεται στην αιτιολογική σκέψη 187 της προσβαλλόμενης απόφασης, κατά την οποία οι άμεσες πωλήσεις διαδικτυακών διαφημίσεων συνεπάγονταν για τους εκδότες υψηλότερο κόστος από ό,τι οι πωλήσεις μέσω διαμεσολάβησης. Επιπλέον, η Google δεν υποστηρίζει ότι μια άλλη ερώτηση θα κατέληγε σε συμπέρασμα διαφορετικό από εκείνο που η Επιτροπή άντλησε σχετικά με το συναλλακτικό κόστος.

320 Επομένως, η ακρίβεια, η αξιοπιστία και η συνεκτικότητα των απαντήσεων που μνημονεύονται στην υποσημείωση 193 δεν τίθενται υπό αμφισβήτηση.

321 Κατά δεύτερον, όσον αφορά το επιχείρημα της Google ότι η αμοιβή που καταβάλλεται στους μεσάζοντες εκμηδενίζει κάθε διαφορά τιμής για τους εκδότες, από κανένα στοιχείο δεν προκύπτει ότι η επίμαχη αμοιβή δεν περιλήφθηκε στα έξοδα που πραγματοποιούσαν οι εκδότες, όπως θα έπρεπε, και ότι, επομένως, δεν περιλήφθηκε στους μέσους όρους των εξόδων που οι εκδότες υπολόγισαν με τις απαντήσεις τους στις αιτήσεις παροχής πληροφοριών της Επιτροπής, οι οποίες μνημονεύθηκαν στις σκέψεις 318 έως 320 ανωτέρω.

322 Κατά τρίτον, όσον αφορά το επιχείρημα της Google ότι η Επιτροπή αγνόησε στοιχεία τα οποία αποδεικνύουν ότι, για τους εκδότες, τα έξοδα των άμεσων πωλήσεων δεν ήταν υψηλότερα από εκείνα των πωλήσεων μέσω διαμεσολάβησης, η Google παραπέμπει, με τα υπομνήματά της, μόνο στην απάντηση της [*εμπιστευτικό*] στην αίτηση παροχής πληροφοριών του Δεκεμβρίου του 2010. Από την εν λόγω απάντηση, απόσπασμα της οποίας περιέχεται στο παράρτημα Α.32 του δικογράφου της προσφυγής, προκύπτει ότι το συναλλακτικό κόστος της [*εμπιστευτικό*] για τις άμεσες πωλήσεις ήταν κατώτερο του συναλλακτικού κόστους για τις πωλήσεις μέσω διαμεσολάβησης. Μολονότι η Επιτροπή εκθέτει, με τα υπομνήματά της, ότι η [*εμπιστευτικό*] δεν είναι κλασικός εκδότης, δεδομένου ότι έχει αναπτύξει ίδιες υπηρεσίες διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις ([*εμπιστευτικό*]) και συνέχισε να χρησιμοποιεί την AFS για τις διαφημίσεις που συνδέονται με τις εν λόγω αναζητήσεις, πρόκειται εντούτοις για παράδειγμα εκδότη ο οποίος θεωρεί ότι οι άμεσες πωλήσεις συνεπάγονται έξοδα κατώτερα από τα έξοδα των πωλήσεων μέσω διαμεσολάβησης.

323 Εντούτοις, το στοιχείο αυτό και μόνο δεν μπορεί να θέσει υπό αμφισβήτηση τη διαπίστωση της Επιτροπής στην αιτιολογική σκέψη 187 της προσβαλλόμενης απόφασης σχετικά με το συναλλακτικό κόστος για τους εκδότες. Η εν λόγω διαπίστωση επιρρωννύεται από τις απαντήσεις των πέντε εκδοτών στις αιτήσεις παροχής πληροφοριών, τις οποίες η Google δεν αμφισβήτησε βασίμως, και, σύμφωνα με τα επιχειρήματα της Επιτροπής, είναι επίσης συνεκτική με τις εξηγήσεις που παρατέθηκαν στις αιτιολογικές σκέψεις 150 έως 154 και 195 έως 197 της προσβαλλόμενης απόφασης, τις οποίες η Google δεν αμφισβήτησε, σχετικά με τις σημαντικές επενδύσεις που είναι αναγκαίες για την παροχή των υπηρεσιών διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

324 Από τα προεκτεθέντα προκύπτει ότι η Google δεν αποδεικνύει ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε πλάνη διαπιστώνοντας, στην αιτιολογική σκέψη 187 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι το συναλλακτικό κόστος για την πώληση διαφημιστικού χώρου είναι χαμηλότερο για τους εκδότες που κάνουν χρήση μεσάζοντα και υψηλότερο για εκείνους που πραγματοποιούν άμεσες πωλήσεις.

2) Επί του στοιχείου που αφορά την πρόσβαση σε επαρκή βάση διαφημιζομένων

325 Στην αιτιολογική σκέψη 188 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι οι διαδικτυακές διαφημίσεις απαιτούν την ύπαρξη μεγάλης βάσης διαφημιζομένων και ότι οι πωλήσεις μέσω διαμεσολάβησης καθιστούν ευχερέστερη την πρόσβαση των εκδοτών σε τέτοια βάση σε σύγκριση με την άμεση πώληση διαδικτυακών διαφημίσεων.

326 Η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι οι εκδότες μπορούσαν να δημιουργήσουν οι ίδιοι επαρκή βάση διαφημιζομένων ώστε να πωλούν άμεσα τις διαδικτυακές διαφημίσεις στους διαφημιζομένους. Προς τούτο, η Google επικρίνει την ερμηνεία της απάντησης της [*εμπιστευτικό*] στην από 16 Σεπτεμβρίου 2011 αίτηση παροχής πληροφοριών και υποστηρίζει ότι ορισμένοι εκδότες μπορεί να έχουν αρκούντως σημαντική βάση διαφημιζομένων για την πραγματοποίηση άμεσων πωλήσεων διαφημίσεων, όπως αποδεικνύεται από τις περιπτώσεις εκδοτών όπως η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*].

327 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

328 Κατά πρώτον, διαπιστώνεται ότι, από τα αποδεικτικά στοιχεία που μνημονεύονται στην αιτιολογική σκέψη 188 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Google επικρίνει μόνον την ερμηνεία, από την Επιτροπή, της απάντησης της [*εμπιστευτικό*]. Επομένως, η Google δεν προβάλλει κανένα επιχείρημα προς αμφισβήτηση της ακρίβειας, της αξιοπιστίας ή της συνεκτικότητας των απαντήσεων των εννέα εκδοτών στις αιτήσεις παροχής πληροφοριών στις οποίες η Επιτροπή παρέπεμψε, στην υποσημείωση 195, προς στήριξη του συμπεράσματος σχετικά με τη βάση διαφημιζομένων στην οποία παρέχει πρόσβαση η πώληση διαφημίσεων μέσω διαμεσολάβησης.

329 Κατά δεύτερον, όσον αφορά τις πληροφορίες που υπέβαλε η [*εμπιστευτικό*], οι οποίες εκτίθενται στο παράρτημα Β.8 του υπομνήματος αντικρούσεως, επισημαίνεται ότι ο συγκεκριμένος εκδότης διευκρίνισε, απαντώντας στην ερώτηση 3, ότι η μεγάλη πλειονότητα των εκδοτών που απάντησαν στην έρευνα γνώμης έκαναν χρήση μεσάζοντα για την πώληση διαφημιστικών χώρων και ότι όλοι οι εκδότες που απάντησαν στην ερώτηση, πλην ενός που προβάλλει διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις, δήλωσαν ότι δεν είναι εφικτό να πωλούν άμεσα τους διαφημιστικούς χώρους στους διαφημιζομένους, μεταξύ άλλων λόγω της έλλειψης αποδοτικότητας, του χαμηλού όγκου σελίδων αναζητήσεων και του κόστους των αναγκαίων επενδύσεων. Επομένως, η απάντηση αυτή καταδεικνύει την ισχυρή προτίμηση των εκδοτών, κατά την έρευνα γνώμης της [*εμπιστευτικό*], για την πώληση διαφημίσεων μέσω διαμεσολάβησης αντί μέσω άμεσων πωλήσεων.

330 Κατά τρίτον, όσον αφορά το επιχείρημα που η Google αντλεί από τα παραδείγματα της [*εμπιστευτικό*] και της [*εμπιστευτικό*], οι οποίες πραγματοποιούν, κατ' αυτήν, άμεσες πωλήσεις, το Γενικό Δικαστήριο παρατηρεί ότι τα δύο συγκεκριμένα παραδείγματα δεν μπορούν να οδηγήσουν στο συμπέρασμα ότι οι άμεσες πωλήσεις παρέχουν, γενικώς, στους εκδότες εξίσου ευρεία βάση διαφημιζομένων με τις πωλήσεις μέσω διαμεσολάβησης. Όπως υποστηρίζει, όμως, η Επιτροπή με τα υπομνήματά της, ο συγκεκριμένος παράγοντας είναι ιδιαιτέρως σημαντικός για τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις, δεδομένου ότι το ποσοστό των κλικ, και επομένως το ποσοστό αμοιβής των εκδοτών, εξαρτάται από τη συνάφεια των διαφημίσεων που σχετίζονται με την αναζήτηση του χρήστη. Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των διαφημιζομένων τόσο πιθανότερο είναι οι διαφημίσεις να ανταποκρίνονται σε ενδιαφέρον το οποίο ο χρήστης εκδήλωσε με την αναζήτησή του. Επιπλέον, τα δύο προμνησθέντα παραδείγματα εκδοτών που πραγματοποιούν άμεσες πωλήσεις δεν μπορούν να αντισταθμίσουν τις απαντήσεις των εννέα εκδοτών που η Επιτροπή μνημόνευσε στην υποσημείωση 195 της

προσβαλλόμενης απόφασης, στις οποίες επισημαινόταν ότι η βάση διαφημιζομένων στην οποία παρέχει πρόσβαση η διαμεσολάβηση είναι μεγαλύτερη από εκείνη στην οποία παρέχουν πρόσβαση οι άμεσες πωλήσεις και ότι ο παράγοντας αυτός είναι σημαντικός για τους εκδότες.

331 Από τα ανωτέρω προκύπτει ότι η Google δεν αποδεικνύει ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε πλάνη διαπιστώνοντας, στην αιτιολογική σκέψη 188 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι οι εκδότες μπορούν να έχουν ευχερέστερα στη διάθεσή τους αρκούντως ευρεία βάση διαφημιζομένων κάνοντας χρήση της πώλησης μέσω διαμεσολάβησης για τις διαδικτυακές διαφημίσεις αντί των άμεσων πωλήσεων.

3) Επί της έλλειψης «πραγματικής» ανάλυσης της δυνατότητας αμοιβαίας υποκατάστασης των δύο επίμαχων διαύλων πωλήσεων

332 Η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή δεν μπορούσε να βασιστεί στα αποδεικτικά στοιχεία σχετικά με το συναλλακτικό κόστος και στην προσβάσιμη βάση διαφημιζομένων προκειμένου να διαπιστώσει ότι οι δύο επίμαχοι δίαυλοι πωλήσεων δεν μπορούσαν να υποκαταστήσουν ο ένας τον άλλον από την πλευρά των εκδοτών χωρίς να πραγματοποιήσει «πραγματική» ανάλυση της δυνατότητας υποκατάστασης. Κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, η Google διευκρίνισε ότι, κατά τη γνώμη της, η Επιτροπή έπρεπε να εφαρμόσει κριτήριο SSNIP.

333 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

334 Κατ' αρχάς, πρέπει να εξεταστεί το επιχείρημα που η Επιτροπή προέβαλε με το υπόμνημα αντικρούσεως, κατά το οποίο πραγματοποίησε ανάλυση σχετικά με τις τιμές. Συναφώς, η Επιτροπή παραπέμπει στο γεγονός ότι, με τις από 26ης Ιουλίου 2013 και 18 Μαρτίου 2016 αιτήσεις παροχής πληροφοριών, έθεσε στους εκδότες την ερώτηση αν θα αντικαθιστούσαν το σύνολο ή μέρος των πωλήσεων διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις μέσω διαμεσολάβησης με άμεσες πωλήσεις τέτοιων διαφημίσεων σε περίπτωση σημαντικής και μη παροδικής αύξησης, κατά 5 έως 10 %, της τιμής των υπηρεσιών διαμεσολάβησης. Στα παραρτήματα Β.6 και Β.7 του υπομνήματος αντικρούσεως παρατίθενται όντως οι απαντήσεις δώδεκα εκδοτών στην ανωτέρω ερώτηση. Παραπέμποντας στις αιτιολογικές σκέψεις 187 και 188 και στις υποσημειώσεις 193 και 195 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή διευκρινίζει επιπλέον ότι όλοι οι εκδότες που απάντησαν στην ανωτέρω ερώτηση δήλωσαν ότι δεν ήταν πιθανό να πραγματοποιήσουν τέτοια μεταφορά.

335 Εντούτοις, συναφώς, επιβάλλεται η διαπίστωση ότι η προσβαλλόμενη απόφαση δεν περιέχει καμία παραπομπή στην εν λόγω ανάλυση.

336 Συγκεκριμένα, μολονότι η Επιτροπή μνημόνευσε, στις υποσημειώσεις 193 και 195, ορισμένες απαντήσεις των εκδοτών στην ερώτηση που εκτέθηκε στη σκέψη 334 ανωτέρω η οποία τέθηκε με τις αιτήσεις παροχής πληροφοριών, οι εν λόγω απαντήσεις δεν παρατίθενται στην προσβαλλόμενη απόφαση με σκοπό την έκθεση των αποτελεσμάτων ανάλυσης σχετικά με τις τιμές, αλλά αποκλειστικά και μόνον προς δικαιολόγηση των συμπερασμάτων της Επιτροπής σχετικά με το συναλλακτικό κόστος (απαντήσεις που μνημονεύονται στην υποσημείωση 193 που περιλαμβάνεται στην αιτιολογική σκέψη 187) και σχετικά με την προσβάσιμη βάση διαφημιζομένων (απαντήσεις που μνημονεύονται στην υποσημείωση 195 που περιλαμβάνεται στην αιτιολογική σκέψη 188).

337 Από τη νομολογία προκύπτει, όμως, ότι η Επιτροπή δεν μπορεί να συμπληρώσει την αιτιολογία της προσβαλλομένης απόφασης κατά τη διάρκεια της δίκης (πρβλ. απόφαση της 15ης Δεκεμβρίου 2021, Oltchim κατά Επιτροπής, T-565/19, EU:T:2021:904, σκέψη 275 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία).

338 Τούτου λεχθέντος, η έλλειψη τέτοιας ανάλυσης στην προσβαλλόμενη απόφαση δεν μπορεί, εντούτοις, να αναιρέσει τον ορισμό της σχετικής αγοράς από την Επιτροπή, μεταξύ άλλων όσον αφορά τη δυνατότητα αμοιβαίας υποκατάστασης των δύο επίμαχων διαύλων πωλήσεων από την πλευρά των εκδοτών.

339 Πρώτον, υπογραμμίζεται ότι η εφαρμογή κριτηρίου SSNIP δεν είναι υποχρεωτική για τον σκοπό του ορισμού της αγοράς, όπως εκτέθηκε στις σκέψεις 155 έως 161 ανωτέρω.

340 Δεύτερον, η Google δεν προβάλλει κανένα επιχείρημα με τα υπομνήματά της προκειμένου να υποστηρίξει ότι η εφαρμογή τέτοιου κριτηρίου θα είχε καταλήξει σε συμπέρασμα διαφορετικό από εκείνο το οποίο η Επιτροπή άντλησε με την προσβαλλόμενη απόφαση. Συναφώς, υπογραμμίζεται ότι, για τον ορισμό της σχετικής αγοράς, η Επιτροπή βασίστηκε σε δέσμη ενδείξεων σχετικά με το συναλλακτικό κόστος για τους εκδότες και σχετικά με την προσβάσιμη στους εκδότες βάση διαφημιζομένων, το βάσιμο και η λυσιτέλεια των οποίων σε σχέση με την ανάλυση της δυνατότητας υποκατάστασης δεν τέθηκαν υπό αμφισβήτηση από τα επιχειρήματα της Google, όπως διαπιστώθηκε στις σκέψεις 314 έως 331 ανωτέρω. Εξάλλου, η ανάλυση της Επιτροπής στην οποία στηρίχθηκε ο ορισμός της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις βασιζόταν επίσης σε παρατηρήσεις τις οποίες η Google δεν αμφισβήτησε, όπως την αδυναμία υποκατάστασης μεταξύ της διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις και της διαμεσολάβησης στις διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις. Λαμβανομένων υπόψη των ανωτέρω κρίσιμων και αλληλοσυμπληρούμενων στοιχείων, το γεγονός και μόνο ότι η Επιτροπή δεν εφάρμοσε κριτήριο SSNIP για τον σκοπό του ορισμού της επίμαχης αγοράς δεν αποδεικνύει ότι η σφαιρική εκτίμησή της είναι συναφώς εσφαλμένη.

341 Από τα προεκτεθέντα προκύπτει ότι η Google δεν αποδεικνύει ότι η εκτίμηση, από την Επιτροπή, του ορισμού της αγοράς ήταν εσφαλμένη για τον λόγο και μόνο ότι δεν εφάρμοσε κριτήριο SSNIP.

4) Επί της χρήσης από τους εκδότες των δύο επίμαχων διαύλων πωλήσεων

342 Στην αιτιολογική σκέψη 191 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι τα στιγμιότυπα οθόνης από τον διαδικτυακό τόπο της [*εμπιστευτικό*] και οι απαντήσεις της [*εμπιστευτικό*] και της [*εμπιστευτικό*], σχετικά με την υποτιθέμενη αμοιβαία υποκατάσταση, από τους εν λόγω εκδότες, των επίμαχων δύο διαύλων πωλήσεων, δεν αποδείκνυαν τη δυνατότητα αμοιβαίας υποκατάστασης των εν λόγω διαύλων.

343 Η Google, υποστηριζόμενη από τη Surfboard, υποστηρίζει ότι εσφαλμένως η Επιτροπή αγνόησε στοιχεία που αποδεικνύουν ότι ορισμένοι εκδότες προβάλλουν διαδικτυακές διαφημίσεις, τόσο σε άμεση σχέση με τους διαφημιζομένους όσο και μέσω διαμεσολάβησης. Η Google μνημονεύει, συναφώς, τα παραδείγματα της [*εμπιστευτικό*] και της [*εμπιστευτικό*] ως απόδειξη της δυνατότητας αμοιβαίας υποκατάστασης των δύο επίμαχων διαύλων πωλήσεων.

344 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

345 Κατά πρώτον, επισημαίνεται ότι η Google δεν αμφισβητεί την ανάλυση, από την Επιτροπή, στην αιτιολογική σκέψη 191, σημείο 2, της προσβαλλόμενης απόφασης, των απαντήσεων της [*εμπιστευτικό*] και της [*εμπιστευτικό*], κατά την οποία ανάλυση οι εν λόγω απαντήσεις δεν αποδεικνύουν τη δυνατότητα αμοιβαίας υποκατάστασης των δύο επίμαχων διαύλων πώλησης.

346 Κατά δεύτερον, όσον αφορά το παράδειγμα της [*εμπιστευτικό*], η Google παραθέτει στο παράρτημα Α.16 του δικογράφου της προσφυγής, στα γραφήματα 6 και 7, δύο στιγμιότυπα οθόνης διαδικτυακών σελίδων κατόπιν αναζητήσεων στην [*εμπιστευτικό*], τα οποία εξετάστηκαν στην αιτιολογική σκέψη 191, σημείο 1, της προσβαλλόμενης απόφασης. Η Google εκθέτει ότι, ενώ το γράφημα 6 απεικονίζει διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις οι οποίες παράχθηκαν χάρη στις υπηρεσίες διαμεσολάβησης της Google, το γράφημα 7 απεικονίζει διαφήμιση της [*εμπιστευτικό*] (house ad) η οποία πωλήθηκε άμεσα από την τελευταία.

347 Το Γενικό Δικαστήριο παρατηρεί επ' αυτού ότι το γεγονός ότι η [*εμπιστευτικό*] χρησιμοποιεί τους δύο επίμαχους διαύλους πωλήσεων για την πώληση διαφημιστικών χώρων δεν αποδεικνύει κατ' ανάγκην ότι οι εν λόγω δίαυλοι μπορούν να υποκαταστήσουν ο ένας τον άλλον. Βεβαίως, τούτο αποδεικνύει ότι ο ίδιος εκδότης μπορεί να επιλέξει να προβάλλει τις διαφημίσεις του σε μια σελίδα του διαδικτυακού τόπου του και να προβάλλει διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις που πωλούνται μέσω διαμεσολάβησης σε άλλη σελίδα. Εντούτοις, κατά την επεξήγηση της Επιτροπής στην αιτιολογική σκέψη 191, σημείο 1, πρώτη παράγραφος, της προσβαλλόμενης απόφασης, η εν λόγω επιλογή μπορεί να γίνεται ανάλογα με τις δυνατότητες απόσβεσης των λέξεων-κλειδιών που χρησιμοποιούνται στα αιτήματα αναζήτησης. Στην περίπτωση αυτή, το γεγονός και μόνο ότι ένας εκδότης πωλεί τις διαφημίσεις τόσο άμεσα όσο και μέσω διαμεσολάβησης δεν αποδεικνύει ότι οι δύο επίμαχοι δίαυλοι πωλήσεων είναι δυνατόν να εναλλάσσονται ή να υποκαθίστανται για τον καταναλωτή κατά την έννοια της νομολογίας και της ανακοίνωσης για τον ορισμό της αγοράς που μνημονεύθηκαν στις σκέψεις 125 και 126 ανωτέρω.

348 Κατά τρίτον, όσον αφορά το παράδειγμα της [*εμπιστευτικό*], η Google παραθέτει, στο παράρτημα Α.22 του δικογράφου της προσφυγής, στιγμιότυπο οθόνης κατόπιν αιτήματος αναζήτησης στον διαδικτυακό τόπο [*εμπιστευτικό*] το οποίο απεικονίζει την προβολή διαφημίσεων που πωλήθηκαν άμεσα από την [*εμπιστευτικό*] πάνω από τα αποτελέσματα της αναζήτησης, τις δε διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις που παράχθηκαν χάρη στις υπηρεσίες διαμεσολάβησης της Google κάτω από τα εν λόγω αποτελέσματα.

349 Το Γενικό Δικαστήριο παρατηρεί, όμως, ότι το ανωτέρω στιγμιότυπο οθόνης δεν εξετάστηκε κατά την ανάλυση του ορισμού της σχετικής αγοράς που πραγματοποιήθηκε με την προσβαλλόμενη απόφαση και ότι από κανένα στοιχείο στον φάκελο της υπόθεσης δεν προκύπτει ότι η Google το υπέβαλε στην Επιτροπή κατά τη διάρκεια της διοικητικής διαδικασίας. Επομένως, η Google δεν μπορεί να προσάψει στην Επιτροπή ότι αγνόησε το συγκεκριμένο παράδειγμα, εν αντιθέσει προς όσα υποστηρίζει με το δικόγραφο της προσφυγής. Επιπλέον, κατά τα επιχειρήματα που η Επιτροπή προβάλλει με τα υπομνήματά της, το εν λόγω στιγμιότυπο οθόνης, στο οποίο απεικονίζονται στην ίδια ιστοσελίδα διαφημίσεις που πωλήθηκαν μέσω διαφορετικών διαύλων πωλήσεων, αποδεικνύει μάλλον τον συμπληρωματικό χαρακτήρα των δύο επίμαχων διαύλων πωλήσεων παρά τη δυνατότητα αμοιβαίας υποκατάστασής τους. Υπ' αυτή την έννοια, το παράδειγμα της [*εμπιστευτικό*] είναι σύμφωνο προς τη συμπεριφορά των εκδοτών που εκτέθηκε στις αιτιολογικές σκέψεις 188, 190, 191 και στην αιτιολογική σκέψη 192, σημείο 2, της προσβαλλόμενης απόφασης. Στις εν λόγω αιτιολογικές σκέψεις, η Επιτροπή επισήμανε ότι πλείονες εκδότες, όπως τα μέλη του [*εμπιστευτικό*] και ορισμένοι άμεσοι εταίροι της Google, η [*εμπιστευτικό*], η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*], πωλούσαν μεν άμεσα διαφημιστικούς

χώρους, πλην όμως χρησιμοποιούσαν επίσης συστηματικά τις πωλήσεις μέσω διαμεσολάβησης λόγω, κατ' ουσίαν, των πλεονεκτημάτων που συνεπάγεται ο δεύτερος αυτός δίαυλος πωλήσεων. Τέτοια συμπεριφορά μπορεί να υποδηλώνει συμπληρωματικότητα μεταξύ των δύο επίμαχων διαύλων πωλήσεων αντί της δυνατότητας αμοιβαίας υποκατάστασής τους.

350 Εν πάση περιπτώσει, ακόμη και αν γίνει δεκτό ότι τα παραδείγματα της [*εμπιστευτικό*] και της [*εμπιστευτικό*] συνιστούσαν ενδείξεις της ύπαρξης δυνατότητας αμοιβαίας υποκατάστασης της πώλησης διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις μέσω διαμεσολάβησης και της άμεσης πώλησης από τους εκδότες, κάτι το οποίο δεν αποδείχθηκε, διαπιστώνεται ότι τα εν λόγω στοιχεία δεν θα επαρκούσαν προς αντιστάθμιση των αποδεικτικών στοιχείων που εκτίθενται στις αιτιολογικές σκέψεις 187 και 188 της προσβαλλόμενης απόφασης, κατά τα οποία οι εκδότες, γενικώς, δεν θεωρούν ότι οι δύο επίμαχοι δίαυλοι πωλήσεων μπορούν να υποκαταστήσουν ο ένας τον άλλον λόγω του αισθητά χαμηλότερου συναλλακτικού κόστους των πωλήσεων μέσω διαμεσολάβησης και της ευχερέστερης πρόσβασης σε ευρεία βάση διαφημιζομένων την οποία παρέχει η διαμεσολάβηση σε σχέση με τις άμεσες πωλήσεις.

351 Από τα ανωτέρω προκύπτει ότι η Google δεν αποδεικνύει ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε πλάνη απορρίπτοντας, στην αιτιολογική σκέψη 191 της προσβαλλόμενης απόφασης, παραδείγματα εκδοτών που χρησιμοποιούν τους δύο επίμαχους διαύλους πωλήσεων κατά την ανάλυση της δυνατότητας αμοιβαίας υποκατάστασης των εν λόγω διαύλων πωλήσεων.

β) Επί της δυνατότητας αμοιβαίας υποκατάστασης των δύο επίμαχων διαύλων πωλήσεων από την πλευρά των διαφημιζομένων

352 Στην αιτιολογική σκέψη 192 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή εκτίμησε κατ' ουσίαν ότι τα παραδείγματα που παρέθεσε η Google σχετικά με τους εκδότες οι οποίοι έχουν αναπτύξει προηγμένες ικανότητες στόχευσης των χρηστών, ήτοι η [*εμπιστευτικό*], η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*], δεν παρέχουν καμία ένδειξη σχετικά με τη δυνατότητα αμοιβαίας υποκατάστασης των δύο επίμαχων διαύλων πωλήσεων.

353 Η Google υποστηρίζει ότι εσφαλμένως η Επιτροπή απέρριψε τα ανωτέρω αποδεικτικά στοιχεία τα οποία αποδεικνύουν, κατ' αυτήν, τη δυνατότητα αμοιβαίας υποκατάστασης των δύο επίμαχων διαύλων πωλήσεων από την πλευρά των διαφημιζομένων. Συγκεκριμένα, κατά την Google, οι εκδότες είναι ικανοί να προβάλλουν διαφημίσεις άμεσης πώλησης με πολύ αποτελεσματικό τρόπο δεδομένου ότι ορισμένοι εξ αυτών μπορούν να συλλέγουν δεδομένα σχετικά με τους χρήστες (όπως η [*εμπιστευτικό*]), μεταξύ άλλων μέσω εγγραφής χρηστών και χρήσης cookies (όπως η [*εμπιστευτικό*]), και να στοχεύουν τους χρήστες οι οποίοι έχουν ήδη επισκεφθεί έναν διαδικτυακό τόπο (όπως η [*εμπιστευτικό*]).

354 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

355 Συναφώς, διαπιστώνεται ότι τα παραδείγματα που παρέθεσε η Google αναδεικνύουν τις ικανότητες στόχευσης των χρηστών τις οποίες παρέχουν οι διαφημίσεις που δεν συνδέονται με αναζητήσεις στους διαδικτυακούς τόπους ορισμένων εκδοτών. Μολονότι τα ως άνω στοιχεία μπορεί να αποδεικνύουν ότι οι συγκεκριμένοι εκδότες είναι ικανοί να πωλούν άμεσα στους διαφημιζομένους ελκυστικές τοποθετήσεις διαφημίσεων, η Google δεν επεξηγεί τον λόγο για τον οποίο το γεγονός αυτό και μόνο αποδεικνύει ότι οι διαφημιζόμενοι θεωρούν ότι η άμεση αγορά διαδικτυακών διαφημίσεων από τους εκδότες μπορεί να υποκαταστήσει την τοποθέτηση τέτοιων διαφημίσεων μέσω μεσάζοντα, για παράδειγμα την Google και την υπηρεσία AFS αυτής όσον αφορά τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

356 Επιπλέον, η Google δεν επικρίνει την παρατήρηση της Επιτροπής, στην αιτιολογική σκέψη 192, παράγραφος 2, της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*] συνέχισαν να χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες διαμεσολάβησης της Google για τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις, παρά την ανάπτυξη των δικών τους εργαλείων για την καλύτερη στόχευση των διαφημίσεων που προωθούν τα δικά τους προϊόντα. Η διαπίστωση αυτή καταδεικνύει ότι η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*] θεωρούσαν ότι τα εργαλεία τους δεν μπορούσαν να αντικαταστήσουν τις πωλήσεις μέσω διαμεσολάβησης.

357 Από τα προεκτεθέντα προκύπτει ότι η Google δεν αποδεικνύει ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε πλάνη απορρίπτοντας, στην αιτιολογική σκέψη και 192 της προσβαλλόμενης απόφασης, τα παραδείγματα της Google.

γ) Επί της συνεκτίμησης της απόφασης Telefónica UK

358 Στην αιτιολογική σκέψη 193 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή εκτίμησε ότι η απόφαση Telefónica UK δεν στήριζε τα επιχειρήματα της Google, δεδομένου ότι, με την εν λόγω απόφαση, η Επιτροπή είχε αφήσει ανοικτό το ζήτημα του αν η ανταγωνιστική πίεση που ασκούσαν οι άμεσες πωλήσεις διαφημίσεων σε κινητές συσκευές στις πωλήσεις των ίδιων διαφημίσεων μέσω διαμεσολάβησης δικαιολογούσε τη διεύρυνση της σχετικής αγοράς.

359 Η Google υποστηρίζει ότι εσφαλμένως η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη το συμπέρασμα στο οποίο κατέληξε με την απόφαση Telefónica UK, κατά το οποίο οι άμεσες πωλήσεις διαφημίσεων σε κινητές συσκευές ασκούσαν, σε σημαντικό βαθμό, ανταγωνιστική πίεση στις πωλήσεις διαφημίσεων σε κινητά τηλέφωνα μέσω διαμεσολάβησης.

360 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

361 Συναφώς, υπενθυμίζεται, όπως επισημάνθηκε στις σκέψεις 238 και 300 ανωτέρω, ότι η Επιτροπή δεν δεσμεύεται από τις εκτιμήσεις όσον αφορά τις σχετικές αγορές τις οποίες πραγματοποίησε με παλαιότερες αποφάσεις της.

362 Εξάλλου, και εν πάση περιπτώσει, το Γενικό Δικαστήριο παρατηρεί ότι, με την απόφαση Telefónica UK, η Επιτροπή άφησε ανοικτό το ζήτημα της κατάτμησης της αγοράς πώλησης διαφημιστικών χώρων σε κινητές συσκευές μεταξύ της άμεσης πώλησης και της πώλησης μέσω διαμεσολάβησης, όπως διαπιστώνεται στην αιτιολογική σκέψη 193 της προσβαλλόμενης απόφασης. Η Επιτροπή επισήμανε ρητώς ότι η μελέτη αγοράς που πραγματοποίησε δεν κατέστησε δυνατή την εξαγωγή σαφούς συμπεράσματος επί του ζητήματος.

363 Επιπλέον, η Google δεν εκθέτει, με τα υπομνήματά της, τον λόγο για τον οποίο οι παρατηρήσεις της Επιτροπής, με την απόφαση Telefónica UK, σχετικά με την ενδεχόμενη δυνατότητα αμοιβαίας υποκατάστασης των διαύλων πώλησης για τους διαφημιστικούς χώρους σε κινητές συσκευές είναι λυσιτελείς στο πλαίσιο της ανάλυσης, στην προσβαλλόμενη απόφαση, της δυνατότητας αμοιβαίας υποκατάστασης των δύο επίμαχων διαύλων πώλησης, οι οποίοι αφορούν τις διαδικτυακές διαφημίσεις.

364 Από τα ανωτέρω προκύπτει ότι η Google δεν αποδεικνύει ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε πλάνη, στην αιτιολογική σκέψη 193 της προσβαλλόμενης απόφασης, εκτιμώντας ότι η απόφαση Telefónica UK δεν στήριζε την επιχειρηματολογία της Google.

δ) Συμπέρασμα σχετικά με το δεύτερο σκέλος του πρώτου λόγου ακυρώσεως

365 Από τις ανωτέρω παρατηρήσεις προκύπτει ότι η επιχειρηματολογία της Google δεν μπορεί να θέσει υπό αμφισβήτηση την ακρίβεια, την αξιοπιστία και τη συνεκτικότητα των αποδεικτικών στοιχείων στα οποία βασίστηκε η Επιτροπή κατά τη σφαιρική εκτίμηση της δυνατότητας αμοιβαίας υποκατάστασης της πώλησης διαδικτυακών διαφημίσεων μέσω διαμεσολάβησης και της άμεσης πώλησης διαδικτυακών διαφημίσεων από τους εκδότες, ούτε να αποδείξει ότι η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη κρίσιμα στοιχεία προς τούτο. Κατά συνέπεια, η Google δεν αποδεικνύει ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε πλάνη εκτιμώντας ότι η δυνατότητα αμοιβαίας υποκατάστασης των δύο επίμαχων διαύλων πωλήσεων ήταν περιορισμένη.

366 Λαμβανομένων υπόψη των προεκτεθέντων, το δεύτερο σκέλος του πρώτου λόγου ακυρώσεως πρέπει να απορριφθεί.

3. Συμπέρασμα σχετικά με τον πρώτο λόγο ακυρώσεως

367 Από τις ανωτέρω παρατηρήσεις προκύπτει ότι η Google δεν απέδειξε ότι ο ορισμός των σχετικών αγορών από την Επιτροπή ήταν εσφαλμένος.

368 Ως εκ τούτου, το επιχείρημα της Google, κατά το οποίο η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι η Google κατείχε δεσπόζουσα θέση στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ, είναι επίσης αβάσιμο στο μέτρο που βασίζεται αποκλειστικά και μόνον στον δήθεν εσφαλμένο ορισμό της εν λόγω αγοράς. Επομένως, η επιχειρηματολογία της Google δεν μπορεί να αναιρέσει το συμπέρασμα της Επιτροπής, στην αιτιολογική σκέψη 274 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η Google κατείχε δεσπόζουσα θέση στο διάστημα από το 2006 έως το 2016 στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ.

369 Κατά συνέπεια, ο πρώτος λόγος ακυρώσεως που προέβαλε η Google πρέπει να απορριφθεί ως αβάσιμος.

Γ. Επί του δεύτερου λόγου ακυρώσεως, κατά τον οποίο η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους δεν συνιστούσε κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης

370 Με τον δεύτερο λόγο ακυρώσεως, η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι θεώρησε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους συνιστούσε κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης κατά την έννοια του άρθρου 102 ΣΛΕΕ. Ο δεύτερος λόγος ακυρώσεως διαρθρώνεται σε τρία σκέλη, κατά τα οποία, πρώτον, η εν λόγω ρήτρα δεν συνιστούσε υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας κατά την έννοια της νομολογίας που απορρέει από την απόφαση της 13ης Φεβρουαρίου 1979, Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής (85/76, EU:C:1979:36), δεύτερον, η Επιτροπή υποχρεούνταν να αναλύσει τα αποτελέσματα της εν λόγω ρήτρας και, τρίτον, η προσβαλλόμενη απόφαση δεν αποδεικνύει ότι η επίμαχη ρήτρα ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό.

371 Προκαταρκτικώς, υπενθυμίζεται ότι, στο προ του Μαρτίου του 2009 υπόδειγμα GSA, η ρήτρα αποκλειστικότητας ήταν διατυπωμένη ως εξής:

«[γ]ια κάθε Συμφωνία ο Πελάτης αποδέχεται ότι, κατά τη διάρκεια της τρέχουσας Περιόδου Παροχής των Υπηρεσιών, ο Πελάτης δεν εφαρμόζει στον οικείο Διαδικτυακό Τόπο ούτε παρέχει πρόσβαση μέσω της οικείας Εφαρμογής Πελάτη (εφόσον υπάρχει) [σε] οποιαδήποτε υπηρεσία πανομοιότυπη ή ουσιαστικά παρεμφερή με οποιαδήποτε από τις Υπηρεσίες που η Google παρέχει δυνάμει της Συμφωνίας ή που τελεί άλλως άμεσα σε ανταγωνισμό με τέτοιες Υπηρεσίες».

1. Επί του πρώτου και του δεύτερου σκέλους του δεύτερου λόγου ακυρώσεως, κατά τα οποία η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους δεν συνιστούσε κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης, κατά την έννοια της νομολογίας που απορρέει από την απόφαση της 13ης Φεβρουαρίου 1979, Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής (85/76, EU:C:1979:36), η δε Επιτροπή υποχρεούνταν να αναλύσει τα αποτελέσματα της εν λόγω ρήτρας, αντιστοίχως

372 Αφενός, με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή υπενθύμισε τη νομολογία που απορρέει από την απόφαση της 13ης Φεβρουαρίου 1979, Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής (85/76, EU:C:1979:36), κατά την οποία, «[γ]ια μια επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά, η δέσμευση των αγοραστών –ακόμη και κατόπιν αιτήσεώς τους– με υποχρέωση ή υπόσχεση προμήθειας του συνόλου ή σημαντικού μέρους των αναγκών τους αποκλειστικά από την εν λόγω επιχείρηση συνιστά καταχρηστική εκμετάλλευση δεσποζούσης θέσεως κατά την έννοια του άρθρου [102 ΣΛΕΕ]» (βλ. σκέψη 89 της εν λόγω απόφασης).

373 Αφετέρου, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας συνιστούσε, στην συγκεκριμένη περίπτωση, υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας καθόσον επέβαλλε στους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους την υποχρέωση να καλύπτουν από την Google το σύνολο ή σημαντικό μέρος των αναγκών τους σε υπηρεσίες διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Συναφώς, η Επιτροπή επισημαίνει, κατ' αρχάς, ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους εν λόγω άμεσους εταίρους εφαρμοζόταν «κατά κανόνα» στο σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στους οποίους προβάλλονταν διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις, εν συνεχεία, ότι οι εν λόγω άμεσοι εταίροι δεν μπορούσαν να παρεκκλίνουν από την επίμαχη ρήτρα πριν από τη λήξη των GSA που είχαν συνάψει και, τέλος, ότι οι GSA που είχαν συναφθεί με την [*εμπιστευτικό*] και την [*εμπιστευτικό*] τούς επέβαλλαν την υποχρέωση να υπάγουν στη συγκεκριμένη ρήτρα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στους οποίους προβάλλονταν τέτοιες διαφημίσεις.

374 Υπό τις συνθήκες αυτές, η Επιτροπή έκρινε, στο πλαίσιο της κύριας συλλογιστικής της, ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους ήταν αντίθετη προς το άρθρο 102 ΣΛΕΕ, χωρίς να χρειάζεται να εξακριβωθεί αν η εν λόγω ρήτρα ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό λαμβανομένου υπόψη του συνόλου των περιστάσεων της συγκεκριμένης υπόθεσης.

375 Η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι έκρινε ότι δεν χρειαζόταν να εξακριβώσει ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό. Επ' αυτού, η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι οι εν λόγω άμεσοι εταίροι υπείχαν υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας αντίθετη προς το άρθρο 102 ΣΛΕΕ κατ' εφαρμογήν της νομολογίας που απορρέει από την απόφαση της 13ης Φεβρουαρίου 1979, Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής (85/76, EU:C:1979:36). Επιπλέον, η Google υποστηρίζει ότι οι αρχές που το

Δικαστήριο διατύπωσε με την απόφαση της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής (C-413/14 P, EU:C:2017:632), υποχρέωναν την Επιτροπή να εξετάσει τα αποτελέσματα της εν λόγω ρήτρας προκειμένου να εξακριβώσει αν η ρήτρα συνιστούσε παράβαση της ως άνω διάταξης.

376 Η Surfboard προσάπτει στην Επιτροπή ότι θεώρησε ότι η ίδια η Surfboard υπείχε υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας.

377 Η Επιτροπή υποστηρίζει ότι, μετά τη σύναψη της GSA, η ρήτρα αποκλειστικότητας που περιεχόταν σε αυτήν εφαρμοζόταν καθ' όλη τη διάρκεια της GSA. Ως εκ τούτου, άμεσος εταίρος ο οποίος είχε περιλάβει όλους τους διαδικτυακούς τόπους του στην GSA υποχρεούνταν, μετά την έναρξη ισχύος της εν λόγω GSA, να προμηθεύεται αποκλειστικά και μόνο από την Google το σύνολο των υπηρεσιών διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, τούτο δε συνιστούσε κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης κατ' εφαρμογήν της νομολογίας που απορρέει από την απόφαση της 13ης Φεβρουαρίου 1979, Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής (85/76, EU:C:1979:36).

378 Επιπλέον, η Επιτροπή υποστηρίζει ότι η απόφαση της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής (C-413/14 P, EU:C:2017:632), αποσαφηνίζει τη νομολογία που απορρέει από την απόφαση της 13ης Φεβρουαρίου 1979, Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής (85/76, EU:C:1979:36), μόνον όσον αφορά τις υποχρεώσεις αποκλειστικής προμήθειας τις οποίες επιβάλλει επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση με αντάλλαγμα εκπτώσεις ή καταβολή χρηματικών ποσών, το οποίο δεν συμβαίνει στην υπό κρίση υπόθεση.

379 Κατά πρώτον, είναι αληθές ότι, με την απόφαση της 13ης Φεβρουαρίου 1979, Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής (85/76, EU:C:1979:36, σκέψη 89), το Δικαστήριο έκρινε ότι οι ρήτρες με τις οποίες οι αντισυμβαλλόμενοι δεσμεύθηκαν να καλύπτουν το σύνολο ή σημαντικό μέρος των αναγκών τους με προμήθειες από επιχείρηση κατέχουσα δεσπόζουσα θέση, έστω και αν δεν συνοδεύονται από εκπτώσεις, συνιστούν, ως εκ της φύσεώς τους, εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης και ότι το ίδιο ισχύει για τις εκπτώσεις υπέρ πιστών πελατών που χορηγεί μια τέτοια επιχείρηση (απόφαση της 19ης Ιανουαρίου 2023, Unilever Italia Mkt. Operations, C-680/20, EU:C:2023:33, σκέψη 46).

380 Εντούτοις, με την απόφαση της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής (C-413/14 P, EU:C:2017:632, σκέψη 138), το Δικαστήριο διασαφήνισε, πρώτον, την προμνησθείσα νομολογία στην περίπτωση κατά την οποία κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση υποστήριξε, κατά τη διάρκεια της διοικητικής διαδικασίας, προσκομίζοντας αποδεικτικά στοιχεία προς στήριξη των ισχυρισμών της, ότι η συμπεριφορά της δεν ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό και, ειδικότερα, να έχει τα προσαπτόμενα αποτελέσματα αποκλεισμού (απόφαση της 19ης Ιανουαρίου 2023, Unilever Italia Mkt. Operations, C-680/20, EU:C:2023:33, σκέψη 47).

381 Συναφώς, το Δικαστήριο επισήμανε ότι, σε μια τέτοια περίπτωση, η Επιτροπή οφείλει όχι μόνο να αναλύσει, αφενός, τη σπουδαιότητα της δεσπόζουσας θέσης της επιχείρησης στην οικεία αγορά και, αφετέρου, το ποσοστό κάλυψης της αγοράς από την επίμαχη πρακτική, καθώς και τις συνθήκες και τους τρόπους χορήγησης των επίμαχων εκπτώσεων, τη διάρκεια χορήγησής τους και το ύψος τους, αλλά οφείλει επίσης να εκτιμήσει αν υφίσταται στρατηγική σκοπούσα τον εκτοπισμό των ανταγωνιστών που είναι τουλάχιστον εξίσου αποτελεσματικοί με την κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση (αποφάσεις της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής, C-413/14 P, EU:C:2017:632, σκέψη 139, και της 19ης Ιανουαρίου 2023, Unilever Italia Mkt. Operations, C-680/20, EU:C:2023:33, σκέψη 48).

382 Το Δικαστήριο έκρινε, δεύτερον, ότι η ανάλυση σχετικά με την ικανότητα εκτοπισμού των ανταγωνιστών από την αγορά έχει επίσης σημασία για να διαπιστωθεί αν ένα σύστημα εκπτώσεων που εμπίπτει κατ' αρχήν στην απαγόρευση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ μπορεί να δικαιολογηθεί αντικειμενικά. Άλλωστε, ενδέχεται να υπάρχουν πλεονεκτήματα ως προς την αποτελεσματικότητα τα οποία να είναι επίσης ωφέλιμα για τον καταναλωτή και να αντισταθμίζουν ή και να υπερβαίνουν τις επιπτώσεις του εκτοπισμού ανταγωνιστή από την αγορά συνεπεία του επίμαχου, περιοριστικού για τον ανταγωνισμό, συστήματος εκπτώσεων. Η στάθμιση αυτή των θετικών και αρνητικών για τον ανταγωνισμό συνεπειών της επίμαχης πρακτικής μπορεί να διενεργηθεί μόνο μετά από ανάλυση της εγγενούς ικανότητας της επίμαχης πρακτικής να επιφέρει τον εκτοπισμό από την αγορά των ανταγωνιστών που είναι τουλάχιστον εξίσου αποτελεσματικοί με την κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση (αποφάσεις της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής, C-413/14 P, EU:C:2017:632, σκέψη 140, και της 19ης Ιανουαρίου 2023, Unilever Italia Mkt. Operations, C-680/20, EU:C:2023:33, σκέψη 49).

383 Βεβαίως, το Δικαστήριο, προβαίνοντας στη δεύτερη αυτή διευκρίνιση, αναφέρθηκε μόνο στα συστήματα εκπτώσεων. Ωστόσο, δεδομένου ότι τόσο οι πρακτικές εκπτώσεων όσο και οι ρήτρες αποκλειστικότητας ενδέχεται να δικαιολογούνται αντικειμενικά ή να παρουσιάζουν πλεονεκτήματα ως προς την αποτελεσματικότητα τα οποία να είναι επίσης ωφέλιμα για τον καταναλωτή και να αντισταθμίζουν ή και να υπερβαίνουν τα μειονεκτήματα που οι εν λόγω πρακτικές και ρήτρες συνεπάγονται, η ανωτέρω διευκρίνιση θα πρέπει να θεωρηθεί ότι ισχύει για αμφότερες τις ανωτέρω πρακτικές (απόφαση της 19ης Ιανουαρίου 2023, Unilever Italia Mkt. Operations, C-680/20, EU:C:2023:33, σκέψη 50).

384 Κατά τα λοιπά, πέραν του ότι η ανωτέρω ερμηνεία συνάδει με την πρώτη διευκρίνιση στην οποία προέβη το Δικαστήριο με την απόφαση της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής (C-413/14 P, EU:C:2017:632, σκέψη 139), διαπιστώνεται ότι, μολονότι οι ρήτρες αποκλειστικότητας προκαλούν, ως εκ της φύσεώς τους, εύλογη ανησυχία από την άποψη του ανταγωνισμού, η ικανότητά τους να αποκλείουν τους ανταγωνιστές δεν είναι αυτόματη, όπως προκύπτει άλλωστε από το σημείο 36 της ανακοίνωσης της Επιτροπής με τίτλο «Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου [102 ΣΛΕΕ] σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις» (ΕΕ 2009, C 45, σ. 7) (απόφαση της 19ης Ιανουαρίου 2023, Unilever Italia Mkt. Operations, C-680/20, EU:C:2023:33, σκέψη 51).

385 Επομένως, αφενός, όταν η Επιτροπή έχει υπόνοιες ότι μια επιχείρηση παρέβη το άρθρο 102 ΣΛΕΕ χρησιμοποιώντας ρήτρες αποκλειστικότητας και η επιχείρηση αμφισβητεί, κατά τη διάρκεια της διαδικασίας, βάσει αποδεικτικών στοιχείων, ότι οι εν λόγω ρήτρες έχουν πράγματι την ικανότητα να αποκλείσουν από την αγορά εξίσου αποτελεσματικούς ανταγωνιστές, η Επιτροπή οφείλει να βεβαιωθεί, κατά το στάδιο της διαπίστωσης της παράβασης, ότι οι ρήτρες αυτές ήταν, υπό τις περιστάσεις της οικείας υπόθεσης, πράγματι ικανές να αποκλείσουν από την αγορά ανταγωνιστές εξίσου αποτελεσματικούς με την εν λόγω επιχείρηση (απόφαση της 19ης Ιανουαρίου 2023, Unilever Italia Mkt. Operations, C-680/20, EU:C:2023:33, σκέψη 52).

386 Αφετέρου, η Επιτροπή οφείλει επίσης να εκτιμήσει συγκεκριμένα την ικανότητα των εν λόγω ρητρών να περιορίσουν τον ανταγωνισμό, όταν, κατά τη διάρκεια της διοικητικής διαδικασίας, η επιχείρηση για την οποία υπάρχουν υπόνοιες, χωρίς να αμφισβητεί τυπικώς ότι η συμπεριφορά της ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό, υποστηρίζει ότι υπάρχουν λόγοι που δικαιολογούν τη συμπεριφορά αυτή (απόφαση της 19ης Ιανουαρίου 2023, Unilever Italia Mkt. Operations, C-680/20, EU:C:2023:33, σκέψη 53).

387 Εν προκειμένω, αφενός, δεν αμφισβητείται ότι η Google είχε αμφισβητήσει, κατά τη διοικητική διαδικασία προσκομίζοντας αποδεικτικά στοιχεία, την ικανότητα της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους να περιορίσει τον ανταγωνισμό. Αφετέρου, δεν αμφισβητείται επίσης ότι η Google είχε υποστηρίξει ότι η εν λόγω ρήτρα δικαιολογούνταν αντικειμενικά.

388 Υπό τις συνθήκες αυτές, απέκειτο στην Επιτροπή να αποδείξει ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό, όφειλε δε, προς τούτο, να λάβει υπόψη το σύνολο των κρίσιμων περιστάσεων της συγκεκριμένης υπόθεσης.

389 Ως εκ τούτου, επισημαίνεται ότι, εν αντιθέσει προς τη κρίση που διατύπωσε με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή δεν μπορούσε να περιοριστεί στο να διαπιστώσει, προκειμένου να αποδείξει παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους επέβαλλε στους εν λόγω εταίρους την υποχρέωση να καλύπτουν αποκλειστικά και μόνον από την Google το σύνολο ή σημαντικό μέρος των αναγκών τους σε υπηρεσίες διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Συγκεκριμένα, η Επιτροπή όφειλε επιπλέον να αποδείξει ότι η εν λόγω ρήτρα ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό, λαμβάνοντας υπόψη το σύνολο των κρίσιμων περιστάσεων της συγκεκριμένης υπόθεσης, κάτι το οποίο έπραξε κατά τα λοιπά, στο πλαίσιο της επικουρικής συλλογιστικής της, με την προσβαλλόμενη απόφαση.

390 Επομένως, χωρίς να χρειάζεται να αποφανθεί επί του ζητήματος που έθεσε η Google, αν η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους συνιστά όντως υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας, όπως η μνημονευόμενη στη νομολογία που απορρέει από την απόφαση της 13ης Φεβρουαρίου 1979, Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής (85/76, EU:C:1979:36), το Γενικό Δικαστήριο διαπιστώνει ότι εσφαλμένως η Επιτροπή εκτίμησε, στο πλαίσιο της κύριας συλλογιστικής της, ότι δεν υποχρεούνταν να εξακριβώσει αν η εν λόγω ρήτρα μπορούσε να περιορίσει τον ανταγωνισμό λαμβανομένου υπόψη του συνόλου των περιστάσεων της συγκεκριμένης υπόθεσης.

391 Κατά συνέπεια, το πρώτο και το δεύτερο σκέλος του δεύτερου λόγου ακυρώσεως πρέπει να γίνουν δεκτά.

2. Επί του τρίτου σκέλους του δεύτερου λόγου ακυρώσεως, κατά το οποίο η προσβαλλόμενη απόφαση δεν αποδεικνύει ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό

392 Με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή εκτίμησε, στο πλαίσιο της επικουρικής συλλογιστικής της, στην αιτιολογική σκέψη 362, ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό, λαμβανομένου υπόψη του συνόλου των περιστάσεων της συγκεκριμένης υπόθεσης. Συναφώς, η Επιτροπή επισήμανε ότι η εν λόγω ρήτρα, πρώτον, αποθάρρυνε τους ως άνω άμεσους εταίρους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google, δεύτερον, εμπόδισε τους εν λόγω μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, τρίτον, έβλαψε ενδεχομένως την καινοτομία, τέταρτον, βοήθησε την Google να διατηρήσει και να ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της στις εθνικές αγορές διαφημίσεων

στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ, πλην της Πορτογαλίας, και, πέμπτον, έβλαψε ενδεχομένως τους καταναλωτές. Επιπλέον, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η αγγλική ρήτρα είχε αυξήσει την ικανότητα της ρήτρας αποκλειστικότητας να περιορίσει τον ανταγωνισμό.

393 Ειδικότερα, επισημαίνεται ότι, διαπιστώνοντας ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, αφενός, αποθάρρυνε τους εν λόγω άμεσους εταίρους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google και, αφετέρου, εμπόδισε τους εν λόγω μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, η Επιτροπή έκρινε, κατ' ουσίαν, ότι η εν λόγω ρήτρα ήταν ικανή να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά.

394 Επιπλέον, επισημαίνεται ότι η Επιτροπή συμπέρανε, από το αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, ότι η εν λόγω ρήτρα, κατ' αρχάς, έβλαψε ενδεχομένως την καινοτομία, εν συνεχεία, βοήθησε την Google να διατηρήσει και να ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της στις σχετικές εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και, τέλος, έβλαψε ενδεχομένως τους καταναλωτές.

395 Συγκεκριμένα, κατ' αρχάς, από τις αιτιολογικές σκέψεις 404 έως 406 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι το αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά της ρήτρας αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, εμπόδισε τους μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google να παράσχουν ή να αναπτύξουν διαφορετικού τύπου διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις, με αποτέλεσμα η εν λόγω ρήτρα να αποθαρρύνει τους εν λόγω μεσάζοντες να επενδύσουν στην καινοτομία. Εν συνεχεία, από την αιτιολογική σκέψη 408 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι το αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά στέρησε από τους εν λόγω μεσάζοντες έσοδα και δεδομένα τα οποία θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για τον σκοπό της παροχής διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Τέλος, από την αιτιολογική σκέψη 417 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι το επίμαχο αποτέλεσμα έδωσε στην Google τη δυνατότητα να καθορίζει σε υψηλό επίπεδο τις τιμές που κατέβαλλαν οι διαφημιζόμενοι, αυξάνοντας με τον τρόπο αυτόν τις τιμές που κατέβαλλαν οι καταναλωτές για τα αγαθά που αποτελούσαν αντικείμενο των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Η Επιτροπή επισήμανε επιπλέον, στην αιτιολογική σκέψη 418 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι το γεγονός ότι η εν λόγω ρήτρα έβλαψε ενδεχομένως την καινοτομία είχε επίσης στερήσει τους καταναλωτές από ευρύτερη επιλογή όσον αφορά τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

396 Η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, πρώτον, παρήγαγε το αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά που διαπιστώθηκε με την προσβαλλόμενη απόφαση, δεύτερον, βοήθησε την Google να διατηρήσει ή να ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της στις σχετικές εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και, τρίτον, έβλαψε την καινοτομία ή τους καταναλωτές. Επιπλέον, η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι δεν απέδειξε ότι η αγγλική ρήτρα ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό.

397 Η Surfboard υποστηρίζει ότι οι GSA που συνήψε με την Google δεν την εμπόδισαν να προμηθευθεί διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google και αμφισβητεί τη διαπίστωση ότι οι διαδικτυακές συμβάσεις δεν μπορούσαν να καλύψουν τις ανάγκες των

εκδοτών για ορισμένους τουλάχιστον από τους διαδικτυακούς τόπους τους. Η Surfboard διευκρινίζει επιπλέον ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA ήταν, εν πάση περιπτώσει, αντικειμενικώς δικαιολογημένη.

398 Πρέπει, κατ' αρχάς, να εξεταστεί το αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά, που διαπιστώνεται στην προσβαλλόμενη απόφαση, το οποίο προκύπτει από τη ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους. Επομένως, πρέπει να εξακριβωθεί αν η εν λόγω ρήτρα ήταν ικανή, αφενός, να αποθαρρύνει τους εν λόγω άμεσους εταίρους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google και, αφετέρου, να εμποδίσει τους εν λόγω μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

399 Συναφώς, επισημαίνεται ότι, στην αιτιολογική σκέψη 364 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή διευκρίνισε ότι, στο πλαίσιο της ανάλυσής της που αποσκοπεί στο να αποδείξει ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό, έλαβε υπόψη το σύνολο των κρίσιμων περιστάσεων, συμπεριλαμβανομένων, αφενός, της σπουδαιότητας της δεσπόζουσας θέσης της Google, τόσο στις σχετικές εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις όσο και στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, και, αφετέρου, του μεριδίου της τελευταίας αυτής αγοράς που κάλυπτε η εν λόγω ρήτρα και της «διάρκειας της [εν λόγω] ρήτρας». Συναφώς, η Επιτροπή παρέπεμψε στο τμήμα 7 της προσβαλλόμενης απόφασης, σχετικά με τη δεσπόζουσα θέση της Google, το περιεχόμενο του οποίου συνοψίστηκε στις σκέψεις 39 έως 66 ανωτέρω, καθώς και στο σύνολο του τμήματος 8.3.4.2 της εν λόγω απόφασης, σχετικά με την αδυναμία των μεσαζόντων ανταγωνιστών της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της εν λόγω αγοράς.

400 Επισημαίνεται ότι η προσέγγιση που προέκρινε η Επιτροπή είναι σύμφωνη προς τη νομολογία κατά την οποία, σε περίπτωση που μια επιχείρηση υποστηρίζει, κατά τη διοικητική διαδικασία, προσκομίζοντας σχετικά αποδεικτικά στοιχεία, ότι η συμπεριφορά της δεν ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό και, ειδικότερα, να προκαλέσει, όπως της προσάπτεται, τον εκτοπισμό ανταγωνιστών από την αγορά, η Επιτροπή οφείλει να αναλύσει, μεταξύ άλλων, τη σπουδαιότητα της δεσπόζουσας θέσης της επιχείρησης στην οικεία αγορά, το ποσοστό κάλυψης της αγοράς από την επίμαχη πρακτική, καθώς και τις συνθήκες και τους όρους της επίμαχης ρήτρας και τη διάρκειά τους (πρβλ. απόφαση της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής, C-413/14 P, EU:C:2017:632, σκέψη 139).

401 Συναφώς, επισημαίνεται ότι, στο τμήμα 7 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή έκρινε ότι η Google κατείχε δεσπόζουσα θέση, μεταξύ άλλων, στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ στο διάστημα από το 2006 έως το 2016, λαμβανομένων υπόψη των μεριδίων αγοράς της τελευταίας, των εμποδίων στην είσοδο και στην επέκταση στην αγορά, καθώς και της απουσίας αντισταθμιστικής αγοραστικής ισχύος των εκδοτών.

402 Πρώτον, όσον αφορά τα μερίδια αγοράς της Google στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ, βασιζόμενη στα ακαθάριστα έσοδα της Google, η Επιτροπή διαπίστωσε, αφενός, βάσει των στοιχείων που υπέβαλε η Google, ότι η Google κατείχε μερίδια αγοράς τα οποία παρέμειναν πάντοτε άνω του [*εμπιστευτικό*] %, στο διάστημα από το 2006 έως το 2016, και τα οποία είχαν ανέλθει, κατά το τελευταίο αυτό έτος, στο [*εμπιστευτικό*] %

και, αφετέρου, βάσει των στοιχείων που υπέβαλαν η Google, η Microsoft και η Yahoo!, ότι η Google κατείχε μερίδια αγοράς άνω του [*εμπιστευτικό*] % το 2006, τα οποία παρέμειναν πάντοτε άνω του [*εμπιστευτικό*] % στο διάστημα από το 2007 έως το 2014. Βασιζόμενη στα καθαρά έσοδα της Google, η Επιτροπή διαπίστωσε, αφενός, βάσει των στοιχείων που υπέβαλε η Google, ότι η Google κατείχε μερίδια αγοράς άνω του [*εμπιστευτικό*] % το 2006 και άνω του [*εμπιστευτικό*] % στο διάστημα από το 2007 έως το 2016 και, αφετέρου, βάσει των στοιχείων που υπέβαλαν η Google και η Yahoo!, ότι η Google κατείχε μερίδια αγοράς τα οποία παρέμειναν πάντοτε άνω του [*εμπιστευτικό*] % στο διάστημα από το 2006 έως το 2011 και ότι, κατά το τελευταίο αυτό έτος, είχαν υπερβεί το [*εμπιστευτικό*] %. Η Επιτροπή συμπέρανε από τα ανωτέρω ότι η Google αντιμετώπισε περιορισμένο ανταγωνισμό από τους άλλους μεσάζοντες.

403 Δεύτερον, η Επιτροπή έκρινε ότι τα εμπόδια στην είσοδο και στην επέκταση στην αγορά ήταν πολλαπλά στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ. Συναφώς, η Επιτροπή διευκρίνισε, μεταξύ άλλων, ότι απαιτούνταν σημαντικές επενδύσεις για τη δημιουργία, τη διατήρηση και τη συνεχή βελτίωση μιας «πλατφόρμας διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις» και ότι η αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις χαρακτηρίζεται από τα φαινόμενα δικτύου. Συγκεκριμένα, η επιτυχία ενός μεσάζοντα εξαρτιόταν από τον αριθμό διαφημιζομένων και εκδοτών που μπορούσε να προσελκύσει, καθώς και από το μέγεθος του χαρτοφυλακίου του διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Επομένως, όσο περισσότεροι είναι οι διαφημιζόμενοι που χρησιμοποιούν υπηρεσία διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις τόσο περισσότερο ο μεσάζων μπορεί να επιλέγει από έναν σημαντικό αριθμό διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και, επομένως, να αυξάνει τη συνάφεια των διαφημίσεων που προβάλλει ως απάντηση στη διαδικτυακή αναζήτηση ενός χρήστη.

404 Τρίτον, η Επιτροπή έκρινε ότι η αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ χαρακτηριζόταν από απουσία αντισταθμιστικής αγοραστικής ισχύος εκ μέρους των εκδοτών.

405 Η Google αμφισβητεί το περιεχόμενο του τμήματος 7 της προσβαλλόμενης απόφασης υποστηρίζοντας απλώς και μόνο, στο πλαίσιο του πρώτου λόγου ακυρώσεως, ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε σφάλμα κατά τον ορισμό των σχετικών αγορών στο τμήμα 6 της εν λόγω απόφασης.

406 Επιπλέον, μολονότι η ικανότητα των ρητρών αποκλειστικότητας να αποκλείουν τους ανταγωνιστές δεν είναι αυτόματη, όπως προκύπτει άλλωστε από το σημείο 36 της ανακοίνωσης της Επιτροπής με τίτλο «Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου [102 ΣΛΕΕ] σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις», εντούτοις, οι εν λόγω ρήτρες προκαλούν, ως εκ της φύσεώς τους, εύλογη ανησυχία από την άποψη του ανταγωνισμού (απόφαση της 19ης Ιανουαρίου 2023, Unilever Italia Mkt. Operations, C-680/20, EU:C:2023:33, σκέψη 51).

407 Εν προκειμένω, δεν αμφισβητείται ότι, όπως προκύπτει από τη διατύπωσή της στο προ του Μαρτίου του 2009 υπόδειγμα GSA, η ρήτρα αποκλειστικότητας απαγόρευε στους άμεσους εταίρους να προβάλλουν ανταγωνιστικές διαφημίσεις στους διαδικτυακούς τόπους που περιλαμβάνονταν σε GSA, κατά τη διάρκεια ισχύος της GSA. Η εν λόγω απαγόρευση ήταν απαρέγκλιτη.

408 Υπό το πρίσμα των ανωτέρω στοιχείων πρέπει να εξεταστεί, πρώτον, αν η ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, ήταν ικανή να αποθαρρύνει τους εν λόγω άμεσους

εταίρους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google και, δεύτερον, αν η εν λόγω ρήτρα ήταν ικανή να εμποδίσει τους μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

α) Επί του αποτρεπτικού χαρακτήρα της ρήτρας αποκλειστικότητας έναντι των άμεσων εταίρων που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους

409 Με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή έκρινε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας αποθάρρυνε τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους να προμηθευτούν διαφημίσεις από άλλους μεσάζοντες με σκοπό την προβολή ανταγωνιστικών διαφημίσεων στους διαδικτυακούς τόπους τους ή σε ορισμένες ιστοσελίδες τους.

410 Η Google υποστηρίζει, κατ' ουσίαν, ότι η επιλογή των άμεσων εταίρων που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους να περιλαμβάνουν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στις GSA ήταν αποτέλεσμα υγιούς ανταγωνισμού και, επομένως, οι εν λόγω άμεσοι εταίροι δεν θα είχαν προμηθευτεί διαφημίσεις από άλλους μεσάζοντες, ακόμη και χωρίς τη ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι εν λόγω GSA. Συναφώς, η Google επισημαίνει, πρώτον, το γεγονός ότι οι εν λόγω άμεσοι εταίροι μπορούσαν, κατ' αρχήν, να επιλέξουν ελεύθερα τους διαδικτυακούς τόπους που περιλάμβαναν στις GSA, δεύτερον, τις απαντήσεις των εν λόγω άμεσων εταίρων στις αιτήσεις παροχής πληροφοριών της Επιτροπής, τρίτον, την επιλογή και το ύψος των επενδύσεων που πραγματοποίησε η Yahoo! και, τέταρτον, τη μελέτη που προσκόμισε κατά τη διάρκεια της διοικητικής διαδικασίας.

411 Προκαταρκτικώς, υπενθυμίζεται ότι, κατά τη νομολογία που μνημονεύθηκε στη σκέψη 108 ανωτέρω, προκειμένου να αποδείξει τον καταχρηστικό χαρακτήρα της ρήτρας αποκλειστικότητας έναντι των άμεσων εταίρων που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, η Επιτροπή δεν όφειλε κατ' ανάγκην να αποδείξει ότι η συγκεκριμένη ρήτρα παρήγαγε πράγματι αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα. Συγκεκριμένα, για τη διαπίστωση παράβασης του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, αρκεί η Επιτροπή να αποδείξει ότι η εν λόγω ρήτρα ήταν, κατά τη διάρκεια της περιόδου εφαρμογής, ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό. Ως εκ τούτου, με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή δεν υποχρεούνταν να αποδείξει ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας είχε όντως αποθαρρύνει καθέναν από τους πλείονες άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους να προμηθευτούν διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google.

1) Επί της επιλογής των άμεσων εταίρων να περιλάβουν διαδικτυακό τόπο σε GSA

412 Η Google υποστηρίζει ότι οι άμεσοι εταίροι μπορούσαν να επιλέξουν τους διαδικτυακούς τόπους που περιλαμβάνονταν στην GSA που συνήπταν. Συγκεκριμένα, η Google υποστηρίζει ότι, στο μέτρο που οι άμεσοι εταίροι δεν υποχρεούνταν, κατ' αρχήν, να περιλάβουν το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στις GSA που συνήπταν, η ρήτρα αποκλειστικότητας δεν μπορούσε να τους αποθαρρύνει να προμηθεύονται διαφημίσεις από άλλον μεσάζοντα. Συναφώς, η Google υπενθυμίζει ότι οι άμεσοι εταίροι μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν την AFS μέσω διαδικτυακών συμβάσεων και ότι μπορούσαν, ανά πάσα στιγμή, να επιλέξουν να χρησιμοποιήσουν ανταγωνιστική υπηρεσία διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις αναζητήσεις στους διαδικτυακούς τόπους που δεν περιλαμβάνονταν στις συναφθείσες GSA.

413 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

414 Συναφώς, δεν αμφισβητείται ότι, κατ' εφαρμογήν της ρήτρας αποκλειστικότητας, ένας άμεσος εταίρος δεν μπορούσε, κατ' αρχήν, να προβάλλει ανταγωνιστικές διαφημίσεις στους διαδικτυακούς τόπους που περιλαμβάνονταν σε GSA. Επομένως, άμεσος εταίρος ο οποίος είχε επιλέξει να περιλάβει έναν από τους διαδικτυακούς τόπους του στην συναφθείσα GSA όφειλε κατ' ανάγκην να προμηθεύεται διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνον από την Google για την κάλυψη των αναγκών του σε υπηρεσίες διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις όσον αφορά τον συγκεκριμένο διαδικτυακό τόπο.

415 Υπό τις συνθήκες αυτές, διαπιστώνεται ότι ορθώς η Επιτροπή έκρινε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας ήταν ικανή να αποθαρρύνει τους άμεσους εταίρους να προβάλλουν ανταγωνιστικές διαφημίσεις στους διαδικτυακούς τόπους που περιλαμβάνονταν στις συναφθείσες GSA, ανεξάρτητα από το ότι μπορούσαν να συνάψουν διαδικτυακές συμβάσεις και να επιλέξουν τους διαδικτυακούς τόπους που περιλαμβάνονταν στις εν λόγω GSA.

2) Επί των απαντήσεων των άμεσων εταίρων στις αιτήσεις παροχής πληροφοριών της Επιτροπής και επί του εγγράφου της Surfboard

416 Κατά πρώτον, στην αιτιολογική σκέψη 348 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή απαρίθμησε τις πλείονες νομικές οντότητες που συνιστούσαν, από κοινού, τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους. Συγκεκριμένα, η Επιτροπή προσδιόρισε 34 τέτοιους άμεσους εταίρους.

417 Κατά δεύτερον, αφενός, στην αιτιολογική σκέψη 367 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή παρέθεσε τις απαντήσεις επτά άμεσων εταίρων στην από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτηση παροχής πληροφοριών της και εκτίμησε ότι, χωρίς τη ρήτρα αποκλειστικότητας, οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους θα είχαν προμηθευτεί διαφημίσεις από άλλους μεσάζοντες για την κάλυψη μέρους τουλάχιστον των αναγκών τους.

418 Οι επτά άμεσοι εταίροι τους οποίους η Επιτροπή προσδιόρισε στην αιτιολογική σκέψη 367 της προσβαλλόμενης απόφασης είναι η [*εμπιστευτικό*] (μία από τις θυγατρικές της οποίας είναι, από τον Οκτώβριο του 2010, η [*εμπιστευτικό*] που συνιστά έναν από τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους που μνημονεύονται στην αιτιολογική σκέψη 348 της εν λόγω απόφασης), ο όμιλος [*εμπιστευτικό*] (στον οποίο ανήκει η [*εμπιστευτικό*]), η [*εμπιστευτικό*] (ο όμιλος της οποίας κατέχει την [*εμπιστευτικό*] και την [*εμπιστευτικό*], που συνιστούν, από κοινού, έναν από τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους που μνημονεύονται στην αιτιολογική σκέψη 348 της εν λόγω απόφασης), ο όμιλος [*εμπιστευτικό*] (στον οποίο ανήκουν η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*], που συνιστούν, έκαστη, διακριτούς άμεσους εταίρους κατά την έννοια της αιτιολογικής σκέψης 348 της εν λόγω απόφασης), ο όμιλος [*εμπιστευτικό*] (στον οποίο ανήκουν η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*] που συνιστούν, έκαστη, διακριτούς άμεσους εταίρους κατά την έννοια της αιτιολογικής σκέψης 348 της προσβαλλόμενης απόφασης), ο όμιλος [*εμπιστευτικό*] (στον οποίο ανήκει η [*εμπιστευτικό*]) και η [*εμπιστευτικό*].

419 Αφετέρου, στην αιτιολογική σκέψη 368 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή παρέθεσε τις απαντήσεις δύο άμεσων εταίρων και εκτίμησε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας εμπόδισε τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους να εκτιμήσουν το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον να προμηθεύονται διαφημίσεις από ανταγωνιστές μεσάζοντες.

420 Οι δύο άμεσοι εταίροι που η Επιτροπή προσδιόρισε στην αιτιολογική σκέψη 368 της προσβαλλόμενης απόφασης είναι ο όμιλος [*εμπιστευτικό*], που μνημονεύθηκε επίσης στην αιτιολογική σκέψη 367 της εν λόγω απόφασης, και ο όμιλος [*εμπιστευτικό*].

421 Δεδομένου ότι ο όμιλος [*εμπιστευτικό*] μνημονεύεται τόσο στην αιτιολογική σκέψη 367 όσο και στην αιτιολογική σκέψη 368 της προσβαλλόμενης απόφασης, επισημαίνεται ότι η Επιτροπή μνημόνευσε, συνολικά, στις εν λόγω αιτιολογικές σκέψεις τις απαντήσεις οκτώ διακριτών άμεσων εταίρων. Από την αιτιολογική σκέψη 348 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι οι εν λόγω οκτώ άμεσοι εταίροι αποτελούν, στην πραγματικότητα, δέκα από τους 34 διακριτούς άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τους τόπων, τους οποίους προσδιόρισε η Επιτροπή.

422 Η Google επισημαίνει ότι, με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή εκτίμησε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας είχε αποθαρρύνει το σύνολο των άμεσων εταίρων που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τους τόπων, οι οποίοι προσδιορίζονται στην εν λόγω απόφαση, να προμηθευτούν διαφημίσεις από άλλους μεσάζοντες. Η Google παρατηρεί, όμως, ότι στην εν λόγω απόφαση γίνεται παραπομπή στις δηλώσεις ορισμένων μόνον εκ των εν λόγω άμεσων εταίρων. Επιπλέον, η Google υποστηρίζει ότι, συνολικά, οι δηλώσεις των άμεσων εταίρων αποδεικνύουν, αφενός, ότι οι άμεσοι εταίροι δεν έχουν επηρεαστεί από τη ρήτρα αποκλειστικότητας και, αφετέρου, ότι η επιλογή τους να χρησιμοποιήσουν την AFS ήταν αποτέλεσμα του υγιούς ανταγωνισμού, ήτοι επέλεξαν την AFS επειδή ήταν καλύτερη από τις ανταγωνιστικές υπηρεσίες.

423 Η Surfboard διευκρινίζει επίσης ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας δεν την εμπόδισε να προμηθευτεί διαφημίσεις, για την κάλυψη μέρους των αναγκών της, από ανταγωνιστή της Google.

424 Η Επιτροπή υποστηρίζει ότι βασίστηκε στις απαντήσεις οκτώ από τους προσδιορισθέντες 34 άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, μολονότι η Google παραπέμπει, με το δικόγραφο της προσφυγής, μόνον στις απαντήσεις δύο εκ των εν λόγω άμεσων εταίρων. Επιπλέον, η Επιτροπή επισημαίνει ότι η απάντηση ενός από τους δύο εν λόγω άμεσους εταίρους επιβεβαιώνει ότι, χωρίς τη ρήτρα αποκλειστικότητας, οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους θα προμηθεύονταν διαφημίσεις από άλλους μεσάζοντες για την κάλυψη μέρους τουλάχιστον των αναγκών τους. Όσον αφορά τις λοιπές απαντήσεις άλλων άμεσων εταίρων τις οποίες η Google μνημόνευσε στο παράρτημα C.1 του υπομνήματος απαντήσεως, κατά την Επιτροπή, είτε δεν είναι κρίσιμες, διότι προέρχονται από άμεσους εταίρους που δεν είναι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, είτε δεν επιβεβαιώνουν ότι οι εν λόγω άμεσοι εταίροι επέλεξαν την AFS επειδή ήταν καλύτερη από τις ανταγωνιστικές υπηρεσίες. Επιπλέον, η Επιτροπή επισημαίνει ότι 24 από τις 35 απαντήσεις που παρατίθενται στο προμνησθέν παράρτημα C.1 αφορούν την ερώτηση 5.2.d της από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτησης παροχής πληροφοριών. Η συγκεκριμένη ερώτηση αφορούσε, όμως, την αλλαγή μεσαζόντων, γενικώς, και όχι ειδικώς την ποιότητα της AFS σε σχέση με την ποιότητα των υπηρεσιών των εν λόγω μεσαζόντων.

425 Τέλος, η Επιτροπή υποστηρίζει ότι η Surfboard δεν αποδεικνύει ότι δεν επιθυμούσε να προμηθευτεί διαφημίσεις από άλλον μεσάζοντα.

i) Επί της κρισιμότητας των απαντήσεων στην ερώτηση 5.2.d της από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτησης παροχής πληροφοριών

426 Προς στήριξη της επιχειρηματολογίας της που υπομνήσθηκε στη σκέψη 422 ανωτέρω, η Google μνημονεύει τις απαντήσεις άμεσων εταίρων στην ερώτηση 5.2.d της από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτησης παροχής πληροφοριών.

427 Συναφώς, επισημαίνεται ότι η ερώτηση 5.2.d της από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτησης παροχής πληροφοριών ήταν διατυπωμένη ως εξής: «Υπό ποιες περιστάσεις θα εξετάζατε το ενδεχόμενο αλλαγής μεσάζοντα για το σύνολο ή μέρος του διαφημιστικού χώρου σας;»

428 Επομένως, όπως υποστηρίζει η Επιτροπή, η ερώτηση 5.2.d αφορά την αλλαγή μεσάζοντα, γενικώς, και όχι ειδικώς την ποιότητα της AFS σε σχέση με την ποιότητα των ανταγωνιστικών υπηρεσιών.

429 Πάντως, δεν αποκλείεται, απαντώντας στην ερώτηση 5.2.d, οι άμεσοι εταίροι να μνημόνευσαν κρίσιμα στοιχεία σχετικά με την απόφασή τους να χρησιμοποιήσουν την AFS και, ενδεχομένως, σχετικά με τον ρόλο που η ρήτρα αποκλειστικότητας μπορεί να διαδραμάτισε στη λήψη της εν λόγω απόφασης. Εξάλλου, αφενός, διαπιστώνεται ότι η ίδια η Επιτροπή βασίστηκε, στο σημείο 142 του υπομνήματος αντικρούσεως, σε απάντηση στην ως άνω ερώτηση για να απορρίψει επιχείρημα της Google. Αφετέρου, επισημαίνεται ότι, στις αιτιολογικές σκέψεις 367 και 368 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή παρέπεμψε στις απαντήσεις του ομίλου [*εμπιστευτικό*] στις ερωτήσεις 5.2.c και 5.2.e οι οποίες, όπως και η ερώτηση 5.2.d, αφορούσαν, γενικώς, τις δηλώσεις σχετικά με την επιλογή προμήθειας διαφημίσεων από συγκεκριμένο μεσάζοντα και όχι ειδικώς την ποιότητα της AFS σε σχέση με την ποιότητα των ανταγωνιστικών υπηρεσιών.

430 Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να θεωρηθεί ότι, εν αντιθέσει προς όσα ισχυρίζεται η Επιτροπή, δεν μπορεί να διαπιστωθεί, χωρίς να εξεταστούν προηγουμένως μεμονωμένα, ότι οι απαντήσεις των άμεσων εταίρων στην ερώτηση 5.2.d δεν είναι κρίσιμες.

ii) Επί της κρισιμότητας των απαντήσεων των άμεσων εταίρων που δεν είναι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους

431 Προς στήριξη της επιχειρηματολογίας που υπομνήσθηκε στη σκέψη 422 ανωτέρω, η Google μνημονεύει απαντήσεις σε πλείονες αιτήσεις παροχής πληροφοριών της Επιτροπής οι οποίες προέρχονται από άμεσους εταίρους που δεν χαρακτηρίστηκαν, στην προσβαλλόμενη απόφαση, ως άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους.

432 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

433 Συναφώς, όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 67 ανωτέρω και όπως προκύπτει, κατ' ουσίαν, μεταξύ άλλων, από τις αιτιολογικές σκέψεις 341, 362, 366, 380, 403, 407, 416, 422, 627 και 630 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή έκρινε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας συνιστά κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης καθόσον αφορούσε αποκλειστικά και μόνο τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους οι οποίοι, κατά την Επιτροπή, περιλάμβαναν κατά κανόνα στις GSA το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στους οποίους προβάλλονταν διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Επομένως, το άρθρο 1, παράγραφος 1, στοιχείο a, και παράγραφος 3, του διατακτικού της προσβαλλόμενης απόφασης αφορά μόνον τους άμεσους εταίρους που υποχρεούνταν, δυνάμει της εν λόγω ρήτρας, να προμηθεύονται διαφημίσεις από την Google για την κάλυψη του συνόλου ή σημαντικού μέρους

των αναγκών τους. Αντιθέτως, η Επιτροπή δεν θεώρησε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας συνιστούσε κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης όσον αφορά τους άμεσους εταίρους που δεν είχαν χαρακτηριστεί ως άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους.

434 Υπό τις συνθήκες αυτές, η Επιτροπή διαπίστωσε μόνο, στο τμήμα 8.3.4.1 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας είχε αποθαρρύνει τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google. Ως εκ τούτου, το ζήτημα του αν άλλοι άμεσοι εταίροι, οι οποίοι δεν ήταν άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, αποθαρρύνθηκαν να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google δεν ασκεί επιρροή.

435 Επομένως, όπως ορθώς υποστηρίζει η Επιτροπή, οι απαντήσεις των άμεσων εταίρων οι οποίοι δεν ήταν άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους δεν είναι κρίσιμες.

iii) Επί των άμεσων εταίρων που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους οι οποίοι προσδιορίζονται στην προσβαλλόμενη απόφαση

436 Η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, οι οποίοι προσδιορίζονται στην προσβαλλόμενη απόφαση, είχαν περιλάβει το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στις συναφθείσες GSA και ότι, κατά συνέπεια, προμηθεύονταν διαφημίσεις αποκλειστικά από την Google για την κάλυψη του συνόλου ή σημαντικού μέρους των αναγκών τους.

437 Ειδικότερα, η Google επισημαίνει ότι, με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους δήλωσαν, απαντώντας στην από 24 Φεβρουαρίου 2017 αίτηση παροχής πληροφοριών, ότι περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στις GSA που συνήψαν προκειμένου να αποδείξουν ότι υπείχαν υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας. Πάντως, αφενός, ο όρος «κατά κανόνα» υποδηλώνει ότι οι εν λόγω άμεσοι εταίροι μπορούσαν να εξαιρέσουν ορισμένους από τους διαδικτυακούς τόπους τους από τις εν λόγω GSA. Επομένως, κατά την Google, η απάντησή τους στην προμνησθείσα αίτηση παροχής πληροφοριών δεν ήταν αρκούντως συγκεκριμένη ώστε η Επιτροπή να μπορεί να συμπεράνει ότι προμηθεύονταν διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνο από την Google για την κάλυψη του συνόλου ή σημαντικού μέρους των αναγκών τους. Αφετέρου, οι ρήτρες αποκλειστικότητας τις οποίες περιείχαν οι GSA που συνήψαν η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*] επέτρεπαν την προβολή ανταγωνιστικών διαφημίσεων στους διαδικτυακούς τόπους που περιλήφθηκαν στις εν λόγω GSA. Επιπλέον, κατά την Google, αποδείχθηκε ότι οκτώ ακόμη από τους 34 άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, οι οποίοι προσδιορίζονται στην προσβαλλόμενη απόφαση, δεν είχαν περιλάβει το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στις GSA που συνήψαν.

438 Η Surfboard υποστηρίζει επίσης ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε σφάλμα εκτιμώντας ότι η Surfboard είχε περιλάβει το σύνολο των διαδικτυακών τόπων της στην GSA που συνήψε. Συναφώς, η Surfboard προσάπτει στην Επιτροπή ότι δεν έλαβε υπόψη έγγραφο του γενικού διευθυντή της, το οποίο η Google κοινοποίησε στο παράρτημα της απάντησης στην κοινοποίηση των αιτιάσεων, με το οποίο ο γενικός διευθυντής της Surfboard διευκρίνισε ότι μπορούσε να χρησιμοποιεί ανταγωνιστικές υπηρεσίες διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις σε ορισμένους από τους διαδικτυακούς τόπους της.

439 Η Επιτροπή υποστηρίζει ότι η Google δεν απέδειξε ότι οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους δεν προμηθεύονταν διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνον από την Google για την κάλυψη του συνόλου ή σημαντικού μέρους των αναγκών τους.

440 Ειδικότερα, η Επιτροπή υποστηρίζει ότι η Google δεν απέδειξε ότι ο όρος «κατά κανόνα» είχε ερμηνευθεί διαφορετικά από τους άμεσους εταίρους. Εξάλλου, κατά την Επιτροπή, από την επιχειρηματολογία που προβάλλεται με το δικόγραφο της προσφυγής προκύπτει ότι πέντε μόνο από τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους μπορεί να μην ερμήνευσαν ορθώς τον επίμαχο όρο. Συναφώς, η Επιτροπή διευκρινίζει ότι η επιχειρηματολογία, που προβλήθηκε με το υπόμνημα απαντήσεως και αφορά άλλους άμεσους εταίρους, υποβλήθηκε εκπρόθεσμα και είναι, ως εκ τούτου, απαράδεκτη. Τέλος, η Επιτροπή εκτιμά ότι, εν πάση περιπτώσει, η προσέγγιση που εφάρμοσε για τον προσδιορισμό των άμεσων εταίρων που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους ήταν «συνετή και ευνοϊκή για την Google» στο μέτρο που η ρήτρα αποκλειστικότητας εφαρμοζόταν επίσης σε 69 άλλους άμεσους εταίρους οι οποίοι δεν μπόρεσαν να επιβεβαιώσουν ότι περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων στους στις GSA που συνήπταν. Όσον αφορά τη Surfboard, η Επιτροπή επισημαίνει ότι η Surfboard μνημονεύει έναν μόνο διαδικτυακό τόπο ο οποίος δεν περιλήφθηκε στην GSA που συνήψε, χωρίς εντούτοις να προσκομίζει κανένα αποδεικτικό στοιχείο συναφώς.

– *Επί της λυσιτέλειας των επιχειρημάτων της Google*

441 Προκαταρκτικώς, υπενθυμίζεται ότι το Γενικό Δικαστήριο δεν δύναται, εν πάση περιπτώσει, να υποκαταστήσει την αιτιολογία του εκδότη της προσβαλλόμενης πράξης με τη δική του αιτιολογία (απόφαση της 11ης Νοεμβρίου 2021, Autostrada Wielkopolska κατά Επιτροπής και Πολωνίας, C-933/19 P, EU:C:2021:905, σκέψη 115). Επιπλέον, ο συντάκτης της εν λόγω πράξης δεν μπορεί να συμπληρώσει την αιτιολογία της κατά τη διάρκεια της δίκης (πρβλ. απόφαση της 15ης Δεκεμβρίου 2021, Oltchim κατά Επιτροπής, T-565/19, EU:T:2021:904, σκέψη 275). Εν προκειμένω, όμως, από την προσβαλλόμενη απόφαση, και ιδίως από τις αιτιολογικές σκέψεις της 341, 362, 366, 380, 403, 407, 416, 422, 627 και την αιτιολογική σκέψη 630, σημείο 1, καθώς και από το άρθρο 1, παράγραφος 1, στοιχείο a, και παράγραφος 3, του διατακτικού της, που μνημονεύθηκαν στη σκέψη 433 ανωτέρω, προκύπτει ότι η Επιτροπή εκτίμησε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας συνιστά κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης μόνον στο μέτρο που η εν λόγω ρήτρα περιλαμβάνεται σε ορισμένες GSA, οι οποίες μνημονεύονται στην αιτιολογική σκέψη 348 της προσβαλλόμενης απόφασης, στις οποίες οι οικείοι άμεσοι εταίροι περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους και, επομένως, η εν λόγω ρήτρα είχε, κατά συνέπεια, υποχρεώσει τους εν λόγω άμεσους εταίρους να προμηθεύονται διαφημίσεις από την Google για την κάλυψη του συνόλου ή σημαντικού μέρους των αναγκών τους.

442 Ως εκ τούτου, η περίσταση την οποία προβάλλει, κατ' ουσίαν, η Επιτροπή με τα υπομνήματά της, ότι η Επιτροπή μπορούσε να θεωρήσει ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν άλλες GSA συνιστά κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης, ακόμη και όταν οι οικείοι άμεσοι εταίροι δεν είχαν περιλάβει κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στις GSA που συνήψαν, δεν καθιστά απορριπτέα την επιχειρηματολογία της Google και της Surfboard με την οποία αυτές προσάπτουν στην Επιτροπή ότι δεν απέδειξε ότι οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, οι οποίοι προσδιορίζονται στην προσβαλλόμενη απόφαση, δεν είχαν περιλάβει το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στις GSA που συνήψαν και ότι είχαν προμηθευτεί διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνο από την Google για την κάλυψη σημαντικού τουλάχιστον μέρους των αναγκών τους. Κατά τα λοιπά, υπενθυμίζεται ότι η Επιτροπή υποστηρίζει, εξάλλου, με τα υπομνήματά της, ότι μόνον οι απαντήσεις των άμεσων εταίρων που

συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους ήταν κρίσιμες για την εκτίμηση του αποτρεπτικού χαρακτήρα της ρήτρας αποκλειστικότητας (βλ. σκέψη 435 ανωτέρω), επιβεβαιώνοντας κατ' αυτόν τον τρόπο τη λυσιτέλεια της επιχειρηματολογίας της Google και της Surfboard.

– Επί της αξιοπιστίας των απαντήσεων στην από 24 Φεβρουαρίου 2017 αίτηση παροχής πληροφοριών

443 Επισημαίνεται ότι άμεσος εταίρος ο οποίος είχε περιλάβει, στην GSA που συνήψε, το σύνολο των διαδικτυακών τόπων του στους οποίους προβάλλονται διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις έπρεπε να προμηθεύεται οπωσδήποτε διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνο από την Google για την κάλυψη του συνόλου των αναγκών του σε υπηρεσίες διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις κατά την προβλεπόμενη στην εν λόγω GSA διάρκεια.

444 Αντιθέτως, όταν ο άμεσος εταίρος δεν είχε περιλάβει στην GSA που συνήψε το σύνολο των διαδικτυακών τόπων του, η Επιτροπή έπρεπε, κατά την προσβαλλόμενη απόφαση, να αποδείξει ότι οι διαδικτυακοί τόποι που περιλαμβάνονταν στην GSA αντιπροσώπευαν τουλάχιστον σημαντικό μέρος των αναγκών σε υπηρεσίες διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις του εν λόγω άμεσου εταίρου. Ειδικότερα, από τις αιτιολογικές σκέψεις 386, 389 και 390 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι ο αριθμός διαδικτυακών αναζητήσεων, η κίνηση και τα έσοδα που παράγουν οι διαδικτυακοί τόποι ήταν τα κρίσιμα στοιχεία για την εξακρίβωση της σημασίας των εν λόγω αναγκών που κάλυπτε μια GSA.

445 Συναφώς, επισημαίνεται ότι η Επιτροπή βασίστηκε κυρίως στις απαντήσεις σε μια ερώτηση που περιλαμβανόταν στην από 24 Φεβρουαρίου 2017 αίτηση παροχής πληροφοριών προκειμένου να προσδιορίσει τους άμεσους εταίρους που είχαν προμηθευτεί διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνο από την Google για την κάλυψη του συνόλου ή σημαντικού μέρους των αναγκών τους σε υπηρεσίες διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Η συγκεκριμένη ερώτηση ήταν διατυπωμένη ως εξής: «Περιλαμβάνει κατά κανόνα η εταιρία σας στις GSA που συνάπτει με την Google, με σκοπό την παροχή AFS, όλους τους διαδικτυακούς τόπους της στους οποίους προβάλλονται κειμενικές διαφημίσεις στις αναζητήσεις;» Οι άμεσοι εταίροι έπρεπε να απαντήσουν «ναι» ή «όχι». Διευκρινιζόταν επιπλέον ότι η απάντηση έπρεπε να λαμβάνει υπόψη το σύνολο της επιχείρησης στην οποία ανήκε η εταιρία, περιλαμβανομένων των ενδεχόμενων ελεγχουσών μητρικών και θυγατρικών εταιριών της.

446 Κατά πρώτον, το Γενικό Δικαστήριο διαπιστώνει, όπως και η Google, ότι ο όρος «κατά κανόνα» υποδήλωνε ότι οι άμεσοι εταίροι μπορούσαν να απαντήσουν καταφατικά στην ερώτηση της Επιτροπής, ακόμη και όταν ορισμένοι διαδικτυακοί τόποι τους δεν περιλαμβάνονταν στις GSA που συνήψαν. Επομένως, είναι αληθές ότι η ως άνω ερώτηση δεν παρείχε στην Επιτροπή τη δυνατότητα να προσδιορίσει τους άμεσους εταίρους που είχαν προμηθευτεί διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνο από την Google για την κάλυψη του συνόλου των αναγκών τους σε υπηρεσίες διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Εντούτοις, υπενθυμίζεται ότι η Επιτροπή επεδίωκε να προσδιορίσει μόνο τους άμεσους εταίρους οι οποίοι προμηθεύονταν διαφημίσεις για την κάλυψη τουλάχιστον σημαντικού μέρους των αναγκών τους από τις υπηρεσίες της Google. Κατά συνέπεια, η Επιτροπή δεν χρειαζόταν να αποδείξει ότι οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους είχαν, σε κάθε περίπτωση, περιλάβει το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στις GSA που συνήψαν.

Εξάλλου, η Google δεν εκθέτει τον λόγο για τον οποίο εκτιμά ότι η Επιτροπή έπρεπε να αποδείξει ότι το σύνολο των διαδικτυακών τόπων κάθε άμεσου εταίρου έπρεπε να περιλαμβάνεται στις GSA που συνήψαν.

447 Κατά δεύτερον, είναι αληθές ότι η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή δεν όρισε τον όρο «κατά κανόνα» στην από 24 Φεβρουαρίου 2017 αίτηση παροχής πληροφοριών. Η Google συνάγει ότι οι άμεσοι εταίροι μπορεί να ερμήνευσαν με διάφορους τρόπους τον εν λόγω όρο.

448 Εντούτοις, πρώτον, μολονότι είναι αληθές ότι ο όρος «κατά κανόνα» επιδέχεται δύο ερμηνείες, τούτο δεν εμπόδιζε την Επιτροπή να βασιστεί στις απαντήσεις των άμεσων εταίρων για να προσδιορίσει εκείνους που προμηθεύονταν διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνο από την Google για την κάλυψη σημαντικού τουλάχιστον μέρους των αναγκών τους.

449 Συγκεκριμένα, οι άμεσοι εταίροι μπορούσαν να αντιληφθούν τον όρο «κατά κανόνα» ως αφορώντα όχι μόνον τον αριθμό των διαδικτυακών τόπων που περιλαμβάνονταν στις GSA (σε σχέση με τον αριθμό των διαδικτυακών τόπων που δεν περιλαμβάνονταν σε αυτές), αλλά και τη σχετική «σπουδαιότητα» των εν λόγω διαδικτυακών τόπων, από απόψεως κίνησης, αριθμού διαδικτυακών αναζητήσεων και κύκλου εργασιών. Επομένως, η καταφατική απάντηση άμεσου εταίρου στην ερώτηση αν περιλάμβανε κατά κανόνα όλους τους διαδικτυακούς τόπους του σε μια από τις GSA είχε την έννοια είτε ότι το σύνολο των διαδικτυακών τόπων του εν λόγω άμεσου εταίρου περιλαμβάνονταν στη συγκεκριμένη GSA είτε ότι οι διαδικτυακοί τόποι που ενδεχομένως δεν περιλήφθηκαν στην GSA είχαν περιορισμένη, ακόμη και αμελητέα, κίνηση και περιορισμένο, ακόμη και αμελητέο, αριθμό διαδικτυακών αναζητήσεων και κύκλο εργασιών.

450 Δεύτερον, επισημαίνεται ότι είναι αληθές ότι η Google και η Surfboard υποστηρίζουν ότι ένδεκα από τους 34 άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους οι οποίοι προσδιορίζονται στην προσβαλλόμενη απόφαση δεν είχαν περιλάβει το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στις συναφθείσες GSA και ότι δεν είχαν προμηθευτεί διαφημίσεις αποκλειστικά από την Google για την κάλυψη σημαντικού τουλάχιστον μέρους των αναγκών τους. Πρόκειται, ειδικότερα, για τη Surfboard, την [*εμπιστευτικό*], την [*εμπιστευτικό*], την [*εμπιστευτικό*], την [*εμπιστευτικό*], την [*εμπιστευτικό*], την [*εμπιστευτικό*], την [*εμπιστευτικό*], την [*εμπιστευτικό*], την [*εμπιστευτικό*] και την [*εμπιστευτικό*].

451 Εντούτοις, αφενός, επισημαίνεται ότι, όπως προκύπτει από το παράρτημα Α.37 του δικογράφου της προσφυγής και το παράρτημα Β.11 του υπομνήματος αντικρούσεως, ο όμιλος [*εμπιστευτικό*] (στον οποίο ανήκαν η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*]), ο όμιλος [*εμπιστευτικό*] (στον οποίο ανήκε η [*εμπιστευτικό*]) και ο όμιλος [*εμπιστευτικό*] απάντησαν αρνητικά στην ερώτηση αν η επιχείρηση στην οποία ανήκουν περιλαμβάνει κατά κανόνα όλους τους διαδικτυακούς τόπους της στις συναπτόμενες GSA. Κατά συνέπεια, ακόμη και αν γίνει δεκτό ότι οι οικείοι άμεσοι εταίροι δεν είχαν περιλάβει το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στις GSA που συνήψαν, το γεγονός αυτό δεν υποδηλώνει ότι η επίμαχη ερώτηση δεν καθιστούσε δυνατό τον προσδιορισμό των άμεσων εταίρων που προμηθεύονταν διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνο από την Google για την κάλυψη σημαντικού τουλάχιστον μέρους των αναγκών τους.

452 Αφετέρου, επισημαίνεται ότι, μολονότι η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι δεν απέδειξε ότι η [*εμπιστευτικό*], η [*εμπιστευτικό*], η [*εμπιστευτικό*], η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*] είχαν προμηθευτεί διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνο από την Google για την κάλυψη σημαντικού τουλάχιστον μέρους των αναγκών τους, η Google δεν υποστηρίζει ότι οι εν λόγω άμεσοι εταίροι ή οι όμιλοι στους οποίους ανήκαν απάντησαν καταφατικά στην ερώτηση αν περιλάμβαναν κατά κανόνα όλους τους διαδικτυακούς τόπους τους στις GSA που συνήπταν.

453 Υπό τις συνθήκες αυτές, διαπιστώνεται ότι η Google και η Surfboard υποστηρίζουν απλώς και μόνο ότι δύο μόνο από τους 34 άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους οι οποίοι προσδιορίζονται στην προσβαλλόμενη απόφαση, ήτοι η Surfboard και η [*εμπιστευτικό*], ή οι όμιλοι στους οποίους ανήκαν, είχαν απαντήσει καταφατικά στην ερώτηση αν περιλάμβαναν κατά κανόνα όλους τους διαδικτυακούς τόπους τους στις GSA που συνήπταν, μολονότι οι εν λόγω άμεσοι εταίροι δεν είχαν περιλάβει το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στις GSA που συνήψαν. Πάντως, ακόμη και αν γίνει δεκτό ότι οι εν λόγω άμεσοι εταίροι δεν περιέλαβαν το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στις GSA που συνήψαν και ότι η Επιτροπή έπρεπε, κατά συνέπεια, να ελέγξει τη σπουδαιότητα των αναγκών των εν λόγω άμεσων εταίρων σε υπηρεσίες διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις που καλύπτονταν από τις εν λόγω GSA, πρέπει να θεωρηθεί ότι τα δύο ως άνω παραδείγματα δεν επαρκούν, εν πάση περιπτώσει, για να αποδείξουν ότι ο όρος «κατά κανόνα» συνεπαγόταν, αυτός καθεαυτόν, τέτοια ερμηνευτική δυσχέρεια ώστε να μην μπορεί να αποδειχθεί η ύπαρξη υποχρέωσης αποκλειστικής προμήθειας σε σχέση με οποιονδήποτε εκ των εν λόγω άμεσων εταίρων που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους.

454 Ως εκ τούτου, χωρίς να χρειάζεται να αποφανθεί επί του παραδεκτού της επιχειρηματολογίας της Google που περιέχεται στο υπόμνημα απαντήσεως, το οποίο αμφισβήτησε η Επιτροπή, το Γενικό Δικαστήριο διαπιστώνει ότι η Google δεν μπορεί να υποστηρίξει βασίμως ότι η χρήση του όρου «κατά κανόνα» στην από 24ης Φεβρουαρίου 2017 αίτηση παροχής πληροφοριών μπόρεσε, αφ' εαυτής, να οδηγήσει την Επιτροπή στο εσφαλμένο συμπέρασμα ότι οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους υπείχαν υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας διαφημίσεων για την κάλυψη του συνόλου ή σημαντικού μέρους των αναγκών τους.

455 Υπό τις συνθήκες αυτές, χωρίς να χρειάζεται να αποφανθεί επί του αν οι ένδεκα άμεσοι εταίροι, οι οποίοι μνημονεύθηκαν στη σκέψη 450 ανωτέρω, είχαν προμηθευτεί διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνον από την Google για την κάλυψη σημαντικού τουλάχιστον μέρους των αναγκών τους, το Γενικό Δικαστήριο διαπιστώνει ότι οι 23 λοιποί άμεσοι εταίροι, οι οποίοι μνημονεύονται στην αιτιολογική σκέψη 348 της προσβαλλόμενης απόφασης, πρέπει να θεωρηθούν ως άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους οι οποίοι προμηθεύτηκαν διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνο από την Google για την κάλυψη σημαντικού τουλάχιστον μέρους των αναγκών τους.

iv) Επί των απαντήσεων των άμεσων εταίρων που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους οι οποίες μνημονεύονται στις αιτιολογικές σκέψεις 367 και 368 της προσβαλλόμενης απόφασης

456 Όπως προκύπτει από τη σκέψη 421 ανωτέρω, η Επιτροπή παρέπεμψε, στις αιτιολογικές σκέψεις 367 και 368 της προσβαλλόμενης απόφασης, σε οκτώ απαντήσεις οι οποίες αντικατοπτρίζουν τη θέση δέκα εκ των 34 άμεσων εταίρων που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, τους οποίους είχε προσδιορίσει. Πρόκειται για τις απαντήσεις της [*εμπιστευτικό*], του ομίλου [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], του ομίλου [*εμπιστευτικό*], του ομίλου [*εμπιστευτικό*], του ομίλου [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*] και του ομίλου [*εμπιστευτικό*].

457 Η Google αμφισβητεί το περιεχόμενο πέντε από τις οκτώ απαντήσεις που παρατίθενται στις αιτιολογικές σκέψεις 367 και 368 της προσβαλλόμενης απόφασης, ήτοι των απαντήσεων της [*εμπιστευτικό*], του ομίλου [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], του ομίλου [*εμπιστευτικό*] και του ομίλου [*εμπιστευτικό*], αλλά δεν αμφισβητεί το περιεχόμενο των απαντήσεων του ομίλου [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*] και του ομίλου [*εμπιστευτικό*].

458 Προκαταρκτικώς, υπογραμμίζεται ότι, όπως προκύπτει από τη διατύπωση των αιτιολογικών σκέψεων 367 και 368 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή δεν είχε την πρόθεση να καταρτίσει εξαντλητικό κατάλογο όλων των απαντήσεων που έλαβε κατά τη διάρκεια της διοικητικής διαδικασίας, αλλά περιορίστηκε στο να παραθέσει μόνον παραδείγματα απαντήσεων που επιβεβαιώνουν, αφενός, ότι οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους μπορούσαν να αποθαρρυνθούν, λόγω της ρήτρας αποκλειστικότητας, να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google για την κάλυψη μέρους τουλάχιστον των αναγκών τους και, αφετέρου, ότι η εν λόγω ρήτρα ήταν ικανή να εμποδίσει τους εν λόγω άμεσους εταίρους να εκτιμήσουν το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον προμήθειας διαφημίσεων από τέτοιους μεσάζοντες.

– *Επί των απαντήσεων της [εμπιστευτικό]*

459 Στην αιτιολογική σκέψη 367 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή παρέθεσε το ακόλουθο απόσπασμα απάντησης της [*εμπιστευτικό*] στην από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτηση παροχής πληροφοριών: «[οι] ρήτρες αποκλειστικότητας εμπόδιζαν την [*εμπιστευτικό*] να χρησιμοποιήσει προμηθευτές επιχορηγούμενων συνδέσμων». Από την αιτιολογική σκέψη 348 της ίδιας απόφασης προκύπτει ότι η [*εμπιστευτικό*] ήταν ένας από τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, τους οποίους προσδιόρισε η Επιτροπή.

460 Η Google υποστηρίζει ότι, απαντώντας στην ερώτηση 14 της από 18ης Μαρτίου 2016 αίτησης παροχής πληροφοριών, η οποία αντιστοιχούσε, κατ' ουσίαν, στην ερώτηση 5.2 της από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτησης παροχής πληροφοριών, όσον αφορά την περίοδο από το 2011 έως το 2015, η [*εμπιστευτικό*] είχε δηλώσει τα εξής: «[μ]ε εξαίρεση ορισμένους πειραματισμούς, συνεργαζόμαστε μόνο με την Google, διότι δεν υπάρχουν βιώσιμες εναλλακτικές δυνατότητες με τις οποίες θα μπορούσαμε να επιτύχουμε το ίδιο επίπεδο εσόδων με εκείνο που επιτυγχάνουμε με την Google».

461 Πάντως, το γεγονός ότι, όπως προκύπτει από τη σκέψη 460 ανωτέρω, η [*εμπιστευτικό*] δήλωσε ότι, το 2016, συνεργαζόταν μόνο με την Google, λόγω έλλειψης βιώσιμων εναλλακτικών δυνατοτήτων με τις οποίες θα μπορούσε να επιτύχει το ίδιο επίπεδο εσόδων με εκείνο που επιτύγχανε με τις υπηρεσίες της Google, δεν αρκεί για να θέσει υπό αμφισβήτηση τη δήλωση της [*εμπιστευτικό*] το 2010, η οποία παρατίθεται στην αιτιολογική σκέψη 367, σημείο 1, της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την είχε εμποδίσει να χρησιμοποιήσει άλλους «προμηθευτές επιχορηγούμενων συνδέσμων».

462 Συγκεκριμένα, αφενός, η απάντηση που μνημόνευσε η Google αφορά ειδικώς την περίοδο από το 2011 έως το 2015, ενώ η απάντηση στην οποία βασίστηκε η Επιτροπή αφορούσε το διάστημα προ του 2011. Όπως υπομνήσθηκε, όμως, κατ' ουσίαν, στη σκέψη 402 ανωτέρω, η Επιτροπή επισήμανε, στην αιτιολογική σκέψη 276 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι τα μερίδια αγοράς της Google στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις είχαν αυξηθεί σταθερά στο διάστημα από το 2006 έως το 2016, με αποτέλεσμα, το 2016, να μην υπάρχει πλέον σχεδόν κανένας ανταγωνιστής της Google στην αγορά, διευκρινιζομένου, επιπλέον, ότι τα αποτελέσματα οικονομιών κλίμακας και τα φαινόμενα δικτύου δυσχέραιναν την εμφάνιση νέων ανταγωνιστών. Επομένως, το γεγονός ότι η [*εμπιστευτικό*] διαπίστωσε, το 2016, την έλλειψη «βιώσιμων εναλλακτικών δυνατοτήτων», με τις οποίες θα μπορούσε να επιτύχει το ίδιο επίπεδο εσόδων με εκείνο που επέτυχε με τις υπηρεσίες της Google στο διάστημα από το 2011 έως το 2015, αντικατοπτρίζει στην πραγματικότητα την εξέλιξη του μεριδίου αγοράς της Google, από το οποίο προκύπτει, συγκεκριμένα, ότι κατά το εν λόγω διάστημα δεν υπήρχε πλέον σχεδόν καμία βιώσιμη εναλλακτική δυνατότητα στην αγορά. Αντιθέτως, η ως άνω απάντηση δεν

σημαίνει ότι η ρήτρα εμπιστευτικότητας δεν είχε αποθαρρύνει την οικεία επιχείρηση να προμηθευτεί διαφημίσεις από ανταγωνιστή στο διάστημα από το 2006 έως το 2010, όπως προκύπτει ρητώς από την απάντησή της στην από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτηση παροχής πληροφοριών, η οποία παρατίθεται στην αιτιολογική σκέψη 367 της προσβαλλόμενης απόφασης.

463 Αφετέρου, ακόμη και αν γίνει δεκτό ότι οι υπηρεσίες της Google ήταν καλύτερης ποιότητας και έδωσαν στην [*εμπιστευτικό*] τη δυνατότητα να επιτύχει υψηλότερο επίπεδο εσόδων από εκείνο που επιτύγχανε με τις υπηρεσίες άλλων μεσαζόντων ανταγωνιστών της Google, τούτο δεν συνεπάγεται κατ' ανάγκην ότι η [*εμπιστευτικό*] δεν είχε κανένα εμπορικό συμφέρον να προμηθευτεί διαφημίσεις, τουλάχιστον για την κάλυψη μέρους των αναγκών της, από τους εν λόγω μεσάζοντες.

464 Συναφώς, πρώτον, όπως παρατήρησε η Επιτροπή στην αιτιολογική σκέψη 377 της προσβαλλόμενης απόφασης, το γεγονός ότι η Google συνήψε συμφωνίες GSA που περιείχαν ρήτρα αποκλειστικότητας συνιστά ένδειξη ότι, ανεξαρτήτως της ενδεχομένως καλύτερης ποιότητας των υπηρεσιών της, η Google θεωρούσε ότι οι εν λόγω εταίροι είχαν εμπορικό συμφέρον να προμηθευτούν διαδικτυακές διαφημίσεις από άλλους μεσάζοντες. Συγκεκριμένα, εάν θεωρούσε, όπως υποστηρίζει ενώπιον του Γενικού Δικαστηρίου, ότι οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους θα είχαν, εν πάση περιπτώσει, ακόμη και χωρίς τη ρήτρα αποκλειστικότητας, επιλέξει την AFS λόγω της ενδεχομένως καλύτερης ποιότητάς της, η Google δεν θα χρειαζόταν να περιλάβει τέτοια ρήτρα στις GSA.

465 Δεύτερον, και εν πάση περιπτώσει, η ποιότητα μιας υπηρεσίας είναι απλώς ένας παράγοντας, μεταξύ πολλών, τον οποίο ένας οικονομικός φορέας λαμβάνει υπόψη όταν επιλέγει την πηγή των προμηθειών του. Οι λοιποί σημαντικοί παράγοντες είναι, για παράδειγμα, η τιμή της υπηρεσίας ή, στην περίπτωση της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, το μερίδιο των εσόδων που διατίθεται στον εκδότη της εν λόγω υπηρεσίας. Επομένως, το γεγονός και μόνο ότι η ποιότητα μιας υπηρεσίας είναι ενδεχομένως καλύτερη από την ποιότητα της υπηρεσίας που παρέχει ανταγωνιστής δεν αρκεί κατ' ανάγκην για να στερήσει από ρήτρα αποκλειστικότητας, όπως η επίμαχη στην υπό κρίση υπόθεση, κάθε αποτρεπτικό χαρακτήρα έναντι των οικείων οικονομικών φορέων.

466 Επιπλέον, η καλύτερη απόσβεση των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις την οποία καθιστούσε δυνατή η AFS είναι, έστω εν μέρει, εγγενής συνέπεια των φαινομένων δικτύου, που εκτέθηκαν στη σκέψη 403 ανωτέρω, τα οποία χαρακτηρίζουν τη δεσπόζουσα θέση της Google στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις και έδωσαν στην AFS τη δυνατότητα να αυξήσει εκθετικά τη συνάφεια των διαφημίσεων που προβάλλονται σε απόκριση στις διαδικτυακές αναζητήσεις των χρηστών. Επομένως, η εν λόγω καλύτερη απόσβεση είναι, τουλάχιστον εν μέρει, αποτέλεσμα των προμνησθέντων φαινομένων δικτύου και όχι κατ' ανάγκην της ενδεχομένως καλύτερης ποιότητας των υπηρεσιών που παρέχει η Google.

467 Υπό τις συνθήκες αυτές, επισημαίνεται ότι ορθώς η Επιτροπή έκρινε ότι η απάντηση της [*εμπιστευτικό*] ήταν ικανή να επιβεβαιώσει το ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας μπορεί να αποθάρρυνε τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους να προμηθευτούν διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google για την κάλυψη μέρους τουλάχιστον των αναγκών τους.

– *Επί των απαντήσεων του ομίλου [εμπιστευτικό]*

468 Στις αιτιολογικές σκέψεις 367 και 368 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή παρέθεσε τα ακόλουθα αποσπάσματα από τις απαντήσεις του ομίλου [*εμπιστευτικό*] στις ερωτήσεις 5.2.c και 5.2.e της από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτησης παροχής πληροφοριών σχετικά με τους λόγους για τους οποίους ο εν λόγω όμιλος επέλεξε να συνεργαστεί με έναν μόνον μεσάζοντα κάθε φορά και σχετικά με τα αναγκαία έξοδα για την αλλαγή μεσάζοντα, αντιστοίχως: «[χ]ρησιμοποιούμε έναν μεσάζοντα για τις κοινοπρακτικές διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις διότι, έως πρόσφατα, η σύμβασή μας με την Google δεν μας επέτρεπε να χρησιμοποιήσουμε άλλον προμηθευτή και, επομένως, εμποδιζόμασταν να συνεργαστούμε με άλλον προμηθευτή» και [*εμπιστευτικό*].

469 Συναφώς, η Google υποστηρίζει ότι, απαντώντας στην ερώτηση 5.2.d της από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτησης παροχής πληροφοριών, ο όμιλος [*εμπιστευτικό*] δήλωσε ότι θα εξέταζε το ενδεχόμενο να αλλάξει διαφημιστικό μεσάζοντα εάν εντόπιζε άλλον μεσάζοντα ο οποίος θα προσέφερε «καλύτερες οικονομικές αποδόσεις», είτε άμεσα (για παράδειγμα, μέσω υψηλότερων εσόδων ανά κλικ) είτε έμμεσα (για παράδειγμα, μέσω της παροχής μεγαλύτερης ευελιξίας για τη βελτιστοποίηση των αποτελεσμάτων με σκοπό την αύξηση των εσόδων ανά κλικ, καθώς και μέσω της παροχής εκτίμησης των εσόδων βάσει των λέξεων-κλειδιών).

470 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

471 Επισημαίνεται ότι από τα αποσπάσματα των απαντήσεων του ομίλου [*εμπιστευτικό*], που παρατέθηκαν στη σκέψη 468 ανωτέρω, προκύπτει σαφώς ότι ο εν λόγω όμιλος επέλεξε να προμηθεύεται διαφημίσεις από έναν και μόνο μεσάζοντα κάθε φορά λόγω της ρήτρας αποκλειστικότητας. Το συμπέρασμα αυτό δεν αναιρείται από τη διαπίστωση στη σκέψη 469 ανωτέρω, η οποία αφορά μελλοντικό και υποθετικού χαρακτήρα ενδεχόμενο.

472 Υπό τις συνθήκες αυτές, και όπως εξάλλου αναγνώρισε η Google απαντώντας σε ερώτηση που έθεσε το Γενικό Δικαστήριο κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, επισημαίνεται ότι ορθώς η Επιτροπή έκρινε ότι οι απαντήσεις του ομίλου [*εμπιστευτικό*] ήταν ικανές να επιβεβαιώσουν το ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας μπορεί να αποθάρρυνε τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους να προμηθευτούν διαφημίσεις από μεσάζοντα ανταγωνιστή της Google για την κάλυψη μέρους τουλάχιστον των αναγκών τους.

– *Επί των απαντήσεων της [εμπιστευτικό]*

473 Στην αιτιολογική σκέψη 367 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή παρέθεσε το ακόλουθο απόσπασμα από την απάντηση της [*εμπιστευτικό*] στην ερώτηση 8.5 της από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτησης παροχής πληροφοριών σχετικά με τις ενδεχόμενες συνέπειες της ρήτρας αποκλειστικότητας στη διαφημιστική στρατηγική της: «[ο]ι εν λόγω ρήτρες αποκλειστικότητας είχαν σημαντικές συνέπειες στη διαφημιστική στρατηγική μας, μεταξύ άλλων όταν εξετάζαμε, αρχικώς, το ενδεχόμενο προσθήκης κειμενικών διαφημίσεων τρίτων στους διαδικτυακούς τόπους μας […]. Δεδομένου ότι η Google δεν επέτρεπε να συνεργαστούμε με αμφότερες τις εταιρίες, μεγιστοποιήσαμε τα έσοδά μας συνάπτοντας αποκλειστική σύμβαση με την Google και παραιτηθήκαμε από την ευκαιρία να συνεργαστούμε με τη Yahoo ή με άλλη υπηρεσία κειμενικής διαφήμισης».

474 Συναφώς, η Google υποστηρίζει ότι η [*εμπιστευτικό*] απάντησε επίσης στην ερώτηση 8.5 της από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτησης παροχής πληροφοριών ως εξής: «η Google είχε παραδοσιακά [κόστος ανά κλικ] υψηλότερο από εκείνο των ανταγωνιστών της, όπως η Yahoo. Μολονότι η Yahoo είναι διατεθειμένη να μοιραστεί μεγαλύτερο ποσοστό των εσόδων [κόστος ανά κλικ] με την [[*εμπιστευτικό*]], η συνολική απόδοση του προϊόντος Google ήταν, εντούτοις, υψηλότερη από εκείνη της Yahoo».

475 Όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 473 ανωτέρω, από την απάντηση της [*εμπιστευτικό*] στην ερώτηση 8.5 της από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτησης παροχής πληροφοριών προκύπτει ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας είχε «σημαντικές συνέπειες» στη διαφημιστική στρατηγική της, διότι η εν λόγω ρήτρα την εμπόδισε να προμηθευτεί, συγχρόνως, υπηρεσίες διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις από την Google και από έναν ή πλείονες ανταγωνιστές της. Συνάγεται, επομένως, ότι, ιδίως στην αρχή, όταν κατάρτισε τη διαφημιστική στρατηγική της, η [*εμπιστευτικό*] επιθυμούσε να προμηθεύεται διαφημίσεις από ανταγωνιστή της Google για την κάλυψη μέρους τουλάχιστον των αναγκών της. Είναι αληθές ότι από την ανωτέρω απάντηση συνάγεται επίσης ότι η [*εμπιστευτικό*] εκτίμησε ότι η AFS παρήγε μεγαλύτερα έσοδα από τις υπηρεσίες της Yahoo! Εντούτοις, όπως επισημάνθηκε στις σκέψεις 464 έως 466 ανωτέρω, η περίσταση αυτή δεν επαρκεί για να αποδείξει ότι η [*εμπιστευτικό*] δεν είχε κανένα εμπορικό συμφέρον να προμηθεύεται διαφημίσεις, για την κάλυψη μέρους τουλάχιστον των αναγκών της, από τη Yahoo! ή από άλλο ανταγωνιστή της Google.

476 Ως εκ τούτου, επισημαίνεται ότι ορθώς η Επιτροπή έκρινε ότι η απάντηση της [*εμπιστευτικό*] ήταν ικανή να επιβεβαιώσει το ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας μπορεί να αποθάρρυνε τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους να προμηθευτούν διαφημίσεις από άλλους μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google για την κάλυψη μέρους τουλάχιστον των αναγκών τους.

– *Επί των απαντήσεων του ομίλου [εμπιστευτικό]*

477 Στην αιτιολογική σκέψη 367 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή παρέθεσε το ακόλουθο απόσπασμα της απάντησης του ομίλου [*εμπιστευτικό*] στην ερώτηση 8.5 της από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτησης παροχής πληροφοριών: «[ε]ξετάζαμε την προβολή ανταγωνιστικών διαφημίσεων στις αναζητήσεις στις ιστοσελίδες μας και [...] εξετάζαμε να συνεργαστούμε με τη Yahoo, την Bing ή/και άλλους παρόχους διαφημίσεων στις αναζητήσεις για τον σκοπό αυτόν».

478 Επ' αυτού, αφενός, η Google υποστηρίζει ότι, απαντώντας στην ερώτηση σχετικά με τη βάση που χρησιμοποιούσε για να επιλέξει το είδος των διαφημίσεων που έπρεπε να τοποθετηθούν στους διάφορους διαφημιστικούς χώρους των ιστοσελίδων του καθώς και στην ερώτηση 5.2.d, ο όμιλος [*εμπιστευτικό*] δήλωσε ότι λάμβανε υπόψη, πρώτον, τη μεγιστοποίηση των εσόδων, δεύτερον, τη συμπεριφορά των χρηστών, τρίτον, τις συμβατικές υποχρεώσεις και, τέταρτον, τη φύση της οικονομικής δραστηριότητας, ήτοι το γεγονός ότι προέβαλλε κυρίως διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις στο μέτρο που εκμεταλλευόταν μηχανή αναζήτησης.

479 Αφετέρου, η Google επισημαίνει ότι, απαντώντας στην ερώτηση 8.6 της από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτησης παροχής πληροφοριών, σχετικά με τους λόγους για τους οποίους ο όμιλος [*εμπιστευτικό*] είχε αποδεχθεί τη ρήτρα αποκλειστικότητας, ο όμιλος δήλωσε ότι η Google προσέλκυε περισσότερους διαφημιζομένους από όλους τους ανταγωνιστές της και ότι, επομένως, οι διαφημίσεις της στις διαδικτυακές αναζητήσεις παρήγαν, συνολικά, υψηλότερα έσοδα από όσα παρήγαν οι διαφημίσεις των ανταγωνιστών της.

480 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

481 Όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 477 ανωτέρω, από την απάντηση του ομίλου [*εμπιστευτικό*] στην ερώτηση 8.5 της από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτησης παροχής πληροφοριών προκύπτει ότι, χωρίς τη ρήτρα αποκλειστικότητας, ο όμιλος «θα εξέταζε το ενδεχόμενο» συνεργασίας με ανταγωνιστή της Google. Συναφώς, επισημαίνεται ότι η ανωτέρω απάντηση είναι σύμφωνη με την απάντηση του ίδιου ομίλου στην ερώτηση 5.2.d, με την οποία είχε δηλώσει ότι, για την ενδεχόμενη αλλαγή, ή μη, μεσάζοντα, λάμβανε, μεταξύ άλλων, υπόψη τις συμβατικές υποχρεώσεις του. Είναι αληθές ότι, με την απάντηση στην ερώτηση 8.6, ο όμιλος [*εμπιστευτικό*] εκτιμά ότι η Google παρέχει υπηρεσία ανώτερη από εκείνη των ανταγωνιστών της. Εντούτοις, όπως επισημάνθηκε στις σκέψεις 464 έως 466 ανωτέρω, η περίσταση αυτή δεν μπορεί να αποδείξει ότι ο όμιλος [*εμπιστευτικό*] δεν είχε κανένα εμπορικό συμφέρον να προμηθεύεται διαφημίσεις, για την κάλυψη μέρους τουλάχιστον των αναγκών του, από άλλον μεσάζοντα.

482 Υπό τις συνθήκες αυτές, επισημαίνεται ότι ορθώς η Επιτροπή έκρινε ότι η απάντηση του ομίλου [*εμπιστευτικό*] ήταν ικανή να επιβεβαιώσει το ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας μπορεί να αποθάρρυνε τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους να προμηθευτούν διαφημίσεις από άλλους μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google για την κάλυψη μέρους τουλάχιστον των αναγκών τους.

– *Επί των απαντήσεων του ομίλου [εμπιστευτικό]*

483 Στην αιτιολογική σκέψη 367 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή παρέθεσε το ακόλουθο απόσπασμα από την απάντηση του ομίλου [*εμπιστευτικό*] στην ερώτηση 8.9 της από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτησης παροχής πληροφοριών σχετικά με τις ενδεχόμενες επενδύσεις του εν λόγω ομίλου ή της Google οι οποίες δεν θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν χωρίς τη ρήτρα αποκλειστικότητας: «[η] εν λόγω ρήτρα συνεπαγόταν ότι οι εξελίξεις και οι συνεργασίες με άλλους παράγοντες της αγοράς έπρεπε να εξετάζονται διεξοδικά, ακόμη και να μην γίνονται δεκτές ή να απορρίπτονται».

484 Επ’ αυτού, η Google υποστηρίζει ότι, απαντώντας στην ερώτηση 8.6 της από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτησης παροχής πληροφοριών, σχετικά με τους λόγους για τους οποίους ο όμιλος [*εμπιστευτικό*] είχε αποδεχθεί τη ρήτρα εμπιστευτικότητας, ο όμιλος είχε δηλώσει, κατ’ αρχάς, ότι, στη Φινλανδία, «[το] πλεονέκτημα ήταν ότι οι διαφημίσεις της Google παρήγαν καλά έσοδα για έναν διαφημιστικό χώρο σε συγκεκριμένο διαδικτυακό τόπο», εν συνεχεία, ότι, στις Κάτω Χώρες, «η Google προσέφερε προηγμένη τεχνολογία και επικερδείς διαφημιστικές λύσεις, που αποδείχθηκαν επιτυχείς» και ότι «[τ]α ακαθάριστα έσοδα αυξήθηκαν σημαντικά από το 2005, διότι η Google βελτιστοποίησε την υπηρεσία AdSense», και, τέλος, ότι, στην Ουγγαρία, «[η] ανάλυση έδειξε ότι η υπηρεσία της Google ήταν η μόνη διαθέσιμη υπηρεσία του είδους αυτού στην ουγγρική αγορά όσον αφορά την αποδοτικότητα και την τεχνολογία».

485 Η Επιτροπή υποστηρίζει ότι η επιχειρηματολογία της Google σχετικά με τη Φινλανδία και την Ουγγαρία δεν είναι λυσιτελής στο μέτρο που μόνον οι οντότητες του ομίλου [*εμπιστευτικό*] που είναι εγκατεστημένες στις Κάτω Χώρες, ήτοι η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*], είναι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους. Όσον αφορά την επιχειρηματολογία της Google σχετικά με τις Κάτω Χώρες, η Επιτροπή υποστηρίζει ότι, όπως επισημαίνεται στην αιτιολογική σκέψη 367, σημείο 5, της προσβαλλόμενης απόφασης, ο όμιλος [*εμπιστευτικό*] είχε δηλώσει επίσης ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας «συνεπαγόταν ότι οι εξελίξεις και οι συνεργασίες με άλλους παράγοντες της αγοράς έπρεπε να εξετάζονται διεξοδικά, ακόμη και να μην γίνονται δεκτές ή να απορρίπτονται».

486 Επισημαίνεται ότι, όπως διευκρινίστηκε με την απάντηση σε μέτρο οργανώσεως της διαδικασίας, στην αιτιολογική σκέψη 355, σημείο 6, της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή εκτίμησε ότι, στους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, περιλαμβάνονταν μόνον η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*]. Κατά συνέπεια, οι λοιπές οντότητες του ομίλου [*εμπιστευτικό*], μεταξύ των οποίων οι εγκατεστημένες στη Φινλανδία και στην Ουγγαρία, δεν περιλαμβάνονται στους εν λόγω άμεσους εταίρους.

487 Εντούτοις, πρώτον, υπενθυμίζεται, όπως μνημονεύθηκε στη σκέψη 67 ανωτέρω και όπως προκύπτει, μεταξύ άλλων, από τις αιτιολογικές σκέψεις 338, 341 και 347 έως 349 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η Επιτροπή εκτίμησε ότι οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους ήταν εκείνοι που είχαν περιλάβει κατά κανόνα, σε συγκεκριμένο χρόνο, σε μία τουλάχιστον εκ των συναφθεισών GSA, το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στους οποίους προβάλλονται διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Επομένως, οι εν λόγω άμεσοι εταίροι ήταν αγοραστές, κατά την έννοια της απόφασης της 13ης Φεβρουαρίου 1979, Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής (85/76, EU:C:1979:36), οι οποίοι υπείχαν υποχρέωση να προμηθεύονται διαφημίσεις από την Google για την κάλυψη του συνόλου ή σημαντικού μέρους των αναγκών τους. Διαπιστώνεται, όμως, ότι η έννοια του «αγοραστή», κατά την προμνησθείσα νομολογία, αντιστοιχεί σε επιχείρηση, στο σύνολό της, ήτοι, εν προκειμένω, τον όμιλο [*εμπιστευτικό*] και όχι μία μόνο από τις θυγατρικές του. Συγκεκριμένα, στο πλαίσιο του δικαίου του ανταγωνισμού, η έννοια της «επιχείρησης» περιλαμβάνει κάθε φορέα ο οποίος ασκεί οικονομική δραστηριότητα, ανεξαρτήτως του νομικού καθεστώτος που τον διέπει (αποφάσεις της 23ης Απριλίου 1991, Höfner και Elser, C-41/90, EU:C:1991:161, σκέψη 21, και της 11ης Ιουνίου 2020, Επιτροπή και Σλοβακική Δημοκρατία κατά Dôvera zdravotná poisťovňa, C-262/18 P και C-271/18 P, EU:C:2020:450, σκέψη 28). Ως εκ τούτου, η νομολογία που απορρέει από την απόφαση της 13ης Φεβρουαρίου 1979, Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής (85/76, EU:C:1979:36), στην οποία βασίζεται η προσβαλλόμενη απόφαση, δεν μπορεί να δικαιολογήσει τη μη συνεκτίμηση των απαντήσεων των λοιπών νομικών οντοτήτων που ανήκουν στον ίδιο όμιλο με τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους.

488 Εξάλλου, στην από 24 Φεβρουαρίου 2017 αίτηση παροχής πληροφοριών, μέσω της οποίας η Επιτροπή είχε προσδιορίσει τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους και είχε ζητήσει από τους εν λόγω άμεσους εταίρους να δηλώσουν αν περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στις GSA που συνήπταν, η Επιτροπή διευκρίνισε ειδικώς ότι η απάντηση έπρεπε να λαμβάνει υπόψη το σύνολο της οικείας επιχείρησης, ανεξαρτήτως του αν επρόκειτο για τη μητρική εταιρία ή για τις θυγατρικές.

489 Δεύτερον, στις αιτιολογικές σκέψεις 218 έως 221 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή όρισε την αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις ως καλύπτουσα τον ΕΟΧ στο σύνολό του. Κατά συνέπεια, η Επιτροπή δεν μπορούσε να λάβει υπόψη τις απαντήσεις του ομίλου [*εμπιστευτικό*] σχετικά με ορισμένες μόνον από τις νομικές οντότητές του που είναι εγκατεστημένες στις Κάτω Χώρες, αποκλειομένων εκείνων που είναι εγκατεστημένες σε άλλα κράτη μέλη.

490 Τρίτον, από τις αιτιολογικές σκέψεις 367 και 368 της προσβαλλόμενης απόφασης, καθώς και από τις ερωτήσεις που μνημονεύονται στις υποσημειώσεις 493 έως 502 της εν λόγω απόφασης, φαίνεται ότι η Επιτροπή εκτίμησε τον αποτρεπτικό χαρακτήρα της ρήτρας αποκλειστικότητας βάσει των απαντήσεων των ομίλων στους οποίους ανήκαν οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους και όχι βάσει των συγκεκριμένων απαντήσεων των εν λόγω άμεσων εταίρων οι οποίοι προσδιορίζονται στην αιτιολογική σκέψη 348 της

προσβαλλόμενης απόφασης. Ως εκ τούτου, η Επιτροπή δεν μπορούσε να κρίνει, όσον αφορά ειδικότερα τον όμιλο [*εμπιστευτικό*], ότι οι απαντήσεις ορισμένων από τις νομικές οντότητές του δεν ήταν κρίσιμες.

491 Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να γίνει δεκτό ότι η Επιτροπή έπρεπε να λάβει υπόψη το σύνολο των απαντήσεων των ομίλων των οποίων μία τουλάχιστον οντότητα περιλαμβανόταν στους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους.

492 Κατά συνέπεια, εν αντιθέσει προς όσα υποστηρίζει η Επιτροπή, διαπιστώνεται ότι το θεσμικό όργανο δεν μπορούσε να κρίνει ότι οι απαντήσεις του ομίλου [*εμπιστευτικό*] σχετικά με τη Φινλανδία και την Ουγγαρία δεν ήταν κρίσιμες.

493 Επισημαίνεται, εντούτοις, ότι ο όμιλος [*εμπιστευτικό*] δήλωσε ρητώς ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας μπορούσε να καθυστερήσει τη συνεργασία με ανταγωνιστή της Google ή να τον οδηγήσει να μη δεχθεί τέτοια συνεργασία. Ως εκ τούτου, μολονότι ο όμιλος [*εμπιστευτικό*] δήλωσε ότι είχε αποδεχθεί την επίμαχη ρήτρα, διότι οι προσφερόμενες από την Google υπηρεσίες ήταν ανώτερης ποιότητας από εκείνες των ανταγωνιστών της, ιδίως όσον αφορά την Ουγγαρία, επισημαίνεται, όπως διαπιστώθηκε στις σκέψεις 464 έως 466 ανωτέρω, ότι η περίσταση αυτή δεν επαρκεί για να αποδείξει ότι ο εν λόγω όμιλος δεν είχε κανένα οικονομικό συμφέρον να προμηθευτεί διαφημίσεις, για την κάλυψη μέρους τουλάχιστον των αναγκών του, από άλλον μεσάζοντα.

494 Ως εκ τούτου, επισημαίνεται ότι ορθώς η Επιτροπή έκρινε ότι η απάντηση του ομίλου [*εμπιστευτικό*] ήταν ικανή να επιβεβαιώσει το ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας μπορεί να αποθάρρυνε τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους να προμηθευτούν διαφημίσεις από άλλους μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google για την κάλυψη μέρους τουλάχιστον των αναγκών τους.

– Επί των απαντήσεων του ομίλου [εμπιστευτικό], της [εμπιστευτικό] και του ομίλου [εμπιστευτικό]

495 Από την αιτιολογική σκέψη 367 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι, χωρίς τη ρήτρα αποκλειστικότητας, η [*εμπιστευτικό*] θα είχε συνεργαστεί δοκιμαστικά με άλλους μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google, όπως τη Yahoo! και τη Microsoft. Επιπλέον, χωρίς την εν λόγω ρήτρα, η [*εμπιστευτικό*] θα είχε εξετάσει το ενδεχόμενο να προμηθευτεί διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google, εφόσον τέτοια προμήθεια συνεπαγόταν αύξηση των εσόδων της. Από την αιτιολογική σκέψη 368 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας εμπόδισε τον όμιλο [*εμπιστευτικό*] να «αρχίσει να δοκιμάζει άλλους προμηθευτές» και να «αναβαθμίσει το σύστημά του» ώστε να μπορέσει να συνεργαστεί μαζί τους.

496 Όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 457 ανωτέρω, η Google δεν αμφισβητεί το περιεχόμενο των ανωτέρω απαντήσεων.

ν) Επί των λοιπών απαντήσεων των άμεσων εταίρων που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους τις οποίες μνημόνευσε η Google

497 Η Google μνημονεύει τις απαντήσεις των άμεσων εταίρων που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους ή των ομίλων στους οποίους ανήκαν οι εν λόγω άμεσοι εταίροι, περιλαμβανομένων, μεταξύ άλλων, της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*] (που συνιστούν, από κοινού, έναν από τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών

τόπων τους, τους οποίους προσδιόρισε η Επιτροπή), της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], του ομίλου [*εμπιστευτικό*], στον οποίο ανήκαν η [*εμπιστευτικό*] (που συνιστούν, από κοινού, έναν από τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, τους οποίους προσδιόρισε η Επιτροπή), του ομίλου [*εμπιστευτικό*], στον οποίο ανήκε, μεταξύ άλλων, η [*εμπιστευτικό*], και του ομίλου [*εμπιστευτικό*], στον οποίο ανήκαν η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*] (που συνιστούν διακριτούς άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, τους οποίους προσδιόρισε η Επιτροπή). Από τις ανωτέρω απαντήσεις προκύπτει, κατά την Google, ότι οι άμεσοι εταίροι είχαν επιλέξει την AFS λόγω των ανώτερου επιπέδου χαρακτηριστικών της και, επομένως, η ρήτρα αποκλειστικότητας δεν τους είχε αποθαρρύνει να προμηθευτούν διαφημίσεις από άλλους μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google.

– Επί των απαντήσεων της [εμπιστευτικό] και της [εμπιστευτικό], της [εμπιστευτικό], της [εμπιστευτικό], καθώς και του ομίλου [εμπιστευτικό] και του ομίλου [εμπιστευτικό]

498 Κατ’ αρχάς, η Google υποστηρίζει ότι, απαντώντας στην ερώτηση 5.2.d της από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτησης παροχής πληροφοριών, η [*εμπιστευτικό*], η [*εμπιστευτικό*], η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*] είχαν δηλώσει στην Επιτροπή ότι η επιλογή του μεσάζοντα που θα χρησιμοποιούσαν εξαρτιόταν από τα έσοδα που παρήγε ο μεσάζων. Η Google επισημαίνει επίσης ότι η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*] διευκρίνισαν, επιπλέον, ότι θα εξέταζαν το ενδεχόμενο να αλλάξουν μεσάζοντα εάν άλλος μεσάζων τούς παρείχε τη δυνατότητα παραγωγής αυξημένων εσόδων σε σχέση με την Google.

499 Εν συνεχεία, η Google επισημαίνει ότι ο όμιλος [*εμπιστευτικό*] δήλωσε, στο πλαίσιο της από 18ης Μαρτίου 2016 αίτησης παροχής πληροφοριών, αφενός, απαντώντας στην ερώτηση σχετικά με τους λόγους για τους οποίους επέλεξε την Google ως μεσάζοντα, ότι την «επέλεξ[ε] ως μόνο μεσάζοντα διότι [ήταν] ο ηγέτης της αγοράς διαφημίσεων στις αναζητήσεις [και εμφάνιζε] τις καλύτερες δυνατότητες απόσβεσης και τις καλύτερες προοπτικές από απόψεως εσόδων», και, αφετέρου, απαντώντας στην ερώτηση σχετικά με τις «ουσιώδεις διαφορές» μεταξύ των υπηρεσιών που προσέφεραν οι διάφοροι μεσάζοντες, ότι «δεν θεωρούσ[ε] ότι [υπήρχε] άλλος δυνητικός εταίρος [πλην της Google] ο οποίος μπορούσε να [του] προμηθεύσει καλύτερο προϊόν αναζήτησης και να παραγάγει περισσότερα έσοδα από τη διαφήμιση στις αναζητήσεις». Ο όμιλος διευκρίνισε επίσης ότι, σε περίπτωση που θα υπήρχε άλλη υπηρεσία η οποία θα παρείχε τις ίδιες δυνατότητες απόσβεσης, το κόστος αλλαγής μεσάζοντα ήταν χαμηλό, ακόμη και μηδενικό.

500 Τέλος, η Google επισημαίνει ότι ο όμιλος [*εμπιστευτικό*] δήλωσε, απαντώντας στην ερώτηση 9.7 της από 31 Ιουλίου 2015 αίτησης παροχής πληροφοριών σχετικά με τους λόγους για τους οποίους είχε αποδεχθεί τη ρήτρα αποκλειστικότητας, ότι η εν λόγω ρήτρα τού επέτρεπε να αλλάξει μεσάζοντα όσον αφορά τις διαδικτυακές αναζητήσεις που πραγματοποιούνται από κινητή συσκευή, για τις οποίες υπήρχαν στη Γαλλία το 2014 εναλλακτικές δυνατότητες στην Google, και ότι, «δεδομένου ότι η Google είναι ηγέτης στον τομέα της, [η εν λόγω ρήτρα του] [παρείχε] […] την καλύτερη δυνατή απόσβεση τουλάχιστον όσον αφορά τις αναζητήσεις από ηλεκτρονικό υπολογιστή».

501 Συναφώς, από τις ανωτέρω απαντήσεις προκύπτει, κατ’ ουσίαν, ότι οι ως άνω άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους θεωρούσαν ότι η Google ήταν ο ηγέτης της αγοράς και ότι η AFS τούς παρείχε καλύτερη απόσβεση από εκείνη που παρείχαν οι υπηρεσίες των ανταγωνιστών της Google. Αρκεί, όμως, να διαπιστωθεί, όπως επισημάνθηκε στις σκέψεις 464 έως 466 ανωτέρω, ότι η περίσταση αυτή, η οποία εξηγείται έστω εν μέρει από τα φαινόμενα δικτύου που χαρακτηρίζουν τη δεσπόζουσα θέση της Google, δεν αρκεί για να

αποδειχθεί ότι οι άμεσοι εταίροι δεν είχαν κανένα εμπορικό συμφέρον να προμηθευτούν διαφημίσεις, για την κάλυψη μέρους τουλάχιστον των αναγκών τους, από ανταγωνιστές μεσάζοντες.

502 Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να γίνει δεκτό ότι οι ως άνω απαντήσεις δεν είναι ικανές να θέσουν υπό αμφισβήτηση το συμπέρασμα της Επιτροπής ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας μπορεί να αποθάρρυνε τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους να προμηθευτούν διαφημίσεις από άλλους μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google για την κάλυψη μέρους τουλάχιστον των αναγκών τους.

– *Επί των απαντήσεων της [εμπιστευτικό] και του ομίλου [εμπιστευτικό]*

503 Κατά πρώτον, η Google υποστηρίζει ότι η [*εμπιστευτικό*] διευκρίνισε, απαντώντας στην ερώτηση 5.2.a «για ποιον λόγο επιλέξατε […] τον μεσάζοντα με τον οποίο συνεργάζεστε επί του παρόντος» της από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτησης παροχής πληροφοριών, ότι «η Google είχε επιλεχθεί αρχικώς […] λαμβανομένης υπόψη της κάλυψης της αγοράς και της ικανότητάς της να παράγει έσοδα», ότι «η Yahoo επιλέχθηκε ως μεσάζων τον Σεπτέμβριο του 2008, διότι η Yahoo παρείχε τη δυνατότητα συγκέντρωσης των επιχορηγούμενων συνδέσμων της και των συνδέσμων που διατίθενται από την [*εμπιστευτικό*] με τους συνδέσμους διαδικτυακών τόπων ταξιδίων που ανήκουν σε τρίτους», ότι «η Yahoo υποσχόταν επίσης απόσβεση παρόμοια με εκείνη της Google [και ότι] η [*εμπιστευτικό*] άλλαξε εκ νέου μεσάζοντα και επανήλθε στην Google, τον Ιανουάριο του 2009, λόγω της αδυναμίας της Yahoo να επιτύχει αποσβέσεις του επιπέδου της Google». Επιπλέον, η Google επισημαίνει ότι η [*εμπιστευτικό*] δήλωσε, απαντώντας στην ερώτηση 5.2.d της ως άνω αίτησης παροχής πληροφοριών, ότι «θα επέλεγε να αλλάξει ή κατά πάσα πιθανότητα να συνεργάζεται με έναν ακόμη μεσάζοντα, εάν μπορούσε να είναι βέβαιη ότι ο εν λόγω μεσάζων θα βελτίωνε το προϊόν της ή θα αύξανε την απόσβεση της». Τέλος, η Google διαπιστώνει ότι, απαντώντας στην ερώτηση 8.5 της ίδιας αίτησης παροχής πληροφοριών, η [*εμπιστευτικό*] δήλωσε ότι «η διαφημιστική στρατηγική της δεν επηρεάστηκε από τις ρήτρες αποκλειστικότητας».

504 Η Επιτροπή υποστηρίζει ότι οι απαντήσεις της [*εμπιστευτικό*] επιβεβαιώνουν ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας είχε αποθαρρύνει τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google. Συναφώς, η Επιτροπή παραθέτει, χωρίς περαιτέρω επεξηγήσεις, την απάντηση της [*εμπιστευτικό*] στην ερώτηση 5.2.d, την οποία μνημόνευσε η Google και η οποία υπομνήσθηκε στη σκέψη 503 ανωτέρω, καθώς και την απάντηση στην ερώτηση 8.6, κατά την οποία «η [*εμπιστευτικό*] αποδέχθηκε αρχικώς τις ρήτρες αποκλειστικότητας επειδή η Google έθεσε την εφαρμογή τους ως προϋπόθεση για τη σύναψη της συμφωνίας».

505 Συναφώς, από τις απαντήσεις της [*εμπιστευτικό*] που μνημονεύθηκαν στη σκέψη 503 ανωτέρω προκύπτει ότι, εν αντιθέσει προς τους άλλους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, η [*εμπιστευτικό*] δήλωσε σαφώς ότι η «διαφημιστική στρατηγική της δεν επηρεάστηκε από τις ρήτρες αποκλειστικότητας».

506 Κατά δεύτερον, επισημαίνεται, όπως υπογράμμισε και η Google, ότι ο όμιλος [*εμπιστευτικό*] δήλωσε, απαντώντας στην από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτηση παροχής πληροφοριών, ότι η «στρατηγική του δεν επηρεάστηκε» από τη ρήτρα αποκλειστικότητας και ότι «δεν θα τοποθετούσε διαφημίσεις προερχόμενες από πλείονες προμηθευτές [χωρίς την εν λόγω ρήτρα] και [ότι] δεν εμποδιζόταν να προβάλλει διαφημίσεις που δεν συνδέονται με αναζητήσεις στους διαδικτυακούς τόπους του».

507 Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να γίνει δεκτό ότι οι απαντήσεις της [*εμπιστευτικό*] και του ομίλου [*εμπιστευτικό*] είναι ικανές να ενισχύσουν το επιχείρημα της Google ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας δεν είχε αποθαρρύνει τους εν λόγω άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους να προμηθεύονται διαφημίσεις από άλλον μεσάζοντα για την κάλυψη μέρους τουλάχιστον των αναγκών τους, κάτι το οποίο η Επιτροπή δεν αμφισβητεί.

vi) Επί του εγγράφου της Surfboard

508 Διαπιστώνεται ότι ο γενικός διευθυντής της Surfboard είχε εκθέσει, με έγγραφο το οποίο απευθυνόταν μεν στην Επιτροπή, αλλά κοινοποιήθηκε σε αυτήν από την Google ως παράρτημα της απάντησης στην κοινοποίηση των αιτιάσεων, ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας δεν είχε συνέπειες στη συμπεριφορά της Surfboard. Συναφώς, ο γενικός διευθυντής της Surfboard είχε επισημάνει ότι η επίμαχη GSA που περιείχε τη συγκεκριμένη ρήτρα εφαρμοζόταν στους «κύριους» διαδικτυακούς τόπους της Surfboard, διότι τα έσοδα που παρήγε η AFS ήταν «σημαντικά υψηλότερα» από εκείνα που παρήγαν οι υπηρεσίες της Yahoo! Αντιθέτως, ο γενικός διευθυντής της Surfboard είχε διευκρινίσει επίσης ότι άλλοι διαδικτυακοί τόποι, περιλαμβανομένου του «www.ixquick.eu», δεν είχαν περιληφθεί στη συγκεκριμένη GSA.

509 Στην αιτιολογική σκέψη 370 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή εκτίμησε ότι η αποδεικτική αξία του εγγράφου του γενικού διευθυντή της Surfboard ήταν περιορισμένη για δύο λόγους. Αφενός, η Surfboard είχε δηλώσει παλαιότερα, απαντώντας σε αίτηση παροχής πληροφοριών, ότι περιλάμβανε κατά κανόνα όλους τους διαδικτυακούς τόπους της στις GSA που συνήπτε. Αφετέρου, η Επιτροπή δεν γνώριζε με ποιον τρόπο η Google είχε αποκτήσει το συγκεκριμένο έγγραφο.

510 Η Surfboard προσάπτει στην Επιτροπή ότι δεν έλαβε υπόψη το έγγραφο που κατάρτισε ο γενικός διευθυντής της το οποίο κοινοποιήθηκε ως παράρτημα της απάντησης στην κοινοποίηση των αιτιάσεων. Συγκεκριμένα, κατά το εν λόγω έγγραφο, η Surfboard είχε χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες της Yahoo! σε έναν από τους διαδικτυακούς τόπους της. Εξάλλου, η Surfboard υποστηρίζει ότι επέλεξε την AFS στους κύριους διαδικτυακούς τόπους της βάσει τεχνικών και οικονομικών παραγόντων.

511 Η Επιτροπή υποστηρίζει ότι η Surfboard κάνει λόγο για έναν και μόνο διαδικτυακό τόπο ο οποίος δεν περιλήφθηκε στη συναφθείσα GSA. Επιπλέον, η Επιτροπή διαπιστώνει ότι το έγγραφο του γενικού διευθυντή της Surfboard, το οποίο της κοινοποίησε η Google, ήταν ασαφές. Εξάλλου, η Επιτροπή υποστηρίζει ότι η αποδεικτική αξία του εν λόγω εγγράφου είναι μειωμένη σε σχέση με την αποδεικτική αξία της απάντησης της Surfboard σε αίτηση παροχής πληροφοριών με την οποία η Surfboard δήλωσε ότι περιλάμβανε κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων της στην επίμαχη GSA. Συγκεκριμένα, αφενός, οι συνθήκες υπό τις οποίες η Google απέκτησε το εν λόγω έγγραφο παραμένουν αδιευκρίνιστες. Αφετέρου, η Surfboard μπορούσε να παρέχει, με το εν λόγω έγγραφο, ανακριβείς ή παραπλανητικές πληροφορίες χωρίς να διατρέχει τον κίνδυνο επιβολής προστίμου δυνάμει του άρθρου 23, παράγραφος 1, στοιχείο α′, του κανονισμού 1/2003.

512 Συναφώς, υπενθυμίζεται ότι μεταξύ των εγγυήσεων που απονέμει η έννομη τάξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης στο πλαίσιο των διοικητικών διαδικασιών περιλαμβάνεται, ιδίως, η αρχή της χρηστής διοίκησης, την οποία καθιερώνει το άρθρο 41 του Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με την οποία συνδέεται η υποχρέωση του αρμόδιου θεσμικού οργάνου να ερευνά, με επιμέλεια και αμεροληψία, όλα τα κρίσιμα στοιχεία της συγκεκριμένης περίπτωσης (απόφαση της 27ης Σεπτεμβρίου 2012, Shell Petroleum κ.λπ. κατά Επιτροπής, T-343/06, EU:T:2012:478, σκέψη 170).

513 Πρώτον, επισημαίνεται ότι, εν αντιθέσει προς την Επιτροπή, η Google δεν διαθέτει τις εξουσίες έρευνας και επιβολής κυρώσεων που θεσπίζονται με τον κανονισμό 1/2003 και, επομένως, πρέπει κατ' ανάγκην να στηριχθεί στην εθελοντική συνεργασία των άμεσων εταίρων προκειμένου να συλλέξει πληροφορίες, μεταξύ άλλων σχετικά με τους διαδικτυακούς τόπους που δεν περιέλαβαν στις GSA που συνήψαν, για τους σκοπούς της άμυνάς της στο πλαίσιο της υπό κρίση υπόθεσης. Εντούτοις, δεν μπορεί να συναχθεί ότι οι πληροφορίες που συνέλεξε η Google ήταν οπωσδήποτε άνευ σημασίας, επειδή η αποδεικτική αξία τους είναι μειωμένη.

514 Επισημαίνεται, εξάλλου, ότι η Επιτροπή παρατηρεί απλώς και μόνον ότι αγνοεί τον τρόπο με τον οποίο η Google απέκτησε το έγγραφο του γενικού διευθυντή της Surfboard που απευθυνόταν στην ίδια, χωρίς να θέτει υπό αμφισβήτηση τη γνησιότητα του εν λόγω εγγράφου και χωρίς να υποστηρίζει ότι το έγγραφο στερείται κάθε αποδεικτικής αξίας. Παρατηρείται, επιπλέον, ότι η Επιτροπή μπορούσε, δυνάμει του άρθρου 18 του κανονισμού 1/2003, να ζητήσει απευθείας από τη Surfboard συμπληρωματικές πληροφορίες εάν εκτιμούσε ότι το εν λόγω έγγραφο ήταν αντιφατικό προς την απάντηση της Surfboard σε παλαιότερη αίτηση παροχής πληροφοριών.

515 Δεύτερον, επισημαίνεται ότι, εν αντιθέσει προς όσα υποστηρίζει η Επιτροπή, το έγγραφο του γενικού διευθυντή της Surfboard δεν είναι ασαφές. Συγκεκριμένα, από το εν λόγω έγγραφο προκύπτει σαφώς ότι η Surfboard δεν είχε περιλάβει τουλάχιστον έναν από τους διαδικτυακούς τόπους της στην επίμαχη GSA.

516 Τρίτον, επισημαίνεται, όπως υπογράμμισε και η Surfboard, ότι το γεγονός ότι η Surfboard δήλωσε, απαντώντας σε αίτηση παροχής πληροφοριών της Επιτροπής, ότι είχε περιλάβει κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων της στην επίμαχη GSA δεν απέκλειε το ενδεχόμενο ορισμένοι από τους διαδικτυακούς τόπους της να μην περιλήφθηκαν στην εν λόγω GSA. Διαπιστώνεται, επομένως, ότι το έγγραφο του γενικού διευθυντή της Surfboard και η απάντηση της Surfboard σε αίτηση παροχής πληροφοριών της Επιτροπής δεν είναι αντιφατικά μεταξύ τους.

517 Υπό τις συνθήκες αυτές, η Επιτροπή έπρεπε να εκτιμήσει ότι το έγγραφο της Surfboard, με το οποίο η Surfboard δήλωσε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας δεν είχε συνέπειες στη συμπεριφορά της, ήταν ικανό να θέσει υπό αμφισβήτηση το ότι η εν λόγω ρήτρα είχε αποθαρρύνει τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους να προμηθευτούν διαφημίσεις από άλλον μεσάζοντα για την κάλυψη μέρους τουλάχιστον των αναγκών τους.

vii) Συμπέρασμα σχετικά με τις απαντήσεις των άμεσων εταίρων στις αιτήσεις παροχής πληροφοριών της Επιτροπής και σχετικά με το έγγραφο της Surfboard

518 Λαμβανομένων υπόψη των προεκτεθέντων, επισημαίνεται ότι ορθώς η Επιτροπή έλαβε υπόψη τα παραδείγματα απαντήσεων άμεσων εταίρων που παρατίθενται στις αιτιολογικές σκέψεις 367 και 368 της προσβαλλόμενης απόφασης ως στοιχεία ικανά να τεκμηριώσουν την εκτίμησή της ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, μπορεί να αποθάρρυνε τους εν λόγω άμεσους εταίρους να προμηθευτούν διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google για την κάλυψη μέρους τουλάχιστον των αναγκών τους. Αντιθέτως, όπως επισημάνθηκε στις σκέψεις 503 έως 517 ανωτέρω, οι απαντήσεις ορισμένων άλλων άμεσων εταίρων που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, ή των ομίλων στους οποίους αυτοί ανήκαν, καθώς και το έγγραφο της Surfboard, δεν ήταν ικανά να τεκμηριώσουν τέτοια εκτίμηση.

519 Εξάλλου, επισημαίνεται ότι, μολονότι η Google αμφισβητεί ότι ορισμένες απαντήσεις που μνημονεύονται στις αιτιολογικές σκέψεις 367 και 368 της προσβαλλόμενης απόφασης, ήτοι οι απαντήσεις των ομίλων [*εμπιστευτικό*], [*εμπιστευτικό*], [*εμπιστευτικό*] και [*εμπιστευτικό*], αντικατοπτρίζουν τη θέση των άμεσων εταίρων που προμηθεύονταν διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνο από την Google για την κάλυψη σημαντικού τουλάχιστον μέρους των αναγκών τους δυνάμει της ρήτρας αποκλειστικότητας, από τη σκέψη 455 ανωτέρω προκύπτει ότι πρέπει να θεωρηθεί ότι οι απαντήσεις των άλλων άμεσων εταίρων ή των ομίλων στους οποίους ανήκαν προέρχονται από άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους. Ειδικότερα, όσον αφορά τον όμιλο [*εμπιστευτικό*], επισημαίνεται ότι η Google αμφισβητεί μόνον ότι μία από τις εταιρίες που ανήκουν στον εν λόγω όμιλο, ήτοι η [*εμπιστευτικό*], ήταν άμεσος εταίρος που συνήψε GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων του, αλλά δεν αμφισβητεί ότι μία άλλη από τις εταιρίες του εν λόγω ομίλου, ήτοι η [*εμπιστευτικό*], είχε προμηθευτεί διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνο από την Google για την κάλυψη σημαντικού τουλάχιστον μέρους των αναγκών της. Υπό τις συνθήκες αυτές, ακόμη και αν γίνει δεκτό ότι η επιχειρηματολογία της Google μπορεί να ευδοκιμήσει, ήτοι στην πιο ευνοϊκή για την Google περίπτωση, η εν λόγω επιχειρηματολογία δεν ασκεί επιρροή στα αποδεικτικά στοιχεία τα οποία έλαβε υπόψη η Επιτροπή και τα οποία υπομνήσθηκαν στη σκέψη 457, όσον αφορά την [*εμπιστευτικό*] και τον όμιλο [*εμπιστευτικό*], και στις σκέψεις 459 έως 467 και 473 έως 482 ανωτέρω, τα οποία επιβεβαιώνουν, ως ένα ακόμη κρίσιμο στοιχείο μεταξύ πολλών, ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας ήταν ικανή να αποθαρρύνει τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους να προμηθευτούν διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google.

3) Επί των επενδύσεων που πραγματοποίησε η Yahoo!

520 Με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή εκτίμησε ότι, στο διάστημα από το 2006 έως το 2015, η Yahoo! πραγματοποίησε σημαντικές κεφαλαιουχικές επενδύσεις στην υπηρεσία της γενικής αναζήτησης. Στην αιτιολογική σκέψη 402 της εν λόγω απόφασης, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι «εσωτερικό έγγραφο της Google του 2006» επιβεβαίωνε ότι το ύψος των εν λόγω επενδύσεων ήταν «παρόμοιο» με το ύψος των επενδύσεων της Google.

521 Η Google υποστηρίζει ότι, όπως απέδειξε κατά τη διοικητική διαδικασία, η AFS ήταν καλύτερη υπηρεσία από εκείνη των ανταγωνιστών της Google, διότι αυτοί δεν είχαν επενδύσει επαρκώς στις υπηρεσίες τους. Ειδικότερα, κατά την Google, η Yahoo! και η Microsoft δεν πραγματοποίησαν, κατ' ουσίαν, «αποτελεσματικές επενδύσεις» στην τεχνολογική ανάπτυξη και στον τομέα της επιχώριας προσαρμογής. Επιπλέον, η Google επισημαίνει ότι το ποσό των επενδύσεων της Yahoo!, που λήφθηκαν υπόψη στην προσβαλλόμενη απόφαση, περιλάμβανε την αγοραπωλησία ακίνητων περιουσιακών στοιχείων. Η Google συνάγει εξ αυτού ότι το συγκεκριμένο ποσό δεν καθιστούσε δυνατή την εκτίμηση της σπουδαιότητας των επενδύσεων που πραγματοποίησε η Yahoo! ειδικώς στην υπηρεσία διαδικτυακών αναζητήσεων.

522 Η Επιτροπή υποστηρίζει ότι από τις αιτιολογικές σκέψεις 401 και 402 της προσβαλλόμενης απόφασης, το περιεχόμενο των οποίων δεν αμφισβητείται, προκύπτει ότι η Yahoo! είχε ανακοινώσει σημαντικές επενδύσεις στην υπηρεσία της γενικής διαδικτυακής αναζήτησης, στο διάστημα από το 2006 έως το 2015, οι οποίες μπορούσαν να συγκριθούν με τις επενδύσεις της Google. Η Επιτροπή επισημαίνει, επιπλέον, ότι το επιχείρημα της Google ότι οι εν λόγω επενδύσεις περιλάμβαναν την αγοραπωλησία ακίνητων περιουσιακών στοιχείων προβλήθηκε εκπρόθεσμα με το υπόμνημα απαντήσεως και είναι, κατά συνέπεια, απαράδεκτο.

523 Συναφώς, επισημαίνεται ότι η Google είχε εκθέσει στην Επιτροπή, με την απάντηση στην κοινοποίηση των αιτιάσεων, τους λόγους για τους οποίους εκτιμούσε ότι οι εκδότες θεωρούσαν την AFS ως καλύτερη υπηρεσία από εκείνη της Yahoo! και της Microsoft. Πρώτον, η Google είχε επισημάνει ότι η πρόδρομη τεχνολογία, την οποία ανέπτυξε η Overture και απέκτησε η Yahoo! το 2003, δεν είχε σχεδιαστεί για χρήση σε ευρεία κλίμακα και ότι ήταν σημαντικά πιο αργή από εκείνη της Google ώστε να καθιστά δυνατό τον μη αυτόματο έλεγχο κάθε διαφήμισης που προβάλλεται σε έναν διαδικτυακό τόπο. Δεύτερον, η Google είχε εκθέσει τις δυσχέρειες ενσωμάτωσης των ομάδων που έλαβαν μέρος στην ανάπτυξη της τεχνολογίας που απέκτησε η Yahoo!, οι οποίες είχαν ως αποτέλεσμα την αποχώρηση πλειόνων «engineering chiefs» (επικεφαλής μηχανικών). Τρίτον, η Google είχε επισημάνει ότι η Yahoo! άρχισε να λαμβάνει υπόψη τα ποσοστά κλικ, για τον προσδιορισμό των διαφημίσεων που έπρεπε να προβληθούν ως απάντηση σε μια διαδικτυακή αναζήτηση, μόλις το 2007, από δε το στοιχείο αριθ. 36 του παραρτήματος C.1 του υπομνήματος απαντήσεως, στο οποίο παρέπεμπε η απάντηση στην κοινοποίηση των αιτιάσεων, προέκυπτε ότι η Google είχε αναπτύξει το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό από το 2002. Επιπλέον, η Google είχε παρατηρήσει ότι, παρά την ως άνω εξέλιξη, η Yahoo! είχε αναγνωρίσει δημόσια το 2008 ότι η AFS εξακολουθούσε να παρέχει καλύτερη απόσβεση, καθότι η διαφορά μεταξύ της AFS και της υπηρεσίας της Yahoo! είχε μειωθεί, κατά την τελευταία, μόνον κατά 30 %. Τέταρτον, η Google είχε επισημάνει ότι η συνεργασία μεταξύ της Yahoo! και της Microsoft υλοποιήθηκε με αργούς ρυθμούς. Συγκεκριμένα, η Google είχε διαπιστώσει ότι η συνεργασία είχε μεν συμφωνηθεί το 2009, πλην όμως [*εμπιστευτικό*]. Πέμπτον, η Google είχε παρατηρήσει ότι η εν λόγω συνεργασία δεν είχε επιτύχει τους σκοπούς της. Συναφώς, η Google επισήμανε ότι η Yahoo! είχε μνημονεύσει δημόσια τους «τεχνικούς περιορισμούς» της πλατφόρμας της Microsoft το 2011, ότι οι ομάδες της Yahoo! και της Microsoft που ήταν επιφορτισμένες με τους εκδότες εντός του EOX αριθμούσαν λιγότερο από είκοσι άτομα καθεμία, ενώ εκείνες της Google αριθμούσαν περίπου 300 άτομα, και ότι η Yahoo! και η Microsoft είχαν καθυστερήσει να προσαρμόσουν, σε κάθε κράτος μέλος, τις διαφημιστικές υπηρεσίες τους που σχετίζονται με τις διαδικτυακές αναζητήσεις, λαμβάνοντας υπόψη τη γεωγραφική θέση των χρηστών.

524 Η Επιτροπή δεν αμφισβήτησε τους ισχυρισμούς της Google. Στις αιτιολογικές σκέψεις 401 και 402 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή περιορίστηκε, αφενός, στο να προσδιορίσει το ετήσιο ύψος των κεφαλαιουχικών επενδύσεων της Yahoo! στην υπηρεσία της γενικής αναζήτησης στο διάστημα από το 2006 έως το 2016 και, αφετέρου, να παραθέσει αποσπάσματα εσωτερικού εγγράφου της Google του 2006 για να εκτιμήσει ότι τα ποσά των επενδύσεων της Yahoo! και της Google ήταν συγκρίσιμα.

525 Εντούτοις, ακόμη και αν γίνει δεκτό, όπως υποστηρίζει η Επιτροπή, ότι το ετήσιο ποσό των κεφαλαιουχικών επενδύσεων που η Yahoo! πραγματοποίησε στην υπηρεσία γενικής αναζήτησης στο διάστημα από το 2006 έως το 2016 ήταν κρίσιμο για να εκτιμηθεί η σπουδαιότητα των επενδύσεων που η Yahoo! πραγματοποίησε στην υπηρεσία διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, επισημαίνεται ότι δεν μπορεί να συναχθεί από το εσωτερικό έγγραφο και μόνο της Google του 2006, το οποίο μνημονεύεται στην προσβαλλόμενη απόφαση, ότι τα ποσά των επενδύσεων της Google και της Yahoo! ήταν παρόμοια καθ' όλο το χρονικό διάστημα από την 1η Ιανουαρίου 2006 έως την 31η Μαρτίου 2016. Ειδικότερα, μολονότι το εν λόγω έγγραφο μνημόνευε τη «συγχώνευση» μεταξύ της Microsoft και της Yahoo! και τις ενδεχόμενες συνέπειες της εν λόγω συγχώνευσης στις επενδύσεις, επισημαίνεται ότι ο συντάκτης του επίμαχου εγγράφου δεν μπορούσε να προβλέψει τα μεταγενέστερα γεγονότα τα οποία παρέθεσε η Google και τα οποία μνημονεύθηκαν στη σκέψη 523 ανωτέρω.

526 Ως εκ τούτου, χωρίς να χρειάζεται να αποφανθεί επί του παραδεκτού της επιχειρηματολογίας της Google που αποσκοπεί στην αμφισβήτηση του ακριβούς ύψους των επενδύσεων που πραγματοποίησε η Yahoo!, το Γενικό Δικαστήριο επισημαίνει ότι δεν αποδεικνύεται ότι οι εν λόγω επενδύσεις ήταν παρόμοιες με εκείνες που πραγματοποίησε η Google.

527 Ούτως εχόντων των πραγμάτων, επισημαίνεται ότι, ανεξαρτήτως του αν και σε ποιο μέτρο το ύψος των επενδύσεων που πραγματοποίησε η Yahoo! ήταν συγκρίσιμο με το ύψος των επενδύσεων που πραγματοποίησε η Google, από την αιτιολογική σκέψη 401 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι το ύψος των επενδύσεων που πραγματοποίησε η Yahoo! ήταν, εν πάση περιπτώσει, σημαντικό. Επομένως, ορθώς η Επιτροπή απέρριψε, με την προσβαλλόμενη απόφαση, το επιχείρημα της Google ότι η Yahoo! δεν μπόρεσε να αποκτήσει πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς λόγω της ανεπάρκειας των επενδύσεών της και όχι λόγω της ρήτρας αποκλειστικότητας.

528 Εξάλλου, από τον πίνακα 8 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι το μερίδιο της Yahoo! στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις μειώθηκε σημαντικά στο διάστημα από το 2006 έως το 2008, ήτοι στην περίοδο κατά την οποία η ρήτρα αποκλειστικότητας περιλαμβανόταν στο υπόδειγμα της GSA.

529 Επομένως, ακόμη και αν θεωρηθεί ότι αποδεικνύεται ότι το ύψος των επενδύσεων που πραγματοποίησε η Yahoo! την εμπόδισε να αναπτύξει υπηρεσία διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εξίσου αποτελεσματική με εκείνη της AFS, η περίσταση αυτή δεν αρκεί για να αποδειχθεί ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους δεν είχε αποτρεπτικό αποτέλεσμα σε σχέση με αυτούς.

4) Επί της προτίμησης των εκδοτών που αφορά την προμήθεια διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις από έναν και μόνο μεσάζοντα κάθε φορά

530 Με την προσβαλλόμενη απόφαση, αφενός, η Επιτροπή εξέθεσε ότι, για τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, οι διαδικτυακές συμβάσεις δεν αποτελούσαν εναλλακτική δυνατότητα στις GSA. Συγκεκριμένα, βασιζόμενη, συναφώς, στις ακροάσεις ενώπιον της FTC, της 2ας και της 3ης Μαΐου 2012, των [*εμπιστευτικό*], που ήταν τότε [*εμπιστευτικό*] της Google, αντιστοίχως, καθώς και σε εσωτερικές οδηγίες της Google, η Επιτροπή έκρινε ότι οι διαδικτυακές συμβάσεις ήταν τυποποιημένες συμβάσεις οι οποίες δεν μπορούσαν να ανταποκριθούν στις «ιδιαίτερες ανάγκες» των εν λόγω άμεσων εταίρων.

531 Αφετέρου, η Επιτροπή επισήμανε ότι η εξέταση της συμπεριφοράς των διαδικτυακών εταίρων δεν ήταν λυσιτελής στο μέτρο που οι ανάγκες τους και οι ανάγκες των άμεσων εταίρων ήταν διαφορετικές. Εξ αυτού, η Επιτροπή συμπέρανε ότι η μελέτη που η Google προσκόμισε, στη διοικητική διαδικασία, κατά την οποία όλοι οι διαδικτυακοί εταίροι χρησιμοποιούσαν σχεδόν αποκλειστικά την AFS στους διαδικτυακούς τόπους που περιλαμβάνονταν στις διαδικτυακές συμβάσεις τους, παρά την απουσία της ρήτρας αποκλειστικότητας στις εν λόγω συμβάσεις, δεν ήταν κρίσιμη.

532 Η Google υποστηρίζει ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας δεν μπορούσε να συνεπάγεται αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά δεδομένου ότι η πλειονότητα των άμεσων εταίρων επιθυμούσε να προμηθεύεται διαφημίσεις από έναν και μόνο μεσάζοντα κάθε φορά. Συναφώς, αφενός, η Google βασίζεται στη μελέτη, που μνημονεύθηκε στη σκέψη 531 ανωτέρω, από την οποία προκύπτει ότι μόνο το [*εμπιστευτικό*] % των τομέων που αντιστοιχούν στους διαδικτυακούς τόπους των

διαδικτυακών εταίρων που παράγουν έσοδα εντός του EOX χρησιμοποιούσε συγχρόνως την AFS και τις υπηρεσίες της Yahoo! ή της Microsoft. Αφετέρου, η Google επισημαίνει ότι οι απαντήσεις των άμεσων εταίρων σε πλείονες αιτήσεις παροχής πληροφοριών της Επιτροπής επιβεβαιώνουν ότι, χωρίς τη ρήτρα αποκλειστικότητας, οι άμεσοι εταίροι θα επέλεγαν να προμηθεύονται διαφημίσεις από έναν και μόνο μεσάζοντα.

i) Επί της μελέτης που η Google προσκόμισε κατά τη διοικητική διαδικασία

533 Η Google υποστηρίζει, κατ' ουσίαν, ότι οι άμεσοι εταίροι, περιλαμβανομένων των άμεσων εταίρων που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, είχαν τη δυνατότητα να συνάψουν διαδικτυακές συμβάσεις και ότι, στην πράξη, συνήψαν τέτοιες συμβάσεις και, επομένως, οι εκδότες μπορούσαν να είναι συγχρόνως άμεσοι εταίροι και διαδικτυακοί εταίροι. Η Google επισημαίνει επιπλέον ότι οι «υποτιθέμενες διαφορές» μεταξύ των αναγκών των άμεσων εταίρων και των αναγκών των διαδικτυακών εταίρων, οι οποίες προσδιορίζονται με την προσβαλλόμενη απόφαση, δεν άσκησαν επιρροή στην επιλογή των τελευταίων να προμηθευτούν διαφημίσεις από έναν και μόνο μεσάζοντα κάθε φορά ή από πλείονες μεσάζοντες συγχρόνως. Επομένως, η Google εκτιμά ότι η συμπεριφορά των διαδικτυακών εταίρων ήταν κρίσιμη για την εκτίμηση της συμπεριφοράς που θα μπορούσαν να έχουν οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους χωρίς τη ρήτρα αποκλειστικότητας όσον αφορά τις περιόδους κατά τις οποίες οι εν λόγω άμεσοι εταίροι περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στις συναφθείσες GSA.

534 Η Surfboard υποστηρίζει ότι οι εκδότες μπορούσαν να συνάψουν διαδικτυακές συμβάσεις όσον αφορά διαδικτυακούς τόπους για τους οποίους δεν ήταν απαραίτητο η Google να πληροί συγκεκριμένες απαιτήσεις. Η Surfboard διευκρινίζει επιπλέον ότι, χάρη στη διαπραγμάτευση GSA, μπόρεσε να εξασφαλίσει όρους καλύτερους που εκείνους που προσφέρονταν δυνάμει διαδικτυακής σύμβασης.

535 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google και της Surfboard.

536 Συναφώς, από το παράρτημα Α.42 του δικογράφου της προσφυγής προκύπτει ότι σημαντικοί εκδότες, ορισμένοι εκ των οποίων ήταν άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους που προσδιορίστηκαν στην προσβαλλόμενη απόφαση, είχαν χρησιμοποιήσει GSA για ορισμένους από τους διαδικτυακούς τόπους και διαδικτυακές συμβάσεις για άλλους. Όπως επιβεβαίωσε κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, η Επιτροπή δεν αμφισβητεί το περιεχόμενο του εν λόγω παραρτήματος.

537 Εντούτοις, διαπιστώνεται, πρώτον, ότι καμία κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης δεν διαπιστώθηκε, με την προσβαλλόμενη απόφαση, όσον αφορά τους διαδικτυακούς εταίρους.

538 Δεύτερον, επισημαίνεται ότι, μολονότι στο παράρτημα Α.42 του δικογράφου της προσφυγής μνημονεύονται διαδικτυακοί τόποι, που ανήκουν σε σημαντικούς εκδότες, οι οποίοι περιλήφθηκαν σε διαδικτυακές συμβάσεις, εντούτοις, το εν λόγω παράρτημα δεν περιέχει καμία πληροφορία χάρη στην οποία μπορεί να προσδιοριστεί η αναλογία των εσόδων που παράγονται από τους συγκεκριμένους διαδικτυακούς τόπους από τη διαφήμιση στις διαδικτυακές αναζητήσεις προς τα έσοδα των διαδικτυακών τόπων των ίδιων εκδοτών που περιλαμβάνονταν σε GSA. Επιπλέον, στο ίδιο παράρτημα δεν προσδιορίζεται επίσης η διάρκεια για την οποία οι εν λόγω διαδικτυακοί τόποι περιλήφθηκαν σε διαδικτυακές συμβάσεις.

539 Τρίτον, από τις αιτιολογικές σκέψεις 76 και 371, σημεία 1 και 2, της προσβαλλόμενης απόφασης, το περιεχόμενο των οποίων δεν αμφισβήτησε η Google, προκύπτει ότι οι GSA αποτελούσαν αντικείμενο ατομικής διαπραγμάτευσης από κάθε εκδότη και προορίζονταν, κατ' αρχήν, για τους σημαντικότερους εκδότες οι οποίοι μπορούσαν να παραγάγουν αρκούντως υψηλό κύκλο εργασιών ώστε να δικαιολογούνται τα έξοδα της Google για το προσωπικό και τις ειδικές υπηρεσίες υποστήριξης προς τους άμεσους εταίρους. Επιπλέον, η Google υποστηρίζει ότι οι GSA προέβλεπαν καταμερισμό των εσόδων ευνοϊκότερο για τους εκδότες από τον καταμερισμό που προβλεπόταν στις διαδικτυακές συμβάσεις, οι οποίες ήταν τυποποιημένες και μη διαπραγματεύσιμες συμβάσεις. Ομοίως, η Surfboard υποστηρίζει ότι, χάρη στη σύναψη GSA, μπόρεσε να εξασφαλίσει όρους ευνοϊκότερους από τους προσφερόμενους από διαδικτυακή σύμβαση.

540 Υπό τις συνθήκες αυτές, αφενός, μολονότι, όπως υποστηρίζει η Google, κάθε εκδότης μπορούσε να συνάψει διαδικτυακή σύμβαση, η Google καθόριζε η ίδια τους εκδότες που μπορούσαν να συνάψουν GSA. Αφετέρου, όταν οι εκδότες είχαν την επιλογή να συνάψουν GSA ή διαδικτυακή σύμβαση, ήταν, κατ' αρχήν, προς το συμφέρον τους να συνάψουν GSA αντί διαδικτυακής σύμβασης.

541 Επομένως, ελλείψει συμπληρωματικών επεξηγήσεων εκ μέρους της Google, τα παραδείγματα που μνημονεύονται στο παράρτημα Α.42 του δικογράφου της προσφυγής και αφορούν άμεσους εταίρους που συνήψαν επίσης διαδικτυακή σύμβαση, σε συγκεκριμένο χρονικό σημείο και για ορισμένους από τους διαδικτυακούς τόπους τους, πρέπει να θεωρηθούν μεμονωμένα παραδείγματα τα οποία δεν αντικατοπτρίζουν κατ' ανάγκην τη συμπεριφορά των άμεσων εταίρων στο σύνολό τους.

542 Ως εκ τούτου, πρέπει να θεωρηθεί ότι οι άμεσοι εταίροι και οι διαδικτυακοί εταίροι συνιστούσαν, κατ' αρχήν, δύο διακριτές κατηγορίες εκδοτών και, επομένως, η συμπεριφορά των διαδικτυακών εταίρων δεν συνιστά αρκούντως αξιόπιστη ένδειξη προκειμένου να εξακριβωθεί αν οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους θα προμηθεύονταν διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνο από την Google χωρίς τη ρήτρα αποκλειστικότητας.

543 Επομένως, ορθώς η Επιτροπή έκρινε ότι η μελέτη που η Google προσκόμισε, στη διοικητική διαδικασία, δεν ήταν κρίσιμη.

ii) Επί των απαντήσεων των άμεσων εταίρων τις οποίες μνημόνευσε η Google

544 Η Google υποστηρίζει ότι πλείονες άμεσοι εταίροι δήλωσαν, απαντώντας σε αιτήσεις παροχής πληροφοριών της Επιτροπής, ότι δεν επιθυμούσαν να χρησιμοποιούν συγχρόνως ανταγωνιστικές υπηρεσίες διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Επ' αυτού, η Google διευκρινίζει ότι η Επιτροπή δεν υποστήριξε ότι οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους είχαν συμπεριφορά διαφορετική από εκείνη των λοιπών άμεσων εταίρων.

545 Η Surfboard υποστηρίζει ότι δεν υπήρχε εμπορικό συμφέρον προβολής, στην ίδια σελίδα, διαφημίσεων προερχόμενων από διαφορετικούς μεσάζοντες και ότι, ιστορικά, προτιμούσε να συνεργάζεται με έναν μόνο μεσάζοντα κάθε φορά. Συναφώς, η Surfboard διευκρινίζει ότι απαιτείται στενή συνεργασία μεταξύ, αφενός, του μεσάζοντα και, αφετέρου, του γραφείου σύνταξης και του επικεφαλής προϊόντος της Surfboard και ότι η ταυτόχρονη χρήση διαφορετικών υπηρεσιών μπορεί να αυξήσει τον κίνδυνο προβολής επαναλαμβανόμενων διαφημίσεων ή διαφημίσεων κακής ποιότητας. Εξάλλου, η Surfboard επισημαίνει επιπλέον ότι οι

περισσότεροι μεσάζοντες ζητούν αποκλειστικότητα για τον κατάλογο που εκμεταλλεύονται προκειμένου να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις των διαφημιζομένων. Επομένως, η ρήτρα αποκλειστικότητας δεν είναι απόρροια της ισχύος της Google στην αγορά, αλλά της βούλησης των διαφημιζομένων να επωφεληθούν ενός ποιοτικού καταλόγου.

546 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google και της Surfboard.

547 Κατά πρώτον, υπενθυμίζεται ότι η Επιτροπή διαπίστωσε το αποτρεπτικό αποτέλεσμα της ρήτρας αποκλειστικότητας μόνον σε σχέση με τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους. Κατά συνέπεια, μόνον οι απαντήσεις των εν λόγω άμεσων εταίρων είναι κρίσιμες προκειμένου να εξακριβωθεί αν οι συγκεκριμένοι άμεσοι εταίροι θα προμηθεύονταν διαφημίσεις από μεσάζοντες της Google στην περίοδο κατά την οποία περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στις GSA που συνήψαν. Η περίσταση, την οποία επισήμανε η Google, ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι οι εν λόγω άμεσοι εταίροι είχαν συμπεριφορά διαφορετική από τη συμπεριφορά των λοιπών άμεσων εταίρων είναι, συναφώς, άνευ σημασίας.

548 Κατά δεύτερον, πρώτον, επισημαίνεται, όπως υπογράμμισε και η Google, ότι η [*εμπιστευτικό*] δήλωσε, απαντώντας σε αίτηση παροχής πληροφοριών της Επιτροπής, ότι «είχε αποφασίσει να συνεργαστεί με έναν προμηθευτή για κάθε είδος διαφήμισης διότι δεν πιστεύει ότι η προσθήκη άλλου [μεσάζοντα] θα βελτιώσει το προϊόν [της] ή θα αυξήσει την απόσβεσή του».

549 Επομένως, η [*εμπιστευτικό*] δεν επιθυμούσε να προμηθευτεί διαφημίσεις συγχρόνως από διαφορετικούς μεσάζοντες. Η διαπίστωση αυτή δεν αναιρείται από το γεγονός, το οποίο προέβαλε η Επιτροπή και υπομνήσθηκε στη σκέψη 504 ανωτέρω, ότι η [*εμπιστευτικό*] αποδέχθηκε τη ρήτρα αποκλειστικότητας, διότι η Google έθεσε την εφαρμογή της «ως προϋπόθεση» για τη σύναψη της GSA.

550 Είναι αληθές ότι η Επιτροπή υποστηρίζει ότι η [*εμπιστευτικό*], η οποία είναι θυγατρική της [*εμπιστευτικό*], απάντησε ότι συνεργάζεται με πλείονες μεσάζοντες.

551 Εντούτοις, αφενός, διαπιστώνεται ότι η [*εμπιστευτικό*] διευκρίνισε ρητώς με την απάντησή της ότι οι εν λόγω μεσάζοντες είναι εταιρίες επικοινωνίας και όχι πάροχοι υπηρεσιών διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές διαφημίσεις. Αφετέρου, διαπιστώνεται ότι η [*εμπιστευτικό*] δήλωσε στην Επιτροπή ότι προμηθευόταν διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνο από την Google όσον αφορά τις κειμενικές διαφημίσεις, οι οποίες, όπως προκύπτει από την αιτιολογική σκέψη 137 της προσβαλλόμενης απόφασης, αντιστοιχούν «κατά κανόνα» στις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

552 Κατά συνέπεια, εν αντιθέσει προς όσα υποδηλώνει η Επιτροπή, η απάντηση της [*εμπιστευτικό*] δεν είναι ικανή να αποδείξει ότι οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους επιθυμούσαν να προμηθεύονται διαφημίσεις από πλείονες μεσάζοντες συγχρόνως.

553 Δεύτερον, επισημαίνεται, όπως υπογράμμισε και η Google, ότι η [*εμπιστευτικό*] δήλωσε, απαντώντας σε αίτηση παροχής πληροφοριών της Επιτροπής, ότι, «[σ]υνήθως, η επιλογή ενός και μόνο προμηθευτή ανά είδος συσκευής καθιστά δυνατή την εξασφάλιση καλύτερων οικονομικών όρων» και ότι, «[ε]ν πάση περιπτώσει, από εμπορικής απόψεως, δεν είναι λογικό να έχει κανείς πλείονες προμηθευτές διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις συγχρόνως στην ίδια σελίδα/και στο ίδιο είδος συσκευής».

554 Εν αντιθέσει προς όσα υποστηρίζει η Επιτροπή, το γεγονός ότι η [*εμπιστευτικό*] δήλωσε, κατ' ουσίαν, ότι ήταν από οικονομικής απόψεως σκοπιμότερο να προμηθεύεται διαφημίσεις, για κάθε διαδικτυακό τόπο, από έναν και μόνο μεσάζοντα επιβεβαιώνει ότι οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, οι οποίοι είχαν επιλέξει να περιλαμβάνουν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στις GSA, δεν θα προμηθεύονταν διαφημίσεις από άλλους μεσάζοντες για την κάλυψη μέρους των αναγκών τους χωρίς τη ρήτρα αποκλειστικότητας.

555 Τρίτον, επισημαίνεται ότι η Surfboard υποστηρίζει ότι δεν υπήρχε εμπορικό συμφέρον προβολής, στην ίδια σελίδα, διαφημίσεων προερχόμενων από διαφορετικούς μεσάζοντες και ότι, ιστορικά, προτιμούσε να συνεργάζεται με έναν μόνο μεσάζοντα κάθε φορά.

556 Εν αντιθέσει προς όσα υποστηρίζει η Επιτροπή, το γεγονός ότι άλλοι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, οι απαντήσεις των οποίων παρατίθενται στις αιτιολογικές σκέψεις 367 και 368 της προσβαλλόμενης απόφασης, αποθαρρύνθηκαν, λόγω της ρήτρας αποκλειστικότητας, να προμηθευτούν διαφημίσεις από άλλους μεσάζοντες δεν είναι ικανό να αποδείξει ότι η Surfboard θα προμηθευόταν διαφημίσεις από άλλους μεσάζοντες χωρίς την επίμαχη ρήτρα. Ομοίως, το γεγονός ότι η Google είχε συνάψει, με τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, GSA που περιείχαν τη ρήτρα αποκλειστικότητας και ότι τούτο συνιστούσε ένδειξη ότι η Google θεωρούσε ότι οι εν λόγω άμεσοι εταίροι είχαν εμπορικό συμφέρον να προμηθεύονται διαφημίσεις από άλλους μεσάζοντες δεν μπορεί να θέσει υπό αμφισβήτηση τους ισχυρισμούς της Surfboard.

557 Υπό τις συνθήκες αυτές, επισημαίνεται ότι η Google κατόρθωσε να αποδείξει ότι μόνον η [*εμπιστευτικό*], ο όμιλος [*εμπιστευτικό*] και η Surfboard προτιμούσαν να προμηθεύονται διαφημίσεις από έναν και μόνο μεσάζοντα κάθε φορά. Αντιθέτως, οι απαντήσεις τους δεν μπορούν να θέσουν υπό αμφισβήτηση τα παραδείγματα απαντήσεων άμεσων εταίρων που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους που περιέχονται στις αιτιολογικές σκέψεις 367 και 368 της προσβαλλόμενης απόφασης, τα οποία, όπως επισημάνθηκε στις σκέψεις 518 και 519 ανωτέρω, μπορούν να τεκμηριώσουν την εκτίμηση της Επιτροπής ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους εν λόγω άμεσους εταίρους, μπορεί να αποθάρρυνε τους εν λόγω άμεσους εταίρους να προμηθευτούν διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google για την κάλυψη μέρους τουλάχιστον των αναγκών τους.

5) Συμπέρασμα σχετικά με τον αποτρεπτικό χαρακτήρα της ρήτρας αποκλειστικότητας σε σχέση με τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους

558 Από το σύνολο των ανωτέρω παρατηρήσεων προκύπτει ότι, με την επιφύλαξη της εξέτασης του συνόλου των λοιπών κρίσιμων περιστάσεων και ιδίως του χρονικού διαστήματος κατά τη διάρκεια του οποίου εφαρμόστηκε η ρήτρα αποκλειστικότητας (βλ. σκέψη 562 κατωτέρω), ορθώς η Επιτροπή έκρινε ότι η εν λόγω ρήτρα, η οποία απαγόρευε στους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους να προβάλλουν ανταγωνιστικές διαφημίσεις στους διαδικτυακούς τόπους οι οποίοι περιλαμβάνονταν στις συναφθείσες GSA, μπορεί να αποθάρρυνε ορισμένους εξ αυτών να προμηθευτούν διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google για την κάλυψη μέρους τουλάχιστον των αναγκών τους.

559 Συγκεκριμένα, πρώτον, επισημαίνεται ότι, όπως μνημονεύθηκε στη σκέψη 518 ανωτέρω, ορθώς η Επιτροπή έλαβε υπόψη τα παραδείγματα απαντήσεων άμεσων εταίρων που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων οι οποίοι παρατίθενται στις αιτιολογικές σκέψεις 367 και 368 της

προσβαλλόμενης απόφασης ως στοιχεία ικανά να τεκμηριώσουν την εκτίμησή της ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους εν λόγω άμεσους εταίρους, μπορεί να τους αποθάρρυνε να προμηθευτούν διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google για την κάλυψη μέρους τουλάχιστον των αναγκών τους.

560 Δεύτερον, επισημαίνεται, όπως υπογράμμισε και η Επιτροπή στις αιτιολογικές σκέψεις 230, 276 και 364 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι τα μερίδια αγοράς της Google είχαν αυξηθεί στο διάστημα από το 2006 έως το 2016 στις περισσότερες σχετικές εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, καθώς και στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Επομένως, το 2016 η Google σχεδόν δεν είχε πλέον ανταγωνιστές στις εν λόγω αγορές. Επιπλέον, οι εν λόγω αγορές χαρακτηρίζονταν από την ύπαρξη σημαντικών εμποδίων στην είσοδο και στην επέκταση σε αυτές και από την απουσία αντισταθμιστικής αγοραστικής ισχύος των διαφημιζομένων και των εκδοτών. Ειδικότερα, οι οικονομίες κλίμακας και τα φαινόμενα δικτύου είχαν δυσχεράνει την εμφάνιση νέων ανταγωνιστών.

561 Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να θεωρηθεί ότι, εν αντιθέσει προς όσα ισχυρίζεται η Google, το γεγονός και μόνο ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, είχε συνέπειες στη συμπεριφορά ορισμένων μόνο από τους εν λόγω άμεσους εταίρους δεν αρκεί για να αποδείξει ότι η εν λόγω ρήτρα δεν ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό.

562 Ως εκ τούτου, πρέπει να θεωρηθεί ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, ήταν ικανή να έχει το αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά που διαπιστώθηκε με την προσβαλλόμενη απόφαση. Εντούτοις, όπως υπομνήσθηκε στις σκέψεις 389, 399 και 400 ανωτέρω, το αν η ως άνω ρήτρα είχε τέτοια ικανότητα εξαρτάται επίσης από την εξέταση του συνόλου των λοιπών κρίσιμων περιστάσεων και, ιδίως, του χρονικού διαστήματος κατά τη διάρκεια του οποίου οι εν λόγω άμεσοι εταίροι υποχρεούνταν, λαμβανομένης υπόψη της ως άνω ρήτρας, να προμηθεύονται διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνο από την Google για την κάλυψη του συνόλου ή σημαντικού μέρους των αναγκών τους, όπως άλλωστε ορθώς επισήμανε η Επιτροπή στην αιτιολογική σκέψη 364 της προσβαλλόμενης απόφασης.

β) Επί της αδυναμίας των μεσαζόντων ανταγωνιστών της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις

563 Με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή έκρινε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, είχε εμποδίσει τους ανταγωνιστές της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ. Συναφώς, πρώτον, η Επιτροπή επισήμανε ότι τα ακαθάριστα κέρδη που παρήγαν οι GSA αντιπροσώπευαν σημαντικό μερίδιο της εν λόγω αγοράς. Δεύτερον, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η Google περιλάμβανε συστηματικά τη ρήτρα αποκλειστικότητας στις GSA που παρήγαν τα μεγαλύτερα έσοδα. Τρίτον, η Επιτροπή παρατήρησε ότι ο αριθμός αναζητήσεων που πραγματοποιούνταν στους διαδικτυακούς τόπους που περιλαμβάνονταν στις GSA που συνήφθησαν με τους ως άνω άμεσους εταίρους ήταν σημαντικός σε σχέση με τον αριθμό αναζητήσεων που πραγματοποιούνταν μέσω των ανταγωνιστικών υπηρεσιών γενικής αναζήτησης. Τέταρτον, η Επιτροπή εκτίμησε ότι το χρονικό διάστημα κατά τη διάρκεια του οποίου η ρήτρα αποκλειστικότητας επέβαλλε στους εν λόγω άμεσους εταίρους την υποχρέωση να προμηθεύονται διαφημίσεις από την Google, για την κάλυψη του συνόλου ή σημαντικού

μέρους των αναγκών τους, ήταν μεγάλο. Πέμπτον, η Επιτροπή επισήμανε ότι το γεγονός ότι η επίμαχη ρήτρα εμπόδιζε τους ανταγωνιστές μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της εν λόγω αγοράς αντικατοπτριζόταν στην εξέλιξη των μεριδίων αγοράς της Google. Έκτον, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η εν λόγω ρήτρα εφαρμοζόταν σε ορισμένους από τους πιο πολυσύχναστους διαδικτυακούς τόπους εντός του ΕΟΧ. Έβδομον, η Επιτροπή έκρινε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με 69 άλλους άμεσους εταίρους, οι οποίοι δεν μπόρεσαν να επιβεβαιώσουν στην Επιτροπή αν περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων στους στις εν λόγω GSA, είχε εμποδίσει τους ανταγωνιστές μεσάζοντες να παράσχουν τις υπηρεσίες τους στους διαδικτυακούς τόπους που περιέχονταν στις εν λόγω GSA.

564 Πρώτον, η Google υποστηρίζει ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας δεν εφαρμοζόταν σε όλες τις μορφές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Δεύτερον, η Google αμφισβητεί την εκτίμηση σχετικά με την κάλυψη της αγοράς από τη ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους. Τρίτον, η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι δεν απέδειξε ότι η επίμαχη ρήτρα ήταν ικανή να εκτοπίσει από την αγορά έναν ανταγωνιστή εξίσου αποτελεσματικό με την ίδια. Τέταρτον, η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη τη δυνατότητα των άμεσων εταίρων που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους να προμηθεύονται διαφημίσεις από ανταγωνιστές μεσάζοντες στη λήξη καθεμίας από τις GSA και της ενδεχόμενης παράτασής τους καθώς και όταν είχε προβλεφθεί δικαίωμα μονομερούς καταγγελίας.

565 Καθένα από τα επιχειρήματα της Google πρέπει να εξετασθεί χωριστά.

1) Επί της εφαρμογής της ρήτρας αποκλειστικότητας σε ορισμένες μορφές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις

566 Η Google υποστηρίζει ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας δεν εμπόδιζε τους άμεσους εταίρους να προβάλλουν άλλες μορφές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, όπως τις «product listing ads» (διαφημίσεις καταχώρισης προϊόντων, στο εξής: PLA), καθώς και διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις.

567 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

568 Αφενός, από την αιτιολογική σκέψη 28 της προσβαλλόμενης απόφασης, το περιεχόμενο της οποίας δεν αμφισβητεί η Google, προκύπτει ότι οι PLA συνδέονται με τα εξειδικευμένα αποτελέσματα αναζητήσεων. Επισημαίνεται, όμως, ότι η Google δεν ισχυρίζεται, και κατά μείζονα λόγο δεν αποδεικνύει, μεταξύ άλλων στο πλαίσιο του πρώτου λόγου ακυρώσεως, ότι τα εξειδικευμένα αποτελέσματα αναζητήσεων και οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις ανήκουν στην ίδια αγορά. Επομένως, πρέπει να γίνει δεκτό ότι η Google δεν αποδεικνύει επίσης ότι οι υπηρεσίες διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις και οι υπηρεσίες που συνδέονται με τα εξειδικευμένα αποτελέσματα αναζητήσεων ανήκουν στην ίδια αγορά.

569 Εξάλλου, η Google δεν εξηγεί ποιες άλλες μορφές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, πέραν των PLA, μπορούσαν να προβάλλουν οι άμεσοι εταίροι και δεν απέδειξε ότι οι εν λόγω μορφές ανήκουν στην ίδια αγορά στην οποία ανήκουν οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

570 Αφετέρου, διαπιστώνεται περαιτέρω ότι, όπως προκύπτει από τη σκέψη 305 ανωτέρω, η Google δεν απέδειξε ότι τα δύο επίμαχα είδη διαφημίσεων, ήτοι οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις και οι διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις, ανήκουν στην ίδια αγορά και, επομένως, η Google δεν απέδειξε επίσης ότι οι υπηρεσίες διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις και οι υπηρεσίες διαφημιστικής διαμεσολάβησης που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις ανήκουν στην ίδια αγορά.

571 Ως εκ τούτου, διαπιστώνεται ότι το γεγονός ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, δεν εφαρμοζόταν σε ορισμένες μορφές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, περιλαμβανομένων των PLA, ούτε στις διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις, δεν μπορεί να θέσει υπό αμφισβήτηση το γεγονός ότι η εν λόγω ρήτρα εμπόδιζε τους ανταγωνιστές της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

2) Επί της κάλυψης της αγοράς από τη ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήπταν οι άμεσοι εταίροι για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους

572 Με την προσβαλλόμενη απόφαση, πρώτον, κατ’ αρχάς, η Επιτροπή εκτίμησε ότι, στο διάστημα από το 2006 έως το 2009, τα ακαθάριστα έσοδα που παρήγαγαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους αντιπροσώπευαν από [*εμπιστευτικό*] έως [*εμπιστευτικό*] % της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ. Η Επιτροπή διευκρίνισε, συναφώς, ότι οι GSA που συνήφθησαν με τις [*εμπιστευτικό*] (που ανήκαν στον όμιλο [*εμπιστευτικό*] και που συνιστούν, από κοινού, έναν από τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους που προσδιόρισε η Επιτροπή), την [*εμπιστευτικό*], την [*εμπιστευτικό*] και την [*εμπιστευτικό*] αντιπροσώπευαν, αφ’ εαυτών, από [*εμπιστευτικό*] έως [*εμπιστευτικό*] % της εν λόγω αγοράς. Εν συνεχεία, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι, στο διάστημα από το 2010 έως το 2012, τα ακαθάριστα έσοδα που παρήγαγαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους αντιπροσώπευαν από [*εμπιστευτικό*] έως [*εμπιστευτικό*] % της εν λόγω αγοράς και ότι τα ακαθάριστα έσοδα που παρήγαγαν οι GSA που περιείχαν τη ρήτρα τοποθέτησης είχαν αυξηθεί από [*εμπιστευτικό*] σε [*εμπιστευτικό*] % στην ίδια αγορά. Τέλος, η Επιτροπή επισήμανε ότι, στο διάστημα από το 2013 έως το 2015, τα ακαθάριστα έσοδα που παρήγαγαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους αντιπροσώπευαν τουλάχιστον [*εμπιστευτικό*] % της σχετικής αγοράς, όπως επιβεβαίωσε κατά την επ’ ακροατηρίου συζήτηση, και ότι τα ακαθάριστα έσοδα που παρήγαγαν οι GSA που περιείχαν τη ρήτρα τοποθέτησης αντιπροσώπευαν τουλάχιστον το [*εμπιστευτικό*] % της εν λόγω αγοράς.

573 Δεύτερον, η Επιτροπή έκρινε ότι η Google περιλάμβανε συστηματικά τη ρήτρα αποκλειστικότητας στις GSA που παρήγαν τα υψηλότερα έσοδα για αυτή. Συναφώς, η Επιτροπή επισήμανε ότι, στο διάστημα από το 2006 έως το 2009 και στο διάστημα από το 2010 έως το 2012, οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους αντιπροσώπευαν από [*εμπιστευτικό*] έως [*εμπιστευτικό*] % και από [*εμπιστευτικό*] έως [*εμπιστευτικό*] %, αντιστοίχως, των ακαθάριστων εσόδων που παρήγαγε το σύνολο το άμεσων εταίρων.

574 Τρίτον, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι, μολονότι, εντός του ΕΟΧ, ο αριθμός των διαδικτυακών αναζητήσεων που πραγματοποιήθηκαν στους διαδικτυακούς τόπους των άμεσων εταίρων που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους ήταν σημαντικός σε σχέση με τον

αριθμό των διαδικτυακών αναζητήσεων που πραγματοποιήθηκαν μέσω της υπηρεσίας γενικής αναζήτησης των ανταγωνιστών της Google, ήταν εντούτοις αμελητέος σε σχέση με τον αριθμό των διαδικτυακών αναζητήσεων που πραγματοποιήθηκαν μέσω της υπηρεσίας γενικής αναζήτησης της Google.

575 Τέταρτον, η Επιτροπή επισήμανε ότι, από την εξέλιξη του μεριδίου της Google στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ, προκύπτει ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, εμπόδισε την πρόσβαση ανταγωνιστών μεσαζόντων σε σημαντικό μερίδιο της εν λόγω αγοράς.

576 Πέμπτον, η Επιτροπή επισήμανε ότι, από μελέτη την οποία κοινοποίησε το 2011 και επικαιροποίησε το 2013 η Microsoft (στο εξής: μελέτη της Microsoft), η οποία είναι ένας από τους καταγγέλλοντες στην υπό κρίση υπόθεση, προκύπτει ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, εφαρμοζόταν σε ορισμένους από τους πιο πολυσύχναστους διαδικτυακούς τόπους. Ειδικότερα, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η Google παρείχε υπηρεσίες διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις σε [*εμπιστευτικό*] έως [*εμπιστευτικό*] % των ονομάτων τομέα με τις περισσότερες επισκέψεις στη Γερμανία, την Ισπανία, τη Γαλλία, την Ιταλία και το Ηνωμένο Βασίλειο το 2010.

577 Έκτον, η Επιτροπή υπενθύμισε ότι, στο διάστημα από το 2006 έως το 2009, η ρήτρα αποκλειστικότητας περιεχόταν επίσης στις GSA που συνήφθησαν με 69 άλλους άμεσους εταίρους οι οποίοι δεν μπόρεσαν να επιβεβαιώσουν ότι περιλάμβαναν κατά κανόνα, στις GSA που συνήψαν, το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους. Εξ αυτού η Επιτροπή συμπέρανε ότι η εν λόγω ρήτρα είχε εμποδίσει τους ανταγωνιστές της Google να παράσχουν υπηρεσίες διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές διαφημίσεις για τους διαδικτυακούς τόπους που περιλήφθηκαν στις εν λόγω GSA κατά τη διάρκεια της ανωτέρω περιόδου.

578 Η Google υποστηρίζει ότι η ανάλυση της κάλυψης της αγοράς από τη ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, βάσει του μεγέθους των εσόδων που παρήγαγαν οι εν λόγω GSA, δεν ήταν κρίσιμη προκειμένου να διαπιστωθεί ότι η εν λόγω ρήτρα αποκλειστικότητας είχε αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά. Επιπλέον, η Google προσάπτει στην Επιτροπή, πρώτον, ότι εκτίμησε ότι ορισμένοι από τους εν λόγω άμεσους εταίρους προμηθεύονταν διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνο από αυτή για την κάλυψη του συνόλου ή σημαντικού μέρους των αναγκών τους, δεύτερον, ότι έλαβε υπόψη τα έσοδα άμεσων εταίρων οι οποίοι δεν ήταν άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, τρίτον, ότι προέκρινε, σε σχέση με τη ρήτρα αποκλειστικότητας, μια προσέγγιση η οποία δεν ήταν συνεκτική με εκείνη που προκρίθηκε όσον αφορά τις ρήτρες τοποθέτησης και χορήγησης προηγούμενης άδειας, τέταρτον, ότι συνδύασε την κάλυψη της ρήτρας αποκλειστικότητας με την κάλυψη των ρητρών τοποθέτησης και χορήγησης προηγούμενης άδειας και, πέμπτον, ότι δεν εξακρίβωσε την κάλυψη των GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους για το 2016.

i) Επί της συνεκτίμησης των δεδομένων που είναι μεταγενέστερα της σύναψης των GSA για τον σκοπό του υπολογισμού του ποσοστού κάλυψης της ρήτρας αποκλειστικότητας

579 Η Google υποστηρίζει ότι οι άμεσοι εταίροι μπορούσαν να επιλέγουν ελεύθερα τους διαδικτυακούς τόπους που επιθυμούσαν να περιλάβουν στις GSA που συνήπταν. Επομένως, κατά την Google, η εκ των υστέρων ανάλυση του ποσοστού κάλυψης των εν λόγω GSA καταδεικνύει το αποτέλεσμα του υγιούς ανταγωνισμού, αλλά δεν αποδεικνύει το αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά της ρήτρας αποκλειστικότητας.

580 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

581 Επ' αυτού, υπενθυμίζεται, όπως υπογράμμισε και η Επιτροπή, ότι οι υποχρεώσεις αποκλειστικής προμήθειας έχουν ως σκοπό να αφαιρέσουν από τον αγοραστή τη δυνατότητα επιλογής του όσον αφορά τις πηγές εφοδιασμού του, ή να περιορίσουν τη δυνατότητα αυτήν, και να αποκλείσουν την είσοδο άλλων παραγωγών στην αγορά (πρβλ. απόφαση της 13ης Φεβρουαρίου 1979, Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής, 85/76, EU:C:1979:36, σκέψη 90).

582 Εν προκειμένω, επισημαίνεται, όπως υπομνήσθηκε στη σκέψη 414 ανωτέρω, ότι άμεσος εταίρος ο οποίος είχε επιλέξει να περιλάβει έναν από τους διαδικτυακούς τόπους του στην συναφθείσα GSA όφειλε κατ' ανάγκην να προμηθεύεται διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνον από την Google για την κάλυψη των αναγκών του σε υπηρεσίες διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις όσον αφορά τον συγκεκριμένο διαδικτυακό τόπο. Εν συνεχεία, όταν είχε επιλέξει να περιλάβει, στην GSA που συνήψε, το σύνολο των διαδικτυακών τόπων του, ο εκδότης έπρεπε κατ' ανάγκην, δυνάμει της ρήτρας αποκλειστικότητας, να προμηθεύεται διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνο από την Google για την κάλυψη του συνόλου των αναγκών του σε υπηρεσίες διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις κατά τη διάρκεια της εν λόγω GSA. Επομένως, οι ανταγωνιστές της Google στερήθηκαν τη δυνατότητα παροχής των υπηρεσιών τους στον εν λόγω εκδότη κατά τη συγκεκριμένη διάρκεια.

583 Υπό τις συνθήκες αυτές, επισημαίνεται ότι, εν αντιθέσει προς όσα ισχυρίζεται η Google, το γεγονός ότι τα έσοδα που παρήγαγαν οι GSA, στις οποίες οι άμεσοι εταίροι περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, αντιπροσώπευαν σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, μπορούσε να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά αντίθετο προς το άρθρο 102 ΣΛΕΕ σε σχέση με τους λοιπούς μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google, ακόμη και αν οι εν λόγω άμεσοι εταίροι είχαν αρχικώς επιλέξει οι ίδιοι τους διαδικτυακούς τόπους τους οποίους περιέλαβαν στις GSA που συνήψαν.

ii) Επί της συνεκτίμησης των εσόδων που παρήγαγαν οι GSA που συνήφθησαν με άμεσους εταίρους που ανήκαν στον ίδιο όμιλο με ορισμένους από τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους

584 Η Google υποστηρίζει ότι, ακόμη και αν γίνει δεκτό ότι οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους που προσδιορίζονται με την προσβαλλόμενη απόφαση προμηθεύονταν διαφημίσεις αποκλειστικά από την Google για την κάλυψη του συνόλου ή σημαντικού μέρους των αναγκών τους, η Επιτροπή υπέπεσε σε πλάνη λαμβάνοντας υπόψη όχι μόνο τα έσοδα που παρήγαγαν οι GSA που συνήφθησαν από τους εν λόγω άμεσους εταίρους, αλλά και τα έσοδα που παρήγαγαν συμβάσεις οι οποίες δεν περιείχαν τη ρήτρα αποκλειστικότητας, οι οποίες συνήφθησαν από άλλες οντότητες των ομίλων στους οποίους

ανήκαν οι εν λόγω άμεσοι εταίροι. Επομένως, κατά την Google, η Επιτροπή είχε αυξήσει τεχνητώς την κάλυψη της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους.

585 Για παράδειγμα, η Google επισημαίνει ότι, κατά την προσβαλλόμενη απόφαση, η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*], μολονότι ανήκαν στον όμιλο [*εμπιστευτικό*], συνιστούσαν διακριτούς άμεσους εταίρους που περιλαμβάνονταν στους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους. Εντούτοις, η Google διαπιστώνει ότι άλλες οντότητες του συγκεκριμένου ομίλου, περιλαμβανομένων της [*εμπιστευτικό*] και της [*εμπιστευτικό*], είχαν συνάψει συμβάσεις με την Google για την παροχή της AFS και ότι η Επιτροπή είχε λάβει υπόψη τα έσοδα που παρήγαγαν οι εν λόγω συμβάσεις για τον σκοπό του υπολογισμού των εσόδων που παρήγαγαν οι GSA που συνήφθησαν από τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους.

586 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

587 Συναφώς, επισημαίνεται, όπως υπογράμμισε και η Επιτροπή, ότι η Google δεν προσκομίζει κανένα στοιχείο προς στήριξη του ισχυρισμού της ότι με την προσβαλλόμενη απόφαση η Επιτροπή έλαβε υπόψη τα έσοδα που παρήγαγαν οι συμβάσεις που συνήφθησαν με την [*εμπιστευτικό*] και την [*εμπιστευτικό*] για τον σκοπό του υπολογισμού των εσόδων που παρήγαγε ο όμιλος [*εμπιστευτικό*].

588 Ειδικότερα, επισημαίνεται ότι, απαντώντας σε μέτρο οργανώσεως της διαδικασίας με το οποίο το Γενικό Δικαστήριο ζήτησε από την Google να προσκομίσει τις συμβάσεις που συνήψε με την [*εμπιστευτικό*] και την [*εμπιστευτικό*] σχετικά με την παροχή της AFS, η Google περιορίστηκε στο να δηλώσει ότι η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*] δεν είχαν συνάψει GSA με αυτήν. Εντούτοις, η Google δεν προσκόμισε την απόδειξη ότι η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*] είχαν όντως χρησιμοποιήσει την AFS μέσω, για παράδειγμα, διαδικτυακών συμβάσεων. Επομένως, η Google δεν απέδειξε ότι οι εν λόγω συμβάσεις είχαν παραγάγει έσοδα τα οποία εσφαλμένως η Επιτροπή έλαβε εν συνεχεία υπόψη για να εξακριβώσει το ποσοστό κάλυψης της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους.

589 Υπό τις συνθήκες αυτές, και στο μέτρο που η Google δεν παραθέτει άλλα παραδείγματα ικανά να αποδείξουν ότι η Επιτροπή έλαβε υπόψη στοιχεία σχετικά με τα έσοδα που παρήγαγαν οι συμβάσεις που συνήφθησαν με εκδότες οι οποίοι δεν ήταν άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, πρέπει να θεωρηθεί ότι η Google δεν μπορεί να προσάψει βασίμως στην Επιτροπή ότι έλαβε υπόψη τα έσοδα που παρήγαγαν οι εν λόγω συμβάσεις.

iii) Επί της συνεκτίμησης των GSA που περιείχαν ρήτρες τοποθέτησης και χορήγησης προηγούμενης άδειας

590 Η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι έλαβε υπόψη, για τον σκοπό της εκτίμησης των αποτελεσμάτων της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, τα έσοδα που παρήγαγαν οι GSA που περιείχαν τις ρήτρες τοποθέτησης και χορήγησης προηγούμενης άδειας, μεταξύ άλλων, επιπλέον, όταν οι άμεσοι εταίροι που είχαν συνάψει τις εν λόγω GSA δεν είχαν περιλάβει σε αυτές το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους.

– Επί της συνεκτίμησης των εσόδων που παρήγαγαν οι GSA που περιείχαν τις ρήτρες τοποθέτησης και χορήγησης προηγούμενης άδειας για τον σκοπό της εκτίμησης των αποτελεσμάτων εκτοπισμού από την αγορά της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους

591 Όπως προκύπτει από τη σκέψη 572 ανωτέρω, με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή έλαβε υπόψη τα ακαθάριστα έσοδα που παρήγαγαν οι GSA που περιείχαν τη ρήτρα τοποθέτησης για να κρίνει ότι τα ακαθάριστα έσοδα που παρήγαγαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους αντιπροσώπευαν σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

592 Η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι έλαβε υπόψη, για να διαπιστώσει το αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA, τα έσοδα που παρήγαγαν οι GSA που περιείχαν τις ρήτρες τοποθέτησης και χορήγησης προηγούμενης άδειας. Συναφώς, η Google διευκρινίζει ότι, στο μέτρο που η Επιτροπή προσδιόρισε, με την προσβαλλόμενη απόφαση, τρεις διακριτές παραβάσεις του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, προκύπτουσες από τη συμπερίληψη των τριών ρητρών αποκλειστικότητας, τοποθέτησης και χορήγησης προηγούμενης άδειας, αντιστοίχως, η Επιτροπή έπρεπε να λάβει υπόψη την ειδική κάλυψη καθεμίας από τις εν λόγω ρήτρες.

593 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

594 Πρώτον, διευκρινίζεται ότι, εν αντιθέσει προς όσα ισχυρίζεται η Google, η Επιτροπή δεν έλαβε ειδικώς υπόψη τα έσοδα που παρήγαγαν οι GSA που περιείχαν τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας, μολονότι δεν αμφισβητείται ότι, όπως επισημαίνεται στην αιτιολογική σκέψη 630, σημείο 4, της προσβαλλόμενης απόφασης, όλες οι GSA που περιείχαν τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας περιείχαν επίσης τη ρήτρα τοποθέτησης.

595 Δεύτερον, διαπιστώνεται ότι, όπως προκύπτει από τις σκέψεις 107 και 390 ανωτέρω, κατά την εκτίμηση των αποτελεσμάτων της ρήτρας αποκλειστικότητας, η Επιτροπή έπρεπε να λάβει υπόψη το σύνολο των περιστάσεων της συγκεκριμένης υπόθεσης και, ιδίως, το ποσοστό κάλυψης της αγοράς από τη ρήτρα αποκλειστικότητας (πρβλ. απόφαση της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής, C-413/14 P, EU:C:2017:632, σκέψη 139).

596 Επιπλέον, ο αποκλεισμός του ανταγωνισμού σε ουσιώδες μέρος της αγοράς από επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση δεν μπορεί να δικαιολογείται με την απόδειξη του ότι το ανοικτό στον ανταγωνισμό τμήμα της αγοράς εξακολουθεί να αρκεί για να δρα σε αυτό περιορισμένος αριθμός ανταγωνιστών. Αφενός, οι πελάτες που βρίσκονται στο κλειστό στον ανταγωνισμό τμήμα της αγοράς έπρεπε να έχουν τη δυνατότητα να επωφελούνται πλήρως από τις υφιστάμενες στην αγορά δυνατότητες ανταγωνισμού και οι ανταγωνιστές να μπορούν να ανταγωνίζονται αλλήλους με βάση το κριτήριο της απόδοσής τους στο σύνολο της αγοράς και όχι μόνο σε τμήμα της. Αφετέρου, ο ρόλος της επιχείρησης με δεσπόζουσα θέση δεν είναι να προσδιορίζει σε πόσους βιώσιμους ανταγωνιστές παρέχεται η δυνατότητα να την ανταγωνιστούν στο ανοικτό στον ανταγωνισμό τμήμα της ζήτησης (απόφαση της 19ης Απριλίου 2012, Tomra Systems κ.λπ. κατά Επιτροπής, C-549/10 P, EU:C:2012:221, σκέψη 42).

597 Στο πλαίσιο αυτό, προκειμένου να εξακριβώσει αν το ποσοστό κάλυψης της ρήτρας αποκλειστικότητας ήταν επαρκές, υπό τις περιστάσεις της συγκεκριμένης υπόθεσης, ώστε η εν λόγω ρήτρα να μπορεί να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά, η Επιτροπή έπρεπε

οπωσδήποτε να εξακριβώσει το μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις στο οποίο οι ανταγωνιστές της Google θα μπορούσαν έχουν πρόσβαση χωρίς την επίμαχη ρήτρα.

598 Αφενός, όμως, όπως επισημάνθηκε κατ' ουσίαν στις σκέψεις 78 έως 82 ανωτέρω, η Επιτροπή εκτίμησε ότι η ρήτρα τοποθέτησης ήταν ικανή να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά περιορίζοντας, τουλάχιστον σε κάποιον βαθμό, την ικανότητα των άμεσων εταίρων να προβάλλουν ανταγωνιστικές διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

599 Ειδικότερα, η Επιτροπή διαπίστωσε, στην αιτιολογική σκέψη 630 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι οι ρήτρες αποκλειστικότητας και τοποθέτησης ήταν συμπληρωματικές στο μέτρο που είχαν ως σκοπό να αποθαρρύνουν τους άμεσους εταίρους να προμηθεύονται ανταγωνιστικές διαφημίσεις και να εμποδίσουν τους μεσάζοντες που ανταγωνίζονταν την Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ. Στις αιτιολογικές σκέψεις 335, 467, στην αιτιολογική σκέψη 630, σημείο 2, καθώς και στις αιτιολογικές σκέψεις 712 και 718 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή υπενθύμισε επίσης ότι η ίδια η Google είχε χαρακτηρίσει τη ρήτρα τοποθέτησης ως ρήτρα ελαστικής αποκλειστικότητας. Συγκεκριμένα, η Επιτροπή εκτίμησε ότι η εν λόγω ρήτρα ήταν ικανή να περιορίσει το τμήμα της αγοράς στο οποίο η Google και οι ανταγωνιστές της μπορούσαν να ανταγωνίζονται μεταξύ τους.

600 Κατά συνέπεια, η ρήτρα τοποθέτησης ήταν, κατά την Επιτροπή, ικανή να περιορίσει το τμήμα της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις στο οποίο οι ανταγωνιστές της Google μπορούσαν να έχουν πρόσβαση.

601 Αφετέρου, από τις αιτιολογικές σκέψεις 89 και 335 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι η Google είχε αρχίσει, σταδιακά, να αντικαθιστά, από τον Μάρτιο του 2009, τη ρήτρα αποκλειστικότητας, μεταξύ άλλων, με τη ρήτρα τοποθέτησης στις GSA που συνήπτε, με αποτέλεσμα οι εν λόγω ρήτρες να κάλυψαν ενδεχομένως συγχρόνως διαφορετικά τμήματα της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις και να αλληλεπικαλύφθηκαν, τουλάχιστον εν μέρει, κατά το χρονικό διάστημα από τον Μάρτιο του 2009 έως την 31η Μαρτίου 2016.

602 Η άποψη της Google, όμως, κατά την οποία, κατ' ουσίαν, η Επιτροπή έπρεπε να εξετάσει την κάλυψη της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους και την κάλυψη της ρήτρας τοποθέτησης χωριστά τη μία από την άλλη, θα ισοδυναμούσε με τεχνητό διαχωρισμό της εξέτασης της κάλυψης της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις ανάλογα με τις προσαπτόμενες στην Google πρακτικές, παραβλέποντας το πραγματικό και νομικό πλαίσιο στο οποίο εντάσσονταν οι εν λόγω ρήτρες, το οποίο χαρακτηρίζεται, μεταξύ άλλων, από τη σταδιακή αντικατάσταση της ρήτρας αποκλειστικότητας με τη ρήτρα τοποθέτησης. Ειδικότερα, ο συγκεκριμένος διαχωρισμός θα είχε ως αριθμητική συνέπεια τη μείωση του ποσοστού κάλυψης της ρήτρας αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, κατά τα τελευταία έτη εφαρμογής της εν λόγω ρήτρας, χωρίς εντούτοις να λαμβάνεται υπόψη το γεγονός ότι, κατά τα ίδια έτη, η ρήτρα τοποθέτησης είχε ξεπεράσει ταχέως το μερίδιο της αγοράς που κάλυπτε η προμνησθείσα ρήτρα αποκλειστικότητας μετά την τροποποίηση του υποδείγματος της GSA τον Μάρτιο του 2009. Επομένως, ένας τέτοιος διαχωρισμός δεν θα αντικατόπτριζε την οικονομική πραγματικότητα της εν λόγω αγοράς στο διάστημα από το 2009 έως το 2016.

603 Υπό τις συνθήκες αυτές, και με την επιφύλαξη του ζητήματος που τίθεται στο πλαίσιο του τρίτου λόγου ακυρώσεως, ήτοι του αν η ρήτρα τοποθέτησης ήταν πραγματικά ικανή να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά αντίθετο προς το άρθρο 102 ΣΛΕΕ, δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε πλάνη περί το δίκαιο για τον λόγο και μόνο ότι έλαβε υπόψη την κάλυψη της ρήτρας τοποθέτησης προκειμένου να εξακριβώσει αν το ποσοστό κάλυψης της ρήτρας αποκλειστικότητας ήταν επαρκές για να εμποδίσει τους ανταγωνιστές της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

– Επί της συνεκτίμησης των εσόδων που παρήγαγαν οι GSA που περιείχαν τις ρήτρες τοποθέτησης και χορήγησης προηγούμενης άδειας, οι οποίες συνήφθησαν με άμεσους εταίρους που δεν περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στις εν λόγω GSA, για τον σκοπό της εκτίμησης των αποτελεσμάτων εκτοπισμού από την αγορά της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους

604 Στις αιτιολογικές σκέψεις 523 και 593 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή εξέθεσε ότι μείωσε σε 34 τον αριθμό των άμεσων εταίρων, για τους οποίους εκτίμησε ότι προμηθεύονταν διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνο από την Google για την κάλυψη του συνόλου ή σημαντικού μέρους των αναγκών τους, μολονότι 69 άλλοι άμεσοι εταίροι (οι οποίοι μνημονεύθηκαν στη σκέψη 563 ανωτέρω) είχαν περιλάβει τουλάχιστον ορισμένους από τους διαδικτυακούς τόπους τους, στους οποίους προβάλλονταν διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις, στις GSA που συνήψαν οι οποίες περιείχαν τη ρήτρα αποκλειστικότητας. Εξ αυτού η Επιτροπή συμπέρανε ότι η Google δεν μπορούσε να της προσάψει βασίμως ότι έλαβε υπόψη το σύνολο των GSA που περιείχαν τις ρήτρες τοποθέτησης και χορήγησης προηγούμενης άδειας και όχι μόνο τις GSA στις οποίες οι άμεσοι εταίροι περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους.

605 Η Google υποστηρίζει ότι η ανάλυση της Επιτροπής δεν είναι συνεκτική. Συγκεκριμένα, η Google διαπιστώνει ότι η Επιτροπή εκτίμησε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας αντιβαίνει στο άρθρο 102 ΣΛΕΕ μόνον στο μέτρο που περιέχεται στις GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, μολονότι οι ρήτρες τοποθέτησης και χορήγησης προηγούμενης άδειας θεωρήθηκαν αντίθετες προς την εν λόγω διάταξη εφόσον περιέχονταν σε οποιαδήποτε GSA. Επιπλέον, η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι έλαβε υπόψη, για τον σκοπό της εκτίμησης της κάλυψης της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, τα έσοδα που παρήγαγαν όλες οι GSA που περιείχαν τις ρήτρες τοποθέτησης και χορήγησης προηγούμενης άδειας, περιλαμβανομένων των GSA στις οποίες οι άμεσοι εταίροι δεν περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους.

606 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

607 Πρώτον, επισημαίνεται ότι από την αιτιολογική σκέψη 349 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι οι 69 άμεσοι εταίροι, στους οποίους η Επιτροπή παραπέμπει στις αιτιολογικές σκέψεις 523 και 593 της εν λόγω απόφασης, είναι εκείνοι οι οποίοι δεν ήταν σε θέση να επιβεβαιώσουν αν κατά κανόνα περιλαμβάνουν ή όχι στις GSA που συνάπτουν το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, στους οποίους προβάλλονται διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Πρόκειται, επομένως, για άμεσους εταίρους σε σχέση με τους οποίους η Επιτροπή δεν κατόρθωσε να αποδείξει, κατ' εφαρμογήν της νομολογίας που απορρέει από την απόφαση

της 13ης Φεβρουαρίου 1979, Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής (85/76, EU:C:1979:36), ότι προμηθεύονταν διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνο από την Google για την κάλυψη του συνόλου ή σημαντικού μέρους των αναγκών τους.

608 Ως εκ τούτου, μολονότι, στην αιτιολογική σκέψη 349 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή εξέθεσε ότι προέκρινε μια συνετή και ευνοϊκή για την Google προσέγγιση, τούτο συνέβη αποκλειστικά και μόνον διότι ο αριθμός των άμεσων εταίρων που θα μπορούσαν να προμηθευτούν διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνο από την Google για την κάλυψη του συνόλου ή σημαντικού μέρους των αναγκών τους ενδέχεται να ήταν μεγαλύτερος. Αντιθέτως, δεν προκύπτει από την ανωτέρω αιτιολογική σκέψη ότι η Επιτροπή μπορούσε να θεωρήσει ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας, η οποία περιεχόταν στις GSA στις οποίες οι άμεσοι εταίροι δεν περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, αντέβαινε στο άρθρο 102 ΣΛΕΕ κατ' εφαρμογήν της νομολογίας που απορρέει από την απόφαση της 13ης Φεβρουαρίου 1979, Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής (85/76, EU:C:1979:36).

609 Κατά συνέπεια, ανεξαρτήτως του αν η προσέγγιση της Επιτροπής ήταν «υπέρμετρα συνετή και ευνοϊκή για την Google», όπως επισημαίνει η Επιτροπή στο σημείο 49 του υπομνήματος αντικρούσεως, η Επιτροπή δεν θεώρησε, εν πάση περιπτώσει, ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους 69 άμεσους εταίρους που μνημονεύθηκαν στη σκέψη 607 ανωτέρω, αντέβαινε στο άρθρο 102 ΣΛΕΕ.

610 Δεύτερον, επισημαίνεται, όπως υπογράμμισε και η Επιτροπή στην αιτιολογική σκέψη 455 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι οι ρήτρες τοποθέτησης και χορήγησης προηγούμενης άδειας ήταν λιγότερο δεσμευτικές από τη ρήτρα αποκλειστικότητας για τους άμεσους εταίρους στο μέτρο που επέτρεπαν στους άμεσους εταίρους, τουλάχιστον σε κάποιον βαθμό, να χρησιμοποιούν συγχρόνως την AFS και μια ανταγωνιστική υπηρεσία διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις αναζητήσεις στους διαδικτυακούς τόπους που περιλαμβάνονταν στις GSA που συνήψαν. Εξάλλου, στις αιτιολογικές σκέψεις 335, 467, στην αιτιολογική σκέψη 630, σημείο 2, καθώς και στις αιτιολογικές σκέψεις 712 και 718 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή υπενθύμισε δήλωση της Google η οποία χαρακτήρισε τη ρήτρα τοποθέτησης ως ρήτρα ελαστικής αποκλειστικότητας.

611 Υπό τις συνθήκες αυτές, επισημαίνεται, όπως υπογράμμισε και η Google, ότι είναι αληθές ότι υπάρχει κάποια ασυμμετρία στην προσβαλλόμενη απόφαση, καθόσον η Επιτροπή εκτίμησε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας αντέβαινε στο άρθρο 102 ΣΛΕΕ μόνο στο μέτρο που περιλαμβανόταν στις GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, μολονότι θεώρησε ότι οι ρήτρες τοποθέτησης και χορήγησης προηγούμενης άδειας ήταν αντίθετες προς την ίδια διάταξη εφόσον εφαρμόζονταν στο σύνολο των άμεσων εταίρων οι GSA των οποίων περιείχαν τέτοιες ρήτρες.

612 Επισημαίνεται, εντούτοις, ότι, προκειμένου να εξακριβώσει αν η ρήτρα αποκλειστικότητας αντέβαινε στο άρθρο 102 ΣΛΕΕ, η Επιτροπή δεν υποχρεούνταν να αποδείξει ότι η εν λόγω ρήτρα επέβαλλε όντως στους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους την υποχρέωση να προμηθεύονται διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνο από την Google για την κάλυψη του συνόλου ή σημαντικού μέρους των αναγκών τους κατά την έννοια της νομολογίας που απορρέει από την απόφαση της 13ης Φεβρουαρίου 1979, Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής (85/76, EU:C:1979:36).

613 Συγκεκριμένα, κατά τη νομολογία που υπομνήσθηκε στη σκέψη 108 ανωτέρω, η Επιτροπή μπορούσε να αρκεστεί να αποδείξει ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας ήταν ικανή να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά.

614 Προς τούτο, η Επιτροπή έπρεπε να λάβει υπόψη το σύνολο των περιστάσεων της συγκεκριμένης υπόθεσης, κατά τη νομολογία που υπομνήσθηκε στη σκέψη 595 ανωτέρω. Προκειμένου, όμως, να εξακριβώσει αν το ποσοστό κάλυψης της ρήτρας αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, επαρκούσε για να είναι ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό, η Επιτροπή μπορούσε να λάβει υπόψη, ως κρίσιμη περίσταση, το γεγονός ότι το μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις που δεν καλυπτόταν από την εν λόγω ρήτρα καλυπτόταν εν μέρει από τη ρήτρα τοποθέτησης, με αποτέλεσμα να περιορίζονται οι δυνατότητες πρόσβασης των μεσαζόντων ανταγωνιστών της Google στην εν λόγω αγορά.

615 Υπό τις συνθήκες αυτές, επισημαίνεται ότι η περίσταση ότι η Επιτροπή εκτίμησε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας αντέβαινε στο άρθρο 102 ΣΛΕΕ μόνο στο μέτρο που περιλαμβανόταν στις GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους δεν ήταν ικανή να εμποδίσει την Επιτροπή να θεωρήσει ότι οι ρήτρες τοποθέτησης και χορήγησης προηγούμενης άδειας ήταν επίσης αντίθετες προς την εν λόγω διάταξη όταν εφαρμόζονταν στο σύνολο των άμεσων εταίρων οι GSA των οποίων περιείχαν τέτοιες ρήτρες.

616 Κατά συνέπεια, αφενός, δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι η προσβαλλόμενη απόφαση είναι αντιφατική για τον λόγο και μόνο ότι η Επιτροπή εκτίμησε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας αντέβαινε στο άρθρο 102 ΣΛΕΕ μόνο στο μέτρο που η εν λόγω ρήτρα περιλαμβανόταν στις GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, μολονότι θεώρησε ότι οι ρήτρες τοποθέτησης και χορήγησης προηγούμενης άδειας ήταν αντίθετες προς την εν λόγω διάταξη όταν εφαρμόζονταν στο σύνολο των άμεσων εταίρων οι GSA των οποίων περιείχαν τέτοιες ρήτρες.

617 Αφετέρου, με την επιφύλαξη του ζητήματος που τίθεται στο πλαίσιο του τρίτου λόγου ακυρώσεως, ήτοι του αν η ρήτρα τοποθέτησης ήταν πραγματικά ικανή να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά αντίθετο προς το άρθρο 102 ΣΛΕΕ, πρέπει να γίνει δεκτό ότι αβασίμως η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε πλάνη λαμβάνοντας υπόψη τις GSA που περιλάμβαναν τη ρήτρα τοποθέτησης, περιλαμβανομένων των GSA στις οποίες οι άμεσοι εταίροι δεν είχαν περιλάβει το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, προκειμένου να εκτιμήσει τη σπουδαιότητα του ποσοστού κάλυψης της ρήτρας αποκλειστικότητας.

iv) Επί της συνεκτίμησης άμεσων εταίρων που δεν είχαν περιλάβει το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στις GSA που συνήψαν οι οποίες περιείχαν τη ρήτρα αποκλειστικότητας για τον σκοπό του υπολογισμού του ποσοστού κάλυψης της εν λόγω ρήτρας

618 Η Google αμφισβητεί τον χαρακτηρισμό, από την Επιτροπή, ορισμένων επιχειρήσεων ως «άμεσων εταίρων που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους». Η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, οι οποίοι προσδιορίζονται στην προσβαλλόμενη απόφαση, είχαν περιλάβει το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στις συναφθείσες GSA και ότι, κατά συνέπεια, προμηθεύονταν διαφημίσεις αποκλειστικά από την Google για την κάλυψη του συνόλου ή σημαντικού μέρους των αναγκών τους. Εξ αυτού η Google συμπεραίνει ότι η Επιτροπή υπερεκτίμησε τα έσοδα που παρήγαγαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους που προμηθεύονταν διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνον από την Google για την

κάλυψη του συνόλου ή σημαντικού μέρους των αναγκών τους. Εξάλλου, η Google υποστηρίζει ότι, ακόμη και βασιζόμενη στα στοιχεία που περιέχονται στην προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή έπρεπε να λάβει υπόψη το ότι σημαντικό μέρος των εσόδων, εντός του ΕΟΧ, των υπηρεσιών διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις παρέμενε «διαθέσιμο» για τους λοιπούς μεσάζοντες.

619 Επισημαίνεται ότι, στην αιτιολογική σκέψη 395 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή εκτίμησε ότι δεν ήταν κρίσιμο το κατά πόσον «σημαντικά» έσοδα, παραγόμενα εντός του ΕΟΧ από τις υπηρεσίες διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, παρέμεναν «διαθέσιμα» για τους ανταγωνιστές της Google. Συγκεκριμένα, η Επιτροπή εκτίμησε ότι αρκούσε τα ακαθάριστα έσοδα τα οποία παρήγαγαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους να εκπροσωπούσαν σημαντικό μερίδιο της αγοράς των εν λόγω υπηρεσιών στο διάστημα από το 2006 έως το 2015.

620 Πρώτον, επισημαίνεται ότι, εν αντιθέσει προς όσα υποστηρίζει η Google, το τμήμα της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, το οποίο δεν καλυπτόταν από τη ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, δεν παρέμεινε κατ' ανάγκην «διαθέσιμο» για τους ανταγωνιστές της Google. Συγκεκριμένα, επισημαίνεται ότι, όπως διαπίστωσε η Επιτροπή με την προσβαλλόμενη απόφαση, από τον Μάρτιο του 2009, το συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς καλυπτόταν εν μέρει από τη ρήτρα τοποθέτησης, η οποία αντικατέστησε προοδευτικά, από τη συγκεκριμένη ημερομηνία, τη ρήτρα αποκλειστικότητας. Όπως προκύπτει, όμως, από τη σκέψη 598 ανωτέρω και τη σκέψη 767 κατωτέρω, η ρήτρα τοποθέτησης επιφύλασσε τις πιο ευδιάκριτες θέσεις των σελίδων αποτελεσμάτων στις διαφημίσεις της Google.

621 Δεύτερον, διαπιστώνεται ότι, όπως υπομνήσθηκε στη σκέψη 596 ανωτέρω, ο αποκλεισμός του ανταγωνισμού σε ουσιώδες μέρος της αγοράς από επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση δεν μπορεί να δικαιολογείται με την απόδειξη του ότι το ανοικτό στον ανταγωνισμό τμήμα της αγοράς εξακολουθεί να επαρκεί ώστε να δρα σε αυτό περιορισμένος αριθμός ανταγωνιστών.

622 Ως εκ τούτου, όπως υποστηρίζει η Επιτροπή, το γεγονός ότι σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις καλυπτόταν από τη ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους μπορούσε, κατ' αρχήν, να επαρκεί για την παραγωγή αποτελέσματος εκτοπισμού από την αγορά.

623 Συναφώς, στον πίνακα 13 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι το ποσοστό κάλυψης της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με το σύνολο των άμεσων εταίρων για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους που προσδιορίζονται στην εν λόγω απόφαση είχε ως εξής:

Έτος	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Κάλυψη	[*εμπισ-εμπιστευ-τικό*] %	[*εμπισ-εμπιστευ-τικό*] %	[*εμπισ-εμπιστευ-τικό*] %	[*εμπισ-εμπιστευ-τικό*] %	[*εμπισ-εμπιστευ-τικό*] %	[*εμπισ-εμπιστευ-τικό*] %	[*εμπισ-εμπιστευ-τικό*] %

624 Όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 450 ανωτέρω, η Google και η Surfboard υποστηρίζουν ότι ένδεκα από τους 34 άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους που προσδιορίζονται στην προσβαλλόμενη απόφαση δεν προμηθεύονταν διαφημίσεις

αποκλειστικά και μόνο από την Google για την κάλυψη σημαντικού τουλάχιστον μέρους των αναγκών τους. Πρόκειται για την [*εμπιστευτικό*], την [*εμπιστευτικό*], την [*εμπιστευτικό*], την [*εμπιστευτικό*], την [*εμπιστευτικό*], την [*εμπιστευτικό*], τη Surfboard, την [*εμπιστευτικό*], την [*εμπιστευτικό*], την [*εμπιστευτικό*] και την [*εμπιστευτικό*].

625 Για λόγους οικονομίας της δίκης, το Γενικό Δικαστήριο διαπιστώνει ότι, στην ευνοϊκότερη για την Google περίπτωση, ήτοι εκείνη στην οποία γίνεται δεκτό ότι θα πρέπει να αφαιρεθεί από το ποσοστό κάλυψης που διαπιστώνεται στην προσβαλλόμενη απόφαση το ποσοστό κάλυψης που αντιστοιχεί στις GSA που συνήφθησαν με τους ένδεκα άμεσους εταίρους που προσδιόρισαν η Google και η Surfboard, από τον πίνακα 13 της προσβαλλόμενης απόφασης θα προέκυπτε ότι το ποσοστό κάλυψης της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους λοιπούς άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους που προσδιορίζονται στην προσβαλλόμενη απόφαση θα είχε ως εξής:

Έτος	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Κάλυψη	[*εμπισ-εμπιστευ-τικό*] %	[*εμπισ-εμπιστευ-τικό*] %	[*εμπισ-εμπιστευ-τικό*] %	[*εμπισ-εμπιστευ-τικό*] %	[*εμπισ-εμπιστευ-τικό*] %	[*εμπισ-εμπιστευ-τικό*] %	[*εμπισ-εμπιστευ-τικό*] %

626 Συναφώς, διαπιστώνεται ότι, στην ως άνω ευνοϊκότερη για την Google περίπτωση, το σχετικά χαμηλό ποσοστό κάλυψης της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, ιδίως από το 2010, προκύπτει, λαμβανομένων υπόψη των παρατηρήσεων που εκτέθηκαν στη σκέψη 601 ανωτέρω, ιδίως από τη σταδιακή αντικατάσταση, στις GSA, της ρήτρας αποκλειστικότητας με τη ρήτρα τοποθέτησης, μετά την τροποποίηση του υποδείγματος GSA τον Μάρτιο του 2009.

627 Επιπλέον, δεν αμφισβητείται ότι τα ακαθάριστα έσοδα τα οποία παρήγαγαν οι GSA που περιείχαν τη ρήτρα τοποθέτησης, η οποία περιλήφθηκε στις GSA μόλις τον Μάρτιο του 2009, αντιπροσώπευαν από [*εμπιστευτικό*] έως [*εμπιστευτικό*] % της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ στο διάστημα από το 2009 έως το 2015.

628 Συναφώς, στον πίνακα 25 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι το συνδυασμένο ποσοστό κάλυψης, αφενός, της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με το σύνολο των άμεσων εταίρων για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους που προσδιορίζονται στην εν λόγω απόφαση και, αφετέρου, της ρήτρας τοποθέτησης είχε ως εξής:

Έτος	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Συν-δυασ-μένη κάλυψη	[*εμπισ-εμπιστευ-τικό*] %	[*εμπισ-εμπιστευ-τικό*] %	[*εμπισ-εμπιστευ-τικό*] %	[*εμπισ-εμπιστευ-τικό*] %	[*εμπισ-εμπιστευ-τικό*] %	[*εμπισ-εμπιστευ-τικό*] %	[*εμπισ-εμπιστευ-τικό*] %

629 Εντούτοις, βάσει της ευνοϊκότερης για την Google περίπτωσης, ήτοι εκείνης στην οποία το ποσοστό κάλυψης της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους που προσδιορίζονται στην προσβαλλόμενη απόφαση θα ήταν, στο διάστημα από το 2006 έως 2012, αυτό που επισημαίνεται στη σκέψη 625 ανωτέρω και θα ήταν μηδενικό στο διάστημα από το 2013 έως το

2015, ενδεχόμενο το οποίο δεν υποστήριξε, πάντως, η Google, από τον πίνακα 24 της προσβαλλόμενης απόφασης θα προέκυπτε ότι το ποσοστό κάλυψης της ρήτρας τοποθέτησης, σε συνδυασμό με το ποσοστό κάλυψης της ρήτρας αποκλειστικότητας, θα είχε ως εξής:

Έτος	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Συνδυασμένη κάλυψη	[*εμπισ-εμπιστευτικό*] %	[*εμπισ-εμπιστευτικό*] %	[*εμπισ-εμπιστευτικό*] %	[*εμπισ-εμπιστευτικό*] %	[*εμπισ-εμπιστευτικό*] %	[*εμπισ-εμπιστευτικό*] %	[*εμπισ-εμπιστευτικό*] %

630 Κατά συνέπεια, ακόμη και βάσει των ευνοϊκότερων για την Google στοιχείων, αφενός, στο χρονικό διάστημα που προηγήθηκε της εισαγωγής της ρήτρας τοποθέτησης στις GSA, ήτοι το διάστημα από το 2006 έως το 2008, το ποσοστό κάλυψης της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA στις οποίες οι άμεσοι εταίροι περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, κυμάνθηκε μεταξύ [*εμπιστευτικό*] %, το 2007, και [*εμπιστευτικό*] %, το 2008. Αφετέρου, κατά το διάστημα εφαρμογής της ρήτρας τοποθέτησης, ήτοι από το 2009 έως το 2015, το συνδυασμένο ποσοστό κάλυψης των δύο επίμαχων ρητρών κυμάνθηκε μεταξύ [*εμπιστευτικό*] %, το 2009, και [*εμπιστευτικό*] %, το 2012.

631 Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να θεωρηθεί ότι, ακόμη και στην ευνοϊκότερη για την Google περίπτωση, το συνδυασμένο ποσοστό κάλυψης, αφενός, της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA στις οποίες οι άμεσοι εταίροι περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους και, αφετέρου, της ρήτρας τοποθέτησης μπορούσε να αρκεί ώστε οι εν λόγω ρήτρες να είναι ικανές να παραγάγουν αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά στο διάστημα από το 2006 έως το 2015.

632 Κατά συνέπεια, η Google δεν μπορεί να υποστηρίξει βασίμως ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA στις οποίες οι άμεσοι εταίροι περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, δεν ήταν ικανή να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά, για τον λόγο και μόνον ότι σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις δεν καλυπτόταν από τις εν λόγω ρήτρες στο διάστημα από το 2006 έως το 2015.

ν) Επί των εσόδων που παρήγαγαν το 2016 οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους

633 Η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι δεν αξιολόγησε την κάλυψη της ρήτρας αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, καθώς και την κάλυψη της ρήτρας τοποθέτησης και της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας για το 2016.

634 Αφενός, η Επιτροπή υποστηρίζει ότι από τις αιτιολογικές σκέψεις 388 και 457 και από τον πίνακα 15 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι η [*εμπιστευτικό*], ένας από τους τρεις σημαντικότερους άμεσους εταίρους εκ των 34 άμεσων εταίρων που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους οι οποίοι προσδιορίζονται στην προσβαλλόμενη απόφαση, παρέμεινε συμβαλλόμενος σε GSA που περιείχε ρήτρα αποκλειστικότητας έως την 31η Μαρτίου 2016. Αφετέρου, η Επιτροπή επισημαίνει ότι από τις αιτιολογικές σκέψεις 99 έως 106, 564 και 633 της εν λόγω απόφασης προκύπτει ότι η Google ενημέρωσε, στις 6 Σεπτεμβρίου 2016, τον τελευταίο άμεσο εταίρο για την απόφασή της να παραιτηθεί από την εφαρμογή της ρήτρας

τοποθέτησης. Η Επιτροπή επισημαίνει επιπλέον ότι ορισμένοι άμεσοι εταίροι, περιλαμβανομένων σημαντικών άμεσων εταίρων, ήταν συμβαλλόμενοι σε GSA που περιείχε την εν λόγω ρήτρα έως τις 3 Ιουνίου 2016.

635 Συναφώς, υπενθυμίζεται, όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 594 ανωτέρω, ότι η Επιτροπή δεν έλαβε ειδικώς υπόψη τα έσοδα τα οποία παρήγαγαν οι GSA που περιείχαν τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας, στο πλαίσιο της εκτίμησης της κάλυψης της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, μολονότι δεν αμφισβητείται ότι, όπως εκθέτει η Google, όλες οι GSA που περιείχαν τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας περιείχαν επίσης τη ρήτρα τοποθέτησης.

636 Αντιθέτως, επισημαίνεται, όπως υπογράμμισε και η Google, ότι, με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή δεν προσδιορίζει, αφενός, το μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις που καλυπτόταν από τη ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους και, αφετέρου, το μερίδιο της ίδιας αγοράς που καλυπτόταν από τη ρήτρα τοποθέτησης, για το 2016, μολονότι η Επιτροπή εκτίμησε ότι καθεμία από τις ανωτέρω ρήτρες συνιστούσε κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης έως την 31η Μαρτίου 2016 και έως τις 6 Σεπτεμβρίου 2016, αντιστοίχως.

– Επί της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους

637 Όσον αφορά τη ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, διαπιστώνεται ότι η Επιτροπή παραπέμπει απλώς και μόνο στις αιτιολογικές σκέψεις της προσβαλλόμενης απόφασης, από τις οποίες προκύπτει ότι η τελευταία GSA που περιείχε την εν λόγω ρήτρα και στην οποία ένας εκ των εν λόγω άμεσων εταίρων, ήτοι η [*εμπιστευτικό*], περιλάμβανε κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων του, είχε λήξει την 31η Μαρτίου 2016.

638 Εντούτοις, μολονότι η Επιτροπή υποστηρίζει, με το υπόμνημα αντικρούσεως, ότι η [*εμπιστευτικό*] ήταν «ένας από τους τρεις σημαντικότερους [άμεσους εταίρους]» εκ των άμεσων εταίρων που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, αρκεί να επισημανθεί ότι, με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή δεν παρέθεσε στοιχεία βάσει των οποίων μπορούσε να εκτιμηθεί η σπουδαιότητα των εσόδων που παρήγαγε η επίμαχη GSA που συνήφθη με τον συγκεκριμένο άμεσο εταίρο ειδικώς για το 2016. Ειδικότερα, η Επιτροπή αρκέστηκε να διευκρινίσει ότι οι διαδικτυακοί τόποι της [*εμπιστευτικό*] αντιπροσώπευαν, κατά μέσο όρο, το [*εμπιστευτικό*] % των ακαθάριστων εσόδων που η Google παρήγαγε στην αγορά υπηρεσιών διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ στο διάστημα από το 2006 έως το 2012, μολονότι επισήμανε, εξάλλου, ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας εφαρμόστηκε στους εν λόγω διαδικτυακούς τόπους στο διάστημα από τις 15 Μαΐου 2003 έως την 31η Μαρτίου 2016.

639 Υπό τις συνθήκες αυτές, δεδομένου ότι η Επιτροπή δεν προσδιόρισε κανέναν άλλον άμεσο εταίρο, πέραν της [*εμπιστευτικό*], ο οποίος περιλάμβανε κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων σε GSA που περιείχε τη ρήτρα αποκλειστικότητας κατά τη διάρκεια της περιόδου από την 1η Ιανουαρίου έως την 31η Μαρτίου 2016, διαπιστώνεται ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε επίσης ότι, λόγω της κάλυψής της, η εν λόγω ρήτρα μπορούσε να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά κατά τη διάρκεια της ίδιας περιόδου, ανεξαρτήτως του αν, όπως υποστηρίζει η Google, η συγκεκριμένη ρήτρα, με τη διατύπωση που είχε στις GSA που μνημονεύθηκαν στην αιτιολογική

σκέψη 348 της προσβαλλόμενης απόφασης, είχε επιβάλει στην [*εμπιστευτικό*] την υποχρέωση να προμηθεύεται διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνο από την Google για την κάλυψη του συνόλου ή σημαντικού μέρους των αναγκών της.

– *Επί της ρήτρας τοποθέτησης*

640 Όσον αφορά τη ρήτρα τοποθέτησης, επισημαίνεται ότι η Επιτροπή αρκέστηκε να διαπιστώσει, με την προσβαλλόμενη απόφαση, ότι η Google την είχε ενημερώσει, αφενός, στις 28 Μαΐου 2016, ότι προτίθετο να τροποποιήσει την εν λόγω ρήτρα και, αφετέρου, στις 9 Σεπτεμβρίου 2016, ότι είχε αποστείλει [*εμπιστευτικό*] επιστολές στο σύνολο των άμεσων εταίρων συναφώς. Εντούτοις, η Επιτροπή δεν εξέθεσε, με την εν λόγω απόφαση, στοιχεία βάσει των οποίων μπορούσε να εκτιμηθεί η σπουδαιότητα της κάλυψης των GSA που περιείχαν την επίμαχη ρήτρα για το 2016. Επ' αυτού, διαπιστώνεται ότι ο ισχυρισμός της Επιτροπής, ο οποίος προβλήθηκε με το υπόμνημα αντικρούσεως, ότι εννέα άμεσοι εταίροι δεσμεύονταν ακόμη από τέτοιες GSA έως τις 3 Ιουνίου 2016, δεν είναι ικανός να αναιρέσει την ανωτέρω διαπίστωση.

641 Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να θεωρηθεί ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι οι ρήτρες αποκλειστικότητας και τοποθέτησης μπορούσαν να εμποδίσουν τους μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ το 2016.

vi) Επί της κίνησης των διαδικτυακών τόπων που καλύπτονται από τη ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους

642 Η Google υποστηρίζει ότι η μελέτη της Microsoft, η οποία μνημονεύεται στη σκέψη 576 ανωτέρω, δεν καθιστά δυνατή την εκτίμηση των αποτελεσμάτων της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, στο μέτρο που, αφενός, η συγκεκριμένη ρήτρα δεν εφαρμοζόταν σε ορισμένους διαδικτυακούς τόπους οι οποίοι προσδιορίζονται στην εν λόγω μελέτη και, αφετέρου, η εξεταζόμενη περίοδος και ο αριθμός κρατών μελών ήταν περιορισμένοι. Επιπλέον, η Google υποστηρίζει ότι ο αριθμός επισκέψεων σε έναν διαδικτυακό τόπο δεν συνιστά κατ' ανάγκην αξιόπιστη ένδειξη του αριθμού διαδικτυακών αναζητήσεων που πραγματοποιούνται στον συγκεκριμένο διαδικτυακό τόπο ούτε, επομένως, ένδειξη των εσόδων που προέρχονται από τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις που παράγει ο εν λόγω διαδικτυακός τόπος. Συναφώς, η Google επισημαίνει ότι από τη μεταγενέστερη επικαιροποίηση της εν λόγω μελέτης προκύπτει ότι οι διαδικτυακοί τόποι που χρησιμοποιούσαν τις υπηρεσίες της Microsoft είχαν περισσότερες επισκέψεις από τους διαδικτυακούς τόπους που χρησιμοποιούσαν τις υπηρεσίες της Google.

643 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

644 Στην αιτιολογική σκέψη 390 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή διαπίστωσε, βασιζόμενη στη μελέτη της Microsoft, ότι «ορισμένοι» από τους πιο πολυσύχναστους διαδικτυακούς τόπους του ΕΟΧ καλύπτονταν από τη ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν από τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους.

645 Συναφώς, επισημαίνεται ότι, όπως προκύπτει από τη σκέψη 623 ανωτέρω, η Επιτροπή καθόρισε, με την προσβαλλόμενη απόφαση, το ακριβές ποσοστό κάλυψης της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA στις οποίες οι άμεσοι εταίροι περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, βάσει των ακαθάριστων εσόδων που παρήγαγαν οι εν λόγω GSA.

646 Η μελέτη της Microsoft, η οποία μνημονεύεται στην αιτιολογική σκέψη 390 της προσβαλλόμενης απόφασης, αποδεικνύει ότι η Google παρείχε υπηρεσίες διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις σε [*εμπιστευτικό*] έως [*εμπιστευτικό*] % των ονομάτων τομέα με τις περισσότερες επισκέψεις στη Γερμανία, την Ισπανία, τη Γαλλία, την Ιταλία και το Ηνωμένο Βασίλειο το 2010. Είναι αληθές, όπως επισημαίνει η Google, ότι η εν λόγω μελέτη αφορά μόνο ένα έτος του χρονικού διαστήματος τέλεσης της παράβασης και μόνο πέντε κράτη μέλη. Ομοίως, ορθώς η Google επισημαίνει ότι η εν λόγω μελέτη δεν καθιστά δυνατό τον προσδιορισμό της κίνησης που παρήγαγαν ειδικώς οι διαδικτυακοί τόποι που καλύπτονταν από τη ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους. Τέλος, ορθώς η Google παρατηρεί ότι ο αριθμός επισκέψεων σε έναν διαδικτυακό τόπο δεν συνιστά κατ' ανάγκην αξιόπιστη ένδειξη των εσόδων που προέρχονται από τη διαφήμιση στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

647 Εντούτοις, η μελέτη της Microsoft συνιστά ένα πρόσθετο στοιχείο βάσει του οποίου μπορούν να εκτιμηθούν η σπουδαιότητα των υπηρεσιών διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις που παρείχε η Google, καθώς και η κάλυψη της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις από την επίμαχη ρήτρα, στο μέτρο που, κατ' αρχάς, αφορά πέντε από τα μεγαλύτερα κράτη μέλη του ΕΟΧ, εν συνεχεία, δεν αμφισβητείται ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους εφαρμοζόταν σε ορισμένους τουλάχιστον από τους διαδικτυακούς τόπους που κάλυπτε η εν λόγω μελέτη και, τέλος, υπάρχει κάποια αντιστοιχία μεταξύ του αριθμού επισκέψεων σε έναν διαδικτυακό τόπο και των εσόδων που προέρχονται από τη διαφήμιση στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

648 Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να γίνει δεκτό ότι η Επιτροπή μπορούσε να στηριχθεί στη μελέτη της Microsoft ως επιβεβαιωτικό στοιχείο της εκτίμησης του ποσοστού κάλυψης, χωρίς το Γενικό Δικαστήριο να χρειάζεται να αποφανθεί επί του παραδεκτού της επιχειρηματολογίας της Google, το οποίο αμφισβητεί η Επιτροπή.

649 Εν πάση περιπτώσει, η Επιτροπή δεν βασίστηκε στη μελέτη της Microsoft για τον υπολογισμό του ποσοστού κάλυψης της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους και, επομένως, ακόμη και αν γίνει δεκτό ότι τα σχετικά επιχειρήματα της Google ήταν βάσιμα, τα εν λόγω επιχειρήματα δεν θα ασκούν επιρροή στον υπολογισμό, από την Επιτροπή, του εν λόγω ποσοστού κάλυψης.

vii) Συμπέρασμα σχετικά με την κάλυψη της αγοράς από τη ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που οι άμεσοι εταίροι συνήψαν για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους

650 Λαμβανομένων υπόψη των προεκτεθέντων, πρέπει να γίνει δεκτό ότι, ακόμη και στην ευνοϊκότερη για την Google περίπτωση, ορθώς η Επιτροπή έκρινε ότι, λαμβανομένης υπόψη της κάλυψης της ρήτρας τοποθέτησης σε σχέση με τις περιστάσεις που υπομνήσθηκαν στη σκέψη 602 ανωτέρω, η κάλυψη της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA στις οποίες οι άμεσοι εταίροι περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους μπορούσε να αρκεί ώστε η εν λόγω ρήτρα να είναι ικανή να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά στο διάστημα από την 1η Ιανουαρίου 2006 έως την 31η Δεκεμβρίου 2015. Αντιθέτως,

διαπιστώνεται ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας μπορούσε να έχει τέτοιο αποτέλεσμα, λόγω της κάλυψής της, στο διάστημα από την 1η Ιανουαρίου έως την 31η Μαρτίου 2016.

3) Επί του κριτηρίου του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή

651 Στην αιτιολογική σκέψη 433 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή επισήμανε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, ήταν ικανή να εκτοπίσει από την αγορά ενδεχόμενο ανταγωνιστή εξίσου αποτελεσματικό με την Google. Συγκεκριμένα, πρώτον, τα έσοδα που παρήγαγαν οι εν λόγω GSA στο διάστημα από το 2006 έως το 2009 αντιπροσώπευαν, κατά την Επιτροπή, από [*εμπιστευτικό*] έως [*εμπιστευτικό*] % της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ. Δεύτερον, κατά την Επιτροπή, τα έσοδα που παρήγαγαν οι εν λόγω GSA και εκείνες που περιείχαν τη ρήτρα τοποθέτησης στο διάστημα από το 2009 έως το 2015 αντιπροσώπευαν από [*εμπιστευτικό*] έως [*εμπιστευτικό*] % της εν λόγω αγοράς. Τρίτον, κατά την Επιτροπή, η Google κατείχε «πολύ μεγάλο» μερίδιο αγοράς στο διάστημα από το 2006 έως το 2016. Τέταρτον, κατά την Επιτροπή, στην εν λόγω αγορά υπήρχαν φαινόμενα δικτύου.

652 Επιπλέον, στην αιτιολογική σκέψη 434 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή επισήμανε ότι «δεν ήταν πιθανό» να μπορούσε να εμφανιστεί ενδεχόμενος μεσάζων, εξίσου αποτελεσματικός με την Google, στην περίοδο κατά τη διάρκεια της οποίας εφαρμόστηκε η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους. Τέλος, η Επιτροπή εκτίμησε ότι το ζήτημα του αν η Google είχε εφαρμόσει στρατηγική με σκοπό την εκτόπιση από την αγορά των εξίσου αποτελεσματικών με την ίδια ανταγωνιστών ήταν άνευ σημασίας.

653 Η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι ένας ανταγωνιστής εξίσου αποτελεσματικός με την ίδια δεν μπορούσε να εμφανιστεί στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις ούτε ότι ένας τέτοιος ανταγωνιστής θα είχε εκτοπισθεί από την εν λόγω αγορά. Η Surfboard επισημαίνει επιπλέον ότι η επίμαχη ρήτρα δεν την εμπόδισε να προμηθευτεί ανταγωνιστικές διαφημίσεις όταν εκτίμησε ότι οι υπηρεσίες ανταγωνιστή μεσάζοντα ήταν ελκυστικές. Η Surfboard επισημαίνει ότι προμηθεύτηκε, άλλωστε, διαφημίσεις από τη Yahoo! για έναν από τους διαδικτυακούς τόπους της.

i) Προκαταρκτικές παρατηρήσεις

654 Η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε πλάνη εκτιμώντας ότι «δεν ήταν πιθανό» να μπορούσε να εμφανιστεί ενδεχόμενος μεσάζων, εξίσου αποτελεσματικός με την Google, στην περίοδο κατά τη διάρκεια της οποίας εφαρμόστηκε η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους. Συγκεκριμένα, η Google εκτιμά ότι η Επιτροπή έπρεπε να αποδείξει ότι ο περιορισμός του ανταγωνισμού ήταν «πιθανός».

655 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

656 Συναφώς, επισημαίνεται ότι, στην αιτιολογική σκέψη 433 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή συμπεραίνει, βάσει των τεσσάρων παραγόντων που μνημονεύθηκαν στη σκέψη 651 ανωτέρω, ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας ήταν «ικανή» να εκτοπίσει από την αγορά ενδεχόμενο

ανταγωνιστή εξίσου αποτελεσματικό με την Google και ότι, στην αιτιολογική σκέψη 434 της ίδιας απόφασης, η Επιτροπή επισημαίνει, βάσει των ίδιων παραγόντων, ότι «δεν ήταν πιθανό» να μπορούσε να εμφανιστεί τέτοιος ανταγωνιστής στην περίοδο κατά τη διάρκεια της οποίας εφαρμόστηκε η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους.

657 Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να θεωρηθεί ότι η επιχειρηματολογία της Google αφορά απλώς και μόνο τον τρόπο διατύπωσης των επίμαχων αιτιολογικών σκέψεων και ότι δεν μπορεί να προσαφθεί στην Επιτροπή ότι επισήμανε ότι μια συμπεριφορά «ικανή» να εκτοπίσει από την αγορά έναν ανταγωνιστή εξίσου αποτελεσματικό με την Google σήμαινε ότι «δεν ήταν πιθανό» να εμφανιστεί τέτοιος ανταγωνιστής.

ii) Επί των κρίσιμων παραγόντων για την εφαρμογή του κριτηρίου του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή

658 Η Google υποστηρίζει ότι κανένας από τους παράγοντες που μνημονεύονται στην αιτιολογική σκέψη 433 της προσβαλλόμενης απόφασης δεν αποδεικνύει ότι ήταν «ουσιαστικά αδύνατον» να εμφανιστεί, στη συγκεκριμένη περίπτωση, ανταγωνιστής εξίσου αποτελεσματικός με την Google ή ότι ένας εξίσου αποτελεσματικός ανταγωνιστής μπορούσε να εκτοπιστεί από την αγορά. Συγκεκριμένα, πρώτον, η Google εκτιμά ότι η κάλυψη της ρήτρας αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, δεν καθιστούσε αυτή καθεαυτήν δυνατό να εξακριβωθεί αν ένας τέτοιος ανταγωνιστής ήταν σε θέση να ανταγωνιστεί την Google «αποδοτικά» και ότι, εν πάση περιπτώσει, ο εν λόγω ανταγωνιστής μπορούσε, ανά πάσα στιγμή, να αποκτήσει πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της σχετικής αγοράς. Δεύτερον, η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή αύξησε τεχνητώς την έκταση της εν λόγω κάλυψης λαμβάνοντας υπόψη τα έσοδα των άμεσων εταίρων που δεσμεύονταν από τη ρήτρα τοποθέτησης οι οποίοι δεν είχαν περιλάβει το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στις GSA που συνήψαν. Τρίτον, η Google προσάπτει στην Επιτροπή, αφενός, ότι υπερεκτίμησε τα μερίδια αγοράς της και, αφετέρου, ότι δεν απέδειξε την αιτιώδη συνάφεια μεταξύ των μεριδίων αγοράς της, τη «θέση των εξίσου αποτελεσματικών ανταγωνιστών» και την επίμαχη ρήτρα αποκλειστικότητας. Τέταρτον, η Google εκτιμά ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι η περίσταση ότι στη σχετική αγορά υπήρχαν φαινόμενα δικτύου αποδείκνυε ότι ένας ανταγωνιστής εξίσου αποτελεσματικός με την ίδια δεν μπορούσε να εισέλθει σε αυτήν.

659 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

660 Συναφώς, υπενθυμίζεται ότι το κριτήριο του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή συνίσταται στην εξέταση του ζητήματος κατά πόσον οι πρακτικές επιχείρησης με δεσπόζουσα θέση ενέχουν τον κίνδυνο να εκτοπιστεί από την αγορά ένας ανταγωνιστής εξίσου αποτελεσματικός με αυτήν (πρβλ. απόφαση της 6ης Οκτωβρίου 2015, Post Danmark, C-23/14, EU:C:2015:651, σκέψη 53). Συγκεκριμένα, η έννοια αυτή αναφέρεται, στην πράξη, σε διάφορα κριτήρια τα οποία έχουν ως κοινό χαρακτηριστικό ότι αποσκοπούν στην εκτίμηση της ικανότητας μιας πρακτικής να παράγει αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα αποκλεισμού, με βάση την ικανότητα ενός υποθετικού ανταγωνιστή της κατέχουσας δεσπόζουσα θέση επιχείρησης, ο οποίος είναι εξίσου αποτελεσματικός με αυτήν από την άποψη της διάρθρωσης του κόστους, να προσφέρει στους πελάτες αρκούντως συμφέρουσες τιμές ώστε να τους παρακινήσει να αλλάξουν προμηθευτή, παρά τα μειονεκτήματα που δημιουργούνται, χωρίς τούτο να συνεπάγεται ζημία για

τον εν λόγω ανταγωνιστή. Η ικανότητα αυτή καθορίζεται, κατά κανόνα, με γνώμονα τη διάρθρωση του κόστους της ίδιας της κατέχουσας δεσπόζουσα θέση επιχείρησης (απόφαση της 19ης Ιανουαρίου 2023, Unilever Italia Mkt. Operations, C-680/20, EU:C:2023:33, σκέψη 56).

661 Πάντως, ένα κριτήριο αυτού του είδους ενδέχεται να είναι απρόσφορο, ιδίως στην περίπτωση ορισμένων μη τιμολογιακών πρακτικών, όπως η άρνηση εφοδιασμού, ή όταν η σχετική αγορά προστατεύεται από σημαντικούς φραγμούς. Κατά τα λοιπά, το εν λόγω κριτήριο αποτελεί απλώς μια μέθοδο μεταξύ άλλων για να εκτιμηθεί κατά πόσον μια πρακτική έχει την ικανότητα να παράγει αποτελέσματα αποκλεισμού, μέθοδο η οποία, εξάλλου, λαμβάνει υπόψη μόνον τον ανταγωνισμό μέσω των τιμών. Ειδικότερα, το γεγονός ότι μια κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση χρησιμοποιεί άλλα μέσα πλην εκείνων που εντάσσονται στο πλαίσιο του υγιούς ανταγωνισμού ενδέχεται να αρκεί, υπό ορισμένες συνθήκες, για να θεωρηθεί ότι υφίσταται μια τέτοια καταχρηστική εκμετάλλευση (απόφαση της 19ης Ιανουαρίου 2023, Unilever Italia Mkt. Operations, C-680/20, EU:C:2023:33, σκέψη 57).

662 Ωστόσο, ακόμη και στην περίπτωση μη τιμολογιακών πρακτικών, η λυσιτέλεια ενός τέτοιου κριτηρίου δεν μπορεί να αποκλειστεί. Πράγματι, ένα κριτήριο αυτού του είδους ενδέχεται να αποδειχθεί χρήσιμο οσάκις οι συνέπειες της επίμαχης πρακτικής μπορούν να προσδιοριστούν ποσοτικώς. Ειδικότερα, στην περίπτωση ρητρών αποκλειστικότητας, ένα τέτοιο κριτήριο μπορεί θεωρητικώς να χρησιμοποιηθεί για να προσδιοριστεί κατά πόσον ένας υποθετικός ανταγωνιστής με διάρθρωση κόστους ανάλογη με εκείνη της κατέχουσας δεσπόζουσα θέση επιχείρησης θα ήταν σε θέση να προσφέρει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του, χωρίς να υφίσταται ζημία ή να έχει περιορισμένο περιθώριο κέρδους, εάν αυτός έπρεπε να επιβαρυνθεί με τις αποζημιώσεις τις οποίες θα έπρεπε να καταβάλουν οι διανομείς προκειμένου να αλλάξουν προμηθευτή ή τις ζημίες που θα έπρεπε να υποστούν μετά από μια τέτοια αλλαγή ως αποτέλεσμα της ανάκλησης των εκπτώσεων που είχαν προηγουμένως χορηγηθεί (απόφαση της 19ης Ιανουαρίου 2023, Unilever Italia Mkt. Operations, C-680/20, EU:C:2023:33, σκέψη 59).

663 Κατά συνέπεια, όταν κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση, για την οποία υπάρχουν υπόνοιες περί καταχρηστικής πρακτικής, υποβάλλει στην Επιτροπή ανάλυση με βάση το κριτήριο του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή, το εν λόγω θεσμικό όργανο δεν δύναται να αγνοήσει τα αποδεικτικό αυτό στοιχείο χωρίς καν να εξετάσει την αποδεικτική αξία του (απόφαση της 19ης Ιανουαρίου 2023, Unilever Italia Mkt. Operations, C-680/20, EU:C:2023:33, σκέψη 60).

664 Εντούτοις, δεν είναι δυνατό να συναχθεί ούτε από το άρθρο 102 ΣΛΕΕ ούτε από τη νομολογία του Δικαστηρίου νομική υποχρέωση να θεμελιώνεται πάντοτε στο κριτήριο του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή η διαπίστωση περί της καταχρηστικότητας πρακτικής η οποία εφαρμόζεται από επιχείρηση κατέχουσα δεσπόζουσα θέση (πρβλ. απόφαση της 6ης Οκτωβρίου 2015, Post Danmark, C-23/14, EU:C:2015:651, σκέψη 57).

665 Επομένως, η Επιτροπή μπορούσε να αρκεστεί στο να αποδείξει την ικανότητα της ρήτρας αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, να παραγάγει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά βασιζόμενη σε πλείονα κρίσιμα στοιχεία, χωρίς να βασιστεί κατ' ανάγκην, για τον σκοπό αυτόν, στο κριτήριο του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή.

666 Εν προκειμένω, το ίδιο το περιεχόμενο της ρήτρας αποκλειστικότητας, η οποία εμπόδιζε, κατ' αρχήν, τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους να προβάλλουν ανταγωνιστικές διαφημίσεις, καθώς και τα στοιχεία που μνημονεύονται στην αιτιολογική σκέψη 433 της προσβαλλόμενης απόφασης, ήτοι, αφενός, το γεγονός ότι η εν λόγω

ρήτρα, από κοινού με τη ρήτρα τοποθέτησης, κάλυπτε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 650 ανωτέρω, και, αφετέρου, η σπουδαιότητα της δεσπόζουσας θέσης της Google ως αποτέλεσμα, μεταξύ άλλων, των πολύ υψηλών μεριδίων αγοράς που κατείχε και των εμποδίων στην είσοδο και στην επέκταση στην αγορά υπό μορφή, μεταξύ άλλων, φαινομένων δικτύου, μπορούσαν να αποδείξουν ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, ήταν ίσως ικανή να εκτοπίσει από την αγορά ενδεχόμενο ανταγωνιστή εξίσου αποτελεσματικό με την Google. Επομένως, τα ανωτέρω στοιχεία μπορούσαν επίσης να αποδείξουν ότι «δεν ήταν πιθανό» τέτοιος ανταγωνιστής να μπορούσε να εμφανιστεί κατά τη διάρκεια της περιόδου εφαρμογής της επίμαχης ρήτρας.

667 Υπό τις συνθήκες αυτές, και κατά τη νομολογία που υπομνήσθηκε στη σκέψη 663 ανωτέρω, εάν η Google είχε προσκομίσει, στη διοικητική διαδικασία, ανάλυση βασισμένη σε κριτήριο του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή, κατά την έννοια της νομολογίας που υπομνήσθηκε στη σκέψη 660 ανωτέρω, η Επιτροπή όφειλε να εξετάσει την εν λόγω ανάλυση, τούτο δε πρέπει να εξακριβωθεί στη συνέχεια.

iii) Επί των αποδεικτικών στοιχείων που υπέβαλε η Google κατά τη διοικητική διαδικασία

668 Η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη τις αποδείξεις που υπέβαλε κατά τη διοικητική διαδικασία με σκοπό να αποδείξει ότι μπορούσε να εμφανιστεί ανταγωνιστής εξίσου αποτελεσματικός με την ίδια. Ειδικότερα, η Google επισημαίνει ότι ορισμένοι άμεσοι εταίροι επέλεξαν να προμηθευτούν διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις από ορισμένους εκ των ανταγωνιστών της.

669 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

670 Συναφώς, διαπιστώνεται ότι η Google προσδιόρισε, απαντώντας στην κοινοποίηση των αιτιάσεων, εννέα προσκλήσεις υποβολής προσφορών, τις οποίες διοργάνωσαν διάφοροι εκδότες, περιλαμβανομένων της [*εμπιστευτικό*] και της [*εμπιστευτικό*], στις οποίες οι συμβάσεις ανατέθηκαν στην [*εμπιστευτικό*], την [*εμπιστευτικό*] και τη Microsoft, στο διάστημα από το τελευταίο τρίμηνο του 2006 έως το δεύτερο τρίμηνο του 2007, καθώς και το 2015 και το 2016. Εξάλλου, από το παράρτημα Α.45 του δικογράφου της προσφυγής προκύπτει ότι ο φάκελος της Επιτροπής περιείχε στοιχεία που αποδεικνύουν ότι η [*εμπιστευτικό*] συνέχισε να προμηθεύεται διαφημίσεις από άλλους μεσάζοντες στο διάστημα από το 2006 έως το 2015 για την κάλυψη μέρους των αναγκών της που μπορεί να ανήλθε, το 2008, σε ποσοστό έως [*εμπιστευτικό*] %.

671 Επομένως, μολονότι είναι αληθές ότι, κατά τη διάρκεια της διοικητικής διαδικασίας, η Google υπέβαλε στην Επιτροπή κάποια συγκεκριμένα και μεμονωμένα παραδείγματα στα οποία άμεσοι εταίροι είχαν προτιμήσει να προμηθευτούν διαφημίσεις από άλλους μεσάζοντες αντί της Google, εντούτοις, τέτοια παραδείγματα δεν συνιστούν ανάλυση βασισμένη στο κριτήριο του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή, κατά την έννοια της νομολογίας που υπομνήσθηκε στη σκέψη 663 ανωτέρω. Επιπλέον, δεν αμφισβητείται ότι η Google δεν υπέβαλε ούτε κατά τη διοικητική διαδικασία ούτε ενώπιον του Γενικού Δικαστηρίου οποιαδήποτε ανάλυση κατά την έννοια της εν λόγω νομολογίας.

672 Εν πάση περιπτώσει, διαπιστώνεται ότι, ελλείψει συμπληρωματικών διευκρινίσεων, τα συγκεκριμένα παραδείγματα που η Google παρέθεσε δεν επαρκούν για να αποδειχθεί ότι μπορούσαν να εμφανιστούν ανταγωνιστές τουλάχιστον εξίσου αποτελεσματικοί με την ίδια.

673 Επιπλέον, υπενθυμίζεται ότι, όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 108 ανωτέρω, για τον χαρακτηρισμό μιας συμπεριφοράς ως καταχρηστικής, η Επιτροπή δεν οφείλει κατ' ανάγκην να αποδείξει ότι η συμπεριφορά αυτή παρήγαγε πράγματι αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα. Συγκεκριμένα, σκοπός του άρθρου 102 ΣΛΕΕ είναι η επιβολή κυρώσεων σε μία ή περισσότερες επιχειρήσεις λόγω καταχρηστικής εκμετάλλευσης δεσπόζουσας θέσης στην εσωτερική αγορά ή σε σημαντικό τμήμα της, ανεξαρτήτως του αν η καταχρηστική αυτή εκμετάλλευση αποδείχθηκε επιτυχής ή μη (απόφαση της 19ης Ιανουαρίου 2023, Unilever Italia Mkt. Operations, C-680/20, EU:C:2023:33, σκέψη 41).

674 Ως εκ τούτου, το γεγονός ότι ορισμένοι μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google μπόρεσαν να επιλεγούν σε ορισμένες προσκλήσεις υποβολής προσφορών που διοργάνωσαν εκδότες δεν μπορεί να αποκλείσει το ενδεχόμενο η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους 34 άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους να ήταν ικανή να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά αντίθετο προς το άρθρο 102 ΣΛΕΕ. Τέλος, το γεγονός ότι οι άμεσοι εταίροι μπορούσαν να επιλέξουν να μη χρησιμοποιήσουν την AFS, να τη χρησιμοποιήσουν χωρίς να συνάψουν GSA ή να περιλάβουν στις GSA μόνον τους διαδικτυακούς τόπους που επιθυμούσαν δεν μπορεί να αναιρέσει την εκτίμηση της Επιτροπής ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, μπορούσε να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από τη αγορά έναντι ανταγωνιστή τουλάχιστον εξίσου αποτελεσματικού με την Google. Συγκεκριμένα, όπως προκύπτει από τη σκέψη 582 ανωτέρω, μετά τη σύναψη των εν λόγω GSA, η επίμαχη ρήτρα μπορούσε να εμποδίσει τους μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google να παράσχουν τις υπηρεσίες τους στους εν λόγω άμεσους εταίρους κατά την προβλεπόμενη διάρκεια των GSA.

675 Υπό τις συνθήκες αυτές, το γεγονός ότι η Google δεν επιλέχθηκε σε ορισμένες προσκλήσεις υποβολής προσφορών κατά το χρονικό διάστημα τέλεσης της παράβασης δεν μπορεί να αναιρέσει την εκτίμηση της Επιτροπής ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, μπορούσε να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από τη αγορά έναντι ανταγωνιστή τουλάχιστον εξίσου αποτελεσματικού με την Google.

iv) Επί της ύπαρξης στρατηγικής για τον εκτοπισμό από την αγορά των εξίσου αποτελεσματικών ανταγωνιστών

676 Η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι εκτίμησε ότι η απουσία στρατηγικής για τον εκτοπισμό από την αγορά των εξίσου αποτελεσματικών με την ίδια ανταγωνιστών δεν ασκούσε επιρροή στην υπό κρίση υπόθεση.

677 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

678 Συναφώς, υπενθυμίζεται ότι το Δικαστήριο έχει κρίνει ότι, προκειμένου να εξακριβώσει αν μια συμπεριφορά μπορούσε να έχει αποτελέσματα εκτοπισμού από την αγορά, η Επιτροπή έπρεπε, μεταξύ άλλων, να εκτιμήσει αν υφίσταται στρατηγική σκοπούσα τον εκτοπισμό των ανταγωνιστών που είναι τουλάχιστον εξίσου αποτελεσματικοί (πρβλ. απόφαση της 6ης Σεπτεμβρίου 2017, Intel κατά Επιτροπής, C-413/14 P, EU:C:2017:632, σκέψη 139). Εντούτοις, εν αντιθέσει προς όσα υποστηρίζει η Google, εξ αυτού δεν συνάγεται ότι η Επιτροπή οφείλει να αποδεικνύει συστηματικά την ύπαρξη τέτοιας στρατηγικής προκειμένου να διαπιστώνει παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ.

679 Συγκεκριμένα, μολονότι η ύπαρξη ενδεχόμενης αντίθετης προς τον ανταγωνισμό πρόθεσης συνιστά μία από τις πλείονες πραγματικές περιστάσεις που μπορούν να ληφθούν υπόψη προκειμένου να διαπιστωθεί κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης, υπενθυμίζεται ότι η Επιτροπή ουδόλως υποχρεούται να αποδείξει την ύπαρξη τέτοιας πρόθεσης εκ μέρους της κατέχουσας δεσπόζουσα θέση επιχείρησης για τον σκοπό της εφαρμογής του άρθρου 102 ΣΛΕΕ [πρβλ. αποφάσεις της 19ης Απριλίου 2012, Tomra Systems κ.λπ. κατά Επιτροπής, C-549/10 P, EU:C:2012:221, σκέψεις 20 και 21, και της 30ής Ιανουαρίου 2020, Generics (UK) κ.λπ., C-307/18, EU:C:2020:52, σκέψη 162].

680 Επομένως, η περίσταση που προέβαλε η Google, ότι δεν είχε την πρόθεση να εκτοπίσει από την αγορά ανταγωνιστή εξίσου αποτελεσματικό με την ίδια, δεν μπορεί να θέσει υπό αμφισβήτηση τα αποτελέσματα εκτοπισμού από την αγορά που διαπιστώθηκαν με την προσβαλλόμενη απόφαση.

681 Ως εκ τούτου, δεν μπορεί να προσαφθεί στην Επιτροπή, αφενός, ότι δεν απέδειξε ότι η Google είχε εφαρμόσει στρατηγική με σκοπό τον εκτοπισμό από την αγορά των τουλάχιστον εξίσου αποτελεσματικών με την ίδια ανταγωνιστών και, αφετέρου, ότι δεν έλαβε υπόψη το ότι η Google δεν είχε την πρόθεση να εκτοπίσει από την αγορά τέτοιους ανταγωνιστές.

ν) Συμπέρασμα σχετικά με το κριτήριο του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή

682 Λαμβανομένων υπόψη των προεκτεθέντων, επισημαίνεται ότι η Google δεν μπορεί να υποστηρίξει βασίμως ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι ένας ανταγωνιστής εξίσου αποτελεσματικός με την ίδια δεν μπορούσε να εμφανιστεί στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις ή ότι ένας τέτοιος ανταγωνιστής θα είχε εκτοπισθεί από την εν λόγω αγορά, ανεξαρτήτως των αποδεικτικών στοιχείων που υπέβαλε η Google και της μη εφαρμογής σχετικής στρατηγικής από την Google.

4) Επί της διάρκειας των GSA και του δικαιώματος μονομερούς καταγγελίας εκ μέρους ορισμένων άμεσων εταίρων

683 Με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή εκτίμησε ότι οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους είχαν δεσμευθεί από τη ρήτρα αποκλειστικότητας για μεγάλο χρονικό διάστημα, το οποίο κυμαινόταν από ένα έτος έως περισσότερα από δέκα έτη. Επιπλέον, η Επιτροπή εκτίμησε, κατ' ουσίαν, ότι το γεγονός ότι η διάρκεια καθεμίας από τις επίμαχες GSA, χωριστά, που συνήφθησαν με τους εν λόγω άμεσους εταίρους ήταν βραχεία, ήτοι συνήθως μικρότερη των δύο ετών, δεν ήταν κρίσιμο, δεδομένου ότι σημαντικός αριθμός GSA είχαν παραταθεί, ενίοτε πολλές φορές, χωρίς ουσιαστική τροποποίηση. Τέλος, η Επιτροπή επισήμανε ότι το δικαίωμα μονομερούς καταγγελίας ενός άμεσου εταίρου δεν εμπόδιζε την εφαρμογή της ρήτρας αποκλειστικότητας έως ότου ο συγκεκριμένος άμεσος εταίρος ασκήσει το εν λόγω δικαίωμα.

684 Η Google υποστηρίζει ότι οι διάφοροι μεσάζοντες μπορούσαν να ασκήσουν υγιή ανταγωνισμό κατά τις διαπραγματεύσεις ή τις εκ νέου διαπραγματεύσεις των GSA, καθώς και όταν μπορούσε να ασκηθεί δικαίωμα μονομερούς καταγγελίας. Ως εκ τούτου, η Google προσάπτει στην Επιτροπή, αφενός, ότι υπέπεσε σε σύγχυση μεταξύ της συνολικής διάρκειας της εμπορικής σχέσης με τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους και της διάρκειας καθεμίας από τις συναφθείσες με τους εν λόγω εταίρους GSA και, αφετέρου, ότι δεν έλαβε υπόψη τα δικαιώματα μονομερούς καταγγελίας.

685 Συναφώς, η Google διευκρινίζει ότι οι περισσότερες GSA είχαν διάρκεια ίση ή μικρότερη των δύο ετών και, επομένως, για παράδειγμα, το 2011, οι GSA που αντιπροσώπευαν το [*εμπιστευτικό*] % του συνολικού κύκλου εργασιών της AFS εντός του EOX επρόκειτο να ανανεωθούν εντός των δύο επόμενων ετών. Επιπλέον, η Google επισημαίνει ότι σχεδόν το ένα τρίτο των προμνησθέντων άμεσων εταίρων είχαν διαπραγματευθεί δικαιώματα μονομερούς καταγγελίας. Τέλος, η Google υπενθυμίζει ότι οι άμεσοι εταίροι μπορούσαν, ανά πάσα στιγμή, να επιλέξουν να χρησιμοποιήσουν ανταγωνιστική υπηρεσία διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις αναζητήσεις στους διαδικτυακούς τόπους που δεν περιλαμβάνονταν στις συναφθείσες GSA.

686 Η Surfboard υποστηρίζει ότι η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη το γεγονός ότι, κατά τα οκτώ έτη που χρησιμοποίησε την AFS, συνήφθησαν τέσσερις διαφορετικές GSA και πραγματοποιήθηκαν τουλάχιστον δέκα ανανεώσεις ή τροποποιήσεις, οι οποίες αντιστοιχούν, κατά μέσο όρο, σε περισσότερες από μία τροποποιήσεις ανά έτος. Συναφώς, η Surfboard διευκρινίζει ότι οι διάφορες αυτές διαπραγματεύσεις της παρείχαν τη δυνατότητα να καταγγείλει τις GSA που είχε συνάψει και να εξασφαλίσει πλείονα πλεονεκτήματα από την Google, μέσω του ανταγωνισμού.

687 Η Επιτροπή υποστηρίζει ότι εσφαλμένως η Google διατείνεται ότι οι άλλοι μεσάζοντες μπορούσαν να την ανταγωνιστούν κατά την ανανέωση των GSA. Πρώτον, ο ισχυρισμός ότι, το 2011, οι GSA που αντιπροσώπευαν το [*εμπιστευτικό*] % του κύκλου εργασιών της AFS εντός του EOX επρόκειτο να ανανεωθούν εντός των δύο επόμενων ετών είναι, κατά την Επιτροπή, αλυσιτελής στο μέτρο που αφορά το σύνολο των GSA και όχι μόνο τις GSA που συνήψαν οι άμεσοι εταίροι για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους. Δεύτερον, κατά την Επιτροπή, από το παράρτημα A.46 του δικογράφου της προσφυγής προκύπτει ότι οι λοιποί μεσάζοντες δεν είχαν, στην πραγματικότητα, τη δυνατότητα να ανταγωνιστούν την Google κατά την ανανέωση των GSA που συνήψαν 29 από τους 34 άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους οι οποίοι προσδιορίζονται στην προσβαλλόμενη απόφαση. Συγκεκριμένα, είτε οι εν λόγω GSA παρατάθηκαν «προτού φθάσουν στο στάδιο της ανανέωσης» είτε οι οικείοι άμεσοι εταίροι είχαν συνάψει μία μόνο GSA η οποία, επομένως, δεν έφθασε ποτέ στο «στάδιο της ανανέωσης». Τρίτον, αφενός, κατά την Επιτροπή, το γεγονός ότι οι άμεσοι εταίροι είχαν δικαίωμα μονομερούς καταγγελίας δεν ασκεί επιρροή στο μέτρο που η ρήτρα αποκλειστικότητας εξακολουθούσε να εφαρμόζεται έως την άσκηση του εν λόγω δικαιώματος. Αφετέρου, και εν πάση περιπτώσει, κατά την Επιτροπή, από το παράρτημα A.46 του δικογράφου της προσφυγής προκύπτει ότι κανένας από τους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους δεν μπορούσε να ασκήσει το εν λόγω δικαίωμα ανά πάσα στιγμή.

688 Εξάλλου, η Επιτροπή υποστηρίζει ότι η Google τής προσάπτει, το πρώτον με το υπόμνημα απαντήσεως, ότι στην προσβαλλόμενη απόφαση «δεν εξετάζεται η διάρκεια όλων των GSA» που περιέχουν τη ρήτρα αποκλειστικότητας και, επομένως, το εν λόγω επιχείρημα προβάλλεται εκπρόθεσμα και είναι, κατά συνέπεια, απαράδεκτο.

689 Όσον αφορά τη Surfboard, η Επιτροπή επισημαίνει ότι η Surfboard δεν τροποποίησε τη συναφθείσα GSA στο διάστημα από την 1η Ιουλίου 2007 έως την 30ή Ιουνίου 2010 που μνημονεύεται στην προσβαλλόμενη απόφαση. Επιπλέον, η Surfboard δεν είχε, κατά την Επιτροπή, δικαίωμα καταγγελίας ανά πάσα στιγμή κατά το ως άνω χρονικό διάστημα.

i) Επί του παραδεκτού της επιχειρηματολογίας της Google

690 Κατά το άρθρο 84, παράγραφος 1, του Κανονισμού Διαδικασίας του Γενικού Δικαστηρίου, απαγορεύεται κατά τη διάρκεια της δίκης η προβολή νέων ισχυρισμών, εκτός αν στηρίζονται σε νομικά και πραγματικά στοιχεία που ανέκυψαν κατά τη διαδικασία.

691 Εντούτοις, λόγος ο οποίος συνιστά ανάπτυξη λόγου που προβλήθηκε προηγουμένως, ρητώς ή εμμέσως, με το δικόγραφο της προσφυγής και ο οποίος συνδέεται στενά με αυτόν πρέπει να κρίνεται παραδεκτός. Προκειμένου ένα νέο επιχείρημα να μπορεί να χαρακτηριστεί ως ανάπτυξη ισχυρισμού ή αιτιάσεως που προβλήθηκε προηγουμένως, πρέπει να έχει αρκούντως στενό σύνδεσμο με τους ισχυρισμούς ή τις αιτιάσεις που εκτέθηκαν αρχικώς στο δικόγραφο της προσφυγής, ώστε να μπορεί να θεωρηθεί ως αποτέλεσμα της φυσιολογικής εξέλιξης της συζήτησης στο πλαίσιο κατ' αντιμωλία διαδικασίας (απόφαση της 8ης Ιουλίου 2020, VQ κατά ΕΚΤ, T-203/18, EU:T:2020:313, σκέψη 56).

692 Εν προκειμένω, επισημαίνεται ότι, στο σημείο 86 του δικογράφου της προσφυγής, η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι δεν έλαβε υπόψη το ότι οι ανταγωνιστές μεσάζοντες μπορούσαν να την ανταγωνιστούν για το σύνολο ή μέρος της ζήτησης άμεσου εταίρου κατά τη διαπραγμάτευση μιας GSA, κατά την εκ νέου διαπραγμάτευση της GSA ή εάν είχε προβλεφθεί δικαίωμα μονομερούς καταγγελίας. Επιπλέον, στο σημείο 99 και στο παράρτημα A.46 του δικογράφου της προσφυγής, η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή έπρεπε να λάβει υπόψη τη διάρκεια κάθε GSA αντί της διάρκειας της εμπορικής σχέσης της με τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους.

693 Κατά συνέπεια, και λαμβανομένης υπόψη της νομολογίας που υπομνήσθηκε στη σκέψη 691 ανωτέρω, επισημαίνεται ότι η επιχειρηματολογία της Google, που προβλήθηκε με το υπόμνημα απάντησης με σκοπό να προσαφθεί στην Επιτροπή ότι δεν εξέτασε τη διάρκεια καθεμίας από τις επίμαχες GSA, έχει αρκούντως στενό σύνδεσμο με την επιχειρηματολογία που προβλήθηκε με το δικόγραφο της προσφυγής ώστε να μπορεί να θεωρηθεί ως αποτέλεσμα της φυσιολογικής εξέλιξης της συζήτησης στο πλαίσιο κατ' αντιμωλία διαδικασίας και, επομένως, δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι προβλήθηκε εκπρόθεσμα. Ως εκ τούτου, εν αντιθέσει προς όσα υποστηρίζει η Επιτροπή, η ως άνω επιχειρηματολογία πρέπει να θεωρηθεί παραδεκτή.

ii) Επί του βασίμου των επιχειρημάτων της Google

694 Υπενθυμίζεται ότι, όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 390 ανωτέρω, η Επιτροπή έπρεπε να λάβει υπόψη το σύνολο των κρίσιμων περιστάσεων προκειμένου να εξακριβώσει αν μια συμπεριφορά ήταν πραγματικά ικανή να έχει αποτέλεσμα αποκλεισμού από την αγορά έναντι ανταγωνιστή τουλάχιστον εξίσου αποτελεσματικού με την Google.

695 Όσον αφορά, ειδικότερα, την υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας, διευκρινίζεται ότι η διάρκεια της εν λόγω υποχρέωσης, ανεξαρτήτως του αν συμφωνήθηκε με αντάλλαγμα τη χορήγηση έκπτωσης, περιλαμβάνεται στις εν λόγω περιστάσεις [πρβλ. αποφάσεις της 26ης Ιανουαρίου 2022, Intel Corporation κατά Επιτροπής, T-286/09 RENV, κατά της οποίας εκκρεμεί αίτηση αναιρέσεως, EU:T:2022:19, σκέψη 507, και της 15ης Ιουνίου 2022, Qualcomm κατά Επιτροπής (Qualcomm – Πληρωμές βάσει αποκλειστικότητας), T-235/18, EU:T:2022:358, σκέψη 425].

696 Συγκεκριμένα, όπως υπογραμμίζεται στο σημείο 36 της ανακοίνωσης της Επιτροπής με τίτλο «Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου [102 ΣΛΕΕ] σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις», εν γένει, όσο μεγαλύτερη είναι η διάρκεια της υποχρέωσης αποκλειστικής προμήθειας, τόσο πιθανότερο είναι το αποτέλεσμα αποκλεισμού, διευκρινιζομένου ότι, εάν η επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση αποτελεί αναπόφευκτο εμπορικό εταίρο για όλους ή τους περισσότερους καταναλωτές, ακόμη και μια συμφωνία αποκλειστικής αγοράς μικρής διάρκειας μπορεί να οδηγήσει σε αντίθετο προς τον ανταγωνισμό αποκλεισμό.

697 Επιπλέον, για την εκτίμηση της διάρκειας υποχρέωσης αποκλειστικής προμήθειας, πρέπει να ληφθεί υπόψη το οικονομικό και νομικό πλαίσιο εντός του οποίου εντάσσεται η εν λόγω υποχρέωση. Συναφώς, πρέπει, μεταξύ άλλων, να λαμβάνονται υπόψη το είδος των επηρεαζόμενων από την εν λόγω υποχρέωση προϊόντων ή υπηρεσιών, καθώς και οι πραγματικές συνθήκες της λειτουργίας και της διάρθρωσης των εν λόγω αγορών.

698 Εν προκειμένω, αφενός, από τις αιτιολογικές σκέψεις 388 και 398 της προσβαλλόμενης απόφασης, καθώς και από τον πίνακα 15 που περιλαμβάνεται σε αυτήν, προκύπτει ότι η Επιτροπή αρκέστηκε να εξακριβώσει τη συνολική διάρκεια κατά την οποία οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους ήταν συμβαλλόμενοι σε τέτοια συμφωνία που περιλάμβανε κατά κανόνα το σύνολο των εν λόγω διαδικτυακών τόπων προκειμένου να εξακριβώσει τη διάρκεια κατά την οποία οι ως άνω άμεσοι εταίροι ήταν υποχρεωμένοι να προμηθεύονται διαφημίσεις από την Google για την κάλυψη του συνόλου ή σημαντικού μέρους των αναγκών τους. Επομένως, η Επιτροπή έλαβε υπόψη μόνο τη συνολική διάρκεια των GSA στις οποίες οι εν λόγω άμεσοι εταίροι περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους. Αφετέρου, στην αιτιολογική σκέψη 399 της εν λόγω απόφασης, η Επιτροπή επισήμανε ότι το δικαίωμα μονομερούς καταγγελίας ενός άμεσου εταίρου δεν εμπόδιζε την εφαρμογή της ρήτρας αποκλειστικότητας έως ότου ο συγκεκριμένος άμεσος εταίρος ασκήσει το εν λόγω δικαίωμα.

699 Επομένως, από την προσβαλλόμενη απόφαση και το παράρτημα A.46 του δικογράφου της προσφυγής, το περιεχόμενο του οποίου δεν αμφισβητείται από την Επιτροπή, προκύπτει ότι η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη τη διάρκεια καθεμίας από τις επίμαχες GSA, χωριστά, που συνήφθη με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, ούτε τη διάρκεια κάθε ενδεχόμενης παράτασης των εν λόγω GSA. Η Επιτροπή δεν έλαβε επίσης υπόψη τις πραγματικές συνθήκες και τους όρους υπό τους οποίους συμφωνήθηκαν οι εν λόγω παρατάσεις ούτε το περιεχόμενο των ρητρών που προέβλεπαν δικαιώματα μονομερούς καταγγελίας, τα οποία είχαν ορισμένοι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, ή τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες τα εν λόγω δικαιώματα μπορούσαν να ασκηθούν.

700 Υπό τις συνθήκες αυτές, ακόμη και αν γίνει δεκτό ότι το σύνολο των άμεσων εταίρων που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους οι οποίοι προσδιορίζονται στην προσβαλλόμενη απόφαση περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στις συναφθείσες GSA, η Επιτροπή δεν μπορούσε, βασιζόμενη απλώς και μόνον στις παρατηρήσεις που υπομνήσθηκαν στη σκέψη 698 ανωτέρω και χωρίς να εξετάσει τις πραγματικές συνθήκες και τους όρους υπό τους οποίους συμφωνήθηκαν οι παρατάσεις των GSA, καθώς και το περιεχόμενο των ρητρών που προέβλεπαν δικαιώματα μονομερούς καταγγελίας, τα οποία είχαν ορισμένοι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, και τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες τα εν λόγω δικαιώματα μπορούσαν να ασκηθούν, να αποκλείσει το ενδεχόμενοι οι εν λόγω άμεσοι εταίροι να είχαν την ευχέρεια να προμηθευτούν διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google στη λήξη κάθε συναφθείσας GSA, ακόμη και πριν από την ενδεχόμενη παράταση των GSA ή πριν από την άσκηση δικαιώματος μονομερούς καταγγελίας. Κατά συνέπεια, υπό τις συνθήκες αυτές, η Επιτροπή δεν μπορούσε επίσης να διαπιστώσει ότι οι εν λόγω άμεσοι εταίροι ήταν υποχρεωμένοι να προμηθεύονται διαφημίσεις από την Google για την κάλυψη του συνόλου ή σημαντικού μέρους των αναγκών τους καθ' όλη τη συνολική διάρκεια των GSA ώστε οι ως άνω μεσάζοντες να μη μπορούν να διεκδικήσουν το μερίδιο της εν λόγω αγοράς που κάλυπταν οι GSA κατά τη συγκεκριμένη διάρκεια.

701 Η διαπίστωση αυτή δεν αναιρείται από τα επιχειρήματα της Επιτροπής.

702 Κατά πρώτον, εν αντιθέσει προς όσα υποστηρίζει κατ' ουσίαν η Επιτροπή, η εξέταση της συνολικής διάρκειας των GSA στις οποίες οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των τόπων αυτών, όπως εκτίθεται στην προσβαλλόμενη απόφαση, δεν μπορούσε, αφ' εαυτής, να αποδείξει ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι εν λόγω GSA είχε αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά.

703 Συναφώς, επισημαίνεται ότι, κατά τη διοικητική διαδικασία, η Google υποστήριξε ότι, λαμβανομένης υπόψη της βραχείας διάρκειας των GSA, εκείνες που αντιπροσώπευαν [*εμπιστευτικό*] % του συνολικού κύκλου εργασιών της AFS που προερχόταν από τους άμεσους εταίρους εντός του EOX επρόκειτο να ανανεωθούν στο διάστημα από τον Μάιο του 2011 έως τον Μάιο του 2013. Είναι αληθές ότι η Επιτροπή αμφισβητεί την κρισιμότητα του συγκεκριμένου στοιχείου, διότι αφορά το σύνολο των άμεσων εταίρων εντός του EOX και όχι μόνο τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους. Επισημαίνεται, εντούτοις, ότι με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή εκτίμησε την ικανότητα των μεσαζόντων ανταγωνιστών της Google να έχουν πρόσβαση στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις στο σύνολό της. Πάντως, το μη αμφισβητούμενο γεγονός ότι οι GSA που αντιπροσώπευαν το [*εμπιστευτικό*] % του συνολικού κύκλου εργασιών της AFS που προερχόταν από τους άμεσους εταίρους εντός του EOX επρόκειτο να ανανεωθούν στο διάστημα από τον Μάιο του 2011 έως τον Μάιο του 2013 συνιστούσε κρίσιμη περίσταση για την εξέταση της ικανότητας της ρήτρας αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήψαν οι άμεσοι εταίροι για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά, την οποία η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη.

704 Κατά δεύτερον, με το υπόμνημα αντικρούσεως, η Επιτροπή υποστηρίζει ότι 29 από τους 34 άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους οι οποίοι προσδιορίζονται στην προσβαλλόμενη απόφαση είχαν συνάψει μία και μόνη GSA η οποία είτε δεν παρατάθηκε είτε παρατάθηκε πριν από τη λήξη της. Εξ αυτού η Επιτροπή συμπεραίνει ότι οι ανταγωνιστές της Google δεν είχαν τη δυνατότητα να «διεκδικήσουν την εν λόγω αγορά».

705 Επισημαίνεται, εντούτοις, ότι η ως άνω επιχειρηματολογία δεν περιέχεται στην προσβαλλόμενη απόφαση. Υπενθυμίζεται, όμως, ότι όπως προκύπτει από τη σκέψη 441 ανωτέρω, το Γενικό Δικαστήριο δεν μπορεί να υποκαταστήσει με τη δική του αιτιολογία εκείνη της Επιτροπής και ότι η Επιτροπή δεν μπορεί να συμπληρώσει την αιτιολογία της προσβαλλόμενης απόφασης κατά τη διάρκεια της δίκης.

706 Εν πάση περιπτώσει, όσον αφορά ορισμένους από τους άμεσους εταίρους που προσδιορίζονται στο υπόμνημα αντικρούσεως, πρέπει, βεβαίως, να επισημανθεί, όπως υπογράμμισε και η Επιτροπή, ότι είχαν συνάψει μία και μόνον GSA, η οποία δεν παρατάθηκε, στην οποία είχαν περιλάβει κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους. Εντούτοις, με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή δεν έκρινε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν μόνον οι GSA που συνήφθησαν με τους εν λόγω άμεσους εταίρους, ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό. Επιπλέον, διαπιστώνεται ότι οι εν λόγω GSA, μολονότι περιλάμβαναν κατά κανόνα, κατά την Επιτροπή, το σύνολο των διαδικτυακών τόπων των οικείων άμεσων εταίρων, είχαν διάρκεια η οποία κυμαινόταν από ένα έτος έως τρία έτη και τρεις μήνες. Πάντως, χωρίς το Γενικό Δικαστήριο να χρειάζεται να αποφανθεί επί του αν η διάρκεια των ως άνω GSA ήταν επαρκής, εν προκειμένω, προκειμένου η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν να είναι ικανή να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά, αρκεί να επισημανθεί ότι οι εν λόγω GSA δεν μπορούσαν να τεκμηριώσουν τη διαπίστωση, στην αιτιολογική σκέψη 388 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι ορισμένοι άμεσοι εταίροι υπείχαν υποχρέωση

προμήθειας διαφημίσεων για την κάλυψη του συνόλου ή σημαντικού μέρους των αναγκών τους η οποία μπορεί να υπερέβη σε διάρκεια τα δέκα έτη. Τέλος, ορισμένες από τις ως άνω GSA προέβλεπαν δικαιώματα μονομερούς καταγγελίας για τους οικείους άμεσους εταίρους, πλην όμως η Επιτροπή δεν εξέτασε ούτε το περιεχόμενο των ρητρών που προέβλεπαν τα εν λόγω δικαιώματα ούτε τις πραγματικές προϋποθέσεις υπό τις οποίες μπορούσαν να ασκηθούν, όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 699 ανωτέρω.

707 Όσον αφορά τους λοιπούς άμεσους εταίρους που προσδιορίζονται στο υπόμνημα αντικρούσεως, η Επιτροπή επισημαίνει ότι ορισμένες (ακόμη και όλες οι) GSA που συνήψαν οι εν λόγω άμεσοι εταίροι, στις οποίες αυτοί περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, είχαν παραταθεί πριν από τη λήξη τους. Εντούτοις, εν αντιθέσει προς όσα υποστηρίζει η Επιτροπή, εξ αυτού δεν συνάγεται κατ' ανάγκην ότι οι λοιποί μεσάζοντες δεν μπορούσαν να ανταγωνιστούν την Google πριν από τη λήξη των GSA. Συγκεκριμένα, όπως υποστηρίζει η Google, η Επιτροπή βασίζεται στη μη τεκμηριωμένη παραδοχή ότι οι εν λόγω μεσάζοντες μπορούσαν να ανταγωνιστούν την Google μόνον κατά την ανανέωση των GSA, ήτοι κατά τη σύναψη νέων GSA, όχι όμως κατά την παράταση των υφιστάμενων GSA. Ειδικότερα, διαπιστώνεται ότι η Επιτροπή δεν μνημονεύει κανένα στοιχείο βάσει του οποίου μπορεί να θεωρηθεί ότι οι διαπραγματεύσεις που αφορούσαν την παράταση GSA δεν μπορούσαν να διεξαχθούν στο πέρας ανταγωνιστικής διαδικασίας μέσω της οποίας ο οικείος άμεσος εταίρος συνέκρινε τις υπηρεσίες που παρείχε η Google με τις υπηρεσίες των ανταγωνιστών της Google.

708 Εξάλλου, απαντώντας σε ερώτηση του Γενικού Δικαστηρίου κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, η Επιτροπή διευκρίνισε επιπλέον ότι οι μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google δεν γνώριζαν κατ' ανάγκην τις ημερομηνίες λήξης των GSA των άμεσων εταίρων και ότι θεώρησαν, εν πάση περιπτώσει, ότι οι GSA θα παρατείνονταν πριν από τη λήξη τους με αποτέλεσμα να μην είναι σε θέση να προτείνουν τις υπηρεσίες τους στους εν λόγω άμεσους εταίρους.

709 Εντούτοις, πέραν του ότι οι εν λόγω επεξηγήσεις δεν περιέχονται στην προσβαλλόμενη απόφαση, επισημαίνεται ότι η Επιτροπή δεν προσδιορίζει τον λόγο για τον οποίο οι άμεσοι εταίροι δεν μπορούσαν ούτε να γνωστοποιήσουν την ημερομηνία λήξης των GSA στους μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google ούτε να διαπραγματευθούν με τους εν λόγω μεσάζοντες προτού αποφασίσουν την παράταση ή μη των GSA.

710 Κατά τρίτον, διαπιστώνεται ότι η Επιτροπή παραπέμπει στην απόφαση της 1ης Απριλίου 1993, BPB Industries και British Gypsum κατά Επιτροπής (T-65/89, EU:T:1993:31, σκέψη 73), που μνημονεύεται στην υποσημείωση 571 της προσβαλλόμενης απόφασης, για να υποστηρίξει ότι δεν υποχρεούνταν να λάβει υπόψη τα δικαιώματα μονομερούς καταγγελίας, τα οποία είχαν ορισμένοι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, στο μέτρο που η ρήτρα αποκλειστικότητας εξακολουθούσε να εφαρμόζεται έως την άσκηση των εν λόγω δικαιωμάτων.

711 Υπενθυμίζεται, εντούτοις, ότι με την απόφαση της 1ης Απριλίου 1993, BPB Industries και British Gypsum κατά Επιτροπής (T-65/89, EU:T:1993:31, σκέψη 73), το Γενικό Δικαστήριο είχε κρίνει ότι η ευχέρεια των πελατών να διακόψουν τις συμβατικές σχέσεις τους με την κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση στην υπόθεση εκείνη δεν ασκούσε κατ' ουσίαν επιρροή, διότι η «νομική δυνατότητα καταγγελίας» ήταν «απατηλή». Εν προκειμένω, όμως, η Επιτροπή δεν επισήμανε, ούτε με την προσβαλλόμενη απόφαση ούτε απαντώντας στις ερωτήσεις του Γενικού Δικαστήριο κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, ότι εκτιμά ότι η άσκηση των δικαιωμάτων μονομερούς καταγγελίας εκ μέρους των άμεσων εταίρων ήταν απατηλή.

712 Εξάλλου, η Επιτροπή δεν υποστήριξε επίσης ότι η Google ήταν αναπόφευκτος εταίρος για όλους ή τους περισσότερους άμεσους εταίρους, κατά την έννοια του σημείου 36 της ανακοίνωσης της Επιτροπής με τίτλο «Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου [102 ΣΛΕΕ] σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις».

713 Επομένως, η Επιτροπή έπρεπε να λάβει υπόψη τα δικαιώματα μονομερούς καταγγελίας, τα οποία είχαν ορισμένοι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, προκειμένου να εξακριβώσει αν οι μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google μπορούσαν να αποκτήσουν πρόσβαση στο μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις που καλυπτόταν από τη ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους εν λόγω άμεσους εταίρους κατά τη διάρκεια των εν λόγω GSA.

714 Το ανωτέρω συμπέρασμα δεν αναιρείται από το γεγονός, το οποίο η Επιτροπή προβάλλει με το υπόμνημα αντικρούσεως, ότι η Google προσδιορίζει οκτώ μόνον από τους 34 μνημονευθέντες στην προσβαλλόμενη απόφαση άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, οι οποίοι είχαν δικαίωμα μονομερούς καταγγελίας, και ότι τα επίμαχα δικαιώματα δεν μπορούσαν να ασκηθούν ανά πάσα στιγμή. Συγκεκριμένα, όπως υποστηρίζει η Google και όπως προκύπτει από τις σκέψεις 699 και 700 ανωτέρω, η Επιτροπή όφειλε να εξετάσει το περιεχόμενο των ρητρών που προέβλεπαν τα εν λόγω δικαιώματα και τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες μπορούσαν να ασκηθούν, καθώς και τους άμεσους εταίρους που μπορούσαν να τα ασκήσουν, προκειμένου να εξακριβώσει αν τα εν λόγω δικαιώματα ήταν ικανά να θέσουν υπό αμφισβήτηση, τουλάχιστον σε κάποιο μέτρο, το γεγονός, που διαπιστώνεται με την προσβαλλόμενη απόφαση, ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους εμπόδισε τους ανταγωνιστές της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις κατά τη διάρκεια των εν λόγω GSA.

715 Από τα προεκτεθέντα προκύπτει ότι, ακόμη και αν προσαφθεί στην Επιτροπή ότι έλαβε υπόψη, με την προσβαλλόμενη απόφαση, τη συνολική διάρκεια των πλειόνων GSA στις οποίες οι άμεσοι εταίροι περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, ως μία από τις κρίσιμες περιστάσεις στην υπό κρίση υπόθεση, διαπιστώνεται ότι η Επιτροπή έπρεπε να εξακριβώσει αν, λαμβανομένου υπόψη του νομικού και οικονομικού πλαισίου της υπό κρίση υπόθεσης, οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους είχαν την ευχέρεια να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google στη λήξη κάθε επιμέρους GSA, ακόμη και πριν από την ενδεχόμενη παράτασή της, ή πριν από την άσκηση δικαιώματος μονομερούς καταγγελίας.

5) Συμπέρασμα σχετικά με την αδυναμία των μεσαζόντων ανταγωνιστών της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις

716 Όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 650 ανωτέρω, ορθώς η Επιτροπή έκρινε ότι, λαμβανομένης υπόψη της κάλυψης της ρήτρας τοποθέτησης σε σχέση με τις περιστάσεις που υπομνήσθηκαν στη σκέψη 602 ανωτέρω, η κάλυψη της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA στις οποίες οι άμεσοι εταίροι περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους ήταν επαρκής ώστε η εν λόγω ρήτρα να είναι ικανή να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά στο διάστημα από την 1η Ιανουαρίου 2006 έως την 31η Δεκεμβρίου 2015. Επιπλέον, στη

σκέψη 682 ανωτέρω επισημάνθηκε ότι η Google δεν μπορούσε να υποστηρίξει βασίμως ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι ένας ανταγωνιστής εξίσου αποτελεσματικός με την ίδια δεν μπορούσε να εμφανιστεί στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις ή ότι ένας τέτοιος ανταγωνιστής θα είχε εκτοπισθεί από την εν λόγω αγορά.

717 Αντιθέτως, αφενός, όπως προκύπτει από τη σκέψη 650 ανωτέρω, η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας μπορούσε να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά, λόγω της κάλυψής της, στο διάστημα από την 1η Ιανουαρίου 2016 έως την 31η Μαρτίου 2016. Αφετέρου, όπως προκύπτει από τη σκέψη 715 ανωτέρω, η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη το σύνολο των κρίσιμων περιστάσεων της υπό κρίση υπόθεσης στο πλαίσιο της εκτίμησης της διάρκειας κατά την οποία οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους υποχρεούνταν, δυνάμει της ρήτρας αποκλειστικότητας, να προμηθεύονται διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνο από την Google για την κάλυψη του συνόλου ή μέρους των αναγκών τους, ακόμη και αν γίνει δεκτό ότι όλοι οι ως άνω άμεσοι εταίροι που προσδιορίζονται στην προσβαλλόμενη απόφαση υπείχαν τέτοια υποχρέωση.

718 Κατά συνέπεια, εν αντιθέσει προς όσα επιτάσσει η νομολογία που υπομνήσθηκε στη σκέψη 107 ανωτέρω, η Επιτροπή δεν απέδειξε επαρκώς κατά νόμον, λαμβανομένου υπόψη του συνόλου των περιστάσεων της συγκεκριμένης υπόθεσης, ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους ήταν ικανή να εμποδίσει τους μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ, κατά τη διάρκεια εφαρμογής της εν λόγω ρήτρας.

γ) Συμπέρασμα σχετικά με το τρίτο σκέλος του δευτέρου λόγου ακυρώσεως

719 Όπως υπομνήσθηκε στη σκέψη 392 ανωτέρω, στην αιτιολογική σκέψη 362 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή έκρινε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό, λαμβανομένου υπόψη του συνόλου των κρίσιμων περιστάσεων της συγκεκριμένης υπόθεσης. Συναφώς, η Επιτροπή επισήμανε ότι η εν λόγω ρήτρα, πρώτον, αποθάρρυνε τους εν λόγω άμεσους εταίρους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google, δεύτερον, εμπόδισε τους εν λόγω μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, τρίτον, έβλαψε ενδεχομένως την καινοτομία, τέταρτον, βοήθησε την Google να διατηρήσει και να ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της στις εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ, πλην της Πορτογαλίας, και, πέμπτον, έβλαψε ενδεχομένως τους καταναλωτές.

720 Όπως υπομνήσθηκε στις σκέψεις 393 και 394 ανωτέρω, η Επιτροπή εκτίμησε κατ' ουσίαν ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους μπορούσε να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά, διαπιστώνοντας ότι η εν λόγω ρήτρα, αφενός, είχε αποθαρρύνει τους ως άνω άμεσους εταίρους να προμηθευτούν διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google και, αφετέρου, είχε εμποδίσει τους εν λόγω μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Επιπλέον, η Επιτροπή συμπέρανε από το εν λόγω αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά ότι η εν λόγω ρήτρα, κατ' αρχάς, έβλαψε ενδεχομένως την καινοτομία, εν συνεχεία, βοήθησε την Google να διατηρήσει και να ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της στις σχετικές εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και, τέλος, έβλαψε ενδεχομένως τους καταναλωτές.

721 Όπως υπομνήσθηκε στη σκέψη 399 ανωτέρω, στην αιτιολογική σκέψη 364 της προσβαλλόμενης απόφασης, προτού εξετάσει τα αποτελέσματα καθενός εκ των πέντε περιορισμών του ανταγωνισμού που προσδιόρισε (βλ. σκέψη 719 ανωτέρω), η Επιτροπή διευκρίνισε ότι, στο πλαίσιο της ανάλυσής της που αποσκοπεί στο να αποδείξει ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό, έλαβε υπόψη τη «διάρκεια της [εν λόγω] ρήτρας», παραπέμποντας, συναφώς, στο τμήμα 8.3.4.2 της προσβαλλόμενης απόφασης, σχετικά με την αδυναμία των μεσαζόντων ανταγωνιστών της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις και υπογραμμίζοντας, επομένως, ορθώς, τη σημασία των όσων εκτέθηκαν στις αιτιολογικές σκέψεις 388, 398 και 399 του ίδιου τμήματος. Η Επιτροπή επισήμανε επίσης ότι έλαβε υπόψη το ποσοστό κάλυψης της ρήτρας αποκλειστικότητας, το οποίο εξέτασε στο ως άνω τμήμα της προσβαλλόμενης απόφασης. Από τη συστηματική θέση της αιτιολογικής σκέψης 364 στην όλη οικονομία της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι η Επιτροπή έλαβε υπόψη τη διάρκεια και το ποσοστό κάλυψης της ρήτρας αποκλειστικότητας όταν εξέτασε τα αποτελέσματά της στο πλαίσιο καθενός από τους πέντε περιορισμούς που προσδιόρισε στην εν λόγω απόφαση.

722 Όπως όμως επισημάνθηκε στη σκέψη 717 ανωτέρω, η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη το σύνολο των κρίσιμων περιστάσεων της συγκεκριμένης υπόθεσης στο πλαίσιο της εκτίμησης της διάρκειας κατά την οποία έκρινε ότι, δυνάμει της ρήτρας αποκλειστικότητας, οι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους υποχρεούνταν να προμηθεύονται διαφημίσεις από την Google για την κάλυψη του συνόλου ή σημαντικού μέρους των αναγκών τους.

723 Επιπλέον, όπως επισημάνθηκε επίσης στη σκέψη 717 ανωτέρω, η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν από τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, μπορούσε να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά, λόγω της κάλυψής της, στο διάστημα από την 1η Ιανουαρίου έως τις 31 Μαρτίου 2016.

724 Ως εκ τούτου, τα σφάλματα στα οποία υπέπεσε η Επιτροπή, τα οποία υπομνήσθηκαν στις σκέψεις 722 και 723 ανωτέρω, πλήττουν το σύνολο των περιορισμών που η Επιτροπή προσδιόρισε στην προσβαλλόμενη απόφαση και, επομένως πρέπει να διαπιστωθεί ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε, επαρκώς κατά νόμον, ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, ήταν ικανή να αποθαρρύνει τους εν λόγω άμεσους εταίρους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google ή ότι ήταν ικανή να εμποδίσει τους εν λόγω μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ και, κατά συνέπεια, ότι η εν λόγω ρήτρα ήταν ικανή να έχει το αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά που διαπιστώθηκε με την προσβαλλόμενη απόφαση.

725 Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να γίνει δεκτό ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε επίσης, επαρκώς κατά νόμον, ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, κατ' αρχάς, έβλαψε ενδεχομένως την καινοτομία, εν συνεχεία, βοήθησε την Google να διατηρήσει και να ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της στις σχετικές εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και, τέλος, έβλαψε ενδεχομένως τους καταναλωτές.

726 Εξάλλου, διαπιστώνεται ότι, στις αιτιολογικές σκέψεις 422 και 423 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή εκτίμησε κατ' ουσίαν ότι η αγγλική ρήτρα ενίσχυσε το αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά της ρήτρας αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, αποθαρρύνοντας έτι περαιτέρω τους εν λόγω άμεσους εταίρους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google. Εντούτοις, η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι εν λόγω GSA ήταν ικανή να έχει τέτοιο αποτέλεσμα ούτε ισχυρίστηκε ότι η αγγλική ρήτρα ήταν, αφ' εαυτής, ικανή να επιφέρει το εν λόγω αποτέλεσμα. Ως εκ τούτου, η αγγλική ρήτρα δεν επαρκεί, αφ' εαυτής, για να αποδείξει ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι εν λόγω GSA συνιστούσε παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ.

727 Κατά συνέπεια, το τρίτο σκέλος του δεύτερου λόγου ακυρώσεως πρέπει να γίνει δεκτό, χωρίς να χρειάζεται να εξεταστούν τα λοιπά επιχειρήματα που η Google προέβαλε στο πλαίσιο του συγκεκριμένου λόγου ακυρώσεως, και, επομένως, η προσβαλλόμενη απόφαση πρέπει να ακυρωθεί καθόσον η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, συνιστά παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ.

Δ. Επί του τρίτου λόγου ακυρώσεως, κατά τον οποίο η ρήτρα τοποθέτησης δεν συνιστούσε κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης

728 Με τον τρίτο λόγο ακυρώσεως, η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι εκτίμησε ότι η ρήτρα τοποθέτησης συνιστούσε κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης κατά την έννοια του άρθρου 102 ΣΛΕΕ. Ο συγκεκριμένος λόγος ακυρώσεως διαρθρώνεται σε δύο σκέλη, εκ των οποίων το πρώτο αφορά την εσφαλμένη ερμηνεία του περιεχομένου της εν λόγω ρήτρας και το δεύτερο τον μη περιορισμό του ανταγωνισμού.

729 Προκαταρκτικώς, υπενθυμίζεται ότι, στο υπόδειγμα GSA του Μαρτίου του 2009, η ρήτρα τοποθέτησης ήταν διατυπωμένη ως εξής:

«Οι συμβαλλόμενοι συνομολογούν ότι: […] εάν η Google παρέχει την υπηρεσία AFS στην Εταιρία δυνάμει Συμφωνίας που αφορά έναν ή πλείονες Διαδικτυακούς Τόπους, η Εταιρία οφείλει, ανά πάσα στιγμή κατά τη Διάρκεια της Συμφωνίας, να ζητεί τουλάχιστον τρεις (3) Διαφημίσεις AFS μεγάλου σχήματος από την Google για κάθε Αναζήτηση που πραγματοποιείται στον ή στους εν λόγω Διαδικτυακούς Τόπους και πρέπει να προβάλλει τις Διαφημίσεις AFS που προμηθεύει η Google στις σχετικές Σελίδες Αποτελεσμάτων κατά τρόπο ώστε i) καμία Ισοδύναμη Διαφήμιση να μην εμφανίζεται πάνω από τέτοια Διαφήμιση AFS ή ακριβώς πλησίον της εν λόγω Διαφήμισης AFS και ii) οι Διαφημίσεις AFS να προβάλλονται σε μια συνεχή ενότητα και να μην παρεμβάλλονται μεταξύ αυτών άλλες διαφημίσεις ή άλλα περιεχόμενα.»

730 Στη ρήτρα 1.1 του υποδείγματος GSA του Μαρτίου του 2009 διευκρινιζόταν ότι ο όρος «ισοδύναμη διαφήμιση» παραπέμπει σε «κάθε διαφήμιση πανομοιότυπη ή ουσιαστικά παρεμφερούς φύσης με τις Διαφημίσεις AFS που η Google προμηθεύει δυνάμει Συμφωνίας».

731 Στο διάστημα από τον Ιούνιο του 2010 έως τον Οκτώβριο του 2013 η ρήτρα τοποθέτησης του υποδείγματος GSA προσαρμόστηκε, όσον αφορά τις διαφημίσεις για κινητές συσκευές και ταμπλέτες, ως εξής:

«Οι συμβαλλόμενοι συνομολογούν ότι: εάν η Google παρέχει την υπηρεσία AFS στην Εταιρία δυνάμει Συμφωνίας που αφορά έναν ή πλείονες Διαδικτυακούς Τόπους, η Εταιρία οφείλει, ανά πάσα στιγμή κατά τη Διάρκεια της Συμφωνίας, να ζητεί […], εάν η Αίτηση AFS προέρχεται από Αναζήτηση που πραγματοποιήθηκε από Τελικό Χρήστη ο οποίος χρησιμοποιεί Κινητή Συσκευή ή Ταμπλέτα, τουλάχιστον μία (1) Διαφήμιση Κινητής Συσκευής στις Αναζητήσεις ή τουλάχιστον μία (1) Διαφήμιση Ταμπλέτας στις Αναζητήσεις […].»

1. Επί του πρώτου σκέλους του τρίτου λόγου ακυρώσεως, που αφορά εσφαλμένη ερμηνεία του περιεχομένου της ρήτρας τοποθέτησης

732 Με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή εκτίμησε ότι η ρήτρα τοποθέτησης επιφύλασσε τον πιο ευδιάκριτο χώρο στους διαδικτυακούς τόπους των άμεσων εταίρων στις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις που προέρχονταν από την Google.

733 Πρώτον, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι οι άμεσοι εταίροι δεν μπορούσαν να προβάλλουν ανταγωνιστικές διαφημίσεις «πάνω από τις διαφημίσεις που προέρχονται από την Google ή ακριβώς παραπλεύρως» των εν λόγω διαφημίσεων. Εξ αυτού η Επιτροπή συμπέρανε ότι, κατ' αρχήν, οι διαφημίσεις που προέρχονταν από την Google προβάλλονταν στο άνω αριστερό μέρος της σελίδας αποτελεσμάτων, πάνω από τα εν λόγω αποτελέσματα. Επιπλέον, όταν καμία διαφήμιση δεν προβαλλόταν στο άνω αριστερό μέρος της σελίδας αποτελεσμάτων, η Επιτροπή επισήμανε ότι οι διαφημίσεις της Google έπρεπε να προβάλλονται στον χώρο που ο χρήστης θα έβλεπε πρώτο, ο οποίος μπορεί να βρισκόταν στο κάτω μέρος της σελίδας αποτελεσμάτων.

734 Δεύτερον, η Επιτροπή παρατήρησε ότι Google, αφενός, χαρακτήρισε τη ρήτρα τοποθέτησης ως ρήτρα «ελαστικής αποκλειστικότητας» και, αφετέρου, περιέλαβε την εν λόγω ρήτρα στην ενότητα με τον τίτλο «αποκλειστικότητα» ορισμένων GSA. Επιπλέον, η Επιτροπή παρέθεσε τις απαντήσεις της Google στις αιτήσεις ορισμένων άμεσων εταίρων στις οποίες επισημαίνεται, μεταξύ άλλων, ότι η Google δεν επιθυμούσε ανταγωνιστικές διαφημίσεις να προβάλλονται σε θέση «πιο ευνοϊκή» ή «καλύτερη» από τη θέση των δικών της διαφημίσεων.

735 Τρίτον, η Επιτροπή εκτίμησε ότι ο χώρος πάνω από τα αποτελέσματα αναζήτησης είναι ο πιο αποδοτικός χώρος και ότι ο χώρος που διατίθετο στις ανταγωνιστικές διαφημίσεις ήταν, κατά συνέπεια, λιγότερο αποδοτικός.

α) Επί της δυνατότητας προβολής ανταγωνιστικών διαφημίσεων κάτω από τις διαφημίσεις της Google

736 Η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε σφάλμα κρίνοντας ότι η ρήτρα τοποθέτησης απαγόρευε στους άμεσους εταίρους να προβάλλουν ανταγωνιστικές διαφημίσεις κάτω από τις δικές της. Η Google επισημαίνει ότι η φράση «ακριβώς πλησίον» δεν μπορεί να έχει την έννοια «καθέτως πλησίον των διαφημίσεων στις αναζητήσεις της Google» στο μέτρο που, στο υπόδειγμα GSA, διευκρινιζόταν ότι η εν λόγω ρήτρα εφαρμόζεται στις ανταγωνιστικές διαφημίσεις που προβάλλονται «πάνω» από τις δικές της ή «ακριβώς πλησίον» αυτών. Συγκεκριμένα, εάν ο όρος «πλησίον» παρέπεμπε στις διαφημίσεις που προβάλλονται «καθέτως πλησίον», δεν θα ήταν

αναγκαίο να γίνει μνεία στις διαφημίσεις που προβάλλονται «πάνω» από τα αποτελέσματα αναζήτησης. Εξάλλου, κατά την Google, στην προσβαλλόμενη απόφαση δεν μνημονεύεται κανένας άμεσος εταίρος ο οποίος ερμήνευσε τον όρο «πλησίον» όπως τον ερμήνευσε η Επιτροπή.

737 Η Vinden και η Surfboard διευκρινίζουν ότι ερμήνευσαν επίσης τη ρήτρα τοποθέτησης υπό την έννοια ότι επέτρεπε την προβολή ανταγωνιστικών διαφημίσεων κάτω από τις διαφημίσεις της Google.

738 Η Επιτροπή υποστηρίζει ότι η Google δεν αμφισβητεί ότι, από τη συνήθη έννοια των όρων «ακριβώς» και «πλησίον», που χρησιμοποιούνται στη ρήτρα τοποθέτησης, προκύπτει ότι οι άμεσοι εταίροι ερμήνευσαν την εν λόγω ρήτρα υπό την έννοια ότι απαγόρευε την προβολή ανταγωνιστικών διαφημίσεων καθέτως πλησίον των δικών της. Επιπλέον, κατά την Επιτροπή, σε πλείονες GSA διευκρινιζόταν ότι η απαγόρευση προβολής ανταγωνιστικών διαφημίσεων «ακριβώς πλησίον» των διαφημίσεων της Google είχε την έννοια ότι οι ανταγωνιστικές διαφημίσεις δεν έπρεπε να προβάλλονται ούτε «κάτω» από τις διαφημίσεις της Google ούτε «ακριβώς πλησίον» αυτών. Τέλος, κατά την Επιτροπή, η Google προσδιόρισε, κατά τη διοικητική διαδικασία, έναν μόνο άμεσο εταίρο ο οποίος ερμήνευσε την επίμαχη ρήτρα υπό την έννοια ότι επέτρεπε επίσης την προβολή ανταγωνιστικών διαφημίσεων κάτω από τις δικές της.

739 Όσον αφορά την επιχειρηματολογία της Vinden και της Surfboard, η Επιτροπή διευκρινίζει επιπλέον ότι οι εταιρίες δεν απέδειξαν ότι η ρήτρα τοποθέτησης επέτρεπε την προβολή διαφημίσεων ακριβώς κάτω από τις διαφημίσεις της Google. Ειδικότερα, η Επιτροπή επισημαίνει ότι τα αποδεικτικά στοιχεία που υπέβαλε η Vinden χρονολογούνται στο 2020 και, επομένως, αφορούν περίοδο κατά τη διάρκεια της οποίας η εν λόγω ρήτρα δεν εφαρμοζόταν πλέον. Επιπλέον, από τα εν λόγω αποδεικτικά στοιχεία προκύπτει, κατά την Επιτροπή, ότι η Vinden προέβαλε ανταγωνιστικές διαφημίσεις μόνον κάτω από τα αποτελέσματα αναζητήσεων.

740 Κατά πρώτον, επισημαίνεται ότι η Επιτροπή όρισε το περιεχόμενο της ρήτρας τοποθέτησης με πλείονες τρόπους στην προσβαλλόμενη απόφαση. Συγκεκριμένα, αφενός, όπως προκύπτει από τη σκέψη 733 ανωτέρω, η Επιτροπή αρκέστηκε να επισημάνει, στην αιτιολογική σκέψη 465 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η ρήτρα τοποθέτησης απαγόρευε στους άμεσους εταίρους να προβάλλουν ανταγωνιστικές διαφημίσεις «πάνω από τις διαφημίσεις της Google ή ακριβώς παραπλεύρως» αυτών. Αφετέρου, στην αιτιολογική σκέψη 481 της εν λόγω απόφασης, στο μέρος της συλλογιστικής που αφορά την απάντηση στα επιχειρήματα που προέβαλε η Google κατά τη διοικητική διαδικασία, η Επιτροπή διευκρίνισε ότι η φράση «αμέσως πλησίον» παρέπεμπε επίσης στις ανταγωνιστικές διαφημίσεις που προβάλλονταν κάτω από τις διαφημίσεις της Google.

741 Κατά δεύτερον, επισημαίνεται ότι, στην προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή βασίστηκε σε δύο ορισμούς του αγγλικού όρου «adjacent» που περιέχονται στα ηλεκτρονικά λεξικά *Oxford English Dictionary* και *Merriam Webster* για να θεωρήσει ότι ο συγκεκριμένος όρος παραπέμπει επίσης στις ανταγωνιστικές διαφημίσεις που τοποθετούνται κάτω από τις διαφημίσεις της Google. Από τους εν λόγω ορισμούς προκύπτει ότι ο επίμαχος όρος έχει την έννοια, αφενός, «παραπλεύρως ή πλησίον άλλου πράγματος» και, αφετέρου, «μη απομακρυσμένος», «έχων κοινό άκρο» και «ακριβώς προηγούμενος ή επόμενος».

742 Επομένως, μολονότι, βεβαίως, ο όρος «πλησίον» μπορεί να παραπέμπει σε οτιδήποτε περιβάλλει ένα πράγμα, από τους ορισμούς που παρατίθενται στην προσβαλλόμενη απόφαση προκύπτει ότι ο όρος μπορεί να προσδιορίζει επίσης ειδικώς αυτό που βρίσκεται «παραπλεύρως» του

συγκεκριμένου πράγματος. Ως εκ τούτου, πρέπει να θεωρηθεί, όπως εκτίμησε και η Google, ότι η ακριβής έννοια του όρου εξαρτάται από το πλαίσιο εντός του οποίου χρησιμοποιείται και δεν προσδιορίζει κατ' ανάγκην οτιδήποτε βρίσκεται κάτω από συγκεκριμένο πράγμα.

743 Συναφώς, πρώτον, επισημαίνεται ότι η Επιτροπή προσδιόρισε, με την προσβαλλόμενη απόφαση, οκτώ GSA στις οποίες η φράση «ακριβώς πλησίον» ορίστηκε ως παραπέμπουσα σε ανταγωνιστικές διαφημίσεις προβαλλόμενες «κάτω από τις διαφημίσεις και πλησίον αυτών».

744 Εντούτοις, αφενός, από το παράρτημα Α.53 του δικογράφου της προσφυγής, το περιεχόμενο του οποίου δεν αμφισβητεί η Επιτροπή, προκύπτει ότι, εν αντιθέσει προς όσα υποστηρίζει η Επιτροπή, οι ρήτρες των οκτώ GSA που μνημονεύονται στην προσβαλλόμενη απόφαση δεν ορίζουν τη φράση «ακριβώς πλησίον» ως έχουσα την έννοια «κάτω από τις διαφημίσεις και πλησίον αυτών». Επισημαίνεται, επιπλέον, όπως υποστηρίζει η Google, ότι στις εν λόγω ρήτρες διευκρινιζόταν ειδικώς ότι οι ανταγωνιστικές διαφημίσεις δεν επιτρέπεται να προβάλλονται «κάτω» από τις διαφημίσεις της Google ούτε «πλησίον» αυτών. Επομένως, από τη διατύπωση των εν λόγω ρητρών προκύπτει ότι ο όρος «πλησίον» δεν αρκεί, αφ' εαυτού, για να παραπέμψει στις ανταγωνιστικές διαφημίσεις που προβάλλονταν «κάτω» από τις διαφημίσεις της Google.

745 Αφετέρου, επισημαίνεται ότι και οι οκτώ GSA που μνημονεύονται στην προσβαλλόμενη απόφαση συνήφθησαν με τον όμιλο [*εμπιστευτικό*] και μόνο. Υπό τις συνθήκες αυτές, εν αντιθέσει προς όσα υποστηρίζει η Επιτροπή, δεν μπορεί, εν πάση περιπτώσει, να συναχθεί από τη συγκεκριμένη διατύπωση των οκτώ GSA, η οποία συμφωνήθηκε ειδικότερα με τον συγκεκριμένο άμεσο εταίρο, ότι η φράση «ακριβώς πλησίον», ακόμη και αν χρησιμοποιείται σε άλλες ρήτρες των εν λόγω GSA, έχει την ίδια έννοια στις εν λόγω GSA και στις GSA που συνήφθησαν με τους λοιπούς άμεσους εταίρους.

746 Δεύτερον, επισημαίνεται, όπως υπογράμμισε και η Google, ότι το γεγονός ότι στο υπόδειγμα GSA, απόσπασμα του οποίου παρατίθεται στην αιτιολογική σκέψη 91 της προσβαλλόμενης απόφασης, διευκρινίζεται ότι δεν επιτρέπεται η προβολή ανταγωνιστικών διαφημίσεων «πάνω» από τις διαφημίσεις της Google ή «ακριβώς πλησίον» αυτών υποδηλώνει επίσης ότι η φράση «ακριβώς πλησίον» δεν επαρκούσε, αφ' εαυτής, για να παραπέμψει στις ανταγωνιστικές διαφημίσεις που θα προβάλλονταν «πάνω» από τις διαφημίσεις της Google.

747 Κατά τρίτον, επισημαίνεται ότι η Επιτροπή αναγνώρισε, με την προσβαλλόμενη απόφαση, ότι ένας εκ των άμεσων εταίρων ερμήνευσε τη ρήτρα τοποθέτησης υπό την έννοια ότι επέτρεπε την προβολή ανταγωνιστικών διαφημίσεων κάτω από τις διαφημίσεις της Google. Εντούτοις, εν αντιθέσει προς όσα ισχυρίζεται η Επιτροπή, από το γεγονός και μόνο ότι η Google προσδιόρισε, συναφώς, κατά τη διοικητική διαδικασία, έναν μόνο άμεσο εταίρο δεν μπορεί να συναχθεί ότι οι λοιποί άμεσοι εταίροι θα είχαν ερμηνεύσει την επίμαχη ρήτρα διαφορετικά. Συγκεκριμένα, αφενός, από την επιλογή των άμεσων εταίρων να μην προβάλουν ανταγωνιστικές διαφημίσεις κάτω από τις διαφημίσεις της Google συνάγεται ότι η εν λόγω επιλογή ήταν αποκλειστικά και μόνο αποτέλεσμα της ερμηνείας της εν λόγω ρήτρας εκ μέρους τους, αποκλειομένου κάθε άλλου παράγοντα. Αφετέρου, επισημαίνεται, όπως υπογράμμισε και η Google, ότι, παρά τις εξουσίες έρευνας που της αναγνωρίζει ο κανονισμός 1/2003, η Επιτροπή δεν προσδιόρισε κανέναν άμεσο εταίρο ο οποίος ερμήνευσε την επίμαχη ρήτρα υπό την έννοια ότι απαγορεύει τέτοια προβολή.

748 Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να θεωρηθεί ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι η ρήτρα τοποθέτησης απαγόρευε στους άμεσους εταίρους να προβάλλουν ανταγωνιστικές διαφημίσεις κάτω από τις διαφημίσεις της Google.

β) Επί των χώρων που παράγουν το υψηλότερο ποσοστό κλικ

749 Η Google υποστηρίζει ότι η ρήτρα τοποθέτησης δεν επέβαλε στους άμεσους εταίρους την υποχρέωση να προβάλλουν τις δικές της διαφημίσεις στον χώρο που παράγει το υψηλότερο ποσοστό κλικ. Συγκεκριμένα, αφενός, η Google διαπιστώνει ότι, υπό ορισμένες διατάξεις προβολής, οι ανταγωνιστικές διαφημίσεις μπορούσαν να προβάλλονται σε χώρους που παράγουν υψηλότερο ποσοστό κλικ από τους χώρους που επιφυλάσσονταν στις δικές της διαφημίσεις. Επ' αυτού, η Google διευκρινίζει ότι, μολονότι η Επιτροπή εκτίμησε, με την προσβαλλόμενη απόφαση, ότι οι εκδότες χρησιμοποιούσαν «σπανίως» τις εν λόγω διατάξεις, εντούτοις, η επίμαχη ρήτρα δεν τις απαγόρευε. Αφετέρου, η Google διαπιστώνει ότι οι άμεσοι εταίροι μπορούσαν να προβάλλουν ανταγωνιστικές διαφημίσεις πάνω από τα αποτελέσματα αναζήτησης και ότι, υπό τις συνθήκες αυτές τα ποσοστά κλικ στις εν λόγω διαφημίσεις και στις δικές της διαφημίσεις ήταν συγκρίσιμα.

750 Η Surfboard υποστηρίζει ότι η ρήτρα τοποθέτησης της επέτρεπε να προβάλλει ανταγωνιστικές διαφημίσεις σε χώρους που συνεπάγονταν ποσοστά κλικ συγκρίσιμα με τα ποσοστά κλικ στις διαφημίσεις της Google.

751 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google και της Surfboard.

752 Συναφώς, πρέπει να εξεταστούν, αφενός, τα γραφήματα που περιέχονται στο παράρτημα Α.52 του δικογράφου της προσφυγής και, αφετέρου, τα στιγμιότυπα οθόνης σελίδων αποτελεσμάτων άμεσων εταίρων που αντιστοιχούν στα γραφήματα 5 και 6 του παραρτήματος C.11 του υπομνήματος απαντήσεως.

1) Επί των γραφημάτων που περιέχονται στο παράρτημα Α.52 του δικογράφου της προσφυγής

753 Διαπιστώνεται ότι στο παράρτημα Α.52 του δικογράφου της προσφυγής παρατίθενται τα δύο ακόλουθα γραφήματα διατάξεων, τα οποία είναι σύμφωνα προς τη ρήτρα τοποθέτησης και, κατά την Google, καθιστούσαν δυνατή την παραγωγή, από τις ανταγωνιστικές διαφημίσεις, ποσοστού κλικ υψηλότερου ή ίσου με το ποσοστό κλικ των διαφημίσεων που προέρχονταν από την Google.

Figure 1
Google And Competing Search Ads To The Right Of Search Results And Competing Search Ads Below The Search Results

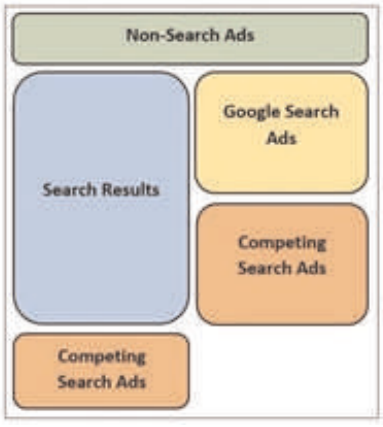


Figure 2
Competing Search Ads Above And To The Right Of The Search Results And Google Search Ads At The Top



754 Κατά πρώτον, επισημαίνεται ότι από τους πίνακες 18 έως 22 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι οι διαφημίσεις που προβάλλονταν κάτω από τα αποτελέσματα αναζήτησης παρήγαγαν ποσοστά κλικ υψηλότερα από τα ποσοστά κλικ που παρήγαγαν οι διαφημίσεις που

προβάλλονταν στα δεξιά των εν λόγω αποτελεσμάτων στο διάστημα από το 2012 έως το 2015. Ως εκ τούτου, πρέπει να θεωρηθεί, όπως υπογράμμισε και η Google, ότι, στη διάταξη που αντιστοιχεί στο γράφημα 1, οι ανταγωνιστικές διαφημίσεις μπορούσαν να παραγάγουν ποσοστά κλικ υψηλότερα από τα ποσοστά κλικ των δικών της διαφημίσεων, κάτι το οποίο, άλλωστε, η Επιτροπή δεν αμφισβητεί.

755 Εντούτοις, με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή επισήμανε ότι οι άμεσοι εταίροι σπανίως επέλεγαν τη συγκεκριμένη διάταξη, κάτι το οποίο επίσης δεν αμφισβητεί η Google. Μολονότι η Επιτροπή δεν εκθέτει λεπτομερώς τους λόγους στους οποίους οφείλεται η κατάσταση αυτή, εντούτοις, από τους πίνακες 18 έως 22 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι οι διαφημίσεις που προβάλλονται πάνω από τα αποτελέσματα αναζήτησης παρήγαγαν τα υψηλότερα ποσοστά κλικ. Επομένως, με τη μη προβολή οποιασδήποτε διαφήμισης πάνω από τα εν λόγω αποτελέσματα, οι άμεσοι εταίροι αποδέχονταν τη μείωση του αριθμού των κλικ που παρήγαγαν οι σελίδες αποτελεσμάτων τους και, κατά συνέπεια, τη μείωση των εσόδων τους. Ως εκ τούτου, οι άμεσοι εταίροι έπρεπε να αποδεχθούν τον περιορισμό των συνολικών εσόδων τους προκειμένου οι ανταγωνιστικές διαφημίσεις να μπορέσουν να παραγάγουν ποσοστά κλικ υψηλότερα από τα ποσοστά κλικ των διαφημίσεων της Google.

756 Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να θεωρηθεί ότι, λαμβανομένων υπόψη των περιστάσεων της συγκεκριμένης υπόθεσης, το γράφημα 1 δεν απεικονίζει μια διάταξη η οποία θα παρείχε, στην πράξη, τη δυνατότητα στους άμεσους εταίρους να αποδώσουν στις ανταγωνιστικές διαφημίσεις χώρους που θα παρήγαν ποσοστά κλικ υψηλότερα από τα ποσοστά κλικ των χώρων που επιφυλάσσονταν για τις διαφημίσεις της Google.

757 Κατά δεύτερον, επισημαίνεται ότι, όπως προκύπτει από τη σκέψη 748 ανωτέρω, οι άμεσοι εταίροι μπορούσαν να προβάλλουν ανταγωνιστικές διαφημίσεις κάτω από τις διαφημίσεις της Google. Επομένως, πρέπει να θεωρηθεί ότι το γράφημα 2 απεικονίζει διάταξη σύμφωνη προς τη ρήτρα τοποθέτησης.

758 Εντούτοις, δεν αμφισβητείται ότι οι άμεσοι εταίροι έπρεπε να προβάλλουν τουλάχιστον τρεις διαφημίσεις της Google εντός της ίδιας «ενότητας» όταν η διαδικτυακή αναζήτηση πραγματοποιούνταν σε ηλεκτρονικό υπολογιστή.

759 Αφενός, όμως, επισημαίνεται ότι, εν αντιθέσει προς όσα υποστηρίζει η Google, από τους πίνακες 18 έως 22 της προσβαλλόμενης απόφασης δεν προκύπτει ότι οι διαφημίσεις που προβάλλονταν στην τέταρτη θέση πάνω από τα αποτελέσματα αναζήτησης παρήγαγαν ποσοστά κλικ λίγο χαμηλότερα από τα ποσοστά κλικ των διαφημίσεων που προβάλλονταν στις τρεις πρώτες θέσεις. Ειδικότερα, μολονότι είναι αληθές ότι η διαφορά των ποσοστών κλικ μεταξύ των διαφημίσεων που προβάλλονται στην τρίτη και στην τέταρτη θέση δεν είναι σημαντική –εξάλλου, το 2015, το ποσοστό κλικ των διαφημίσεων που προβάλλονταν στην τέταρτη θέση ήταν μάλιστα υψηλότερο από το ποσοστό κλικ των διαφημίσεων που προβάλλονταν στην τρίτη θέση–, επισημαίνεται, όπως υπογράμμισε και η Επιτροπή, ότι υπάρχει μεγάλη διαφορά μεταξύ των ποσοστών κλικ των διαφημίσεων που προβάλλονταν στην πρώτη θέση και των ποσοστών κλικ των διαφημίσεων που προβάλλονταν στην τέταρτη θέση. Συγκεκριμένα, για παράδειγμα, για το έτος 2013, από τον πίνακα που ακολουθεί προκύπτει ότι το ποσοστό κλικ των διαφημίσεων που προβάλλονταν στην τέταρτη θέση ήταν [*εμπιστευτικό*] %, το δε ποσοστό κλικ των διαφημίσεων που προβάλλονταν στην πρώτη θέση ήταν [*εμπιστευτικό*] %. Επομένως, το 2013 οι διαφημίσεις που προβάλλονταν στην πρώτη θέση παρήγαγαν [*εμπιστευτικό*] % περισσότερα κλικ από τις διαφημίσεις που προβάλλονταν στην τέταρτη θέση. Ομοίως, το έτος 2015 το ποσοστό κλικ των διαφημίσεων που προβάλλονταν στην τέταρτη θέση ήταν [*εμπιστευτικό*] %, το δε ποσοστό κλικ των διαφημίσεων

που προβάλλονταν στην πρώτη θέση ήταν [*εμπιστευτικό*] %. Επομένως, το 2015 οι διαφημίσεις που προβάλλονταν στην πρώτη θέση παρήγαγαν [*εμπιστευτικό*] % περισσότερα κλικ από τις διαφημίσεις που προβάλλονταν στην τέταρτη θέση:

Έτος	2011	2012	2013	2014	2015
Ποσοστό κλικ – 1η θέση	[*εμπιστευ-πιστευτικό*] %	[*εμπιστευ-πιστευτικό*] %	[*εμπιστευ-πιστευτικό*] %	[*εμπιστευ-πιστευτικό*] %	[*εμπιστευ-πιστευτικό*] %
Ποσοστό κλικ – 4η θέση	[*εμπιστευ-πιστευτικό*] %	[*εμπιστευ-πιστευτικό*] %	[*εμπιστευ-πιστευτικό*] %	[*εμπιστευ-πιστευτικό*] %	[*εμπιστευ-πιστευτικό*] %
Αύξηση του αριθμού κλικ μεταξύ 4ης και 1ης θέσης	[*εμπιστευ-πιστευτικό*] %	[*εμπιστευ-πιστευτικό*] %	[*εμπιστευ-πιστευτικό*] %	[*εμπιστευ-πιστευτικό*] %	[*εμπιστευ-πιστευτικό*] %

760 Αφετέρου, από την τρίτη στήλη του πίνακα 23 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει, μεταξύ άλλων, ότι η διαφορά των ποσοστών κλικ μεταξύ των τριών πρώτων προβαλλόμενων διαφημίσεων και εκείνων που προβάλλονταν χαμηλότερα (αλλά πάνω από τα αποτελέσματα της αναζήτησης) αυξάνεται συνήθως με τον αριθμό των προβαλλόμενων διαφημίσεων. Επομένως, η προβολή μεγαλύτερου αριθμού ανταγωνιστών διαφημίσεων δεν αναιρεί τη διαπίστωση ότι, στο γράφημα 2, οι διαφημίσεις της Google καταλάμβαναν τους χώρους που παρήγαγαν τα υψηλότερα ποσοστά κλικ.

761 Ως εκ τούτου, πρέπει να γίνει δεκτό ότι η Google αβασίμως διατείνεται ότι η διάταξη που αντιστοιχεί στο γράφημα 2 παρείχε στις ανταγωνιστικές διαφημίσεις τη δυνατότητα να παραγάγουν ποσοστά κλικ συγκρίσιμα με τα ποσοστά κλικ των δικών της διαφημίσεων.

2) Επί των γραφημάτων 5 και 6 του παραρτήματος C.11 του υπομνήματος απαντήσεως

762 Η Google υποστηρίζει ότι οι άμεσοι εταίροι μπορούσαν να προβάλουν ανταγωνιστικές διαφημίσεις πλησίον των δικών της διαφημίσεων, οι οποίες μπορούσαν, επομένως, να παραγάγουν ποσοστά κλικ συγκρίσιμα με τα ποσοστά κλικ των δικών της διαφημίσεων. Συναφώς, η Google παραπέμπει στα στιγμιότυπα οθόνης των διαδικτυακών τόπων δύο άμεσων εταίρων που παρατίθενται στα γραφήματα 5 και 6 του παραρτήματος C.11 του υπομνήματος απαντήσεως.

763 Εντούτοις, κατά πρώτον, επισημαίνεται ότι η επιχειρηματολογία της Google θέτει υπό αμφισβήτηση τους ίδιους τους όρους της ρήτρας τοποθέτησης βάσει της οποίας απαγορεύεται η προβολή ανταγωνιστικών διαφημίσεων πλησίον των δικών της διαφημίσεων. Το γεγονός, πάντως, ότι δύο άμεσοι εταίροι δεν τήρησαν τους εν λόγω όρους, σε μια δεδομένη χρονική στιγμή, δεν αρκεί για να αποδειχθεί ότι η επίμαχη ρήτρα επέτρεπε τέτοια προβολή.

764 Κατά δεύτερον, επισημαίνεται ότι, κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, η Google αναγνώρισε, αφενός, ότι οι άμεσοι εταίροι δεν μπορούσαν να προβάλλουν ανταγωνιστικές διαφημίσεις πάνω από τις δικές της διαφημίσεις και, αφετέρου, ότι τα γραφήματα 5 και 6 του παραρτήματος C.11 του υπομνήματος απαντήσεως απεικόνιζαν την προβολή ανταγωνιστικών διαφημίσεων οι οποίες δεν βρίσκονταν πάνω από τα αποτελέσματα αναζητήσεων, όπως παρατήρησε η Επιτροπή στην υποσημείωση 81 του υπομνήματος ανταπαντήσεως. Επρόκειτο, επομένως, περί ανταγωνιστικών διαφημίσεων οι οποίες πρέπει να θεωρηθεί ότι έχουν τοποθετηθεί στη δεξιά πλευρά της σελίδας

αποτελεσμάτων. Από τους πίνακες 18 έως 22 της προσβαλλόμενης απόφασης, όμως, το περιεχόμενο των οποίων δεν αμφισβητεί η Google, προκύπτει ότι οι εν λόγω διαφημίσεις παρήγαγαν ποσοστό κλικ σημαντικά χαμηλότερο από το ποσοστό κλικ των διαφημίσεων που βρίσκονταν στο επάνω μέρος σελίδας αποτελεσμάτων.

765 Ως εκ τούτου, πρέπει να θεωρηθεί ότι, ακόμη και αν γίνει δεκτό ότι τα γραφήματα 5 και 6 του παραρτήματος C.11 του δικογράφου απαντήσεως απεικονίζουν προβολή ανταγωνιστικών διαφημίσεων συμβατή με τη ρήτρα τοποθέτησης, τέτοια προβολή δεν καθιστούσε δυνατή την παραγωγή, για τις εν λόγω διαφημίσεις, ποσοστών κλικ συγκρίσιμων με τα ποσοστά κλικ των διαφημίσεων της Google.

766 Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να θεωρηθεί ότι αβασίμως η Google υποστηρίζει ότι οι άμεσοι εταίροι μπόρεσαν, σύμφωνα με τη ρήτρα τοποθέτησης, να εφαρμόσουν διατάξεις στις οποίες οι ανταγωνιστικές διαφημίσεις παρήγαγαν ποσοστά κλικ υψηλότερα από τα ποσοστά κλικ των δικών της διαφημίσεων ή συγκρίσιμα με τα εν λόγω ποσοστά κλικ.

γ) Συμπέρασμα σχετικά με το πρώτο σκέλος του τρίτου λόγου ακυρώσεως

767 Η Google δεν απέδειξε ότι, στην πράξη, το ποσοστό κλικ των ανταγωνιστικών διαφημίσεων μπορούσε να είναι, τουλάχιστον, συγκρίσιμο με το ποσοστό κλικ των δικών της διαφημίσεων, όπως προβάλλονταν σύμφωνα με τη ρήτρα τοποθέτησης. Ως εκ τούτου, όσον αφορά τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις, ορθώς η Επιτροπή εκτίμησε ότι η ρήτρα τοποθέτησης επιφύλασσε στις διαφημίσεις της Google τις πιο ευδιάκριτες θέσεις στις σελίδες αποτελεσμάτων των άμεσων εταίρων.

768 Κατά συνέπεια, το πρώτο σκέλος του τρίτου λόγου ακυρώσεως που προέβαλε η Google είναι απορριπτέο ως αβάσιμο.

2. Επί του δεύτερου σκέλους του τρίτου λόγου ακυρώσεως, που αφορά απουσία περιορισμού του ανταγωνισμού λόγω της ρήτρας τοποθέτησης

769 Με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή εκτίμησε, στην αιτιολογική σκέψη 494 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η ρήτρα τοποθέτησης ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό, λαμβανομένου υπόψη του συνόλου των περιστάσεων της συγκεκριμένης υπόθεσης. Συναφώς, η Επιτροπή επισήμανε ότι η εν λόγω ρήτρα, πρώτον, αποθάρρυνε τους άμεσους εταίρους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google, δεύτερον, εμπόδισε τους εν λόγω μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, τρίτον, έβλαψε ενδεχομένως την καινοτομία, τέταρτον, βοήθησε την Google να διατηρήσει και να ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της στις εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ, πλην της Πορτογαλίας, και, πέμπτον, έβλαψε ενδεχομένως τους καταναλωτές. Επιπλέον, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι ο δεσμευτικός χαρακτήρας των δειγμάτων είχε αυξήσει την ικανότητα της ως άνω ρήτρας να περιορίζει τον ανταγωνισμό.

770 Ειδικότερα, επισημαίνεται ότι, διαπιστώνοντας ότι η ρήτρα τοποθέτησης, αφενός, αποθάρρυνε τους άμεσους εταίρους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google και, αφετέρου, εμπόδισε τους εν λόγω μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό

μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, η Επιτροπή έκρινε, κατ' ουσίαν, ότι η εν λόγω ρήτρα ήταν ικανή να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά.

771 Επιπλέον, επισημαίνεται ότι η Επιτροπή συμπέρανε από το αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά της ρήτρας τοποθέτησης ότι η εν λόγω ρήτρα, κατ' αρχάς, έβλαψε ενδεχομένως την καινοτομία, εν συνεχεία, βοήθησε την Google να διατηρήσει και να ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της στις σχετικές εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και, τέλος, έβλαψε ενδεχομένως τους καταναλωτές.

772 Συγκεκριμένα, κατ' αρχάς, από τις αιτιολογικές σκέψεις 530 έως 532 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι το αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά της ρήτρας τοποθέτησης εμπόδισε τους μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google να παράσχουν ή να αναπτύξουν διαφορετικού τύπου διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις με αποτέλεσμα η εν λόγω ρήτρα να αποθαρρύνει τους εν λόγω μεσάζοντες να επενδύσουν στην καινοτομία. Εν συνεχεία, από την αιτιολογική σκέψη 534 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι το εν λόγω αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά στέρησε από τους εν λόγω μεσάζοντες έσοδα και δεδομένα τα οποία θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για τον σκοπό της παροχής διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Τέλος, από την αιτιολογική σκέψη 539 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι το αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά έδωσε στην Google τη δυνατότητα να καθορίζει σε υψηλό επίπεδο τις τιμές που κατέβαλλαν οι διαφημιζόμενοι, αυξάνοντας με τον τρόπο αυτόν τις τιμές που κατέβαλλαν οι καταναλωτές για τα αγαθά που αποτελούσαν αντικείμενο των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Η Επιτροπή επισήμανε επιπλέον, στην αιτιολογική σκέψη 540 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι το γεγονός ότι η εν λόγω ρήτρα έβλαψε ενδεχομένως την καινοτομία είχε επίσης στερήσει τους καταναλωτές από ευρύτερη επιλογή όσον αφορά τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

773 Η Google υποστηρίζει ότι η ρήτρα τοποθέτησης, πρώτον, δεν παρήγαγε τα αποτελέσματα εκτοπισμού από την αγορά που διαπιστώθηκαν με την προσβαλλόμενη απόφαση, δεύτερον, δεν βοήθησε την Google να διατηρήσει ή να ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της στις σχετικές εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και, τρίτον, δεν έβλαψε ούτε την καινοτομία ούτε τους καταναλωτές. Επιπλέον, η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι δεν απέδειξε ότι τα δείγματα ήταν ικανά να περιορίσουν τον ανταγωνισμό.

774 Η Surfboard και η Vinden υποστηρίζουν ότι η ρήτρα τοποθέτησης δεν άσκησε επιρροή στη συμπεριφορά τους. Η Vinden διευκρινίζει, επιπλέον, ότι τα δείγματα μπορούσαν να τροποποιηθούν και αμφισβητεί τον δεσμευτικό χαρακτήρα τους. Η Surfboard επισημαίνει επιπλέον ότι η ρήτρα τοποθέτησης ήταν αντικειμενικώς δικαιολογημένη.

775 Κατ' αρχάς, πρέπει να εξεταστεί το αποτέλεσμα αποκλεισμού από την αγορά, λόγω της ρήτρας τοποθέτησης, το οποίο διαπιστώνεται στην προσβαλλόμενη απόφαση. Επομένως, πρέπει να εξακριβωθεί αν η εν λόγω ρήτρα ήταν ικανή, αφενός, να αποθαρρύνει τους άμεσους εταίρους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google και, αφετέρου, να εμποδίσει τους εν λόγω μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

776 Συναφώς, επισημαίνεται ότι, στην αιτιολογική σκέψη 496 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή διευκρίνισε ότι, στο πλαίσιο της ανάλυσής της που αποσκοπεί στο να αποδείξει ότι η ρήτρα τοποθέτησης ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό, έλαβε υπόψη το σύνολο των κρίσιμων περιστάσεων, συμπεριλαμβανομένων, αφενός, της σπουδαιότητας της δεσπόζουσας

θέσης της Google, τόσο στις σχετικές εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις όσο και στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, και, αφετέρου, του μεριδίου της τελευταίας αυτής αγοράς που κάλυπτε η εν λόγω ρήτρα καθώς και της «διάρκειας της [εν λόγω] ρήτρας». Συναφώς, η Επιτροπή παρέπεμψε στο τμήμα 7, το οποίο περιλαμβάνει τις παρατηρήσεις που υπομνήσθηκαν στις σκέψεις 401 έως 404 ανωτέρω, καθώς και, κατ' ουσίαν, στο τμήμα 8.4.4.2 της εν λόγω απόφασης, σχετικά με την αδυναμία των μεσαζόντων ανταγωνιστών της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της εν λόγω αγοράς.

777 Όπως επισημάνθηκε στις σκέψεις 400 και 405 ανωτέρω, το Γενικό Δικαστήριο παρατηρεί, αφενός, ότι η προσέγγιση που προέκρινε η Επιτροπή είναι σύμφωνη προς τη νομολογία και, αφετέρου, ότι η Google αμφισβητεί το περιεχόμενο του τμήματος 7 της προσβαλλόμενης απόφασης υποστηρίζοντας απλώς και μόνο, στο πλαίσιο του πρώτου λόγου ακυρώσεως, ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε πλάνη κατά τον ορισμό των σχετικών αγορών στο τμήμα 6 της εν λόγω απόφασης.

778 Επιπλέον, όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 767 ανωτέρω, ορθώς η Επιτροπή εκτίμησε ότι η ρήτρα τοποθέτησης επιφύλασσε στις διαφημίσεις της Google τις πιο ευδιάκριτες θέσεις στις σελίδες αποτελεσμάτων των άμεσων εταίρων. Κατά συνέπεια, επισημαίνεται ότι, όπως προκύπτει από τις αιτιολογικές σκέψεις 335, 467, από την αιτιολογική σκέψη 630, σημείο 2, καθώς και από τις αιτιολογικές σκέψεις 712 και 718 της προσβαλλόμενης απόφασης, η ρήτρα τοποθέτησης προσομοιάζει με ρήτρα ελαστικής αποκλειστικότητας όσον αφορά τους διαδικτυακούς τόπους που περιλαμβάνονταν στις GSA που περιείχαν την εν λόγω ρήτρα.

779 Όπως υπομνήσθηκε, όμως, στη σκέψη 406 ανωτέρω, μολονότι η ικανότητα των ρητρών αποκλειστικότητας να αποκλείουν τους ανταγωνιστές δεν είναι αυτόματη, όπως προκύπτει άλλωστε από το σημείο 36 της ανακοίνωσης της Επιτροπής με τίτλο «Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου [102 ΣΛΕΕ] σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις», εντούτοις, οι εν λόγω ρήτρες προκαλούν, ως εκ της φύσεώς τους, εύλογη ανησυχία από την άποψη του ανταγωνισμού.

780 Υπό το πρίσμα των ανωτέρω στοιχείων πρέπει να εξεταστεί, κατ' αρχάς, αν η ρήτρα τοποθέτησης ήταν ικανή να αποθαρρύνει τους άμεσους εταίρους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google και, εν συνεχεία, αν η εν λόγω ρήτρα ήταν ικανή να εμποδίσει τους μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

α) Επί του αποτρεπτικού χαρακτήρα της ρήτρας τοποθέτησης έναντι των άμεσων εταίρων

781 Με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή εκτίμησε ότι η ρήτρα τοποθέτησης είχε αποθαρρύνει τους άμεσους εταίρους να προμηθευτούν διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google.

782 Επ' αυτού, αφενός, στην αιτιολογική σκέψη 499 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η ρήτρα τοποθέτησης είχε εμποδίσει τους άμεσους εταίρους να εκτιμήσουν το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον προμήθειας διαφημίσεων από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google. Αφετέρου, στην αιτιολογική σκέψη 500 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή επισήμανε ότι η εν λόγω ρήτρα είχε εμποδίσει τους προμνησθέντες άμεσους εταίρους να εφαρμόσουν ορισμένες διατάξεις προβολής όσον αφορά τις σελίδες αποτελεσμάτων τους, στο μέτρο που έπρεπε οπωσδήποτε να προβάλλουν τουλάχιστον τρεις διαφημίσεις της Google σε μία

και μόνη ενότητα όταν ο χρήστης επισκεπτόταν τις εν λόγω σελίδες από ηλεκτρονικό υπολογιστή. Επιπλέον, απαντώντας σε επιχείρημα της Google, η Επιτροπή εκτίμησε, στην αιτιολογική σκέψη 502 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι, χωρίς τη ρήτρα τοποθέτησης, οι άμεσοι εταίροι θα είχαν εμπορικό συμφέρον να προμηθευτούν διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google.

1) Επί της ικανότητας της ρήτρας τοποθέτησης να εμποδίσει τους άμεσους εταίρους να εκτιμήσουν το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον προμήθειας διαφημίσεων από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google

783 Η Google υποστηρίζει, αφενός, ότι η ρήτρα τοποθέτησης δεν ήταν ικανή να εμποδίσει τους άμεσους εταίρους να εκτιμήσουν το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον προμήθειας διαφημίσεων από ανταγωνιστές μεσάζοντες και, αφετέρου, ότι οι δηλώσεις των δύο άμεσων εταίρων, που μνημονεύονται στην αιτιολογική σκέψη 499 της προσβαλλόμενης απόφασης, δεν μπορούσαν να αποδείξουν ότι η επίμαχη ρήτρα είχε εμποδίσει πραγματικά τους άμεσους εταίρους να εκτιμήσουν το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον προμήθειας διαφημίσεων από ανταγωνιστές μεσάζοντες.

i) Επί του περιεχομένου της ρήτρας τοποθέτησης

784 Η Google υποστηρίζει, κατ' ουσίαν, ότι, λαμβανομένου υπόψη του περιεχομένου της, η ρήτρα τοποθέτησης δεν ήταν ικανή να εμποδίσει τους άμεσους εταίρους να εκτιμήσουν το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον προμήθειας διαφημίσεων από ανταγωνιστές μεσάζοντες. Ειδικότερα, η Google υποστηρίζει ότι, πρώτον, οι άμεσοι εταίροι μπορούσαν να επιλέξουν ελεύθερα τους διαδικτυακούς τόπους τους οποίους επιθυμούσαν να περιλάβουν στις GSA που συνήπταν, δεύτερον, οι άλλοι μεσάζοντες μπορούσαν να την ανταγωνιστούν κατά τη διαπραγμάτευση ή την εκ νέου διαπραγμάτευση των εν λόγω GSA ή όταν οι άμεσοι εταίροι είχαν δικαίωμα μονομερούς καταγγελίας, τρίτον, οι άμεσοι εταίροι μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν την AFS συνάπτοντας διαδικτυακές συμβάσεις και, τέταρτον, η ρήτρα τοποθέτησης επέτρεπε ρητώς την προβολή ανταγωνιστικών διαφημίσεων.

785 Η Vinden υποστηρίζει ότι η ρήτρα τοποθέτησης δεν την αποθάρρυνε να προβάλλει ανταγωνιστικές διαφημίσεις. Η Vinden διευκρινίζει ότι είχε επίσης προμηθευτεί διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις από τη Yahoo! και ότι η GSA που είχε συνάψει προέβλεπε ότι μπορούσε να προβάλλει ανταγωνιστικές διαφημίσεις.

786 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google και της Vinden.

787 Πρώτον, επισημαίνεται ότι, όπως προκύπτει από τις σκέψεις 412 έως 415 ανωτέρω και όπως επισημαίνει κατ' ουσίαν η Επιτροπή, το γεγονός ότι οι άμεσοι εταίροι μπορούσαν να πειραματιστούν ελεύθερα προβάλλοντας ανταγωνιστικές διαφημίσεις στους διαδικτυακούς τόπους που δεν περιλαμβάνονταν στις GSA που συνήψαν δεν καθιστά δυνατή την εκτίμηση του αποτελέσματος της ρήτρας τοποθέτησης όσον αφορά τους διαδικτυακούς τόπους που, αντιθέτως, περιλαμβάνονταν στις εν λόγω GSA. Επομένως, το γεγονός ότι οι άμεσοι εταίροι μπορούσαν να επιλέξουν τους διαδικτυακούς τόπους που περιλάμβαναν στις συναπτόμενες GSA, είτε κατά τη διαπραγμάτευση είτε κατά την εκ νέου διαπραγμάτευση των GSA ή ακόμη μετά την άσκηση δικαιώματος μονομερούς καταγγελίας, ή το ότι μπορούσαν να επιλέξουν να περιλάβουν τους διαδικτυακούς τόπους τους σε διαδικτυακή σύμβαση δεν μπορεί να θέσει υπό αμφισβήτηση το γεγονός ότι η επίμαχη ρήτρα ήταν ικανή, κατά τη διάρκεια ορισμένης περιόδου,

να τους εμποδίσει να εκτιμήσουν το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον προμήθειας διαφημίσεων από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google, τουλάχιστον, όσον αφορά τους διαδικτυακούς τόπους που περιλαμβάνονταν στις συναπτόμενες GSA.

788 Δεύτερον, υπενθυμίζεται ότι, όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 767 ανωτέρω, ορθώς η Επιτροπή εκτίμησε ότι η ρήτρα τοποθέτησης επιφύλασσε, για τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις που προέρχονταν από την Google, τις πιο ευδιάκριτες θέσεις στις σελίδες αποτελεσμάτων των άμεσων εταίρων και, επομένως, τις θέσεις που παρήγαν τα υψηλότερα ποσοστά κλικ. Ως εκ τούτου, η περίσταση ότι η εν λόγω ρήτρα επέτρεπε την προβολή ανταγωνιστικών διαφημίσεων δεν αναιρεί τη διαπίστωση ότι περιόριζε κατ' ανάγκην τους ενδεχόμενους πειραματισμούς των άμεσων εταίρων όσον αφορά την προβολή των εν λόγω διαφημίσεων.

789 Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να θεωρηθεί ότι αβασίμως η Google υποστηρίζει ότι, λαμβανομένου υπόψη του περιεχομένου της, η ρήτρα τοποθέτησης δεν ήταν ικανή να εμποδίσει, τουλάχιστον σε κάποιο μέτρο, τους άμεσους εταίρους να εκτιμήσουν το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον να προμηθευτούν διαφημίσεις από ανταγωνιστές μεσάζοντες, μεταξύ άλλων όσον αφορά τους διαδικτυακούς τόπους που περιλαμβάνονταν στις GSA που περιείχαν την εν λόγω ρήτρα.

ii) Επί των δηλώσεων των άμεσων εταίρων

790 Η Google επισημαίνει ότι, στην προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή βασίστηκε στις δηλώσεις δύο μόνο άμεσων εταίρων για να θεωρήσει ότι η ρήτρα τοποθέτησης είχε εμποδίσει τους άμεσους εταίρους, στο σύνολό τους, να εκτιμήσουν το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον προμήθειας διαφημίσεων από άλλους μεσάζοντες. Επιπλέον, η Google διαπιστώνει ότι από τις δηλώσεις πλειόνων άμεσων εταίρων, περιλαμβανομένου ενός εκ των δύο που μνημονεύονται στην προσβαλλόμενη απόφαση, προκύπτει ότι η επίμαχη ρήτρα δεν τους εμπόδισε να εκτιμήσουν τέτοιο συμφέρον.

791 Η Επιτροπή αμφισβητεί το παραδεκτό των επιχειρημάτων που προβάλλει η Google με σκοπό να αμφισβητήσει το γεγονός ότι οι άμεσοι εταίροι επιβεβαίωσαν ότι η ρήτρα τοποθέτησης τους εμπόδισε να εκτιμήσουν το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον προμήθειας διαφημίσεων από άλλους μεσάζοντες, διότι τα εν λόγω επιχειρήματα προβλήθηκαν το πρώτον με το υπόμνημα απαντήσεως. Επιπλέον, η Επιτροπή εκτιμά ότι η εν λόγω επιχειρηματολογία είναι, εν πάση περιπτώσει, αβάσιμη.

– *Επί του παραδεκτού της επιχειρηματολογίας της Google*

792 Είναι αληθές ότι η Google προσάπτει στο στάδιο του υπομνήματος απαντήσεως στην Επιτροπή ότι βασίστηκε στις δηλώσεις δύο μόνο άμεσων εταίρων για να θεωρήσει ότι η ρήτρα τοποθέτησης είχε εμποδίσει τους άμεσους εταίρους, στο σύνολό τους, να εκτιμήσουν το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον προμήθειας διαφημίσεων από ανταγωνιστές μεσάζοντες.

793 Εντούτοις, αφενός, επισημαίνεται ότι η Google αμφισβήτησε ρητώς, στα σημεία 125 και 126 του δικογράφου της προσφυγής, τη διαπίστωση, στην αιτιολογική σκέψη 499 της προσβαλλόμενης απόφασης, κατά την οποία η ρήτρα τοποθέτησης είχε εμποδίσει τους άμεσους εταίρους να εκτιμήσουν το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον προμήθειας διαφημίσεων από ανταγωνιστές μεσάζοντες.

794 Αφετέρου, διαπιστώνεται ότι η Google διευκρινίζει ότι η επιχειρηματολογία την οποία προβάλλει με το υπόμνημα απαντήσεως έχει ως σκοπό να αντικρούσει το σημείο 273 του υπομνήματος αντικρούσεως. Συναφώς, επισημαίνεται ότι, κατά το εν λόγω σημείο, η περίσταση την οποία η Google μνημόνευσε στο δικόγραφο της προσφυγής, ότι τρεις άλλοι άμεσοι εταίροι είχαν δοκιμάσει ανταγωνιστικές διαφημίσεις –μεταξύ άλλων, με σκοπό να εκτιμήσουν το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον προμήθειας περισσότερων τέτοιων διαφημίσεων– σε διαδικτυακούς τόπους στους οποίους εφαρμοζόταν η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας, δεν είναι κρίσιμη. Δεν αμφισβητείται, όμως, ότι, όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 594 ανωτέρω, η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας εφαρμοζόταν μόνον όταν εφαρμοζόταν επίσης η ρήτρα τοποθέτησης. Ως εκ τούτου, το γεγονός ότι ορισμένοι άμεσοι εταίροι, οι οποίοι δεσμεύονταν από τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας, μπορούσαν να εκτιμήσουν το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον της προμήθειας διαφημίσεων από άλλους μεσάζοντες είναι επίσης κρίσιμο για τον σκοπό της εξέτασης των αποτελεσμάτων της ρήτρας τοποθέτησης.

795 Υπό τις συνθήκες αυτές, λαμβανομένης υπόψη της νομολογίας που υπομνήσθηκε στη σκέψη 691 ανωτέρω, πρέπει να θεωρηθεί ότι η επιχειρηματολογία της Google έχει αρκούντως στενό σύνδεσμο με τις αιτιάσεις που προβλήθηκαν αρχικώς με το δικόγραφο της προσφυγής ώστε να μπορεί να θεωρηθεί ως αποτέλεσμα της φυσιολογικής εξέλιξης στο πλαίσιο κατ' αντιμωλία διαδικασίας και ότι συνιστά ανάπτυξη των εν λόγω αιτιάσεων. Επομένως, εν αντιθέσει προς όσα υποστηρίζει η Επιτροπή, η εν λόγω επιχειρηματολογία δεν πρέπει να απορριφθεί ως απαράδεκτη.

– *Επί του βασίμου της επιχειρηματολογίας της Google*

796 Όπως προκύπτει από τη νομολογία που υπομνήσθηκε στη σκέψη 111 ανωτέρω, πρέπει κατ' αρχήν να αποδίδεται μεγάλη αποδεικτική αξία στις απαντήσεις στις αιτήσεις παροχής πληροφοριών της Επιτροπής.

797 Κατά πρώτον, διαπιστώνεται ότι, στην αιτιολογική σκέψη 499 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή διευκρινίζει ότι πλείονες άμεσοι εταίροι επιβεβαίωσαν ότι η ρήτρα τοποθέτησης τους είχε εμποδίσει να εκτιμήσουν το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον προμήθειας διαφημίσεων από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google. Συναφώς, η Επιτροπή παραθέτει τις απαντήσεις δύο άμεσων εταίρων, ήτοι του ομίλου [*εμπιστευτικό*] και της [*εμπιστευτικό*], στην από 31 Ιουλίου 2015 αίτηση παροχής πληροφοριών. Επιπλέον, από τον πίνακα 26 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι η Επιτροπή προσδιόρισε 53 άμεσους εταίρους οι οποίοι συνήψαν GSA που περιείχαν τη ρήτρα τοποθέτησης.

798 Υπό τις συνθήκες αυτές, διαπιστώνεται ότι από την αιτιολογική σκέψη 499 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι η Επιτροπή δεν είχε την πρόθεση να καταρτίσει εξαντλητικό κατάλογο όλων των απαντήσεων που έλαβε κατά τη διοικητική διαδικασία, αλλά παρέθεσε μόνον παραδείγματα απαντήσεων που επιβεβαίωναν το γεγονός ότι η ρήτρα τοποθέτησης ήταν ικανή να εμποδίσει τους άμεσους εταίρους να εκτιμήσουν το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον να προμηθευτούν διαφημίσεις από μεσάζοντα ανταγωνιστή της Google.

799 Επιπλέον, επισημαίνεται ότι η Google δεν αμφισβητεί το περιεχόμενο της απάντησης του ομίλου [*εμπιστευτικό*], που μνημονεύεται στην αιτιολογική σκέψη 499 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι κατ' ουσίαν η ρήτρα τοποθέτησης επηρέασε τη διαφημιστική στρατηγική του, μεταξύ άλλων, περιορίζοντας τον τρόπο με τον οποίο μπορούσε να προβάλλει διαφημίσεις προερχόμενες από ανταγωνιστές της Google, κάτι το οποίο τον εμπόδισε, επομένως, να συγκρίνει τις διαφημίσεις της Google με εκείνες των ανταγωνιστών της.

800 Εξάλλου, στην αιτιολογική σκέψη 499 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή παρέθεσε το απόσπασμα απάντησης της [*εμπιστευτικό*] από την οποία προκύπτει ότι η εν λόγω επιχείρηση θα επιθυμούσε να μπορεί να δημιουργήσει συνθήκες ανταγωνισμού μεταξύ πλειόνων μεσαζόντων σε πραγματικό χρόνο, για κάθε διαδικτυακή αναζήτηση, προκειμένου να καθορίσει τη διαφήμιση που θα προβληθεί στις θέσεις που προορίζονται κανονικά για τις διαφημίσεις της Google δυνάμει της ρήτρας τοποθέτησης. Η [*εμπιστευτικό*] εξήγησε, κατ' ουσίαν, ότι η ρήτρα τοποθέτησης την είχε δυνητικά εμποδίσει να αυξήσει τα έσοδά της.

801 Η Google υποστηρίζει ότι η [*εμπιστευτικό*] είχε δηλώσει επίσης ότι συνεργαζόταν με άλλη επιχείρηση, πλην της Google, όσον αφορά τους «επιχορηγούμενους συνδέσμους». Εντούτοις, επισημαίνεται ότι η Google δεν προσκομίζει κανένα στοιχείο βάσει του οποίου οι εν λόγω σύνδεσμοι θα μπορούσαν να διαφοροποιηθούν από τα εξειδικευμένα αποτελέσματα αναζητήσεων, σε σχέση με τα οποία η Google δεν ισχυρίζεται ότι ανήκουν στην αγορά διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Εν πάση περιπτώσει, από το γεγονός ότι η [*εμπιστευτικό*] χρησιμοποίησε τις υπηρεσίες άλλου μεσάζοντα, πλέον της AFS, δεν μπορεί να συναχθεί ότι η εταιρία δεν θα επιθυμούσε, εάν δεν υπήρχε η ρήτρα τοποθέτησης, να εκτιμήσει το εμπορικό συμφέρον προβολής διαφημίσεων προερχόμενων από τον εν λόγω άλλο μεσάζοντα στις πιο ευδιάκριτες θέσεις των σελίδων αποτελεσμάτων της.

802 Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να γίνει δεκτό ότι ορθώς η Επιτροπή έκρινε ότι η απάντηση της [*εμπιστευτικό*] ήταν ικανή να επιβεβαιώσει το ότι η ρήτρα τοποθέτησης μπορεί να αποθάρρυνε τους άμεσους εταίρους να προμηθευτούν διαφημίσεις από άλλους μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google για την κάλυψη μέρους τουλάχιστον των αναγκών τους.

803 Κατά δεύτερον, είναι αληθές ότι πρέπει να διαπιστωθεί, όπως επισήμανε και η Google, ότι ορισμένοι άλλοι άμεσοι εταίροι είχαν δηλώσει στην Επιτροπή ότι η διαφημιστική στρατηγική τους δεν είχε επηρεαστεί από τη ρήτρα τοποθέτησης.

804 Συγκεκριμένα, πρώτον, επισημαίνεται ότι, στην ερώτηση σχετικά με τον βαθμό στον οποίο οι επίμαχες ρήτρες είχαν συνέπειες στη διαφημιστική στρατηγική της, η [*εμπιστευτικό*] είχε απαντήσει ως εξής: «Δεδομένου ότι η διαφημιστική στρατηγική [της] […] στους διαδικτυακούς τόπους της θεωρεί ότι η Google AdSense for Search δεν είναι η κύρια δραστηριότητά της, οι εν λόγω ρήτρες δεν είχαν εμποδίσει οποιαδήποτε άλλη συνεργασία με άλλους μεσάζοντες».

805 Επ' αυτού, η Επιτροπή υποστηρίζει ότι η απάντηση της [*εμπιστευτικό*] δεν είναι κρίσιμη, καθότι δεν αφορά την ικανότητα του συγκεκριμένου άμεσου εταίρου να αξιολογήσει ανταγωνιστικές διαφημίσεις.

806 Εντούτοις, αφενός, στο μέτρο που τόσο η ερώτηση που έθεσε η Επιτροπή όσο και η απάντηση που έδωσε η [*εμπιστευτικό*] αφορούσαν τη διαφημιστική στρατηγική του εν λόγω άμεσου εταίρου, στο σύνολό της, επισημαίνεται ότι η εν λόγω απάντηση αφορούσε κατ' ανάγκην την ικανότητα του άμεσου εταίρου να εκτιμήσει το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον να προμηθευτεί διαφημίσεις από μεσάζοντες πλην της Google. Επισημαίνεται, εξάλλου, ότι οι απαντήσεις του ομίλου [*εμπιστευτικό*] και της [*εμπιστευτικό*], που παρατέθηκαν στην αιτιολογική σκέψη 499 της προσβαλλόμενης απόφασης, αφορούσαν επίσης την ίδια ερώτηση. Επομένως, από τις εν λόγω απαντήσεις προκύπτει ότι ο όμιλος [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*] θεώρησαν επίσης ότι η ικανότητα εκτίμησης του εμπορικού συμφέροντος να προμηθευτούν διαφημίσεις από τέτοιους μεσάζοντες συνιστούσε κρίσιμο στοιχείο της διαφημιστικής στρατηγικής τους.

807 Αφετέρου, διαπιστώνεται ότι η απάντηση της [*εμπιστευτικό*], καθόσον διευκρίνισε ότι η ρήτρα τοποθέτησης «δεν είχ[ε] εμποδίσει οποιαδήποτε άλλη συνεργασία με άλλους μεσάζοντες», ήταν ικανή να θέσει υπό αμφισβήτηση τη διαπίστωση της προσβαλλόμενης απόφασης ότι η εν λόγω ρήτρα είχε αποθαρρύνει τον συγκεκριμένο άμεσο εταίρο να προμηθευτεί διαφημίσεις από τους εν λόγω μεσάζοντες.

808 Ως εκ τούτου, επισημαίνεται ότι η Επιτροπή δεν μπορεί να υποστηρίξει βασίμως ότι η απάντηση της [*εμπιστευτικό*] δεν ήταν κρίσιμη.

809 Δεύτερον, επισημαίνεται ότι η Επιτροπή είχε ζητήσει από την [*εμπιστευτικό*] να εκθέσει σε ποιο μέτρο η ρήτρα τοποθέτησης την είχε εμποδίσει να προβάλλει ανταγωνιστικές διαφημίσεις ή είχε περιορίσει, στην πράξη, την ικανότητά της να προβάλλει τέτοιες διαφημίσεις. Η [*εμπιστευτικό*] είχε απαντήσει ότι δεν «επηρεάστηκ[ε] από [τη] ρήτρα [τοποθέτησης] και, κατά συνέπεια, δεν [την] αμφισβήτησ[ε] ποτέ στο μέτρο που είχ[ε] αποφασιστεί ότι η συμπερίληψη στις αναζητήσεις πλειόνων ισοδύναμων στοιχείων προερχόμενων από τρίτους θα απέβαινε εις βάρος της εμπειρίας χρήστη».

810 Επ' αυτού, η Επιτροπή υποστηρίζει ότι η απάντηση της [*εμπιστευτικό*] δεν ήταν κρίσιμη στο μέτρο που με αυτήν διευκρινιζόταν ότι «η συμπερίληψη στις αναζητήσεις πλειόνων ισοδύναμων στοιχείων προερχόμενων από τρίτους θα απέβαινε εις βάρος της εμπειρίας χρήστη». Εντούτοις, επισημαίνεται ότι το γεγονός ότι άμεσος εταίρος εξέθεσε τον λόγο για τον οποίο δεν επιθυμούσε να προμηθευτεί διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google συνιστά, αντιθέτως, στοιχείο ικανό να καταστήσει πιο αξιόπιστη τη διαπίστωση ότι η ρήτρα τοποθέτησης δεν είχε αποθαρρύνει τον συγκεκριμένο άμεσο εταίρο να προμηθευτεί διαφημίσεις από τέτοιους μεσάζοντες.

811 Ως εκ τούτου, επισημαίνεται ότι η Επιτροπή δεν μπορεί να υποστηρίξει βασίμως ότι η απάντηση της [*εμπιστευτικό*] δεν ήταν κρίσιμη.

812 Τρίτον, διαπιστώνεται ότι, απαντώντας σε αίτηση παροχής πληροφοριών, η [*εμπιστευτικό*] δήλωσε στην Επιτροπή ότι «[ό]χι, η συνεργασία [της] με την Google δεν περιορίζει την ικανότητά [της] […] να συμπεριλάβει άλλους μεσάζοντες».

813 Επ' αυτού, η Επιτροπή υποστηρίζει ότι η απάντηση της [*εμπιστευτικό*] δεν είναι κρίσιμη, καθότι δεν αφορά τη ρήτρα τοποθέτησης. Εντούτοις, επισημαίνεται κατ' αρχάς ότι η Επιτροπή δεν προσκομίζει κανένα στοιχείο προς στήριξη του ισχυρισμού της ούτε αμφισβητεί ότι η [*εμπιστευτικό*] ήταν άμεσος εταίρος που δεσμευόταν από GSA. Εν συνεχεία, από τα στοιχεία 6 και 7 του παραρτήματος C.15 του υπομνήματος απαντήσεως προκύπτει ότι η σχετική ερώτηση αφορούσε το σύνολο των ρητρών των συμβάσεων σχετικά με την AFS και ότι η ανωτέρω απάντηση παρέπεμπε ρητώς στη «συνεργασία» με την Google στο σύνολό της. Τέλος, υπενθυμίζεται, όπως μνημονεύθηκε στη σκέψη 594 ανωτέρω, ότι όλες οι GSA που περιείχαν τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας περιείχαν επίσης τη ρήτρα τοποθέτησης και, επομένως, εάν ο εν λόγω άμεσος εταίρος δεσμευόταν από τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας, όπως υποστηρίζει η Επιτροπή, δεσμευόταν επίσης κατ' ανάγκην από τη ρήτρα τοποθέτησης.

814 Ως εκ τούτου, επισημαίνεται ότι η Επιτροπή δεν μπορεί να υποστηρίξει βασίμως ότι η απάντηση της [*εμπιστευτικό*] δεν ήταν κρίσιμη.

815 Τέταρτον, επισημαίνεται ότι ο επικεφαλής του νομικού τμήματος της [*εμπιστευτικό*], μητρικής εταιρίας της [*εμπιστευτικό*], σε έγγραφο της 31ης Οκτωβρίου 2016 που κοινοποίησε στην Επιτροπή ως παράρτημα της απάντησης στην κοινοποίηση των αιτήσεων, διευκρίνισε τα εξής: «[η] ρήτρα τοποθέτησης δεν είχε κανένα αποτέλεσμα για εμάς. Όπως προεκτέθηκε, απομακρύναμε τους χρήστες από την Google κατευθύνοντας την κίνηση αναζητήσεων προς την [*εμπιστευτικό*], τομέα στον οποίο αποφασίσαμε να κάνουμε απόσβεση χρησιμοποιώντας τις διαφημίσεις στις αναζητήσεις της Yahoo! αντί αυτών της AFS».

816 Επ' αυτού, η Επιτροπή υποστηρίζει ότι το ανωτέρω έγγραφο δεν είναι κρίσιμο, καθότι η [*εμπιστευτικό*] δεν δήλωσε ότι οι ανταγωνιστικές διαφημίσεις παρήγαν ποσοστό κλικ συγκρίσιμο με το ποσοστό κλικ των διαφημίσεων της Google. Η Επιτροπή επισημαίνει επιπλέον ότι, εν πάση περιπτώσει, η αποδεικτική αξία του εν λόγω εγγράφου είναι μειωμένη στο μέτρο που δεν γνωρίζει τις «συνθήκες» υπό τις οποίες το απέκτησε η Google.

817 Εντούτοις, αφενός, επισημαίνεται ότι η [*εμπιστευτικό*] δεν χρειαζόταν να εκθέσει ότι οι ανταγωνιστικές διαφημίσεις μπορούσαν να παραγάγουν ποσοστό κλικ συγκρίσιμο με το ποσοστό κλικ των διαφημίσεων της Google προκειμένου να εξηγήσει ότι η ρήτρα τοποθέτησης δεν την είχε αποθαρρύνει να προμηθευτεί διαφημίσεις από άλλον μεσάζοντα. Εξάλλου, καμία από τις απαντήσεις των δύο άμεσων εταίρων που παρατίθενται στην αιτιολογική σκέψη 499 της προσβαλλόμενης απόφασης δεν μνημονεύει τη σύγκριση των ποσοστών κλικ μεταξύ των διαφημίσεων της Google και των διαφημίσεων που προέρχονταν από άλλους μεσάζοντες.

818 Αφετέρου, επισημαίνεται ότι η Επιτροπή δεν ισχυρίζεται ότι το έγγραφο της [*εμπιστευτικό*] στερείται κάθε αποδεικτικής αξίας. Επιπλέον, και εν πάση περιπτώσει, λαμβανομένων υπόψη των σκέψεων 512 έως 514 ανωτέρω, η Επιτροπή δεν μπορούσε να αμφισβητήσει την κρισιμότητα του εγγράφου της [*εμπιστευτικό*], για τον λόγο και μόνο ότι το προσκόμισε η Google, μολονότι η Επιτροπή μπορούσε να ζητήσει απευθείας από την [*εμπιστευτικό*] συμπληρωματικές πληροφορίες δυνάμει του άρθρου 18 του κανονισμού 1/2003.

819 Ως εκ τούτου, επισημαίνεται ότι η Επιτροπή δεν μπορεί να υποστηρίξει βασίμως ότι η απάντηση της [*εμπιστευτικό*] δεν ήταν κρίσιμη.

820 Αντιθέτως, διαπιστώνεται ότι από τις λοιπές απαντήσεις που μνημόνευσε η Google δεν μπορεί να εξακριβωθεί αν οι οικείοι άμεσοι εταίροι θεώρησαν ότι η ρήτρα τοποθέτησης τους εμπόδισε, ή όχι, να εκτιμήσουν το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google.

821 Συγκεκριμένα, κατ' αρχάς, από τις απαντήσεις της [*εμπιστευτικό*] και της [*εμπιστευτικό*] προκύπτει κατ' ουσίαν ότι η προβολή ανταγωνιστικών διαφημίσεων ήταν δυνατή, ότι η Google δεν είχε ζητήσει την τροποποίηση της προβολής των εν λόγω διαφημίσεων επί πλείονα έτη και ότι ήταν δυνατό να δοκιμαστούν διαφορετικές θέσεις για τις διαφημίσεις της Google. Αντιθέτως, στις εν λόγω απαντήσεις δεν διευκρινίζεται αν η θέση που επιφυλασσόταν, στην πράξη, στις διαφημίσεις της Google είχε εμποδίσει τους άμεσους εταίρους να εκτιμήσουν το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google.

822 Εν συνεχεία, τα αποσπάσματα των απαντήσεων του ομίλου [*εμπιστευτικό*], που μνημόνευσε η Google, είναι ασαφή. Συγκεκριμένα, είναι αληθές ότι ο όμιλος [*εμπιστευτικό*] απάντησε αρνητικά στο ερώτημα αν η ρήτρα τοποθέτησης τον είχε εμποδίσει να προβάλει ανταγωνιστικές διαφημίσεις στο διάστημα από το 2011 έως το 2014 ή αν είχε περιορίσει, στην πράξη, την ικανότητά του να προβάλει τέτοιες διαφημίσεις κατά το ίδιο χρονικό διάστημα. Επισημαίνεται,

εντούτοις, ότι ο ίδιος όμιλος διατύπωσε επίσης μια επιφύλαξη στην προμνησθείσα απάντηση, προσθέτοντας την ακόλουθη φράση: «Εντούτοις, παραπέμπουμε στην προηγούμενη απάντησή μας όσον αφορά τέτοιες ρήτρες οι οποίες περιλαμβάνονταν σε συμφωνίες που συνήφθησαν με την Google πριν από τη συγκεκριμένη περίοδο.» Η Google δεν προσκόμισε, όμως, την εν λόγω «προηγούμενη απάντηση» στην οποία παρέπεμψε ο ως άνω όμιλος.

823 Τέλος, όσον αφορά τη Vinden, η δήλωση που μνημόνευσε η Google εκθέτει απλώς και μόνο, με άκρως συνοπτικό τρόπο, το περιεχόμενο της ρήτρας τοποθέτησης και, επομένως, δεν είναι κατά τα φαινόμενα δυνατό να αντληθούν εξ αυτής συνέπειες όσον αφορά τα ενδεχόμενα αποτελέσματα της επίμαχης ρήτρας εκτοπισμού από την αγορά.

824 Τούτου λεχθέντος, η Vinden υποστηρίζει, ενώπιον του Γενικού Δικαστηρίου, ότι η ρήτρα τοποθέτησης δεν επηρέασε τη διαφημιστική στρατηγική της στο μέτρο που η AFS παρήγε έσοδα υψηλότερα από εκείνα άλλων ανταγωνιστικών υπηρεσιών διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Διαπιστώνεται, εντούτοις, ότι ο ανωτέρω ισχυρισμός δεν αρκεί, ακόμη και λαμβανομένων υπόψη των απαντήσεων της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*] και της [*εμπιστευτικό*], για να θέσει υπό αμφισβήτηση το περιεχόμενο των απαντήσεων του ομίλου [*εμπιστευτικό*] και της [*εμπιστευτικό*], που μνημονεύονται στην αιτιολογική σκέψη 499 της προσβαλλόμενης απόφασης.

825 Υπό τις συνθήκες αυτές, όπως προκύπτει από τη σκέψη 802 ανωτέρω, ορθώς η Επιτροπή έλαβε υπόψη τα παραδείγματα απαντήσεων άμεσων εταίρων που παρατίθενται στην αιτιολογική σκέψη 499 της προσβαλλόμενης απόφασης, ως στοιχεία ικανά να τεκμηριώσουν την εκτίμησή της ότι η ρήτρα τοποθέτησης ήταν ικανή να εμποδίσει τους άμεσους εταίρους να εκτιμήσουν το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google, μολονότι άλλοι άμεσοι εταίροι δήλωσαν στην Επιτροπή ότι δεν είχαν επηρεαστεί από την εν λόγω ρήτρα.

2) Επί της ικανότητας της ρήτρας τοποθέτησης να εμποδίσει τους άμεσους εταίρους να εφαρμόσουν ορισμένες διατάξεις προβολής όσον αφορά τις σελίδες αποτελεσμάτων τους, όταν ο χρήστης επισκέπτεται τις εν λόγω σελίδες από ηλεκτρονικό υπολογιστή

826 Η Google υποστηρίζει ότι οι περισσότεροι άμεσοι εταίροι ζητούσαν να προβάλλονται στους διαδικτυακούς τόπους τους περισσότερες διαφημίσεις προερχόμενες από την ίδια από όσες απαιτούσε η ρήτρα τοποθέτησης. Ειδικότερα, η Google επισημαίνει ότι οι άμεσοι εταίροι οι οποίοι ζητούσαν, κατά μέσο όρο, λιγότερες από τέσσερις διαφημίσεις προερχόμενες από την ίδια, παρήγαγαν κάτω του [*εμπιστευτικό*] % των εσόδων της AFS στο διάστημα από το 2011 έως το 2015. Επιπλέον, από τον φάκελο της Επιτροπής προκύπτει, κατά την Google, ότι οι περισσότεροι άμεσοι εταίροι ζητούσαν, κατά μέσο όρο, περισσότερες από επτά διαφημίσεις προερχόμενες από την Google. Επομένως, η Google υποστηρίζει ότι η υποχρέωση προβολής τουλάχιστον τριών διαφημίσεων προερχόμενων από την ίδια δεν είχε καμία συνέπεια στους εν λόγω άμεσους εταίρους.

827 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

828 Συναφώς, υπενθυμίζεται ότι, όπως προκύπτει από τις σκέψεις 781 και 782 ανωτέρω, η Επιτροπή εκτίμησε, στην αιτιολογική σκέψη 500 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η ρήτρα τοποθέτησης είχε αποθαρρύνει τους άμεσους εταίρους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google, διότι, μεταξύ άλλων, η συγκεκριμένη ρήτρα εμπόδιζε τους εν λόγω άμεσους εταίρους να εφαρμόσουν ορισμένες διατάξεις προβολής όσον αφορά τις σελίδες

αποτελεσμάτων τους, στο μέτρο που έπρεπε να προβάλλουν οπωσδήποτε τουλάχιστον μία ενότητα τριών διαφημίσεων της Google, όταν ο χρήστης επισκεπτόταν τις εν λόγω διαφημίσεις από ηλεκτρονικό υπολογιστή.

829 Κατά την Επιτροπή, η ρήτρα τοποθέτησης αποθάρρυνε, ειδικότερα, τους άμεσους εταίρους, οι οποίοι επιθυμούσαν να προβάλουν μόνο τρεις, ή λιγότερες από τρεις, διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις, να προμηθευτούν διαφημίσεις από μεσάζοντα ανταγωνιστή της Google, δεδομένου ότι, στην περίπτωση αυτή, οι άμεσοι εταίροι μπορούσαν να προβάλουν μόνο διαφημίσεις προερχόμενες από την Google.

830 Συναφώς, όμως, αφενός, διαπιστώνεται ότι η Επιτροπή δεν προσδιόρισε, στην αιτιολογική σκέψη 500 της προσβαλλόμενης απόφασης, το ποσοστό των άμεσων εταίρων που επιθυμούσαν να προβάλουν μόνο τρεις, ή λιγότερες από τρεις, διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

831 Αφετέρου, επισημαίνεται ότι η περίσταση, την οποία δεν αμφισβητεί η Επιτροπή, ότι οι άμεσοι εταίροι που ζήτησαν να προβάλουν λιγότερες από τέσσερις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις αντιπροσώπευαν κάτω του [*εμπιστευτικό*] % των εσόδων της AFS στο διάστημα από το 2011 έως το 2015 είναι κρίσιμη προκειμένου να εκτιμηθεί το αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά λόγω της απαίτησης προβολής τουλάχιστον τριών διαφημίσεων προερχόμενων από την Google. Τούτο ισχύει κατά μείζονα λόγο διότι η περίσταση, την οποία επίσης δεν αμφισβητεί η Επιτροπή, ότι οι περισσότεροι άμεσοι εταίροι προέβαλλαν, κατά μέσο όρο, περισσότερες από επτά διαφημίσεις της Google υποδηλώνει ότι ο συνολικός αριθμός άμεσων εταίρων που επιθυμούσαν να προβάλλουν τρεις ή λιγότερες από τρεις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις ήταν μικρός.

832 Εντούτοις, επισημαίνεται ότι η ανωτέρω περίσταση αφορά μία μόνο πτυχή της ρήτρας τοποθέτησης, ήτοι την απαίτηση ο άμεσος εταίρος να προβάλλει τουλάχιστον τρεις διαφημίσεις της Google. Επομένως, η εν λόγω περίσταση δεν ασκεί επιρροή στις άλλες πτυχές της ρήτρας, μεταξύ άλλων στην απαίτηση να επιφυλάσσονται στις διαφημίσεις της Google οι πιο ευδιάκριτες θέσεις στις σελίδες αποτελεσμάτων των άμεσων εταίρων και να προβάλλονται οι εν λόγω διαφημίσεις ως ενότητα. Ως εκ τούτου, η περίσταση που επισημάνθηκε στη σκέψη 831 ανωτέρω δεν μπορεί να οδηγήσει, αφ' εαυτής, στη διαπίστωση ότι, χωρίς την εν λόγω ρήτρα, ορισμένοι άμεσοι εταίροι δεν θα είχαν προβάλει ανταγωνιστικές διαφημίσεις στις θέσεις που παράγουν περισσότερα έσοδα και, επομένως, δεν θα είχαν προμηθευτεί διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google για την κάλυψη σημαντικότερου μέρους των αναγκών τους.

3) Επί του εμπορικού συμφέροντος των άμεσων εταίρων να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google, εάν δεν υπήρχε η ρήτρα τοποθέτησης

833 Η Google υποστηρίζει ότι οι περισσότεροι άμεσοι εταίροι θα προμηθεύονταν διαφημίσεις από την ίδια, ακόμη και χωρίς τη ρήτρα τοποθέτησης. Συναφώς, η Google προσάπτει κατ' ουσίαν στην Επιτροπή ότι δεν έλαβε υπόψη το γεγονός ότι οι εκδότες επέλεγαν την AFS διότι η AFS ήταν υπηρεσία ανώτερης ποιότητας και ότι, επομένως, οι εκδότες δεν είχαν οποιοδήποτε συμφέρον, από εμπορικής απόψεως, να προμηθεύονται διαφημίσεις από άλλους μεσάζοντες.

834 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

835 Κατ’ αρχάς, όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 108 ανωτέρω, από τη νομολογία προκύπτει ότι, για τη διαπίστωση του καταχρηστικού χαρακτήρα της ρήτρας τοποθέτησης, η Επιτροπή δεν υποχρεούνταν να αποδείξει ότι η συγκεκριμένη ρήτρα παρήγαγε πράγματι αντίθετα προς τους κανόνες του ανταγωνισμού αποτελέσματα, αλλά μόνον ότι ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό υπό τις περιστάσεις της συγκεκριμένης υπόθεσης.

836 Επισημαίνεται ότι, έχοντας εκτιμήσει, στην αιτιολογική σκέψη 499 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η ρήτρα τοποθέτησης είχε εμποδίσει τους άμεσους εταίρους να εκτιμήσουν το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google, η Επιτροπή διαπίστωσε, στην αιτιολογική σκέψη 502 της ίδιας απόφασης, ότι τουλάχιστον ορισμένοι άμεσοι εταίροι θα είχαν, εν πάση περιπτώσει, εμπορικό συμφέρον να προμηθεύονται διαφημίσεις συγχρόνως από πλείονες μεσάζοντες, εάν δεν υπήρχε η ρήτρα τοποθέτησης.

837 Επ’ αυτού, από τη σκέψη 825 ανωτέρω προκύπτει ότι ορθώς η Επιτροπή εκτίμησε, στην αιτιολογική σκέψη 499 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι το γεγονός ότι η ρήτρα τοποθέτησης είχε εμποδίσει τους άμεσους εταίρους να εκτιμήσουν το εμπορικό συμφέρον να προμηθεύονται διαφημίσεις από άλλους μεσάζοντες της παρείχε τη δυνατότητα να συμπεράνει ότι η εν λόγω ρήτρα μπορεί να αποθάρρυνε τους εν λόγω άμεσους εταίρους να προμηθευτούν διαφημίσεις από άλλους μεσάζοντες.

838 Από τις σκέψεις 825 και 832 ανωτέρω προκύπτει ότι τα αποδεικτικά στοιχεία που προσκόμισε η Google δεν αρκούν για να θεωρηθεί ότι, χωρίς τη ρήτρα τοποθέτησης, ορισμένοι άμεσοι εταίροι δεν θα είχαν προμηθευτεί διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google για την κάλυψη μεγαλύτερου μέρους των αναγκών τους. Συγκεκριμένα, ορθώς η Επιτροπή εκτίμησε, στην αιτιολογική σκέψη 500 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η εν λόγω ρήτρα ήταν ικανή να εμποδίσει τους άμεσους εταίρους να εφαρμόσουν ορισμένες διατάξεις προβολής όσον αφορά τις σελίδες αποτελεσμάτων τους, όταν ο χρήστης επισκέπτεται τις εν λόγω σελίδες από ηλεκτρονικό υπολογιστή.

839 Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να θεωρηθεί ότι η Επιτροπή μπορούσε να αρκεστεί στο να αποδείξει ότι ορισμένοι άμεσοι εταίροι θα επιθυμούσαν να εκτιμήσουν το εμπορικό συμφέρον να προμηθεύονται διαφημίσεις από άλλους μεσάζοντες χωρίς να χρειάζεται να αποδείξει, επιπλέον, ότι, εάν είχαν πραγματοποιήσει τη συγκεκριμένη εκτίμηση, θα είχαν όντως επιλέξει να προμηθεύονται διαφημίσεις από τέτοιους μεσάζοντες, εάν δεν υπήρχε η ρήτρα τοποθέτησης.

840 Συγκεκριμένα, προτού αποφασίσουν αν επιθυμούσαν να προμηθευτούν διαφημίσεις από άλλον μεσάζοντα, οι άμεσοι εταίροι έπρεπε κατ’ ανάγκην να εκτιμήσουν αν είχαν εμπορικό συμφέρον να πράξουν κάτι τέτοιο. Ως εκ τούτου, στο μέτρο που η ρήτρα τοποθέτησης τους είχε εμποδίσει να πραγματοποιήσουν τέτοια εκτίμηση, η Επιτροπή μπορούσε να θεωρήσει ότι η εν λόγω ρήτρα ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό αποθαρρύνοντας τους άμεσους εταίρους να προμηθευτούν διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google.

841 Τέλος, επισημαίνεται ότι, όπως προκύπτει από την αιτιολογική σκέψη 504 της προσβαλλόμενης απόφασης, το γεγονός ότι η Google είχε περιλάβει τη ρήτρα τοποθέτησης στις GSA συνιστούσε ένδειξη ότι, παρά την ενδεχομένως καλύτερη ποιότητα της AFS, η Google θεωρούσε ότι, χωρίς την εν λόγω ρήτρα, οι άμεσοι εταίροι θα είχαν εμπορικό συμφέρον να προμηθεύονται διαφημίσεις από άλλους μεσάζοντες.

842 Επιπλέον, η δήλωση της [*εμπιστευτικό*], η οποία παρατίθεται στην αιτιολογική σκέψη 505 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι οι άμεσοι εταίροι, «εφόσον είναι δυνατόν, θα ήθελαν να αποφύγουν να συνεργάζονται με την Google», επιρρωννύει μάλλον τη διαπίστωση ότι τουλάχιστον ορισμένοι εξ αυτών είχαν εμπορικό συμφέρον να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google.

4) Συμπέρασμα σχετικά με τον αποτρεπτικό χαρακτήρα της ρήτρας τοποθέτησης έναντι των άμεσων εταίρων

843 Από το σύνολο των ανωτέρω παρατηρήσεων προκύπτει ότι, με την επιφύλαξη της εξέτασης του συνόλου των λοιπών κρίσιμων περιστάσεων και ιδίως του χρονικού διαστήματος κατά τη διάρκεια του οποίου εφαρμόστηκε η ρήτρα τοποθέτησης (βλ. σκέψη 848 κατωτέρω), ορθώς η Επιτροπή έκρινε ότι η εν λόγω ρήτρα, η οποία εμπόδιζε τους άμεσους εταίρους να προβάλλουν ανταγωνιστικές διαφημίσεις στους διαδικτυακούς τόπους στις πιο ευδιάκριτες θέσεις στις σελίδες αποτελεσμάτων τους, μπορεί να αποθάρρυνε ορισμένους από τους εν λόγω άμεσους εταίρους να προμηθευτούν διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google για την κάλυψη μέρους τουλάχιστον των αναγκών τους.

844 Συγκεκριμένα, πρώτον, επισημαίνεται ότι, όπως μνημονεύθηκε στη σκέψη 825 ανωτέρω, ορθώς η Επιτροπή έλαβε υπόψη τα παραδείγματα απαντήσεων άμεσων εταίρων που παρατίθενται στην αιτιολογική σκέψη 499 της προσβαλλόμενης απόφασης ως στοιχεία ικανά να τεκμηριώσουν την εκτίμησή της ότι η ρήτρα τοποθέτησης μπορεί να τους αποθάρρυνε να προμηθευτούν διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google για την κάλυψη μέρους τουλάχιστον των αναγκών τους.

845 Δεύτερον, διαπιστώνεται ότι, όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 832 ανωτέρω, η περίσταση και μόνο ότι οι περισσότεροι άμεσοι εταίροι, περιλαμβανομένων εκείνων που παρήγαν τα μεγαλύτερα έσοδα, είχαν αποφασίσει να προβάλλουν περισσότερες από τρεις διαφημίσεις της Google δεν μπορεί, αφ' εαυτής, να οδηγήσει στο συμπέρασμα ότι, χωρίς την επίμαχη ρήτρα, ορισμένοι άμεσοι εταίροι δεν θα είχαν προβάλει διαφημίσεις προερχόμενες από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google σε θέσεις που παράγουν μεγαλύτερα έσοδα.

846 Τρίτον, επισημαίνεται, όπως υπογράμμισε και η Επιτροπή στις αιτιολογικές σκέψεις 230 και 276 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι τα μερίδια αγοράς της Google είχαν αυξηθεί στο διάστημα από το 2006 έως το 2016 στις περισσότερες εθνικές αγορές λόγω των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, καθώς και στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Επομένως, το 2016 η Google σχεδόν δεν είχε πλέον ανταγωνιστές στις εν λόγω αγορές. Επιπλέον, οι εν λόγω αγορές χαρακτηρίζονταν από την ύπαρξη σημαντικών εμποδίων στην είσοδο και στην επέκταση σε αυτές και από την απουσία αντισταθμιστικής αγοραστικής ισχύος των διαφημιζομένων και των εκδοτών. Ειδικότερα, οι οικονομίες κλίμακας και τα φαινόμενα δικτύου είχαν δυσχεράνει την εμφάνιση νέων ανταγωνιστών.

847 Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να θεωρηθεί ότι, εν αντιθέσει προς όσα υποστηρίζει η Google, το γεγονός και μόνο ότι η ρήτρα τοποθέτησης είχε συνέπειες στη συμπεριφορά ορισμένων μόνο από τους άμεσους εταίρους δεν αρκεί για να αποδειχθεί ότι η εν λόγω ρήτρα δεν ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό.

848 Ως εκ τούτου, πρέπει να θεωρηθεί ότι η ρήτρα τοποθέτησης ήταν ικανή να έχει το αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά που διαπιστώθηκε με την προσβαλλόμενη απόφαση. Εντούτοις, όπως υπομνήσθηκε στις σκέψεις 776 και 777 ανωτέρω, το αν η ως άνω ρήτρα είχε τέτοια ικανότητα

εξαρτάται επίσης από την εξέταση του συνόλου των λοιπών κρίσιμων περιστάσεων και, ιδίως, του χρονικού διαστήματος κατά τη διάρκεια του οποίου οι άμεσοι εταίροι υποχρεούνταν, λαμβανομένης υπόψη της εν λόγω ρήτρας, να επιφυλάσσουν τις πιο ευδιάκριτες θέσεις στις σελίδες αποτελεσμάτων τους για τις διαφημίσεις της Google, όπως άλλωστε ορθώς επισήμανε η Επιτροπή στην αιτιολογική σκέψη 496 της προσβαλλόμενης απόφασης.

β) Επί της αδυναμίας των μεσαζόντων ανταγωνιστών της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις

849 Με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή έκρινε ότι η ρήτρα τοποθέτησης είχε εμποδίσει τους άμεσους εταίρους να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Συναφώς, πρώτον, η Επιτροπή επισήμανε ότι τα ακαθάριστα κέρδη που παρήγαν οι GSA που περιείχαν την εν λόγω ρήτρα αντιπροσώπευαν σημαντικό μερίδιο της εν λόγω αγοράς. Δεύτερον, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η εν λόγω ρήτρα εφαρμοζόταν σε ορισμένους από τους πιο πολυσύχναστους διαδικτυακούς τόπους εντός του ΕΟΧ. Τρίτον, η Επιτροπή εκτίμησε ότι, επιβάλλοντας στους άμεσους εταίρους την υποχρέωση να προβάλλουν τουλάχιστον τρεις διαφημίσεις «μεγάλου σχήματος» της Google στις διαδικτυακές αναζητήσεις σε ηλεκτρονικό υπολογιστή και τουλάχιστον μία διαφήμιση της Google στις διαδικτυακές αναζητήσεις σε κινητές συσκευές, η επίμαχη ρήτρα είχε στερήσει από τους ανταγωνιστές της Google σημαντικά έσοδα από την προβολή τέτοιων διαφημίσεων. Τέταρτον, η Επιτροπή παρατήρησε ότι ο αριθμός των αναζητήσεων που πραγματοποιούνταν στο σύνολο των διαδικτυακών τόπων των άμεσων εταίρων ήταν σημαντικός σε σχέση με το σύνολο των διαδικτυακών αναζητήσεων που πραγματοποιούνταν εντός του ΕΟΧ. Πέμπτον, η Επιτροπή εκτίμησε ότι η μέση διάρκεια των GSA που περιείχαν τη ρήτρα τοποθέτησης ήταν μεγάλη. Έκτον, η Επιτροπή επισήμανε ότι το γεγονός ότι η ίδια ρήτρα εμπόδιζε τους ανταγωνιστές της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της εν λόγω αγοράς αντικατοπτριζόταν στην εξέλιξη των μεριδίων αγοράς της Google.

1) Επί της εφαρμογής της ρήτρας τοποθέτησης σε ορισμένες μορφές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις

850 Η Google υποστηρίζει ότι η ρήτρα τοποθέτησης δεν εφαρμοζόταν σε ορισμένες μορφές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, όπως οι PLA, ούτε στις διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις. Εξ αυτού η Google συμπεραίνει ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε σφάλμα εκτιμώντας ότι η εν λόγω ρήτρα επιφύλασσε στις δικές της διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις τον πιο ευδιάκριτο χώρο στις σελίδες αποτελεσμάτων των άμεσων εταίρων.

851 Συναφώς, αρκεί η διαπίστωση ότι, όπως προκύπτει από τις σκέψεις 568 έως 571 ανωτέρω, το γεγονός ότι η ρήτρα τοποθέτησης δεν εφαρμοζόταν ούτε σε ορισμένες μορφές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις, περιλαμβανομένων των PLA, ούτε στις διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις, δεν μπορεί να θέσει υπό αμφισβήτηση το ότι η εν λόγω ρήτρα εμπόδιζε τους ανταγωνιστές της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Συγκεκριμένα, επισημαίνεται ότι η Google δεν αποδεικνύει, ούτε στο πλαίσιο του πρώτου λόγου ακυρώσεως, ότι οι PLA, οι διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις και οι διαφημίσεις που δεν συνδέονται με τις διαδικτυακές αναζητήσεις ανήκουν στην ίδια αγορά και, επομένως, δεν αποδεικνύει επίσης ότι οι υπηρεσίες διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, οι υπηρεσίες

διαφημιστικής διαμεσολάβησης που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις και οι υπηρεσίες που συνδέονται με τα εξειδικευμένα αποτελέσματα αναζητήσεων ανήκουν επίσης στην ίδια αγορά.

2) Επί της κάλυψης της αγοράς από τη ρήτρα τοποθέτησης

852 Με την προσβαλλόμενη απόφαση, πρώτον, η Επιτροπή εκτίμησε ότι, στο διάστημα από το 2009 έως το 2015, αφενός, τα ακαθάριστα έσοδα τα οποία παρήγαγαν οι GSA που περιείχαν τη ρήτρα τοποθέτησης αντιπροσώπευαν από [*εμπιστευτικό*] έως [*εμπιστευτικό*] % της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ και, αφετέρου, τα εν λόγω ακαθάριστα έσοδα και εκείνα που παρήγαγαν οι GSA που περιείχαν τη ρήτρα αποκλειστικότητας και που είχαν συναφθεί με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους αντιπροσώπευαν, από κοινού, από [*εμπιστευτικό*] έως [*εμπιστευτικό*] % της εν λόγω αγοράς.

853 Δεύτερον, παραπέμποντας στη μελέτη της Microsoft που μνημονεύθηκε στη σκέψη 576 ανωτέρω, η Επιτροπή επισήμανε ότι η ρήτρα τοποθέτησης εφαρμοζόταν σε ορισμένους από τους πιο πολυσύχναστους διαδικτυακούς τόπους εντός του ΕΟΧ. Επιπλέον, η Επιτροπή διευκρίνισε ότι ο αριθμός των διαδικτυακών αναζητήσεων που πραγματοποιούνται στους διαδικτυακούς τόπους των άμεσων εταίρων αντιπροσώπευε σημαντικό μέρος του συνόλου των διαδικτυακών αναζητήσεων που πραγματοποιούνται εντός του ΕΟΧ.

i) Επί του μεριδίου της αγοράς που καλύπτεται από τη ρήτρα τοποθέτησης

854 Πρώτον, η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι έλαβε υπόψη, για τον σκοπό της εκτίμησης των αποτελεσμάτων της ρήτρας τοποθέτησης, αφενός, τα έσοδα που παρήγαγαν οι GSA που περιείχαν τη ρήτρα αποκλειστικότητας και που είχαν συναφθεί με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους και, αφετέρου, τα έσοδα που παρήγαγαν οι GSA οι οποίες περιείχαν τη ρήτρα τοποθέτησης και στις οποίες οι άμεσοι εταίροι δεν είχαν περιλάβει το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους. Συναφώς, η Google διαπιστώνει ότι η Επιτροπή έλαβε υπόψη τα έσοδα που παρήγαγαν οι GSA που συνήφθησαν με την [*εμπιστευτικό*] και την [*εμπιστευτικό*], μολονότι οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις δεν δεσμεύονταν ποτέ από τη ρήτρα τοποθέτησης. Δεύτερον, η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή έπρεπε να λάβει υπόψη το ότι σημαντικό μέρος, το οποίο αντιστοιχούσε σε τουλάχιστον [*εμπιστευτικό*] % των εσόδων των υπηρεσιών διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ, παρέμενε «διαθέσιμο» για τους ανταγωνιστές της. Τρίτον, η Google επισημαίνει ότι η Επιτροπή δεν εκτίμησε την κάλυψη της ρήτρας τοποθέτησης για το 2016.

855 Η Επιτροπή υποστηρίζει, πρώτον, ότι η Google είχε αρχίσει σταδιακά, από το 2009, να αντικαθιστά τη ρήτρα αποκλειστικότητας με τις ρήτρες τοποθέτησης και χορήγησης προηγούμενης άδειας, δεύτερον, ότι τα ακαθάριστα έσοδα που παρήγαγαν οι GSA που περιείχαν τη ρήτρα τοποθέτησης αντιπροσώπευαν σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις και, τρίτον, ότι από την προσβαλλόμενη απόφαση προκύπτει ότι η Google ενημέρωσε, στις 6 Σεπτεμβρίου 2016, τον τελευταίο άμεσο εταίρο για την απόφασή της να παραιτηθεί από την εφαρμογή των ρητρών τοποθέτησης και χορήγησης προηγούμενης άδειας. Η Επιτροπή επισημαίνει επιπλέον ότι ορισμένοι άμεσοι εταίροι, περιλαμβανομένων σημαντικών άμεσων εταίρων, ήταν συμβαλλόμενοι σε GSA που περιείχε τη ρήτρα τοποθέτησης έως τις 3 Ιουνίου 2016 (βλ. σκέψη 634 ανωτέρω).

856 Συναφώς, υπενθυμίζεται, όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 599 ανωτέρω, ότι η Επιτροπή εκτίμησε ότι, αφενός, η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους και, αφετέρου, η ρήτρα τοποθέτησης ήταν ικανές να περιορίσουν το τμήμα της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές διαφημίσεις στο οποίο μπορούσαν να έχουν πρόσβαση οι ανταγωνιστές της Google. Επιπλέον, όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 601 ανωτέρω, δεν αμφισβητείται ότι οι ως άνω ρήτρες κάλυπταν συγχρόνως διαφορετικά τμήματα της εν λόγω αγοράς.

857 Ως εκ τούτου, όπως προκύπτει από τη σκέψη 603 ανωτέρω, δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε πλάνη περί το δίκαιο, για τον λόγο και μόνο ότι έλαβε υπόψη την κάλυψη της ρήτρας αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, προκειμένου να εξακριβώσει αν το ποσοστό κάλυψης της ρήτρας τοποθέτησης ήταν επαρκές για να εμποδίσει τους ανταγωνιστές της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της σχετικής αγοράς.

858 Επομένως, δεν μπορεί να προσαφθεί στην Επιτροπή ότι έλαβε υπόψη τις GSA που συνήψαν οι άμεσοι εταίροι, περιλαμβανομένων της [*εμπιστευτικό*] και της [*εμπιστευτικό*], οι οποίοι δεν δεσμεύονταν από τη ρήτρα τοποθέτησης, ούτε ότι έλαβε υπόψη τις GSA που περιείχαν μεν την εν λόγω ρήτρα, στις οποίες όμως οι άμεσοι εταίροι δεν περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους.

859 Επιπλέον, στη σκέψη 650 ανωτέρω επισημάνθηκε ότι, ακόμη και στην ευνοϊκότερη για την Google περίπτωση, το συνδυασμένο ποσοστό κάλυψης, αφενός, της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA στις οποίες οι άμεσοι εταίροι περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους και, αφετέρου, της ρήτρας τοποθέτησης μπορούσε να επαρκεί για την παραγωγή αποτελέσματος εκτοπισμού από την αγορά στο διάστημα από το 2006 έως το 2015.

860 Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να θεωρηθεί ότι η περίσταση, την οποία μνημόνευσε η Google, ότι σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις δεν καλυπτόταν από τη ρήτρα τοποθέτησης δεν μπορεί να αποκλείσει την ικανότητα της εν λόγω ρήτρας να είχε αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά.

861 Αντιθέτως, υπενθυμίζεται, όπως υπομνήσθηκε στη σκέψη 641 ανωτέρω, ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι οι ρήτρες αποκλειστικότητας και τοποθέτησης μπορούσαν να εμποδίσουν τους μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ το 2016.

ii) Επί της κίνησης και του αριθμού αναζητήσεων στους διαδικτυακούς τόπους που καλύπτονταν από τη ρήτρα τοποθέτησης

862 Η Google εκτιμά κατ’ ουσίαν ότι, για τους λόγους που εκτέθηκαν στη σκέψη 642 ανωτέρω, η μελέτη της Microsoft δεν αποδεικνύει την ύπαρξη αιτιώδους συνάφειας μεταξύ, αφενός, του ότι η ρήτρα τοποθέτησης εφαρμοζόταν σε ορισμένους από τους πιο πολυσύχναστους διαδικτυακούς τόπους του ΕΟΧ και, αφετέρου, του ότι η εν λόγω ρήτρα είχε εμποδίσει τους ανταγωνιστές της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

863 Επιπλέον, η Google υποστηρίζει ότι, εν αντιθέσει προς όσα εκτίθενται στην προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι ο αριθμός διαδικτυακών αναζητήσεων που πραγματοποιούνταν στους διαδικτυακούς τόπους των άμεσων εταίρων αντιπροσώπευε

σημαντικό ποσοστό του συνόλου των διαδικτυακών αναζητήσεων που πραγματοποιούνταν εντός του ΕΟΧ. Συγκεκριμένα, κατά την Google, στον πίνακα 27 της προσβαλλόμενης απόφασης το ποσοστό διαδικτυακών αναζητήσεων που πραγματοποιήθηκαν στους διαδικτυακούς τόπους των 20 σημαντικότερων άμεσων εταίρων είναι υπερβολικό, λαμβάνονται δε υπόψη διαδικτυακοί τόποι που δεν δεσμεύονταν από τη ρήτρα τοποθέτησης και εξετάζονται μόνον το έτος 2015 και μόνο πέντε κράτη μέλη του ΕΟΧ.

864 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

865 Πρώτον, στην αιτιολογική σκέψη 515 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή διαπίστωσε, παραπέμποντας στη μελέτη της Microsoft που μνημονεύεται στην αιτιολογική σκέψη 390 της ίδιας απόφασης, ότι «ορισμένοι» από τους πιο πολυσύχναστους διαδικτυακούς τόπους του ΕΟΧ καλύπτονταν από τη ρήτρα τοποθέτησης.

866 Συναφώς, επισημαίνεται ότι, όπως προκύπτει από τη σκέψη 628 ανωτέρω, η Επιτροπή καθόρισε, με την προσβαλλόμενη απόφαση, το ακριβές ποσοστό κάλυψης της ρήτρας τοποθέτησης βάσει των ακαθάριστων εσόδων που παρήγαν οι GSA που περιείχαν τη συγκεκριμένη ρήτρα.

867 Όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 646 ανωτέρω, η μελέτη της Microsoft, η οποία μνημονεύεται στην αιτιολογική σκέψη 390 της προσβαλλόμενης απόφασης, αποδεικνύει ότι η Google παρείχε υπηρεσίες διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις σε [*εμπιστευτικό*] έως [*εμπιστευτικό*] % των ονομάτων τομέα με τις περισσότερες επισκέψεις στη Γερμανία, την Ισπανία, τη Γαλλία, την Ιταλία και το Ηνωμένο Βασίλειο το 2010. Είναι αληθές, όπως επισημαίνει η Google, ότι η εν λόγω μελέτη αφορά μόνο ένα έτος του χρονικού διαστήματος τέλεσης της παράβασης και μόνο πέντε κράτη μέλη. Ομοίως, ορθώς η Google επισημαίνει ότι η εν λόγω μελέτη δεν καθιστά δυνατό τον προσδιορισμό της κίνησης που παρήγαγαν ειδικώς οι διαδικτυακοί τόποι που καλύπτονταν από τη ρήτρα τοποθέτησης. Τέλος, ορθώς η Google παρατηρεί ότι ο αριθμός επισκέψεων σε έναν διαδικτυακό τόπο δεν συνιστά κατ' ανάγκην αξιόπιστη ένδειξη των εσόδων που προέρχονται από τη διαφήμιση στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

868 Εντούτοις, αφενός, η μελέτη της Microsoft συνιστά ένα πρόσθετο στοιχείο βάσει του οποίου μπορούν να εκτιμηθούν η σπουδαιότητα των υπηρεσιών διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις που παρείχε η Google, καθώς και η κάλυψη της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις από την επίμαχη ρήτρα, στο μέτρο που, κατ' αρχάς, αφορά πέντε από τα μεγαλύτερα κράτη μέλη του ΕΟΧ, εν συνεχεία, δεν αμφισβητείται ότι η ρήτρα τοποθέτησης εφαρμοζόταν σε ορισμένους τουλάχιστον από τους διαδικτυακούς τόπους που κάλυπτε η εν λόγω μελέτη και, τέλος, υπάρχει κάποια αντιστοιχία μεταξύ του αριθμού επισκέψεων σε έναν διαδικτυακό τόπο και των εσόδων που προέρχονται από τη διαφήμιση στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

869 Αφετέρου, και εν πάση περιπτώσει, η Επιτροπή δεν βασίστηκε στη μελέτη της Microsoft για τον υπολογισμό του ποσοστού κάλυψης της ρήτρας τοποθέτησης και, επομένως, ακόμη και αν γίνει δεκτό ότι τα σχετικά επιχειρήματα της Google ήταν βάσιμα, τούτο δεν ασκεί επιρροή στον υπολογισμό, από την Επιτροπή, του εν λόγω ποσοστού κάλυψης.

870 Δεύτερον, επισημαίνεται ότι, στον πίνακα 27 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή εξαίρεσε από τον συνολικό αριθμό διαδικτυακών αναζητήσεων εντός του ΕΟΧ τις διαδικτυακές αναζητήσεις που πραγματοποιούνταν στις μηχανές αναζήτησης της Google, της Microsoft, της Yahoo!, της Yandex και της Baidu, καθώς και τις διαδικτυακές αναζητήσεις που πραγματοποιούνταν στους διαδικτυακούς τόπους που ανήκαν στη Microsoft και στη Yahoo!

Επομένως, εν αντιθέσει προς όσα υποστηρίζει η Google, η Επιτροπή δεν μπορούσε να εξαιρέσει τις ανωτέρω διαδικτυακές αναζητήσεις από τον συνολικό αριθμό διαδικτυακών αναζητήσεων που πραγματοποιούνταν στους διαδικτυακούς τόπους των 20 σημαντικότερων άμεσων εταίρων, δεδομένου ότι δεν αμφισβητείται ότι καμία GSA δεν εφαρμοζόταν στους διαδικτυακούς τόπους στους οποίους πραγματοποιούνταν οι εν λόγω διαδικτυακές αναζητήσεις.

871 Εντούτοις, επισημαίνεται ότι ορθώς η Google υποστηρίζει ότι ο πίνακας 27 της προσβαλλόμενης απόφασης αφορούσε μόνον ένα έτος του χρονικού διαστήματος τέλεσης της παράβασης που εκτείνεται από την 31η Μαρτίου 2009 έως τις 6 Σεπτεμβρίου 2016 και μόνον πέντε από τα 31 κράτη μέλη του ΕΟΧ κατά το εν λόγω χρονικό διάστημα. Επιπλέον, επισημαίνεται ότι η Επιτροπή αναγνωρίζει ότι τρεις από τους 20 άμεσους εταίρους τους οποίους προσδιόρισε δεν δεσμεύονταν από τη ρήτρα τοποθέτησης. Αφενός, όμως, η Επιτροπή δεν διευκρίνισε το ποσοστό των διαδικτυακών αναζητήσεων που προέρχονταν από τους διαδικτυακούς τόπους των συγκεκριμένων τριών άμεσων εταίρων. Αφετέρου, μολονότι η Επιτροπή υποστηρίζει ότι δύο από τους εν λόγω τρεις άμεσους εταίρους δεσμεύονταν από τη ρήτρα αποκλειστικότητας, επισημαίνεται ότι η περίσταση αυτή δεν μνημονεύεται στην αιτιολογία της προσβαλλόμενης απόφασης και ότι, εν πάση περιπτώσει, η Επιτροπή δεν υποστηρίζει ότι οι δύο συγκεκριμένοι άμεσοι εταίροι περιλαμβάνονταν στους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους οι οποίοι προσδιορίζονται στην αιτιολογική σκέψη 348 της εν λόγω απόφασης.

872 Ως εκ τούτου, πρέπει να θεωρηθεί ότι η περίσταση, η οποία μνημονεύεται στην αιτιολογική σκέψη 518 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι ο αριθμός διαδικτυακών αναζητήσεων που πραγματοποιούνταν στους διαδικτυακούς τόπους των άμεσων εταίρων αντιπροσώπευε σημαντικό μερίδιο του συνόλου των διαδικτυακών αναζητήσεων που πραγματοποιήθηκαν το 2015 στη Γερμανία, την Ισπανία, τη Γαλλία, την Ιταλία και το Ηνωμένο Βασίλειο, δεν αρκεί για να αποδειχθεί ότι ο αριθμός διαδικτυακών αναζητήσεων που πραγματοποιούνταν στους διαδικτυακούς τόπους που υπάγονταν ειδικώς στη ρήτρα τοποθέτησης αντιπροσώπευε σημαντικό μερίδιο του συνόλου των διαδικτυακών αναζητήσεων οι οποίες πραγματοποιήθηκαν στο διάστημα από την 31η Μαρτίου 2009 έως τις 6 Σεπτεμβρίου 2016 εντός του ΕΟΧ.

873 Εντούτοις, επισημαίνεται ότι το ζήτημα του αν οι διαδικτυακοί τόποι που καλύπτονταν ειδικώς από τη ρήτρα τοποθέτησης είχαν παραγάγει υψηλό αριθμό διαδικτυακών αναζητήσεων, συνιστά απλώς και μόνον ένα στοιχείο για την εκτίμηση της σπουδαιότητας της κάλυψης της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις στο σύνολό της από την εν λόγω ρήτρα.

874 Όπως υπομνήσθηκε, όμως, στη σκέψη 866 ανωτέρω, η Επιτροπή καθόρισε, εξάλλου, το ποσοστό κάλυψης της ρήτρας τοποθέτησης βάσει των ακαθάριστων εσόδων που παρήγαγαν οι GSA που περιείχαν τη συγκεκριμένη ρήτρα. Επιπλέον, στις σκέψεις 650 και 859 ανωτέρω επισημάνθηκε ότι το εν λόγω ποσοστό κάλυψης σε συνδυασμό με το ποσοστό κάλυψης της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA στις οποίες οι άμεσοι εταίροι περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους μπορούσε να αρκεί ώστε οι εν λόγω ρήτρες να είναι ικανές να παραγάγουν, από κοινού, αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά.

875 Ως εκ τούτου, πρέπει να γίνει δεκτό ότι η Επιτροπή μπορούσε να στηριχθεί στη μελέτη της Microsoft και στα στοιχεία που παρατίθενται στον πίνακα 27 της προσβαλλόμενης απόφασης ως επιβεβαιωτικά στοιχεία της εκτίμησης του ποσοστού κάλυψης της ρήτρας τοποθέτησης, χωρίς το Γενικό Δικαστήριο να χρειάζεται να αποφανθεί επί του παραδεκτού της επιχειρηματολογίας της Google, το οποίο αμφισβητεί η Επιτροπή.

3) Επί του κριτηρίου του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή

876 Με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή επισήμανε ότι η ρήτρα τοποθέτησης ήταν ικανή να εκτοπίσει από την αγορά ενδεχόμενο ανταγωνιστή μεσάζοντα εξίσου αποτελεσματικό με την Google. Συγκεκριμένα, πρώτον, τα έσοδα που παρήγαγαν, στο διάστημα από το 2009 έως το 2015, οι GSA που περιείχαν την εν λόγω ρήτρα αντιπροσώπευαν, κατά την Επιτροπή, από [*εμπιστευτικό*] έως [*εμπιστευτικό*] % της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ. Δεύτερον, κατά την Επιτροπή τα έσοδα που παρήγαγαν η εν λόγω ρήτρα και η ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, στο διάστημα από το 2009 έως το 2015, αντιπροσώπευαν από [*εμπιστευτικό*] έως [*εμπιστευτικό*] % της εν λόγω αγοράς. Τρίτον, κατά την Επιτροπή, η Google κατείχε «πολύ μεγάλο» μερίδιο αγοράς στο διάστημα από το 2006 έως το 2016. Τέταρτον, κατά την Επιτροπή, στην εν λόγω αγορά υπήρχαν φαινόμενα δικτύου.

877 Επιπλέον, η Επιτροπή επισήμανε ότι «δεν ήταν πιθανό» να μπορούσε εμφανιστεί ενδεχόμενος μεσάζων εξίσου αποτελεσματικός με την Google στην περίοδο κατά τη διάρκεια της οποίας εφαρμόστηκε η ρήτρα τοποθέτησης. Τέλος, η Επιτροπή εκτίμησε ότι το ζήτημα του αν η Google είχε εφαρμόσει στρατηγική με σκοπό την εκτόπιση από την αγορά των εξίσου αποτελεσματικών με την ίδια ανταγωνιστών ήταν άνευ σημασίας.

878 Η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι ένας ανταγωνιστής εξίσου αποτελεσματικός με την ίδια δεν μπορούσε να εμφανιστεί στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις λόγω της ρήτρας τοποθέτησης. Επ' αυτού, η Vinden διευκρινίζει ότι η εν λόγω ρήτρα δεν την εμπόδισε να προμηθευτεί διαφημίσεις από τη Yahoo! Τέλος, η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι εκτίμησε ότι η απουσία στρατηγικής για τον εκτοπισμό από την αγορά των εξίσου αποτελεσματικών με την ίδια ανταγωνιστών ήταν άνευ σημασίας στην υπό κρίση υπόθεση.

879 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google και της Vinden.

880 Συναφώς, επισημαίνεται ότι, όπως μνημονεύθηκε στις σκέψεις 656 και 657 ανωτέρω, η περίσταση ότι η Επιτροπή εκτίμησε ότι «δεν ήταν πιθανό» να μπορούσε να εμφανιστεί ενδεχόμενος μεσάζων εξίσου αποτελεσματικός με την Google στην περίοδο κατά τη διάρκεια της οποίας εφαρμόστηκε η ρήτρα τοποθέτησης δεν είναι ικανή να θέσει υπό αμφισβήτηση τη νομιμότητα της προσβαλλόμενης απόφασης.

881 Επιπλέον, όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 665 ανωτέρω, η Επιτροπή μπορούσε να αρκεστεί στο να αποδείξει την ικανότητα της ρήτρας αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, να παραγάγει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά βασιζόμενη σε πλείονα κρίσιμα στοιχεία, χωρίς να βασιστεί κατ' ανάγκην, για τον σκοπό αυτόν, στο κριτήριο του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή. Εξάλλου, όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 671 ανωτέρω, δεν αμφισβητείται ότι η Google δεν προσκόμισε, ούτε κατά τη διοικητική διαδικασία ούτε ενώπιον του Γενικού Δικαστηρίου, οποιαδήποτε ανάλυση βασισμένη στο εν λόγω κριτήριο.

882 Εν προκειμένω, το ίδιο το περιεχόμενο της ρήτρας τοποθέτησης, η οποία εμπόδιζε, κατ' αρχήν, τους άμεσους εταίρους να προβάλλουν ανταγωνιστικές διαφημίσεις στις πιο ευδιάκριτες θέσεις των σελίδων αποτελεσμάτων τους, καθώς και τα στοιχεία που μνημονεύονται στην αιτιολογική σκέψη 549 της προσβαλλόμενης απόφασης, ήτοι, αφενός, το ότι η εν λόγω ρήτρα, από κοινού με

τη ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA στις οποίες οι άμεσοι εταίροι περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, κάλυπτε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, όπως επισημάνθηκε κατ' ουσίαν στις σκέψεις 650 και 859 ανωτέρω, και, αφετέρου, η σπουδαιότητα της δεσπόζουσας θέσης της Google ως αποτέλεσμα, μεταξύ άλλων, των πολύ σημαντικών μεριδίων αγοράς που κατείχε και των εμποδίων στην είσοδο και στην επέκταση στην αγορά υπό μορφή, μεταξύ άλλων, φαινομένων δικτύου, μπορούσαν να αποδείξουν ότι η ρήτρα τοποθέτησης μπορούσε να είναι ικανή να εκτοπίσει από την αγορά ενδεχόμενο ανταγωνιστή εξίσου αποτελεσματικό με την Google. Επομένως, τα ανωτέρω στοιχεία μπορούσαν επίσης να αποδείξουν ότι «δεν ήταν πιθανό» τέτοιος ανταγωνιστής να μπορούσε να εμφανιστεί κατά τη διάρκεια της περιόδου εφαρμογής της επίμαχης ρήτρας.

883 Τέλος, όπως προκύπτει από τα σημεία 678 έως 681 ανωτέρω, δεν μπορεί να προσαφθεί στην Επιτροπή, αφενός, ότι δεν απέδειξε ότι η Google είχε εφαρμόσει στρατηγική με σκοπό τον εκτοπισμό από την αγορά των τουλάχιστον εξίσου αποτελεσματικών με την ίδια ανταγωνιστών και, αφετέρου, ότι δεν έλαβε υπόψη το ότι η Google δεν είχε την πρόθεση να εκτοπίσει από την αγορά τέτοιους ανταγωνιστές.

4) Επί της διάρκειας των GSA και του δικαιώματος μονομερούς καταγγελίας ορισμένων άμεσων εταίρων

884 Με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή εκτίμησε ότι η μέση διάρκεια των GSA που περιείχαν τη ρήτρα τοποθέτησης ήταν μεγάλη. Συναφώς, η Επιτροπή διευκρίνισε ότι η Google και οι άμεσοι εταίροι είχαν παρατείνει ορισμένες GSA, ενίοτε πολλές φορές, χωρίς ουσιαστικές τροποποιήσεις. Επιπλέον, η Επιτροπή επισήμανε ότι μεγάλη ήταν επίσης η διάρκεια κατά την οποία οι άμεσοι εταίροι υποχρεούνταν τόσο να προμηθεύονται ελάχιστο αριθμό διαφημίσεων της Google όσο και να επιφυλάσσουν στις εν λόγω διαφημίσεις τις πιο ευδιάκριτες θέσεις. Τέλος, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι ένας μόνο άμεσος εταίρος είχε δικαίωμα μονομερούς καταγγελίας.

885 Η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι υπέπεσε σε σύγχυση μεταξύ της διάρκειας της εμπορικής σχέσης με τους άμεσους εταίρους που δεσμεύονταν από τη ρήτρα τοποθέτησης και της διάρκειας των GSA που περιείχαν την εν λόγω ρήτρα. Συγκεκριμένα, η Google επισημαίνει ότι οι GSA που μνημονεύονται στις υποσημειώσεις 707 και 713 της προσβαλλόμενης απόφασης είχαν διάρκεια δύο ετών, ή μικρότερη, μεταξύ ανανεώσεων ή παρατάσεων. Επιπλέον, η Google διαπιστώνει ότι η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη το ότι ορισμένοι άμεσοι εταίροι είχαν δικαίωμα μονομερούς καταγγελίας.

886 Η Vinden υποστηρίζει ότι οι GSA που συνήψε με την Google είχαν βραχεία διάρκεια στο μέτρο που ανανεώνονταν, κατά μέσο όρο, ανά διετία. Επιπλέον, η Vinden επισημαίνει ότι το δελτίο παραγγελίας που είχε συμπληρώσει για το έτος 2011 προέβλεπε δικαίωμα μονομερούς καταγγελίας με την επιφύλαξη προειδοποίησης 60 ημερών προ της επετείου της σύμβασης. Επομένως, η Vinden υποστηρίζει ότι είχε τακτικά τη δυνατότητα να αποφασίσει να προμηθευτεί διαφημίσεις από μεσάζοντα ανταγωνιστή της Google.

887 Πρώτον, η Επιτροπή υποστηρίζει ότι οι GSA ένδεκα εκ των δεκαπέντε άμεσων εταίρων που μνημονεύονται στις υποσημειώσεις 707, 713, 766 και 767 της προσβαλλόμενης απόφασης, περιλαμβανομένων των GSA που συνήφθησαν με τη Vinden, παρατάθηκαν συστηματικά προτού φθάσουν στο «στάδιο της ανανέωσης». Κατά συνέπεια, οι ανταγωνιστές της Google δεν ήταν «ποτέ σε θέση να διεκδικήσουν την εν λόγω αγορά». Επιπλέον, η Επιτροπή επισημαίνει ότι οι

περισσότερες GSA που συνήφθησαν από έναν από τους τέσσερις λοιπούς άμεσους εταίρους ανανεώθηκαν πριν από το ως άνω στάδιο και, επομένως, οι εν λόγω ανταγωνιστές της Google δεν είχαν «συνήθως τη δυνατότητα να διεκδικήσουν τη συγκεκριμένη αγορά».

888 Δεύτερον, κατ' αρχάς, η Επιτροπή εκτιμά ότι η περίσταση ότι ορισμένοι άμεσοι εταίροι είχαν δικαίωμα μονομερούς καταγγελίας δεν είναι κρίσιμη στο μέτρο που η ύπαρξη του εν λόγω δικαιώματος δεν εμπόδισε την εφαρμογή της ρήτρας τοποθέτησης έως ότου οι εν λόγω άμεσοι εταίροι ασκήσουν, ενδεχομένως, το δικαίωμα καταγγελίας. Εν συνεχεία, η Επιτροπή διαπιστώνει ότι τα επίμαχα δικαιώματα μονομερούς καταγγελίας δεν μπορούσαν να ασκηθούν ανά πάσα στιγμή. Τέλος, η Επιτροπή επισημαίνει ότι το επιχείρημα ότι έξι άμεσοι εταίροι, τους οποίους η Google προσδιόρισε με το υπόμνημα απαντήσεως, είχαν τέτοιο δικαίωμα προβάλλεται εκπρόθεσμα και είναι, κατά συνέπεια, απαράδεκτο.

889 Κατ' αρχάς, όσον αφορά το απαράδεκτο που προέβαλε η Επιτροπή, επισημαίνεται ότι, στο σημείο 131 του δικογράφου της προσφυγής, η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι δεν έλαβε υπόψη, με την προσβαλλόμενη απόφαση, το ότι ορισμένοι άμεσοι εταίροι είχαν δικαίωμα μονομερούς καταγγελίας. Συναφώς, η Google παραπέμπει στους πίνακες 1 και 2 του παραρτήματος A.55 του δικογράφου της προσφυγής, στους οποίους προσδιορίζονται οι άμεσοι εταίροι οι GSA των οποίων μνημονεύονται στις υποσημειώσεις 707, 713, 766 και 767 της προσβαλλόμενης απόφασης και οι οποίοι είχαν τέτοιο δικαίωμα. Υπό τις συνθήκες αυτές, λαμβανομένης υπόψη της νομολογίας που υπομνήσθηκε στη σκέψη 691 ανωτέρω, επισημαίνεται ότι το επιχείρημα της Google, που προβλήθηκε με το υπόμνημα απαντήσεως και αφορά το ότι οι άλλοι άμεσοι εταίροι είχαν επίσης το εν λόγω δικαίωμα, έχει αρκούντως στενό σύνδεσμο με το επιχείρημα που προβλήθηκε στο στάδιο του δικογράφου της προσφυγής ώστε να μπορεί να θεωρηθεί ως αποτέλεσμα της φυσιολογικής εξέλιξης της συζήτησης στο πλαίσιο κατ' αντιμωλία διαδικασίας.

890 Όσον αφορά το βάσιμο της επιχειρηματολογίας της Google, επισημαίνεται ότι, όπως υπομνήσθηκε στη σκέψη 778 ανωτέρω, ορθώς η Επιτροπή εκτίμησε ότι η ρήτρα τοποθέτησης προσομοιάζει με ρήτρα ελαστικής αποκλειστικότητας όσον αφορά τους διαδικτυακούς τόπους που περιλαμβάνονταν στις GSA που περιείχαν την εν λόγω ρήτρα, δεδομένου ότι επιφύλασσε στις διαφημίσεις της Google τις πιο ευδιάκριτες θέσεις στις σελίδες αποτελεσμάτων των άμεσων εταίρων.

891 Υπό τις συνθήκες αυτές, διαπιστώνεται ότι, όπως προκύπτει από τις σκέψεις 695 και 696 ανωτέρω, η διάρκεια της υποχρέωσης την οποία οι άμεσοι εταίροι υπείχαν να επιφυλάσσουν στις διαφημίσεις της Google τις πιο ευδιάκριτες θέσεις στις σελίδες αποτελεσμάτων τους περιλαμβάνεται στις κρίσιμες περιστάσεις που εξετάζονται για την εκτίμηση του αποτελέσματος εκτοπισμού από την αγορά της εν λόγω ρήτρας.

892 Συναφώς, πρώτον, επισημαίνεται ότι, για να εκτιμήσει ότι η μέση διάρκεια των GSA που περιείχαν τη ρήτρα τοποθέτησης ήταν μεγάλη, η Επιτροπή βασίστηκε αποκλειστικά και μόνο, στην αιτιολογική σκέψη 519 της προσβαλλόμενης απόφασης, στο γεγονός ότι πλείονες GSA είχαν παραταθεί, ενίοτε πολλές φορές, χωρίς ουσιαστικές τροποποιήσεις.

893 Αφενός, από το παράρτημα A.55 του δικογράφου της προσφυγής, το περιεχόμενο του οποίου δεν αμφισβητεί η Επιτροπή, και από τις αιτιολογικές σκέψεις 519 και 525 της προσβαλλόμενης απόφασης, και ειδικότερα τις υποσημειώσεις 707 και 713 της εν λόγω απόφασης, εκ των οποίων το περιεχόμενο της δεύτερης παρατίθεται στις υποσημειώσεις 766 και 767 της προσβαλλόμενης απόφασης που μνημονεύθηκαν με τα υπομνήματα της Επιτροπής, προκύπτει ότι η Επιτροπή

έλαβε υπόψη τη συνολική διάρκεια των επίμαχων GSA, περιλαμβάνοντας το σύνολο των ενδεχόμενων παρατάσεών τους. Αντιθέτως, η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη ούτε την αρχική διάρκεια καθεμίας από τις επίμαχες GSA, χωριστά, ούτε τη διάρκεια καθεμίας από τις ενδεχόμενες παρατάσεις τους, όπως επιβεβαιώνεται κατ' ουσίαν από το σημείο 241 του υπομνήματος αντικρούσεως.

894 Αφετέρου, από την υποσημείωση 707 της προσβαλλόμενης απόφασης και από το παράρτημα A.55 του δικογράφου της προσφυγής προκύπτει ότι, εν αντιθέσει προς όσα επισημαίνονται στην αιτιολογική σκέψη 519 της ίδιας απόφασης, η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη μόνον τη συνολική διάρκεια κάθε GSA, περιλαμβανομένης της ενδεχόμενης παράτασης, αλλά και τη σωρευτική διάρκεια των πλειόνων GSA που συνήφθησαν από τον ίδιο άμεσο εταίρο.

895 Επομένως, από την προσβαλλόμενη απόφαση και το παράρτημα A.55 του δικογράφου της προσφυγής προκύπτει ότι η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη τη διάρκεια καθεμίας από τις επίμαχες GSA, χωριστά, ούτε τη διάρκεια κάθε ενδεχόμενης παράτασης των εν λόγω GSA.

896 Δεύτερον, προκειμένου να δικαιολογήσει τη μη συνεκτίμηση των δικαιωμάτων μονομερούς καταγγελίας, η Επιτροπή διαπίστωσε, στην αιτιολογική σκέψη 526 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η Google είχε προσδιορίσει, κατά τη διοικητική διαδικασία, έναν μόνο άμεσο εταίρο που είχε τέτοιο δικαίωμα. Επομένως, η Επιτροπή εκτίμησε ότι επρόκειτο περί εξαιρέσεως και συμπέρανε ότι κανένας άλλος άμεσος εταίρος δεν είχε τέτοιο δικαίωμα.

897 Εντούτοις, από το παράρτημα A.55 του δικογράφου της προσφυγής και το παράρτημα C.8 του υπομνήματος απαντήσεως προκύπτει ότι τουλάχιστον εννέα άλλοι άμεσοι εταίροι, ήτοι η Vinden, η [*εμπιστευτικό*], η [*εμπιστευτικό*], η [*εμπιστευτικό*], η [*εμπιστευτικό*], η [*εμπιστευτικό*], η [*εμπιστευτικό*], η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*], είχαν δικαίωμα μονομερούς καταγγελίας, κάτι το οποίο δεν αμφισβητεί η Επιτροπή. Επιπλέον, από τις υποσημειώσεις 707, 713, 766 και 767 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι η Επιτροπή βασίστηκε στη διάρκεια των GSA που συνήφθησαν με το πολύ δεκαπέντε άμεσους εταίρους. Ως εκ τούτου, το γεγονός ότι δέκα τουλάχιστον άμεσοι εταίροι είχαν δικαίωμα μονομερούς καταγγελίας δεν μπορεί να θεωρηθεί ως εξαίρεση η οποία δικαιολογεί τη μη συνεκτίμησή τους για τον σκοπό της εκτίμησης του αποτελέσματος εκτοπισμού από την αγορά της ρήτρας τοποθέτησης.

898 Υπό τις συνθήκες αυτές, η Επιτροπή δεν μπορούσε, βασιζόμενη απλώς και μόνον στις παρατηρήσεις που υπομνήσθηκαν στις σκέψεις 892 και 896 ανωτέρω και χωρίς να εξετάσει τις πραγματικές συνθήκες και τους όρους υπό τους οποίους συμφωνήθηκαν οι παρατάσεις των GSA, καθώς και το περιεχόμενο των ρητρών που προέβλεπαν δικαιώματα μονομερούς καταγγελίας, τα οποία είχαν ορισμένοι άμεσοι εταίροι, όπως και τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες τα εν λόγω δικαιώματα μπορούσαν να ασκηθούν, να αποκλείσει τη δυνατότητα των εν λόγω άμεσων εταίρων να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google όσον αφορά τις πιο ευδιάκριτες θέσεις στις σελίδες αποτελεσμάτων τους, ακόμη και πριν από την ενδεχόμενη παράταση των GSA ή πριν από την άσκηση δικαιώματος μονομερούς καταγγελίας. Κατά συνέπεια, η Επιτροπή δεν μπορούσε επίσης να διαπιστώσει ότι οι εν λόγω μεσάζοντες δεν είχαν τη δυνατότητα να διεκδικήσουν το μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις που κάλυπταν οι GSA οι οποίες περιείχαν τη ρήτρα τοποθέτησης καθ' όλη τη διάρκεια των εν λόγω GSA, ούτε κατά μείζονα λόγο κατά τη σωρευτική διάρκεια αυτών.

899 Η διαπίστωση αυτή δεν αναιρείται από τα επιχειρήματα της Επιτροπής.

900 Συγκεκριμένα, κατά πρώτον, η Επιτροπή υποστηρίζει ότι ορισμένες GSA παρατάθηκαν πριν από τη λήξη τους. Εντούτοις, υπενθυμίζεται ότι, όπως μνημονεύθηκε στη σκέψη 707 ανωτέρω, η Επιτροπή βασίζεται στη μη τεκμηριωμένη παραδοχή ότι οι άλλοι μεσάζοντες δεν μπορούσαν να ανταγωνιστούν την Google κατά την παράταση των εν λόγω GSA. Ειδικότερα, η Επιτροπή δεν υποβάλλει κανένα αποδεικτικό στοιχείο βάσει του οποίου μπορεί να θεωρηθεί ότι οι διαπραγματεύσεις που αφορούσαν την παράταση GSA δεν μπορούσαν να διεξαχθούν στο πέρας ανταγωνιστικής διαδικασίας μέσω της οποίας ο οικείος άμεσος εταίρος συνέκρινε τις υπηρεσίες που παρείχε η Google με τις υπηρεσίες των ανταγωνιστών της Google.

901 Κατά δεύτερον, επισημαίνεται ότι η Επιτροπή δεν μπορεί να υποστηρίξει βασίμως, με το υπόμνημα αντικρούσεως, ότι το γεγονός ότι ορισμένοι άμεσοι εταίροι είχαν δικαίωμα μονομερούς καταγγελίας δεν ήταν κρίσιμο, καθότι η ρήτρα τοποθέτησης εξακολουθούσε να εφαρμόζεται έως την άσκηση του εν λόγω δικαιώματος. Συγκεκριμένα, όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 714 ανωτέρω, η Επιτροπή έπρεπε να εξετάσει το περιεχόμενο των ρητρών που προέβλεπαν τα εν λόγω δικαιώματα, τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες μπορούσαν να ασκηθούν, καθώς και τους άμεσους εταίρους που μπορούσαν να τα ασκήσουν, προκειμένου να εξακριβώσει αν τα εν λόγω δικαιώματα ήταν ικανά να θέσουν υπό αμφισβήτηση, τουλάχιστον σε κάποιο μέτρο, το γεγονός, που διαπιστώνεται με την προσβαλλόμενη απόφαση, ότι η ρήτρα τοποθέτησης εμπόδισε τους ανταγωνιστές της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις κατά τη διάρκεια των GSA που περιείχαν την εν λόγω ρήτρα.

5) Συμπέρασμα σχετικά με την αδυναμία των μεσαζόντων ανταγωνιστών της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις

902 Όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 859 ανωτέρω, ορθώς η Επιτροπή έκρινε ότι, λαμβανομένης υπόψη της κάλυψης της ρήτρας αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν από τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, σε σχέση με τις περιστάσεις που υπομνήσθηκαν στη σκέψη 602 ανωτέρω, η κάλυψη της ρήτρας τοποθέτησης μπορούσε να είναι επαρκής ώστε η εν λόγω ρήτρα να είναι ικανή να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά στο διάστημα από την 31η Μαρτίου 2009 έως την 31η Δεκεμβρίου 2015. Επιπλέον, στη σκέψη 882 ανωτέρω επισημάνθηκε ότι η Google δεν μπορούσε να υποστηρίξει βασίμως ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι ένας ανταγωνιστής εξίσου αποτελεσματικός με την ίδια δεν μπορούσε να εμφανιστεί στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις ή ότι ένας τέτοιος ανταγωνιστής θα είχε εκτοπισθεί από την εν λόγω αγορά.

903 Αντιθέτως, αφενός, όπως προκύπτει από τη σκέψη 861 ανωτέρω, η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι η ρήτρα τοποθέτησης μπορούσε να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά, λόγω της κάλυψής της, στο διάστημα από την 1η Ιανουαρίου έως τις 6 Σεπτεμβρίου 2016. Αφετέρου, όπως προκύπτει από τη σκέψη 898 ανωτέρω, η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη το σύνολο των κρίσιμων περιστάσεων της υπό κρίση υπόθεσης στο πλαίσιο της εκτίμησης της διάρκειας κατά την οποία οι άμεσοι εταίροι υποχρεούνταν, δυνάμει της εν λόγω ρήτρας, να επιφυλάσσουν στις διαφημίσεις της Google τους πιο ευδιάκριτους χώρους στις σελίδες αποτελεσμάτων τους.

904 Κατά συνέπεια, εν αντιθέσει προς όσα επιτάσσει η νομολογία που υπομνήσθηκε στη σκέψη 107 ανωτέρω, η Επιτροπή δεν απέδειξε επαρκώς κατά νόμον, λαμβανομένου υπόψη του συνόλου των περιστάσεων της συγκεκριμένης υπόθεσης, ότι η ρήτρα τοποθέτησης ήταν ικανή να εμποδίσει

τους μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ, κατά τη διάρκεια εφαρμογής της εν λόγω ρήτρας.

γ) Συμπέρασμα σχετικά με το δεύτερο σκέλος του τρίτου λόγου ακυρώσεως

905 Όπως υπομνήσθηκε στη σκέψη 769 ανωτέρω, στην αιτιολογική σκέψη 494 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή έκρινε ότι η ρήτρα τοποθέτησης ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό, λαμβανομένου υπόψη του συνόλου των κρίσιμων περιστάσεων της συγκεκριμένης υπόθεσης. Συναφώς, η Επιτροπή επισήμανε ότι η εν λόγω ρήτρα, πρώτον, αποθάρρυνε τους άμεσους εταίρους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google, δεύτερον, εμπόδισε τους εν λόγω μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, τρίτον, έβλαψε ενδεχομένως την καινοτομία, τέταρτον, βοήθησε την Google να διατηρήσει και να ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της στις εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ, πλην της Πορτογαλίας, και, πέμπτον, έβλαψε ενδεχομένως τους καταναλωτές.

906 Όπως υπομνήσθηκε στις σκέψεις 770 και 771 ανωτέρω, η Επιτροπή εκτίμησε κατ' ουσίαν ότι η ρήτρα τοποθέτησης μπορούσε να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά, διαπιστώνοντας ότι η εν λόγω ρήτρα, αφενός, είχε αποθαρρύνει τους άμεσους εταίρους να προμηθευτούν διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google και, αφετέρου, είχε εμποδίσει τους εν λόγω μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Επιπλέον, η Επιτροπή συμπέρανε από το εν λόγω αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά ότι η εν λόγω ρήτρα, κατ' αρχάς, έβλαψε ενδεχομένως την καινοτομία, εν συνεχεία, βοήθησε την Google να διατηρήσει και να ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της στις σχετικές εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και, τέλος, έβλαψε ενδεχομένως τους καταναλωτές.

907 Όπως υπομνήσθηκε στη σκέψη 776 ανωτέρω, στην αιτιολογική σκέψη 496 της προσβαλλόμενης απόφασης, προτού εξετάσει τα αποτελέσματα καθενός εκ των πέντε περιορισμών του ανταγωνισμού που προσδιόρισε (βλ. σκέψη 905 ανωτέρω), η Επιτροπή διευκρίνισε ότι, στο πλαίσιο της ανάλυσής της που αποσκοπεί στο να αποδείξει ότι η ρήτρα τοποθέτησης ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό, έλαβε υπόψη τη «διάρκεια της [εν λόγω] ρήτρας», υπογραμμίζοντας, επομένως, κατ' ουσίαν, τη σημασία των όσων εκτέθηκαν στις αιτιολογικές σκέψεις 519, 525 και 526 που περιλαμβάνονται στο τμήμα 8.4.4.2 της εν λόγω απόφασης σχετικά με την αδυναμία των μεσαζόντων ανταγωνιστών της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Η Επιτροπή επισήμανε επίσης ότι έλαβε υπόψη το ποσοστό κάλυψης της ρήτρας τοποθέτησης, το οποίο εξέτασε στο ως άνω τμήμα της προσβαλλόμενης απόφασης. Από τη συστηματική θέση της αιτιολογικής σκέψης 496 στην όλη οικονομία της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι η Επιτροπή έλαβε υπόψη την εν λόγω διάρκεια και το εν λόγω ποσοστό κάλυψης όταν εξέτασε τα αποτελέσματα της ρήτρας τοποθέτησης στο πλαίσιο καθενός από τους πέντε περιορισμούς που προσδιόρισε στην προσβαλλόμενη απόφαση.

908 Όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 903 ανωτέρω, όμως, η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη το σύνολο των κρίσιμων περιστάσεων της συγκεκριμένης υπόθεσης στο πλαίσιο της εκτίμησης της διάρκειας κατά την οποία οι άμεσοι εταίροι υποχρεούνταν να επιφυλάσσουν τις πιο ευδιάκριτες θέσεις στις σελίδες αποτελεσμάτων τους για τις διαφημίσεις της Google δυνάμει της ρήτρας τοποθέτησης.

909 Επιπλέον, όπως επισημάνθηκε επίσης στη σκέψη 903 ανωτέρω, η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι η ρήτρα τοποθέτησης μπορούσε να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά, λόγω της κάλυψής της, στο διάστημα από την 1η Ιανουαρίου έως τις 6 Σεπτεμβρίου 2016.

910 Ως εκ τούτου, τα σφάλματα στα οποία υπέπεσε η Επιτροπή, τα οποία υπομνήσθηκαν στις σκέψεις 908 και 909 ανωτέρω, πλήττουν το σύνολο των περιορισμών που η Επιτροπή προσδιόρισε στην προσβαλλόμενη απόφαση και, επομένως, πρέπει να διαπιστωθεί ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε, επαρκώς κατά νόμον, ότι η ρήτρα τοποθέτησης ήταν ικανή να αποθαρρύνει τους άμεσους εταίρους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google ή ότι ήταν ικανή να εμποδίσει τους εν λόγω μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ και, κατά συνέπεια, ότι η εν λόγω ρήτρα ήταν ικανή να έχει το αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά που διαπιστώθηκε με την προσβαλλόμενη απόφαση.

911 Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να γίνει δεκτό ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε επίσης, επαρκώς κατά νόμον, ότι η ρήτρα τοποθέτησης, κατ' αρχάς, έβλαψε ενδεχομένως την καινοτομία, εν συνεχεία, βοήθησε την Google να διατηρήσει και να ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της στις σχετικές εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και, τέλος, έβλαψε ενδεχομένως τους καταναλωτές.

912 Τέλος, διαπιστώνεται ότι, στις αιτιολογικές σκέψεις 541 και 542 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή εκτίμησε κατ' ουσίαν ότι ο δεσμευτικός χαρακτήρας των δειγμάτων είχε ενισχύσει το αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά της ρήτρας τοποθέτησης, περιορίζοντας περαιτέρω τη δυνατότητα των άμεσων εταίρων να μεταβάλουν τη θέση τόσο των διαφημίσεων της Google όσο και των ανταγωνιστικών διαφημίσεων. Εντούτοις, η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι η ρήτρα τοποθέτησης ήταν ικανή να έχει τέτοιο αποτέλεσμα ούτε ισχυρίστηκε ότι τα δείγματα ήταν, αφ' εαυτών, ικανά να παραγάγουν το εν λόγω αποτέλεσμα. Ως εκ τούτου, τα δείγματα δεν επαρκούν, αφ' εαυτών, για να αποδείξουν ότι η ρήτρα τοποθέτησης συνιστούσε παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ.

913 Κατά συνέπεια, το δεύτερο σκέλος του τρίτου λόγου ακυρώσεως πρέπει να γίνει δεκτό, χωρίς να χρειάζεται να εξεταστούν τα λοιπά επιχειρήματα που η Google προέβαλε στο πλαίσιο του συγκεκριμένου λόγου ακυρώσεως και, επομένως, η προσβαλλόμενη απόφαση πρέπει να ακυρωθεί καθόσον η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η ρήτρα τοποθέτησης συνιστά παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ.

Ε. Επί του τέταρτου λόγου ακυρώσεως, κατά τον οποίο η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας δεν συνιστούσε κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης

914 Με τον τέταρτο λόγο ακυρώσεως, η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι θεώρησε ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας συνιστούσε κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης κατά την έννοια του άρθρου 102 ΣΛΕΕ. Ο συγκεκριμένος λόγος ακυρώσεως διαρθρώνεται σε δύο σκέλη, εκ των οποίων το πρώτο αφορά τον μη περιορισμό του ανταγωνισμού και το δεύτερο το ότι η εν λόγω ρήτρα ήταν αντικειμενικώς δικαιολογημένη.

915 Προκαταρκτικώς, υπενθυμίζεται ότι, στο υπόδειγμα GSA του Μαρτίου του 2009, η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας ήταν διατυπωμένη ως εξής:

«[χ]ωρίς την εκ των προτέρων γραπτή έγκριση της Google, η Εταιρία δεν μπορεί να πραγματοποιήσει καμία αλλαγή όσον αφορά: […] την προβολή των Ισοδύναμων Διαφημίσεων, των Συνόλων Διαφημίσεων AFS ή των Διαφημίσεων AFS σε Σελίδα Αποτελεσμάτων, περιλαμβανομένων των αλλαγών σχετικά με τον αριθμό, το χρώμα, τη γραμματοσειρά, το μέγεθος ή τη θέση τους ή τον βαθμό στον οποίο μπορεί να γίνει κλικ στις εν λόγω διαφημίσεις.»

916 Τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας συμπλήρωνε η ρήτρα 6.2(b) του υποδείγματος GSA του Μαρτίου του 2009, η οποία είχε ως εξής:

«[ό]ταν η Εταιρία ζητεί έγκριση δυνάμει της ανωτέρω ρήτρας [χορήγησης προηγούμενης άδειας], η Google μπορεί να αρνηθεί να χορηγήσει την έγκρισή της μόνον για τον λόγο ότι η προτεινόμενη αλλαγή θα είναι αντίθετη προς την εφαρμοστέα Συμφωνία ή τις Οδηγίες της Google σχετικά με το Σήμα, η δε Google δεν μπορεί να αρνηθεί να χορηγήσει την έγκρισή της για αμιγώς εμπορικούς λόγους. Εάν η Google δεν απαντήσει σε τέτοιο αίτημα χορήγησης έγκρισης εντός 15 εργάσιμων ημερών από την παραλαβή του, τεκμαίρεται ότι η έγκριση χορηγήθηκε.»

917 Όπως υπομνήσθηκε στη σκέψη 730 ανωτέρω, στη ρήτρα 1.1 του υποδείγματος GSA του Μαρτίου του 2009 διευκρινιζόταν ότι ο όρος «ισοδύναμη διαφήμιση» παραπέμπει σε «κάθε διαφήμιση πανομοιότυπη ή ουσιαστικά παρεμφερούς φύσης με τις Διαφημίσεις AFS που η Google προμηθεύει δυνάμει Συμφωνίας».

918 Η διατύπωση της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας τροποποιήθηκε στο υπόδειγμα GSA με την πάροδο του χρόνου. Η εν λόγω ρήτρα διατυπώθηκε επίσης ως εξής:

«[ε]άν η Εταιρία επιθυμεί να προβεί σε αλλαγές όσον αφορά την προβολή: Ισοδύναμων Διαφημίσεων σε Σελίδα Αποτελεσμάτων, περιλαμβανομένων των αλλαγών σχετικά με τον αριθμό, το χρώμα, τη γραμματοσειρά, το μέγεθος ή τη θέση τους ή τον βαθμό στον οποίο μπορεί να γίνει κλικ στις εν λόγω διαφημίσεις, η Εταιρία δεν πραγματοποιεί καμία αλλαγή χωρίς την εκ των προτέρων γραπτή έγκριση της Google. Η Google μπορεί να αρνηθεί να χορηγήσει την έγκρισή της μόνον εάν οι προτεινόμενες αλλαγές είναι αντίθετες προς την εφαρμοστέα Συμφωνία. Εάν η Google δεν απαντήσει σε αίτημα χορήγησης έγκρισης που προβλέπεται στην παρούσα ρήτρα […] εντός 15 εργάσιμων ημερών από την παραλαβή του, τεκμαίρεται ότι η έγκριση χορηγήθηκε.»

919 Στην αιτιολογική σκέψη 573 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή εκτίμησε ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό, λαμβανομένου υπόψη του συνόλου των περιστάσεων της συγκεκριμένης υπόθεσης. Συναφώς, η Επιτροπή επισήμανε ότι η εν λόγω ρήτρα, πρώτον, αποθάρρυνε τους άμεσους εταίρους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google, δεύτερον, εμπόδισε τους εν λόγω μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, τρίτον, έβλαψε ενδεχομένως την καινοτομία, τέταρτον, βοήθησε την Google να διατηρήσει και να ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της στις εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ, πλην της Πορτογαλίας, και, πέμπτον, έβλαψε ενδεχομένως τους καταναλωτές.

920 Ειδικότερα, επισημαίνεται ότι, διαπιστώνοντας ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας, αφενός, αποθάρρυνε τους άμεσους εταίρους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google και, αφετέρου, εμπόδισε τους εν λόγω μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, η Επιτροπή έκρινε, κατ' ουσίαν, ότι η εν λόγω ρήτρα ήταν ικανή να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά.

921 Επιπλέον, επισημαίνεται ότι η Επιτροπή συμπέρανε από το αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας ότι η εν λόγω ρήτρα, κατ' αρχάς, έβλαψε ενδεχομένως την καινοτομία, εν συνεχεία, βοήθησε την Google να διατηρήσει και να ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της στις σχετικές εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και, τέλος, έβλαψε ενδεχομένως τους καταναλωτές.

922 Συγκεκριμένα, κατ' αρχάς, από τις αιτιολογικές σκέψεις 598 έως 600 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι το αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας εμπόδισε τους μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google να παράσχουν ή να αναπτύξουν διαφορετικού τύπου διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις με αποτέλεσμα η εν λόγω ρήτρα να αποθαρρύνει τους εν λόγω μεσάζοντες να επενδύσουν στην καινοτομία. Εν συνεχεία, από την αιτιολογική σκέψη 602 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι το αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά στέρησε από τους εν λόγω μεσάζοντες έσοδα και δεδομένα τα οποία θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για τον σκοπό της παροχής διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Τέλος, από την αιτιολογική σκέψη 605 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι το εν λόγω αποτέλεσμα έδωσε στην Google τη δυνατότητα να καθορίζει σε υψηλό επίπεδο τις τιμές που κατέβαλλαν οι διαφημιζόμενοι, αυξάνοντας με τον τρόπο αυτόν τις τιμές που κατέβαλλαν οι καταναλωτές για τα αγαθά που αποτελούσαν αντικείμενο των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Η Επιτροπή επισήμανε επιπλέον, στην αιτιολογική σκέψη 606 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι το γεγονός ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας έβλαψε ενδεχομένως την καινοτομία είχε επίσης στερήσει τους καταναλωτές από ευρύτερη επιλογή όσον αφορά τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

923 Στο πλαίσιο του πρώτου σκέλους του τέταρτου λόγου ακυρώσεως, η Google υποστηρίζει ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας, πρώτον, δεν παρήγαγε τα αποτελέσματα εκτοπισμού από την αγορά που διαπιστώθηκαν με την προσβαλλόμενη απόφαση, δεύτερον, δεν βοήθησε την Google να διατηρήσει ή να ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της στις σχετικές εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και, τρίτον, δεν έβλαψε ούτε την καινοτομία ούτε τους καταναλωτές.

924 Η Surfboard και η Vinden υποστηρίζουν ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας δεν άσκησε επιρροή στη συμπεριφορά τους και ότι ήταν αντικειμενικώς δικαιολογημένη.

925 Κατ' αρχάς, πρέπει να εξεταστεί το αποτέλεσμα αποκλεισμού από την αγορά, λόγω της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας, το οποίο διαπιστώνεται στην προσβαλλόμενη απόφαση. Επομένως, πρέπει να εξακριβωθεί αν η εν λόγω ρήτρα ήταν ικανή, αφενός, να αποθαρρύνει τους άμεσους εταίρους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google και, αφετέρου, να εμποδίσει τους εν λόγω μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

926 Συναφώς, επισημαίνεται ότι, στην αιτιολογική σκέψη 574 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή διευκρίνισε ότι, στο πλαίσιο της ανάλυσής της που αποσκοπεί στο να αποδείξει ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό, έλαβε

υπόψη το σύνολο των κρίσιμων περιστάσεων, συμπεριλαμβανομένων, αφενός, της σπουδαιότητας της δεσπόζουσας θέσης της Google, τόσο στις σχετικές εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις όσο και στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, και, αφετέρου, του μεριδίου της τελευταίας αυτής αγοράς που κάλυπτε η εν λόγω ρήτρα καθώς και της «διάρκειας της [εν λόγω] ρήτρας». Συναφώς, η Επιτροπή παρέπεμψε στο τμήμα 7 της προσβαλλόμενης απόφασης, σχετικά με τη δεσπόζουσα θέση της Google, το οποίο περιλαμβάνει τις παρατηρήσεις που υπομνήσθηκαν στις σκέψεις 401 έως 404 ανωτέρω, καθώς και στο σύνολο του τμήματος 8.5.4.2 της εν λόγω απόφασης, σχετικά με την αδυναμία των μεσαζόντων ανταγωνιστών της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της εν λόγω αγοράς.

927 Όπως επισημάνθηκε στις σκέψεις 400 και 405 ανωτέρω, το Γενικό Δικαστήριο παρατηρεί, αφενός, ότι η προσέγγιση που προέκρινε η Επιτροπή είναι σύμφωνη προς τη νομολογία και, αφετέρου, ότι η Google αμφισβητεί το περιεχόμενο του τμήματος 7 της προσβαλλόμενης απόφασης υποστηρίζοντας απλώς και μόνο, στο πλαίσιο του πρώτου λόγου ακυρώσεως, ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε πλάνη κατά τον ορισμό των σχετικών αγορών στο τμήμα 6 της εν λόγω απόφασης.

928 Υπό το πρίσμα των ανωτέρω στοιχείων πρέπει να εξεταστεί, κατ' αρχάς, αν η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας ήταν ικανή να αποθαρρύνει τους άμεσους εταίρους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google και, εν συνεχεία, αν η εν λόγω ρήτρα ήταν ικανή να εμποδίσει τους μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

1. Επί του αποτρεπτικού χαρακτήρα της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας έναντι των άμεσων εταίρων

929 Με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή εκτίμησε ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας είχε αποθαρρύνει τους άμεσους εταίρους να προμηθευτούν διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google.

930 Ειδικότερα, η Επιτροπή διαπίστωσε, πρώτον, στην αιτιολογική σκέψη 577 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας είχε εμποδίσει τους άμεσους εταίρους να εκτιμήσουν το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google, επιβάλλοντας υποχρέωση «τριγωνικής» διαπραγμάτευσης για τη μεταβολή της προβολής των ανταγωνιστικών διαφημίσεων, δεύτερον, στην αιτιολογική σκέψη 578 της εν λόγω απόφασης, ότι το περιεχόμενο της εν λόγω ρήτρας και η άρνηση της Google να διαπραγματευθεί ή να την αποσαφηνίσει είχε αποθαρρύνει τους άμεσους εταίρους να προμηθευτούν διαφημίσεις από τους εν λόγω μεσάζοντες και, τρίτον, στην αιτιολογική σκέψη 579 της εν λόγω απόφασης, ότι, χωρίς την επίμαχη ρήτρα, οι άμεσοι εταίροι θα είχαν προμηθευτεί πιο ελεύθερα διαφημίσεις από τους εν λόγω μεσάζοντες.

931 Η Google αμφισβητεί το περιεχόμενο των αιτιολογικών σκέψεων 577 έως 579 της προσβαλλόμενης απόφασης.

932 Κατά πρώτον, η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι εκτίμησε, στην αιτιολογική σκέψη 577 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας είχε εμποδίσει τους άμεσους εταίρους να εκτιμήσουν το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον προμήθειας διαφημίσεων από άλλους μεσάζοντες.

933 Ειδικότερα, πρώτον, η Google υποστηρίζει ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας, αφενός, εφαρμοζόταν μόνο στους διαδικτυακούς τόπους τους οποίους οι άμεσοι εταίροι επέλεγαν να περιλάβουν στις GSA που συνήπταν και, αφετέρου, επέτρεπε την προβολή ανταγωνιστικών διαφημίσεων. Εξάλλου, κατά την Google, η Επιτροπή δεν προσδιόρισε καμία περίπτωση στην οποία η Google αρνήθηκε την προβολή τέτοιων διαφημίσεων. Δεύτερον, η Google επισημαίνει ότι η εν λόγω ρήτρα δεν εφαρμοζόταν ούτε στην αρχική προβολή ανταγωνιστικών διαφημίσεων ούτε στη συμμόρφωση της εν λόγω προβολής προς τις πλείονες οδηγίες της για τη διαφημιστική πολιτική (οι οποίες σκοπούσαν την απαγόρευση προσβλητικών, επικίνδυνων, ανεπιθύμητων ή παραπλανητικών διαφημίσεων) και, επομένως, η επίμαχη ρήτρα δεν μπορούσε να έχει αποθαρρύνει τους άμεσους εταίρους από την προβολή ανταγωνιστικών διαφημίσεων. Τρίτον, η Google διαπιστώνει ότι, μολονότι σκοπός της επίμαχης ρήτρας ήταν να αποφευχθεί η παράβαση των προμνησθεισών οδηγιών με τις προτεινόμενες από τους άμεσους εταίρους αλλαγές, η Επιτροπή δεν θεώρησε ότι οι εν λόγω οδηγίες ήταν ικανές να περιορίσουν τον ανταγωνισμό. Τέταρτον, η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι δεν έλαβε υπόψη, αφενός, το ότι, δυνάμει της ρήτρας 6.2(b) του υποδείγματος GSA του Μαρτίου του 2009, η Google δεν μπορούσε να μην αποδεχθεί, για αμιγώς εμπορικούς λόγους, αίτημα αλλαγής που αφορούσε την προβολή διαφημίσεων και, αφετέρου, τα στοιχεία που αποδεικνύουν ότι είχε κάνει δεκτά τα αιτήματα άμεσων εταίρων για τη μεταβολή της εν λόγω προβολής. Συναφώς, η Google επισημαίνει εξάλλου ότι η Επιτροπή δεν προσδιόρισε καμία περίπτωση στην οποία αρνήθηκε να μεταβάλει την προβολή ανταγωνιστικών διαφημίσεων δυνάμει της επίμαχης ρήτρας. Πέμπτον, η Google εκτιμά ότι η Επιτροπή δεν έλαβε επίσης υπόψη τα στοιχεία που αποδεικνύουν ότι οι άμεσοι εταίροι μπόρεσαν να αξιολογήσουν τις ανταγωνιστικές διαφημίσεις που προβάλλονταν σε διαδικτυακούς τόπους στους οποίους εφαρμοζόταν η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας.

934 Κατά δεύτερον, η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι, στην αιτιολογική σκέψη 578 της προσβαλλόμενης απόφασης, δεν έλαβε υπόψη τα στοιχεία που αποδεικνύουν ότι οι άμεσοι εταίροι μπόρεσαν να διαπραγματευθούν την απαλοιφή, από τις GSA που συνήψαν, της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας. Επιπλέον, η Google διαπιστώνει ότι καμία δήλωση άμεσων εταίρων, την οποία η Επιτροπή μνημονεύει στην ανωτέρω αιτιολογική σκέψη, δεν αποδεικνύει ότι η Google αρνήθηκε να διαπραγματευθεί ή να αποσαφηνίσει το περιεχόμενο της εν λόγω ρήτρας.

935 Κατά τρίτον, η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι, στην αιτιολογική σκέψη 579 της προσβαλλόμενης απόφασης, βασίστηκε σε δηλώσεις άμεσων εταίρων οι οποίες δεν μπορούσαν να επιβεβαιώσουν ότι οι εν λόγω άμεσοι εταίροι θα είχαν προμηθευτεί πιο ελεύθερα διαφημίσεις από άλλους μεσάζοντες χωρίς τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας.

936 Η Surfboard υποστηρίζει ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας διευκόλυνε τη θετική εμπειρία του χρήστη, του διαφημιζομένου και του άμεσου εταίρου, εμποδίζοντας την προβολή προσβλητικών ή παραπλανητικών διαφημίσεων. Επιπλέον, η Surfboard επισημαίνει ότι η Google δεν μπορούσε να αρνηθεί, για αμιγώς εμπορικούς λόγους, αίτημα αλλαγής. Εξάλλου, η Surfboard εκτιμά ότι η συγκεκριμένη ρήτρα δεν την εμπόδισε να πραγματοποιήσει τις μεταβολές που επιθυμούσε στους διαδικτυακούς τόπους της, όπως εξέθεσε στην Επιτροπή κατά τη διοικητική διαδικασία. Η Vinden επισημαίνει επιπλέον ότι η επίμαχη ρήτρα δεν την υποχρέωσε να ζητήσει την άδεια της Google προκειμένου να μεταβάλει την προβολή ανταγωνιστικών διαφημίσεων.

937 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google, της Surfboard και της Vinden.

938 Προκαταρκτικώς, επισημαίνεται ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας, η οποία συνδέεται με τη ρήτρα 6.2(b) του υποδείγματος GSA του Μαρτίου του 2009, προέβλεπε ότι οι άμεσοι εταίροι έπρεπε να εξασφαλίσουν, εκ των προτέρων, τη γραπτή συμφωνία της Google ή, εάν η Google δεν απαντούσε στο αίτημά τους χορήγησης άδειας, να αναμείνουν το πέρας προθεσμίας δεκαπέντε εργάσιμων ημερών, προτού μεταβάλουν την προβολή των ανταγωνιστικών διαφημίσεων, μεταξύ άλλων, όσον αφορά τον αριθμό, το χρώμα, τη γραμματοσειρά, το μέγεθος ή τη θέση τους ή τον βαθμό στον οποίο μπορεί να γίνει κλικ στις εν λόγω διαφημίσεις.

939 Επομένως, η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας παρείχε στην Google τη δυνατότητα, αφενός, να ενημερώνεται για κάθε πρόθεση αλλαγής της προβολής των ανταγωνιστικών διαφημίσεων και, αφετέρου, να παρακολουθεί συνεχώς τις εμπορικές σχέσεις των άμεσων εταίρων με ανταγωνιστές μεσάζοντες και να παρεμβαίνει σε αυτές, έχοντας την ευχέρεια, ενδεχομένως, να μην επιτρέπει, υπό τις προϋποθέσεις που προβλέπονταν στη ρήτρα 6.2(b) του υποδείγματος GSA του Μαρτίου του 2009, τις αλλαγές προβολής των εν λόγω διαφημίσεων με τις οποίες δεν συμφωνούσε.

940 Επομένως, ορθώς η Επιτροπή επισήμανε, στην αιτιολογική σκέψη 577 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι, επιβάλλοντας στους άμεσους εταίρους την υποχρέωση να εξασφαλίζουν εκ των προτέρων τη συμφωνία της Google προκειμένου να πραγματοποιήσουν οποιαδήποτε αλλαγή στην προβολή των ανταγωνιστικών διαφημίσεων, η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας επέβαλε την υποχρέωση διεξαγωγής απαιτητικότερων τριγωνικών διαπραγματεύσεων μεταξύ των εν λόγω άμεσων εταίρων, της Google και των μεσαζόντων ανταγωνιστών της Google.

941 Ομοίως, επισημαίνεται ότι ορθώς η Επιτροπή εκτίμησε, στην αιτιολογική σκέψη 579 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι, χωρίς τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας, οι άμεσοι εταίροι θα μπορούσαν να προμηθεύονται πιο ελεύθερα διαφημίσεις από άλλους μεσάζοντες, τούτο δε ανεξαρτήτως της επιχειρηματολογίας της Google με σκοπό την αμφισβήτηση της σημασίας των δηλώσεων των άμεσων εταίρων που μνημονεύονται, ως παραδείγματα, στην προμνησθείσα αιτιολογική σκέψη.

942 Εξάλλου, επισημαίνεται ότι η απάντηση της [*εμπιστευτικό*], η οποία μνημονεύεται στην αιτιολογική σκέψη 578 της προσβαλλόμενης απόφασης, επιβεβαιώνει το γεγονός ότι η Google αρνήθηκε να διαπραγματευθεί το περιεχόμενο της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας. Συγκεκριμένα, από την εν λόγω αιτιολογική σκέψη προκύπτει, χωρίς να αμφισβητηθεί από την Google, ότι η [*εμπιστευτικό*] είχε προτείνει την τροποποίηση της GSA που είχε συνάψει κατά τρόπο ώστε να διευκρινίζεται, αφενός, ότι η Google έπρεπε να ενεργεί «ευλόγως» και, αφετέρου, ότι η Google θα μπορούσε να αρνηθεί αίτημα υποβαλλόμενο δυνάμει της εν λόγω ρήτρας μόνον κατ' εφαρμογήν των «οδηγιών της Google σχετικά με το σήμα» και «άλλων πολιτικών της Google». Επομένως, η [*εμπιστευτικό*] επιχείρησε να τροποποιήσει την επίμαχη ρήτρα προκειμένου να περιοριστούν οι συνθήκες υπό τις οποίες η Google μπορούσε να αρνηθεί τη μεταβολή της προβολής των ανταγωνιστικών διαφημίσεων. Η Google δεν δέχθηκε, όμως, το συγκεκριμένο αίτημα.

943 Επιπλέον, όπως προκύπτει από την υποσημείωση 422 και την αιτιολογική σκέψη 630 της προσβαλλόμενης απόφασης και όπως επιβεβαιώνει η Google με τα υπομνήματά της, το σύνολο των GSA που περιείχαν τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας περιείχε επίσης τη ρήτρα τοποθέτησης. Στη σκέψη 843 ανωτέρω επισημάνθηκε, όμως, ότι η ρήτρα τοποθέτησης ήταν ικανή να αποθαρρύνει ορισμένους άμεσους εταίρους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google για την κάλυψη μέρους τουλάχιστον των αναγκών τους. Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να θεωρηθεί ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας

μπόρεσε να ενισχύσει τον αποτρεπτικό χαρακτήρα της ρήτρας τοποθέτησης δυσχεραίνοντας περαιτέρω τη μεταβολή της προβολής ανταγωνιστών διαφημίσεων την οποία περιόριζε η ρήτρα τοποθέτησης.

944 Ως εκ τούτου, πρέπει να θεωρηθεί ότι, λαμβανομένων υπόψη των προεκτεθέντων, καθώς και της σπουδαιότητας της δεσπόζουσας θέσης της Google στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, και ιδίως της ύπαρξης σημαντικών εμποδίων στην είσοδο και στην επέκταση στην εν λόγω αγορά, η Επιτροπή απέδειξε επαρκώς κατά νόμον ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας, καθόσον επέβαλλε στους άμεσους εταίρους την υποχρέωση να εξασφαλίσουν εκ των προτέρων τη γραπτή συμφωνία της Google προκειμένου να μεταβάλουν την προβολή των ανταγωνιστικών διαφημίσεων, κάτι το οποίο τους ανάγκαζε να διεξαγάγουν τριγωνικές διαπραγματεύσεις με την παρέμβαση της Google και τους εμπόδιζε να προμηθεύονται πιο ελεύθερα διαφημίσεις από ανταγωνιστές της Google, μπόρεσε να αποθαρρύνει ορισμένους άμεσους εταίρους να προμηθευτούν διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google για την κάλυψη μέρους τουλάχιστον των αναγκών τους.

945 Τα λοιπά επιχειρήματα που προβάλλει η Google δεν μπορούν να αναιρέσουν την εκτίμηση αυτή.

946 Πρώτον, επισημαίνεται, όπως υπογράμμισε και η Επιτροπή, ότι, όπως προκύπτει μεταξύ άλλων από τη σκέψη 787 ανωτέρω, η περίσταση ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας εφαρμοζόταν μόνο στους διαδικτυακούς τόπους που περιλαμβάνονταν στις GSA που περιείχαν τη συγκεκριμένη ρήτρα και όχι στο σύνολο των διαδικτυακών τόπων των άμεσων εταίρων δεν ασκεί επιρροή προκειμένου να εξακριβωθεί αν η εν λόγω ρήτρα εμπόδισε τους άμεσους εταίρους να εκτιμήσουν το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον να προμηθευτούν διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google τουλάχιστον όσον αφορά τους διαδικτυακούς τόπους που περιλαμβάνονταν στις εν λόγω GSA.

947 Δεύτερον, επισημαίνεται ότι η περίσταση, την οποία μνημόνευσε η Google, ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας ήταν κατ' ουσίαν αντικειμενικώς δικαιολογημένη, διότι σκοπός της ήταν να απαγορεύσει την προβολή προσβλητικών, επικίνδυνων, ανεπιθύμητων ή παραπλανητικών διαφημίσεων, δεν αφορά την ύπαρξη, αυτήν καθεαυτήν, αποτελεσμάτων αντίθετων προς τους κανόνες του ανταγωνισμού. Συγκεκριμένα, μόνον εάν διαπιστωθεί, μετά την εκτίμηση του συνόλου των κρίσιμων περιστάσεων, ότι η εν λόγω ρήτρα παράγει τέτοια αποτελέσματα θα πρέπει να εξακριβωθεί αν η Google δικαιολόγησε τη χρήση της (πρβλ. απόφαση της 27ης Μαρτίου 2012, Post Danmark, C-209/10, EU:C:2012:172, σκέψη 40).

948 Τρίτον, επισημαίνεται ότι η Google δεν μπορεί να υποστηρίξει βασίμως ότι η ρήτρα 6.2(b) του υποδείγματος GSA του Μαρτίου του 2009 ήταν ικανή να θέσει υπό αμφισβήτηση τον αποτρεπτικό χαρακτήρα της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας.

949 Συγκεκριμένα, είναι αληθές ότι η ρήτρα 6.2(b) του υποδείγματος GSA του Μαρτίου του 2009 παρείχε στην Google τη δυνατότητα να απορρίψει αίτημα αλλαγής άμεσου εταίρου το οποίο αφορούσε την προβολή των ανταγωνιστών διαφημίσεων. Επιπλέον, η ρήτρα προέβλεπε ότι τεκμαιρόταν ότι τέτοιο αίτημα γίνεται δεκτό εάν η Google δεν απαντούσε εντός προθεσμίας δεκαπέντε εργάσιμων ημερών. Εντούτοις, η ύπαρξη και μόνο της εν λόγω ρήτρας στις GSA δεν αναιρεί το ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας επέβαλε στους άμεσους εταίρους την υποχρέωση να ζητούν εκ των προτέρων την άδεια της Google προκειμένου να μεταβάλουν την προβολή των ανταγωνιστικών διαφημίσεων και ότι, επομένως, στην πράξη, δυσχέραινε περαιτέρω, για τους εν λόγω άμεσους εταίρους, την προμήθεια διαφημίσεων από άλλους μεσάζοντες. Τούτο συνέβαινε ανεξαρτήτως των προϋποθέσεων υπό τις οποίες η Google

μπορούσε να μην αποδεχθεί τα αιτήματα αλλαγής της προβολής των ανταγωνιστικών διαφημίσεων, καθώς και της δυνατότητας της Google να καθυστερήσει την εφαρμογή τέτοιων αλλαγών, λαμβανομένης υπόψη της προθεσμίας δεκαπέντε εργάσιμων ημερών που προβλεπόταν για την απάντηση σε τέτοια αιτήματα. Εξάλλου, είναι αληθές, όπως υποστηρίζει η Google, ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας και η ρήτρα 6.2(b) του υποδείγματος GSA του Μαρτίου του 2009 δεν αφορούσαν την αρχική προβολή των ανταγωνιστικών διαφημίσεων. Διαπιστώνεται, εντούτοις, ότι η εν λόγω ρήτρα δυσχέραινε τις μεταβολές της προβολής των ανταγωνιστικών διαφημίσεων, όταν οι ανταγωνιστικές διαφημίσεις είχαν προβληθεί σε σελίδα αποτελεσμάτων διαδικτυακού τόπου άμεσου εταίρου.

950 Τέταρτον, διαπιστώνεται αναμφίβολα, όπως επισήμανε και η Google, ότι η Επιτροπή δεν προσδιόρισε καμία περίπτωση στην οποία η Google αρνήθηκε, δυνάμει της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας, αίτημα αλλαγής υποβληθέν από άμεσο εταίρο. Ομοίως, ορθώς η Google υποστηρίζει ότι ο φάκελος της Επιτροπής περιέχει στοιχεία τα οποία αποδεικνύουν ότι, στην πράξη, η Google είχε αποδεχθεί τέτοια αιτήματα. Εντούτοις, με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή δεν υποστήριξε ότι ο περιορισμός του ανταγωνισμού τον οποίο διαπίστωσε ήταν απόρροια της άρνησης της Google να αποδεχθεί τέτοια αιτήματα. Αντιθέτως, ορθώς η Επιτροπή εκτίμησε ότι το γεγονός και μόνο της επιβολής στους άμεσους εταίρους της υποχρέωσης να εξασφαλίζουν εκ των προτέρων τη γραπτή συμφωνία της Google ή, άλλως, να αναμένουν δεκαπέντε εργάσιμες ημέρες προτού αλλάξουν την επίμαχη προβολή είχε ως συνέπεια οι άμεσοι εταίροι να αναγκάζονται να μετάσχουν σε επαχθέστερη τριγωνική διαπραγμάτευση προς τούτο και να εμποδίζονται να προμηθευτούν πιο ελεύθερα διαφημίσεις από τους ανταγωνιστές της Google.

951 Πέμπτον, η Google μνημονεύει, μεταξύ άλλων, τις απαντήσεις στην από 30ής Οκτωβρίου 2015 αίτηση παροχής πληροφοριών τριών άμεσων εταίρων, ήτοι της [*εμπιστευτικό*], της [*εμπιστευτικό*] και της [*εμπιστευτικό*], οι οποίοι δήλωσαν στην Επιτροπή ότι μπόρεσαν να αξιολογήσουν τις αποδόσεις των ανταγωνιστικών διαφημίσεων που προβάλλονταν στους διαδικτυακούς τόπους τους που υπάγονταν στη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας. Εντούτοις, αφενός, επισημαίνεται ότι, με τα υπομνήματά της, η Google δεν διευκρίνισε αν η [*εμπιστευτικό*], η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*] χρειάστηκε να εξασφαλίσουν τη συμφωνία της Google προτού πραγματοποιήσουν τις εν λόγω αξιολογήσεις. Επιπλέον, από τα προμνησθέντα υπομνήματα προκύπτει ότι το περιεχόμενο των αξιολογήσεων ήταν περιορισμένο, καθώς η [*εμπιστευτικό*] επισήμανε ότι είχε διενεργήσει μόνο «μια μικρή δοκιμή» με άλλον προμηθευτή, η δε [*εμπιστευτικό*] διευκρίνισε ότι, κατόπιν «σταδιακής πολυετούς διαπραγμάτευσης», μπόρεσε «να χρησιμοποιήσει ποσοστό των χρηστών [της] στα αποκαλούμενα “test buckets” προκειμένου να υποβάλ[ει] μια ορισμένη ποσότητα κίνησης στη δοκιμασία της εναλλακτικής δυνατότητας».

952 Αφετέρου, δεν αμφισβητείται ότι, δυνάμει της επίμαχης ρήτρας, οι άμεσοι εταίροι έπρεπε να εξασφαλίσουν τη συμφωνία της Google προτού μεταβάλουν την προβολή των ανταγωνιστικών διαφημίσεων. Επομένως, ακόμη και αν γίνει δεκτό ότι οι ανωτέρω τρεις άμεσοι εταίροι μπόρεσαν να αξιολογήσουν τις αποδόσεις των ανταγωνιστικών διαφημίσεων, τούτο δεν οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η εν λόγω ρήτρα δεν είχε αποτρεπτικό αποτέλεσμα στους άμεσους εταίρους.

953 Έκτον, μολονότι ορθώς η Google επισημαίνει ότι ορισμένοι άμεσοι εταίροι μπόρεσαν να διαπραγματευθούν το περιεχόμενο, ακόμη και την απαλοιφή, της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας, από τη σκέψη 942 ανωτέρω προκύπτει ότι άλλοι άμεσοι εταίροι δεν είχαν τη δυνατότητα αυτή. Επιπλέον, το γεγονός ότι ορισμένοι άμεσοι εταίροι δεν δεσμεύονταν από τη συγκεκριμένη ρήτρα δεν μπορεί, εν πάση περιπτώσει, να αποκλείσει το ενδεχόμενο η ίδια ρήτρα

να αποθάρρυνε τους άμεσους εταίρους που δεσμεύονταν από αυτήν να προμηθευτούν διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google για την κάλυψη σημαντικότερου μέρους των αναγκών τους. Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να θεωρηθεί ότι η εν λόγω ρήτρα ήταν ικανή να έχει το αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά που διαπιστώθηκε με την προσβαλλόμενη απόφαση. Εντούτοις, όπως υπομνήσθηκε στις σκέψεις 926 και 927 ανωτέρω, το αν η ως άνω ρήτρα είχε τέτοια ικανότητα εξαρτάται επίσης από την εξέταση του συνόλου των λοιπών κρίσιμων περιστάσεων και, ιδίως, του χρονικού διαστήματος κατά τη διάρκεια του οποίου οι άμεσοι εταίροι υποχρεούνταν, λαμβανομένης υπόψη της εν λόγω ρήτρας, να ζητούν την άδεια της Google για να μεταβάλουν την προβολή ανταγωνιστικών διαφημίσεων, όπως άλλωστε ορθώς επισήμανε η Επιτροπή στην αιτιολογική σκέψη 574 της προσβαλλόμενης απόφασης.

2. Επί της αδυναμίας των μεσαζόντων ανταγωνιστών της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις

954 Με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή έκρινε ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας είχε εμποδίσει τους άμεσους εταίρους να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Συναφώς, πρώτον, η Επιτροπή επισήμανε ότι η εν λόγω ρήτρα παρείχε στην Google το δικαίωμα να ελέγχει τις αλλαγές που αφορούσαν την προβολή των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις οι οποίες είχαν αντίκτυπο στο ποσοστό των κλικ, ήτοι τις αλλαγές που αφορούσαν τον αριθμό των εν λόγω διαφημίσεων, το χρώμα, τη γραμματοσειρά, το μέγεθος ή τη θέση τους, καθώς και τις αλλαγές που αφορούσαν «τον βαθμό στον οποίο μπορεί να γίνει κλικ στις εν λόγω διαφημίσεις». Δεύτερον, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η Google είχε περιλάβει σταδιακά την εν λόγω ρήτρα στην πλειονότητα των GSA. Τρίτον, η Επιτροπή εκτίμησε ότι τα ακαθάριστα έσοδα τα οποία παρήγαν οι GSA που περιείχαν την εν λόγω ρήτρα αντιπροσώπευαν σημαντικό μερίδιο της εν λόγω αγοράς. Τέταρτον, η Επιτροπή παρατήρησε ότι η εν λόγω ρήτρα εφαρμοζόταν σε ορισμένους από τους πιο πολυσύχναστους διαδικτυακούς τόπους εντός του ΕΟΧ. Πέμπτον, η Επιτροπή παρατήρησε ότι ο αριθμός των αναζητήσεων που πραγματοποιούνταν στους διαδικτυακούς τόπους των άμεσων εταίρων ήταν σημαντικός σε σχέση με το σύνολο των διαδικτυακών αναζητήσεων που πραγματοποιούνταν εντός του ΕΟΧ. Έκτον, η Επιτροπή εκτίμησε ότι η μέση διάρκεια των GSA που περιείχαν την επίμαχη ρήτρα ήταν μεγάλη. Έβδομον, η Επιτροπή επισήμανε ότι το γεγονός ότι η ίδια ρήτρα εμπόδιζε τους ανταγωνιστές της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της εν λόγω αγοράς αντικατοπτριζόταν στην εξέλιξη των μεριδίων αγοράς της Google.

α) Επί της κάλυψης της αγοράς από τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας

955 Με την προσβαλλόμενη απόφαση, πρώτον, η Επιτροπή εκτίμησε ότι, στο διάστημα από το 2011 έως το 2015, τα ακαθάριστα έσοδα τα οποία παρήγαγαν οι GSA που περιείχαν τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας αντιπροσώπευαν, αφενός, από [*εμπιστευτικό*] έως [*εμπιστευτικό*] % των ακαθάριστων εσόδων που παρήγαγε το σύνολο των GSA εντός του ΕΟΧ και, αφετέρου, από [*εμπιστευτικό*] έως [*εμπιστευτικό*] % της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ.

956 Δεύτερον, παραπέμποντας στη μελέτη της Microsoft που μνημονεύθηκε στη σκέψη 576 ανωτέρω, η Επιτροπή επισήμανε ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας εφαρμοζόταν σε ορισμένους από τους πιο πολυσύχναστους διαδικτυακούς τόπους εντός του ΕΟΧ. Επιπλέον, βάσει του πίνακα 27 της προσβαλλόμενης απόφασης, που μνημονεύθηκε στις σκέψεις 870 και 871 ανωτέρω, η

Επιτροπή εκτίμησε ότι ο αριθμός αναζητήσεων που πραγματοποιήθηκαν στους διαδικτυακούς τόπους των άμεσων εταίρων ήταν σημαντικός σε σχέση με το σύνολο των διαδικτυακών αναζητήσεων που πραγματοποιήθηκαν εντός του ΕΟΧ.

1) Επί του μεριδίου της αγοράς που καλύπτεται από τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας

957 Η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας κάλυπτε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ.

958 Πρώτον, κατά την Google, από τους υπολογισμούς της ίδιας της Επιτροπής προέκυπτε ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας εφαρμοζόταν μόνον στο [*εμπιστευτικό*] % και στο [*εμπιστευτικό*] % της εν λόγω αγοράς το 2009 και το 2010. Επιπλέον, τα ακαθάριστα έσοδα τα οποία παρήγαγαν οι GSA που περιείχαν την εν λόγω ρήτρα αντιπροσώπευαν, κατά μέσο όρο, στο διάστημα από το 2009 έως το 2015, μόνο το [*εμπιστευτικό*] % της εν λόγω αγοράς και, κατά μέγιστο, κάτω του [*εμπιστευτικό*] % της ίδιας αγοράς. Τέλος, η Google επισημαίνει ότι η Επιτροπή δεν εκτίμησε την κάλυψη της εν λόγω ρήτρας για το 2016.

959 Δεύτερον, η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι, για τον σκοπό της εκτίμησης των αποτελεσμάτων της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας, συνδύασε το ποσοστό κάλυψης της εν λόγω ρήτρας με το ποσοστό κάλυψης της ρήτρας τοποθέτησης και της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους. Συναφώς, η Google επισημαίνει ότι η Επιτροπή έλαβε υπόψη τα έσοδα που προέρχονταν από άμεσους εταίρους οι οποίοι δεν δεσμεύονταν ποτέ από τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας και οι οποίοι δεν περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στις συναφθείσες GSA.

960 Αφενός, η Επιτροπή υποστηρίζει ότι η Google είχε αρχίσει να αντικαθιστά σταδιακά, από το 2009, τη ρήτρα αποκλειστικότητας με τις ρήτρες τοποθέτησης και χορήγησης προηγούμενης άδειας και ότι, ως εκ τούτου, το γεγονός, το οποίο μνημονεύει η Google, ότι τα ακαθάριστα έσοδα τα οποία παρήγαν οι GSA που περιείχαν τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας αντιπροσώπευαν, κατά μέσο όρο, κατά το χρονικό διάστημα τέλεσης της παράβασης, το [*εμπιστευτικό*] % της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις είναι «παραπλανητικό». Συναφώς, η Επιτροπή υπενθυμίζει ότι τα ακαθάριστα έσοδα τα οποία παρήγαγαν οι GSA που περιείχαν τη ρήτρα τοποθέτησης αντιπροσώπευαν από [*εμπιστευτικό*] έως [*εμπιστευτικό*] % της εν λόγω αγοράς και ότι η συγκεκριμένη ρήτρα εφαρμοζόταν σε ορισμένους από τους πιο πολυσύχναστους διαδικτυακούς τόπους εντός του ΕΟΧ. Αφετέρου, η Επιτροπή επισημαίνει ότι από την προσβαλλόμενη απόφαση προκύπτει ότι η Google είχε ενημερώσει, στις 6 Σεπτεμβρίου 2016, τον τελευταίο άμεσο εταίρο για την απόφασή της να παραιτηθεί από την εφαρμογή των ρητρών τοποθέτησης και χορήγησης προηγούμενης άδειας. Η Επιτροπή επισημαίνει επιπλέον ότι ορισμένοι άμεσοι εταίροι, περιλαμβανομένων σημαντικών άμεσων εταίρων, ήταν συμβαλλόμενοι σε GSA που περιείχε τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας έως τις 3 Ιουνίου 2016.

961 Συναφώς, πρώτον, υπενθυμίζεται ότι η Επιτροπή εκτίμησε, με την προσβαλλόμενη απόφαση, ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας συνιστούσε κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης στο διάστημα από την 31η Μαρτίου 2009 έως τις 6 Σεπτεμβρίου 2016.

962 Δεύτερον, επισημαίνεται ότι, με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή συνέκρινε, στις αιτιολογικές σκέψεις 586 και 587 της εν λόγω απόφασης, το μερίδιο των εσόδων τα οποία παρήγαγαν οι GSA που περιείχαν τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας στο διάστημα από 2009 έως το 2015, αφενός, σε σχέση με τα έσοδα που παρήγαγε το σύνολο των GSA και, αφετέρου, σε σχέση με τα έσοδα που παράχθηκαν στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ. Η Επιτροπή συμπέρανε ότι το ποσοστό κάλυψης της εν λόγω αγοράς από την επίμαχη ρήτρα υπήρξε «σημαντικό» στο διάστημα από το 2011 έως το 2015.

963 Επιπλέον, από την αιτιολογική σκέψη 611 της προσβαλλόμενης απόφασης, σχετικά με το κριτήριο του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή, προκύπτει ότι η Επιτροπή επισήμανε ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας ήταν ικανή να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά έναντι τέτοιου ανταγωνιστή στο διάστημα από το 2009 έως το 2015, λαμβανομένου υπόψη του συνδυασμένου ποσοστού κάλυψης της εν λόγω ρήτρας, της ρήτρας αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, και της ρήτρας τοποθέτησης.

964 Εξάλλου, δεν αμφισβητείται ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, η ρήτρα τοποθέτησης και η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας μπορούσαν να καλύπτουν, συγχρόνως, διαφορετικά τμήματα της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, διευκρινιζομένου ότι όλες οι GSA που περιείχαν τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας περιείχαν επίσης τη ρήτρα τοποθέτησης (βλ. σκέψεις 594 και 943 ανωτέρω).

965 Ως εκ τούτου, όπως προκύπτει από τις σκέψεις 603 και 857 ανωτέρω, δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι η Επιτροπή υπέπεσε σε πλάνη περί το δίκαιο, για τον λόγο και μόνο ότι έλαβε υπόψη την κάλυψη της ρήτρας αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, καθώς και την κάλυψη της ρήτρας τοποθέτησης, προκειμένου να εξακριβώσει αν το ποσοστό κάλυψης της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας ήταν επαρκές για να εμποδίσει τους ανταγωνιστές της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της σχετικής αγοράς.

966 Επομένως, δεν μπορεί να προσαφθεί στην Επιτροπή ότι έλαβε υπόψη τις GSA που συνήψαν οι άμεσοι εταίροι οι οποίοι δεν είχαν δεσμευθεί ποτέ από τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας, ούτε ότι έλαβε υπόψη τις GSA που περιείχαν μεν την εν λόγω ρήτρα, στις οποίες όμως οι άμεσοι εταίροι δεν περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους.

967 Επιπλέον, στις σκέψεις 631 και 859 ανωτέρω επισημάνθηκε ότι το συνδυασμένο ποσοστό κάλυψης, αφενός, της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA στις οποίες οι άμεσοι εταίροι περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους και, αφετέρου, της ρήτρας τοποθέτησης μπορούσε να επαρκεί ώστε οι εν λόγω ρήτρες να είναι ικανές να παραγάγουν αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά στο διάστημα από το 2006 έως το 2015. Επομένως, το ποσοστό κάλυψης της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας μπορούσε, επίσης, να είναι επαρκές ώστε να είναι ικανό να έχει τέτοιο αποτέλεσμα.

968 Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να θεωρηθεί ότι η περίσταση, την οποία μνημόνευσε η Google, ότι σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις δεν καλυπτόταν από τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας δεν μπορεί να αποκλείσει την ικανότητα της εν λόγω ρήτρας να είχε αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά.

969 Αντιθέτως, πρέπει να θεωρηθεί ότι η Επιτροπή δεν καθόρισε το ποσοστό κάλυψης της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας για το 2016. Συγκεκριμένα, η Επιτροπή αρκέστηκε να διαπιστώσει, με την προσβαλλόμενη απόφαση, ότι η Google την είχε ενημερώσει, στις 28 Μαΐου 2016, ότι είχε την πρόθεση να απαλείψει τη συγκεκριμένη ρήτρα από το σύνολο των GSA που βασίζονταν στο υπόδειγμα GSA του Μαρτίου του 2009 και ότι είχε ενημερώσει, στις 6 Σεπτεμβρίου 2016, τον τελευταίο άμεσο εταίρο για την απόφασή της να παραιτηθεί από την εφαρμογή της εν λόγω ρήτρας. Εντούτοις, η Επιτροπή δεν εξέθεσε, με την εν λόγω απόφαση, στοιχεία βάσει των οποίων μπορούσε να εκτιμηθεί η σπουδαιότητα της κάλυψης των GSA που περιείχαν την επίμαχη ρήτρα για το 2016. Επ' αυτού, διαπιστώνεται ότι ο ισχυρισμός της Επιτροπής, ο οποίος προβλήθηκε με το υπόμνημα αντικρούσεως, ότι τέσσερις άμεσοι εταίροι δεσμεύονταν ακόμη από τέτοιες GSA έως τις 3 Ιουνίου 2016, δεν είναι ικανός να αναιρέσει την ανωτέρω διαπίστωση.

970 Ως εκ τούτου, πρέπει να θεωρηθεί ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας μπορούσε να εμποδίσει τους μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ το 2016.

2) Επί της κίνησης των διαδικτυακών τόπων και του αριθμού αναζητήσεων στους διαδικτυακούς τόπους που καλύπτονταν από τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας

971 Η Google εκτιμά κατ' ουσίαν ότι η Επιτροπή δεν μπορούσε να αποδείξει ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας εμπόδισε τους ανταγωνιστές της να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις βασιζόμενη στη μελέτη της Microsoft και στη διαπίστωση, στην αιτιολογική σκέψη 589 της προσβαλλόμενης απόφασης η οποία παρέπεμπε στον πίνακα 27 της ίδιας απόφασης, ότι οι διαδικτυακοί τόποι των άμεσων εταίρων αντιπροσώπευαν σημαντικό μερίδιο του συνόλου των διαδικτυακών αναζητήσεων που πραγματοποιούνταν εντός του ΕΟΧ.

972 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

973 Συναφώς, όπως προκύπτει από τις σκέψεις 872 και 875 ανωτέρω, η Επιτροπή μπορούσε να αρκεστεί στο να εξακριβώσει το ποσοστό κάλυψης της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας προκειμένου να εκτιμήσει τη σπουδαιότητα της εν λόγω κάλυψης. Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να θεωρηθεί ότι η Επιτροπή μπορούσε να βασιστεί στη μελέτη της Microsoft και στα στοιχεία που περιλαμβάνονταν στον πίνακα 27 της προσβαλλόμενης απόφασης ως στοιχεία που επιρρωννύουν την εκτίμηση του εν λόγω ποσοστού.

β) Επί του κριτηρίου του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή

974 Στην αιτιολογική σκέψη 611 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή επισήμανε ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας ήταν ικανή να εκτοπίσει από την αγορά ενδεχόμενο μεσάζοντα εξίσου αποτελεσματικό με την Google. Συγκεκριμένα, πρώτον, τα έσοδα που παρήγαγαν οι GSA που περιείχαν την εν λόγω ρήτρα στο διάστημα από το 2011 έως το 2015 αντιπροσώπευαν, κατά την Επιτροπή, από [*εμπιστευτικό*] έως [*εμπιστευτικό*] % της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ. Δεύτερον, κατά την Επιτροπή τα έσοδα που παρήγαγαν η ρήτρα τοποθέτησης και η ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, στο διάστημα από το 2009 έως το 2015, αντιπροσώπευαν από [*εμπιστευτικό*] έως

[*εμπιστευτικό*] % της εν λόγω αγοράς. Τρίτον, κατά την Επιτροπή, η Google κατείχε «πολύ μεγάλο» μερίδιο αγοράς στο διάστημα από το 2006 έως το 2016. Τέταρτον, κατά την Επιτροπή, στην εν λόγω αγορά υπήρχαν φαινόμενα δικτύου.

975 Επιπλέον, στην αιτιολογική σκέψη 612 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή επισήμανε ότι «δεν ήταν πιθανό» να μπορεί εμφανιστεί ενδεχόμενος μεσάζων εξίσου αποτελεσματικός με την Google στην περίοδο κατά τη διάρκεια της οποίας εφαρμοζόταν η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας. Τέλος, η Επιτροπή εκτίμησε ότι το ζήτημα του αν η Google είχε εφαρμόσει στρατηγική με σκοπό την εκτόπιση από την αγορά των εξίσου αποτελεσματικών με την ίδια ανταγωνιστών δεν ήταν κρίσιμο.

976 Η Google υποστηρίζει ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι ένας ανταγωνιστής εξίσου αποτελεσματικός με την ίδια δεν μπορούσε να εμφανιστεί στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις λόγω της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας. Επιπλέον, η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι εκτίμησε ότι η απουσία στρατηγικής σχετικά με τους εξίσου αποτελεσματικούς με την ίδια ανταγωνιστές ήταν άνευ σημασίας στην υπό κρίση υπόθεση.

977 Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google.

978 Συναφώς, επισημαίνεται ότι, όπως μνημονεύθηκε στις σκέψεις 656, 657 και 880 ανωτέρω, η περίσταση ότι η Επιτροπή εκτίμησε ότι «δεν ήταν πιθανό» να μπορούσε να εμφανιστεί ενδεχόμενος μεσάζων εξίσου αποτελεσματικός με την Google στην περίοδο κατά τη διάρκεια της οποίας εφαρμόστηκε η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας δεν είναι ικανή να θέσει υπό αμφισβήτηση τη νομιμότητα της προσβαλλόμενης απόφασης.

979 Επιπλέον, όπως επισημάνθηκε στις σκέψεις 665 και 881 ανωτέρω, η Επιτροπή μπορούσε να αρκεστεί στο να αποδείξει την ικανότητα της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας να παραγάγει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά βασιζόμενη σε πλείονα κρίσιμα στοιχεία, χωρίς να βασιστεί κατ' ανάγκην, για τον σκοπό αυτόν, στο κριτήριο του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή. Εξάλλου, όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 671 ανωτέρω, δεν αμφισβητείται ότι η Google δεν προσκόμισε, ούτε κατά τη διοικητική διαδικασία ούτε ενώπιον του Γενικού Δικαστηρίου, οποιαδήποτε ανάλυση βασισμένη στο εν λόγω κριτήριο.

980 Εν προκειμένω, το ίδιο το περιεχόμενο της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας, η οποία προέβλεπε κατ' ουσίαν ότι οι άμεσοι εταίροι έπρεπε να εξασφαλίσουν τη γραπτή συμφωνία της Google προτού μεταβάλουν την προβολή των ανταγωνιστικών διαφημίσεων, και τα στοιχεία που μνημονεύονται στην αιτιολογική σκέψη 611 της προσβαλλόμενης απόφασης, ήτοι, αφενός, το ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας, από κοινού με τη ρήτρα αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA στις οποίες οι άμεσοι εταίροι περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, και τη ρήτρα τοποθέτησης, κάλυπτε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, όπως επισημάνθηκε στις σκέψεις 650 και 859 ανωτέρω, και, αφετέρου, η σπουδαιότητα της δεσπόζουσας θέσης της Google ως αποτέλεσμα, μεταξύ άλλων, των πολύ υψηλών μεριδίων αγοράς που κατείχε και των εμποδίων στην είσοδο και στην επέκταση στην αγορά υπό μορφή, μεταξύ άλλων, φαινομένων δικτύου, μπορούσαν να αποδείξουν ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας μπορούσε να είναι ικανή να εκτοπίσει από την αγορά ενδεχόμενο ανταγωνιστή εξίσου αποτελεσματικό με την Google. Επομένως, τα ανωτέρω στοιχεία μπορούσαν επίσης να αποδείξουν ότι «δεν ήταν πιθανό» τέτοιος ανταγωνιστής να μπορούσε να εμφανιστεί κατά τη διάρκεια της περιόδου εφαρμογής της επίμαχης ρήτρας.

981 Τέλος, όπως προκύπτει από τα σημεία 678 έως 681 ανωτέρω, δεν μπορεί να προσαφθεί στην Επιτροπή, αφενός, ότι δεν απέδειξε ότι η Google είχε εφαρμόσει στρατηγική με σκοπό τον εκτοπισμό από την αγορά των τουλάχιστον εξίσου αποτελεσματικών με την ίδια ανταγωνιστών και, αφετέρου, ότι δεν έλαβε υπόψη το ότι η Google δεν είχε την πρόθεση να εκτοπίσει από την αγορά τέτοιους ανταγωνιστές.

γ) Επί της διάρκειας των GSA και του δικαιώματος μονομερούς καταγγελίας των άμεσων εταίρων

982 Με την προσβαλλόμενη απόφαση, η Επιτροπή εκτίμησε ότι η μέση διάρκεια των GSA που περιείχαν τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας ήταν μεγάλη. Συναφώς, η Επιτροπή διευκρίνισε ότι η Google και οι άμεσοι εταίροι είχαν παρατείνει ορισμένες GSA, ενίοτε πολλές φορές, χωρίς ουσιαστικές τροποποιήσεις.

983 Η Google προσάπτει στην Επιτροπή ότι υπέπεσε σε σύγχυση μεταξύ της διάρκειας της εμπορικής σχέσης με τους άμεσους εταίρους που δεσμεύονταν από τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας και της διάρκειας των GSA που περιείχαν την εν λόγω ρήτρα. Συγκεκριμένα, η Google επισημαίνει ότι οι GSA που μνημονεύονται στις υποσημειώσεις 766 και 767 της προσβαλλόμενης απόφασης είχαν διάρκεια δύο ετών ή μικρότερη μεταξύ ανανεώσεων ή παρατάσεων. Επιπλέον, η Google διαπιστώνει ότι η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη το ότι ορισμένοι άμεσοι εταίροι είχαν δικαίωμα μονομερούς καταγγελίας.

984 Η Vinden υποστηρίζει ότι η διάρκεια της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας ήταν βραχεία και ότι είχε δικαίωμα μονομερούς καταγγελίας δυνάμει της GSA που είχε συνάψει το 2011.

985 Η Επιτροπή παραπέμπει στην επιχειρηματολογία της σχετικά με το βάσιμο της επιχειρηματολογίας της Google όσον αφορά τις ρήτρες αποκλειστικότητας και τοποθέτησης. Η Επιτροπή αμφισβητεί τα επιχειρήματα της Google ότι, αφενός, η διάρκεια κάθε GSA μεταξύ ανανεώσεων ήταν ίση ή κατώτερη των δύο ετών και, αφετέρου, ορισμένοι άμεσοι εταίροι είχαν δικαιώματα μονομερούς καταγγελίας.

986 Συναφώς, όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 919 ανωτέρω, η Επιτροπή εκτίμησε, με την προσβαλλόμενη απόφαση, ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας, αφενός, είχε αποθαρρύνει τους ως άνω άμεσους εταίρους να προμηθευτούν διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google και, αφετέρου, είχε εμποδίσει τους εν λόγω μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις.

987 Ως εκ τούτου, επισημαίνεται ότι η Επιτροπή εκτίμησε, όπως εξάλλου επισήμανε κατ' ουσίαν στις αιτιολογικές σκέψεις 629 και 630 της προσβαλλόμενης απόφασης, ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας είχε αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά ανάλογο, αφενός, του αποτελέσματος της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους και, αφετέρου, του αποτελέσματος της ρήτρας τοποθέτησης.

988 Υπό τις συνθήκες αυτές, διαπιστώνεται ότι, όπως προκύπτει από τις σκέψεις 695, 696 και 891 ανωτέρω, η διάρκεια της υποχρέωσης την οποία οι άμεσοι εταίροι υπείχαν να ζητούν την άδεια της Google προκειμένου να μπορέσουν να μεταβάλουν την προβολή των ανταγωνιστικών διαφημίσεων περιλαμβάνεται στις κρίσιμες περιστάσεις που εξετάζονται για την εκτίμηση του αποτελέσματος εκτοπισμού από την αγορά της εν λόγω ρήτρας.

989 Πάντως, αφενός, επισημαίνεται ότι, προκειμένου να θεωρήσει τη μέση διάρκεια των GSA που περιείχαν τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας ως μεγάλη, η Επιτροπή βασίστηκε αποκλειστικά και μόνο, στην αιτιολογική σκέψη 590 της προσβαλλόμενης απόφασης, στην οποία γίνεται παραπομπή στην αιτιολογική σκέψη 519 της ίδιας απόφασης, που μνημονεύθηκε στη σκέψη 892 ανωτέρω, και στην αιτιολογική σκέψη 594 της εν λόγω απόφασης, στην περίσταση ότι ορισμένες GSA παρατάθηκαν, ενίοτε πολλές φορές, χωρίς ουσιαστικές τροποποιήσεις. Ειδικότερα, όπως προκύπτει από τη σκέψη 893 ανωτέρω, από το παράρτημα A.55 του δικογράφου της προσφυγής και από τις υποσημειώσεις 766 και 767 της προσβαλλόμενης απόφασης, το περιεχόμενο των οποίων είναι πανομοιότυπο με εκείνο της υποσημείωσης 713 της ίδιας απόφασης, συνάγεται ότι η Επιτροπή έλαβε υπόψη τη συνολική διάρκεια των εν λόγω GSA, περιλαμβάνοντας το σύνολο των ενδεχόμενων παρατάσεών τους. Αντιθέτως, η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη ούτε την αρχική διάρκεια καθεμίας από τις επίμαχες GSA, χωριστά, ούτε τη διάρκεια καθεμίας από τις ενδεχόμενες παρατάσεις τους.

990 Αφετέρου, διαπιστώνεται ότι, στο πλαίσιο της ανάλυσης των αποτελεσμάτων της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας, η Επιτροπή δεν μνημόνευσε τα δικαιώματα μονομερούς καταγγελίας που είχαν ορισμένοι άμεσοι εταίροι που δεσμεύονταν από την εν λόγω ρήτρα. Πάντως, από το παράρτημα A.55 του δικογράφου της προσφυγής και το παράρτημα C.8 του υπομνήματος απαντήσεως προκύπτει ότι τουλάχιστον πέντε άμεσοι εταίροι που μνημονεύονται στον πίνακα 28 της προσβαλλόμενης απόφασης, ήτοι η Vinden, η [*εμπιστευτικό*], η [*εμπιστευτικό*], η [*εμπιστευτικό*] και η [*εμπιστευτικό*], είχαν δικαίωμα μονομερούς καταγγελίας, κάτι το οποίο η Επιτροπή δεν αμφισβητεί. Επιπλέον, από τις υποσημειώσεις 766 και 767 της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι η Επιτροπή βασίστηκε στη διάρκεια των GSA που συνήφθησαν με ένδεκα μόνο άμεσους εταίρους. Ως εκ τούτου, όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 897 ανωτέρω, το γεγονός ότι πέντε τουλάχιστον άμεσοι εταίροι είχαν δικαίωμα μονομερούς καταγγελίας δεν μπορεί να θεωρηθεί ως αρκούντως σπάνια εξαίρεση η οποία δικαιολογεί τη μη λήψη της υπόψη για τον σκοπό της εκτίμησης του αποτελέσματος εκτοπισμού από την αγορά της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας.

991 Υπό τις συνθήκες αυτές, όπως προκύπτει από τη σκέψη 898 ανωτέρω, η Επιτροπή δεν μπορούσε, βασιζόμενη απλώς και μόνον στις αιτιολογικές σκέψεις 590 και 594 της προσβαλλόμενης απόφασης και χωρίς να εξετάσει τις πραγματικές συνθήκες και τους όρους υπό τους οποίους συμφωνήθηκαν οι παρατάσεις των GSA, καθώς και το περιεχόμενο των ρητρών που προέβλεπαν δικαιώματα μονομερούς καταγγελίας, τα οποία είχαν ορισμένοι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, και τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες τα εν λόγω δικαιώματα μπορούσαν να ασκηθούν, να αποκλείσει τη δυνατότητα των εν λόγω άμεσων εταίρων να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google χωρίς να υποχρεούνται να ζητήσουν την προηγούμενη άδεια της Google για την τροποποίηση της προβολής των ανταγωνιστικών διαφημίσεων, ακόμη και πριν από την ενδεχόμενη παράταση των GSA ή πριν από την άσκηση δικαιώματος μονομερούς καταγγελίας. Κατά συνέπεια, υπό τις συνθήκες αυτές, η Επιτροπή δεν μπορούσε επίσης να διαπιστώσει ότι οι εν λόγω μεσάζοντες δεν είχαν τη δυνατότητα να διεκδικήσουν το μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις που κάλυπταν οι GSA που περιείχαν τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας καθ' όλη τη διάρκεια των εν λόγω GSA, ούτε κατά μείζονα λόγο κατά τη σωρευτική διάρκεια αυτών.

δ) Συμπέρασμα σχετικά με την αδυναμία των μεσαζόντων ανταγωνιστών της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις

992 Όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 967 ανωτέρω, ορθώς η Επιτροπή έκρινε ότι, λαμβανομένης υπόψη της κάλυψης της ρήτρας αποκλειστικότητας, την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν από τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους και της κάλυψης της ρήτρας τοποθέτησης, σε σχέση με τις περιστάσεις που υπομνήσθηκαν στη σκέψη 602 ανωτέρω, η κάλυψη της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας μπορούσε να είναι επαρκής ώστε η εν λόγω ρήτρα να είναι ικανή να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά στο διάστημα από την 31η Μαρτίου 2009 έως την 31η Δεκεμβρίου 2015. Επιπλέον, στη σκέψη 980 ανωτέρω επισημάνθηκε ότι η Google δεν μπορούσε να υποστηρίξει βασίμως ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι ένας ανταγωνιστής εξίσου αποτελεσματικός με την ίδια δεν μπορούσε να εμφανιστεί στην αγορά διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις ή ότι ένας τέτοιος ανταγωνιστής θα είχε εκτοπισθεί από την εν λόγω αγορά.

993 Αντιθέτως, αφενός, όπως προκύπτει από τη σκέψη 969 ανωτέρω, η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας μπορούσε να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά, λόγω της κάλυψής της, στο διάστημα από την 1η Ιανουαρίου έως τις 6 Σεπτεμβρίου 2016. Αφετέρου, όπως προκύπτει από τη σκέψη 991 ανωτέρω, η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη το σύνολο των κρίσιμων περιστάσεων της υπό κρίση υπόθεσης στο πλαίσιο της εκτίμησης της διάρκειας κατά την οποία οι άμεσοι εταίροι υποχρεούνταν, δυνάμει της εν λόγω ρήτρας, να ζητούν την προηγούμενη άδεια της Google προτού μεταβάλουν την προβολή των ανταγωνιστικών διαφημίσεων στις σελίδες αποτελεσμάτων τους.

994 Κατά συνέπεια, εν αντιθέσει προς όσα επιτάσσει η νομολογία που υπομνήσθηκε στη σκέψη 107 ανωτέρω, η Επιτροπή δεν απέδειξε επαρκώς κατά νόμον, λαμβανομένου υπόψη του συνόλου των περιστάσεων της συγκεκριμένης υπόθεσης, ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας ήταν ικανή να εμποδίσει τους μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ, κατά τη διάρκεια εφαρμογής της εν λόγω ρήτρας.

3. Συμπέρασμα σχετικά με το πρώτο σκέλος του τέταρτου λόγου ακυρώσεως

995 Όπως υπομνήσθηκε στη σκέψη 919 ανωτέρω, στην αιτιολογική σκέψη 573 της προσβαλλόμενης απόφασης, η Επιτροπή έκρινε ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό, λαμβανομένου υπόψη του συνόλου των κρίσιμων περιστάσεων της συγκεκριμένης υπόθεσης. Συναφώς, η Επιτροπή επισήμανε ότι η εν λόγω ρήτρα, πρώτον, αποθάρρυνε τους άμεσους εταίρους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google, δεύτερον, εμπόδισε τους εν λόγω μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις, τρίτον, έβλαψε ενδεχομένως την καινοτομία, τέταρτον, βοήθησε την Google να διατηρήσει και να ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της στις εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ, πλην της Πορτογαλίας, και, πέμπτον, έβλαψε ενδεχομένως τους καταναλωτές.

996 Όπως υπομνήσθηκε στις σκέψεις 920 και 921 ανωτέρω, η Επιτροπή εκτίμησε κατ' ουσίαν ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας μπορούσε να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά, διαπιστώνοντας ότι η εν λόγω ρήτρα, αφενός, είχε αποθαρρύνει τους ως άνω άμεσους εταίρους να προμηθευτούν διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google και, αφετέρου,

είχε εμποδίσει τους εν λόγω μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις. Επιπλέον, η Επιτροπή συμπέρανε από το εν λόγω αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά ότι η εν λόγω ρήτρα, κατ' αρχάς, έβλαψε ενδεχομένως την καινοτομία, εν συνεχεία, βοήθησε την Google να διατηρήσει και να ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της στις σχετικές εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και, τέλος, έβλαψε ενδεχομένως τους καταναλωτές.

997 Όπως υπομνήσθηκε στη σκέψη 926 ανωτέρω, στην αιτιολογική σκέψη 574 της προσβαλλόμενης απόφασης, προτού εξετάσει τα αποτελέσματα καθενός εκ των πέντε περιορισμών του ανταγωνισμού που προσδιόρισε (βλ. σκέψη 995 ανωτέρω), η Επιτροπή διευκρίνισε ότι, στο πλαίσιο της ανάλυσής της που αποσκοπεί στο να αποδείξει ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό, έλαβε υπόψη τη «διάρκεια της [εν λόγω] ρήτρας», παραπέμποντας, συναφώς, στο τμήμα 8.5.4.2 της προσβαλλόμενης απόφασης, σχετικά με την αδυναμία των μεσαζόντων ανταγωνιστών της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις και υπογραμμίζοντας, επομένως, ορθώς, τη σημασία των όσων εκτέθηκαν στις αιτιολογικές σκέψεις 589 και 594 του ίδιου τμήματος. Η Επιτροπή επισήμανε επίσης ότι έλαβε υπόψη το ποσοστό κάλυψης της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας, το οποίο εξέτασε στο ως άνω τμήμα της προσβαλλόμενης απόφασης. Από τη συστηματική θέση της αιτιολογικής σκέψης 574 στην όλη οικονομία της προσβαλλόμενης απόφασης προκύπτει ότι η Επιτροπή έλαβε υπόψη την εν λόγω διάρκεια και το εν λόγω ποσοστό κάλυψης όταν εξέτασε τα αποτελέσματα της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας στο πλαίσιο καθενός από τους πέντε περιορισμούς που προσδιόρισε στην εν λόγω απόφαση.

998 Όπως επισημάνθηκε στη σκέψη 993 ανωτέρω, όμως, η Επιτροπή δεν έλαβε υπόψη το σύνολο των κρίσιμων περιστάσεων της υπό κρίση υπόθεσης στο πλαίσιο της εκτίμησης της διάρκειας κατά την οποία οι άμεσοι εταίροι υποχρεούνταν, δυνάμει της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας, να ζητούν την προηγούμενη άδεια της Google προτού μεταβάλουν την προβολή των ανταγωνιστικών διαφημίσεων στις σελίδες αποτελεσμάτων τους.

999 Επιπλέον, όπως επισημάνθηκε επίσης στη σκέψη 993 ανωτέρω, η Επιτροπή δεν απέδειξε ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας μπορούσε να έχει αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά, λόγω της κάλυψής της, στο διάστημα από την 1η Ιανουαρίου έως τις 6 Σεπτεμβρίου 2016.

1000 Ως εκ τούτου, τα σφάλματα στα οποία υπέπεσε η Επιτροπή, τα οποία υπομνήσθηκαν στις σκέψεις 998 και 999 ανωτέρω, πλήττουν το σύνολο των περιορισμών που η Επιτροπή προσδιόρισε στην προσβαλλόμενη απόφαση και, επομένως πρέπει να διαπιστωθεί ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε, επαρκώς κατά νόμον, ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας ήταν ικανή να αποθαρρύνει τους άμεσους εταίρους να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google ή ότι ήταν ικανή να εμποδίσει τους εν λόγω μεσάζοντες να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ και, κατά συνέπεια, ότι η εν λόγω ρήτρα ήταν ικανή να έχει το αποτέλεσμα εκτοπισμού από την αγορά που διαπιστώθηκε με την προσβαλλόμενη απόφαση.

1001 Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει να γίνει δεκτό ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε επίσης, επαρκώς κατά νόμον, ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας, κατ' αρχάς, έβλαψε ενδεχομένως την καινοτομία, εν συνεχεία, βοήθησε την Google να διατηρήσει και να ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της στις σχετικές εθνικές αγορές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και, τέλος, έβλαψε ενδεχομένως τους καταναλωτές.

1002 Ως εκ τούτου, το πρώτο σκέλος του τέταρτου λόγου ακυρώσεως πρέπει να γίνει δεκτό, χωρίς να χρειάζεται να εξεταστούν τα λοιπά επιχειρήματα που η Google προέβαλε στο πλαίσιο του συγκεκριμένου λόγου ακυρώσεως, και, κατά συνέπεια, η προσβαλλόμενη απόφαση πρέπει να ακυρωθεί καθόσον η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας συνιστά παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ.

ΣΤ. Συμπέρασμα σχετικά με την προσφυγή

1003 Από τις σκέψεις 727, 913 και 1002 ανωτέρω προκύπτει ότι η Επιτροπή δεν απέδειξε καμία από τις τρεις παραβάσεις του άρθρου 102 ΣΛΕΕ οι οποίες συνιστούν την ενιαία και διαρκή παράβαση της ίδιας αυτής διάταξης, που μνημονεύεται στα άρθρα 1 έως 3 της προσβαλλόμενης απόφασης. Επιπλέον, όπως υποστηρίζει κατ' ουσίαν η Google, από την όλη οικονομία και από το διατακτικό της εν λόγω απόφασης προκύπτει ότι η Επιτροπή εκτίμησε ότι η εν λόγω ενιαία και διαρκής παράβαση ήταν κατάφωρη μόνον στο μέτρο που αποτελούνταν από διακριτές παραβάσεις.

1004 Ως εκ τούτου, η προσβαλλόμενη απόφαση πρέπει να ακυρωθεί στο μέτρο που διαπιστώθηκε με αυτήν ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, η ρήτρα τοποθέτησης και η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας συνιστούσαν, από κοινού, ενιαία και διαρκή παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, χωρίς το Γενικό Δικαστήριο να χρειάζεται να αποφανθεί επί του βασίμου της επιχειρηματολογίας της Google με την οποία αμφισβητείται ειδικώς ο χαρακτηρισμός τέτοιας παράβασης ως ενιαίας και διαρκούς και, κατά συνέπεια, επί της ένστασης απαραδέκτου της εν λόγω επιχειρηματολογίας που προέβαλε η Επιτροπή.

1005 Από το σύνολο των προεκτεθέντων προκύπτει ότι η προσβαλλόμενη απόφαση πρέπει να ακυρωθεί στο σύνολό της χωρίς το Γενικό Δικαστήριο να χρειάζεται να αποφανθεί επί του πέμπτου λόγου ακυρώσεως που προέβαλε η Google.

IV. Επί των δικαστικών εξόδων

1006 Πρώτον, κατά το άρθρο 134, παράγραφος 1, του Κανονισμού Διαδικασίας, ο ηττηθείς διάδικος καταδικάζεται στα δικαστικά έξοδα εφόσον υπάρχει σχετικό αίτημα του νικήσαντος διαδίκου. Δεδομένου ότι η Επιτροπή ηττήθηκε, πρέπει να καταδικαστεί στα δικαστικά έξοδα της Google, σύμφωνα με το σχετικό αίτημα της Google.

1007 Δεύτερον, κατά το άρθρο 138, παράγραφος 3, του Κανονισμού Διαδικασίας, το Γενικό Δικαστήριο μπορεί να αποφασίσει ότι ο παρεμβαίνων, ακόμη και όταν είναι άλλος από τους αναφερόμενους στις παραγράφους 1 και 2, θα φέρει τα δικαστικά έξοδά του. Εν προκειμένω, πρέπει να κριθεί ότι η Surfboard και η Vinden θα φέρουν τα δικαστικά έξοδά τους.

Για τους λόγους αυτούς,

ΤΟ ΓΕΝΙΚΟ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ (δέκατο πενταμελές τμήμα)

αποφασίζει:

1) **Ακυρώνει την απόφαση C(2019) 2173 final της Επιτροπής, της 20ής Μαρτίου 2019, σχετικά με διαδικασία βάσει του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και του άρθρου 54 της Συμφωνίας ΕΟΧ [υπόθεση AT.40411 – Google Search (AdSense)].**

2) **Καταδικάζει την Ευρωπαϊκή Επιτροπή στα δικαστικά έξοδα στα οποία υποβλήθηκαν η Google LLC και η Alphabet Inc.**

3) **Η Surfboard Holding BV και η Vinden.NL BV φέρουν τα δικαστικά έξοδά τους.**

Kornezov Buttigieg Kowalik-Bańczyk

Hesse Petrlík

Δημοσιεύθηκε σε δημόσια συνεδρίαση στο Λουξεμβούργο στις 18 Σεπτεμβρίου 2024.

(υπογραφές)

Περιεχόμενα

I. Ιστορικό της διαφοράς 2

A. Επί των υπηρεσιών και των συμβάσεων της Google σχετικά με τη διαφημιστική διαμεσολάβηση στις διαδικτυακές αναζητήσεις 3

B. Επί της διοικητικής διαδικασίας 4

Γ. Επί της προσβαλλόμενης απόφασης 5

1. Επί του ορισμού της αγοράς 5

α) Επί των εθνικών αγορών διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις 6

1) Επί της αγοράς προϊόντων 6

2) Επί της γεωγραφικής αγοράς 6

β) Επί της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ 7

1) Επί της αγοράς προϊόντων 7

2) Επί της γεωγραφικής αγοράς 7

2. Επί της δεσπόζουσας θέσης 7

α) Επί των εθνικών αγορών διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις 7

1) Επί των μεριδίων αγοράς 7

2) Επί των εμποδίων στην είσοδο και στην επέκταση στην αγορά 8

3) Επί της απουσίας αντισταθμιστικής αγοραστικής ισχύος 9

β) Επί της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις εντός του ΕΟΧ 9

1) Επί των μεριδίων αγοράς 9

2) Επί των εμποδίων στην είσοδο και στην επέκταση στην αγορά 10

3) Επί της απουσίας αντισταθμιστικής αγοραστικής ισχύος 10

3. Επί της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA στις οποίες οι άμεσοι εταίροι περιλάμβαναν «κατά κανόνα» το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους 11

α) Επί της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, καθόσον συνιστούσε υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας αντίθετη, αυτή καθεαυτήν, προς το άρθρο 102 ΣΛΕΕ 11

β) Επί της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους, καθόσον συνιστούσε υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό κατά την έννοια του άρθρου 102 ΣΛΕΕ 12

γ) Επί της έλλειψης αντικειμενικών δικαιολογητικών λόγων 12

4. Επί της ρήτρας τοποθέτησης 13

α) Επί του περιεχομένου της ρήτρας τοποθέτησης 13

β) Επί του περιορισμού του ανταγωνισμού λόγω της ρήτρας τοποθέτησης 13

γ) Επί της έλλειψης αντικειμενικών δικαιολογητικών λόγων 14

5. Επί της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας 14

α) Επί του περιορισμού του ανταγωνισμού που συνεπάγεται η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας 14

β) Επί της έλλειψης αντικειμενικών δικαιολογητικών λόγων 15

6. Επί της ενιαίας και διαρκούς παραβάσεως 15

7. Επί των επιπτώσεων στο εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών 16

8. Επί του προστίμου 16

II. Αιτήματα των διαδίκων 16

III. Σκεπτικό 17

A. Προκαταρκτικές παρατηρήσεις 17

B. Επί του πρώτου λόγου ακυρώσεως, κατά τον οποίο η Επιτροπή υπέπεσε σε σφάλμα κατά τον ορισμό των σχετικών αγορών και της δεσπόζουσας θέσης της Google 19

1. Επί του πρώτου σκέλους του πρώτου λόγου ακυρώσεως, το οποίο αφορά τη δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ των διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις και των διαφημίσεων που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις 20

α) Προκαταρκτικές παρατηρήσεις 21

β) Επί της συνεκτίμησης της πλευράς των εκδοτών 22

γ) Επί της συνεκτίμησης του συνόλου των κρίσιμων παραγόντων 23

δ) Επί των επιχειρημάτων της Google σχετικά με το κριτήριο SSNIP 25

1) Επί της καταλληλότητας της ανάλυσης της Επιτροπής σχετικά με τις τιμές . 25

2) Επί του βασίμου των συμπερασμάτων που η Επιτροπή άντλησε από την ανάλυση σχετικά με τις τιμές που πραγματοποίησε 29

i) Επί της ερμηνείας των απαντήσεων στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές . 30

– Επί της ερμηνείας των απαντήσεων των εκδοτών 30

– Επί της ερμηνείας των απαντήσεων των διαφημιζομένων 31

– Επί της ερμηνείας των απαντήσεων των εταιριών επικοινωνίας 33

– Συμπέρασμα σχετικά με την ερμηνεία από την Επιτροπή των απαντήσεων στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές 35

ii) Επί της προβαλλόμενης ως παραπλανητικής έκθεσης των απαντήσεων στην ερώτηση σχετικά με τις τιμές 35

ε) Επί του βασίμου της ανάλυσης της Επιτροπής σχετικά με τις διαφορές των χαρακτηριστικών των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων 37

1) Επί της ενεργοποίησης και της θέσης των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων . 37

2) Επί της μορφής των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων 38

3) Επί του κόστους σχεδιασμού των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων 39

4) Επί της ικανότητας στόχευσης των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων 40

5) Επί των σκοπών των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων 42

6) Επί των ποσοστών κλικ και μετατροπής των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων 44

7) Επί της δυνατότητας μέτρησης της απόδοσης των δύο επίμαχων ειδών διαφημίσεων 45

8) Επί της σημασίας των διαφορών των χαρακτηριστικών και των χρήσεων για τον σκοπό του ορισμού της αγοράς 47

στ) Επί της συνεκτίμησης των παραδειγμάτων της πραγματικής συμπεριφοράς των εκδοτών που αντικατέστησαν ή θα αντικαθιστούσαν τις διαφημίσεις στις διαδικτυακές αναζητήσεις με διαφημίσεις που δεν συνδέονται με διαδικτυακές αναζητήσεις 48

ζ) Επί της ερμηνείας των δηλώσεων ορισμένων εκπροσώπων της Google 50

η) Επί των παλαιότερων αποφάσεων της Επιτροπής 53

θ) Συμπέρασμα σχετικά με το πρώτο σκέλος του πρώτου λόγου ακυρώσεως 54

2. Επί του δεύτερου σκέλους του πρώτου λόγου ακυρώσεως, το οποίο αφορά τη δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ της πώλησης διαδικτυακών διαφημίσεων μέσω διαμεσολάβησης και της άμεσης πώλησης διαδικτυακών διαφημίσεων από τους εκδότες 54

α) Επί της δυνατότητας αμοιβαίας υποκατάστασης των δύο επίμαχων διαύλων πωλήσεων από την πλευρά των εκδοτών 56

1) Επί του συναλλακτικού κόστους για τους εκδότες 56

2) Επί του στοιχείου που αφορά την πρόσβαση σε επαρκή βάση διαφημιζομένων 58

3) Επί της έλλειψης «πραγματικής» ανάλυσης της δυνατότητας αμοιβαίας υποκατάστασης των δύο επίμαχων διαύλων πωλήσεων 59

4) Επί της χρήσης από τους εκδότες των δύο επίμαχων διαύλων πωλήσεων . . . 60

β) Επί της δυνατότητας αμοιβαίας υποκατάστασης των δύο επίμαχων διαύλων πωλήσεων από την πλευρά των διαφημιζομένων 62

γ) Επί της συνεκτίμησης της απόφασης Telefónica UK 63

δ) Συμπέρασμα σχετικά με το δεύτερο σκέλος του πρώτου λόγου ακυρώσεως 64

3. Συμπέρασμα σχετικά με τον πρώτο λόγο ακυρώσεως 64

Γ. Επί του δεύτερου λόγου ακυρώσεως, κατά τον οποίο η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους δεν συνιστούσε κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης 64

1. Επί του πρώτου και του δεύτερου σκέλους του δεύτερου λόγου ακυρώσεως, κατά τα οποία η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους δεν συνιστούσε κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης, κατά την έννοια της νομολογίας που απορρέει από την απόφαση της 13ης Φεβρουαρίου 1979, Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής (85/76, EU:C:1979:36), η δε Επιτροπή υποχρεούνταν να αναλύσει τα αποτελέσματα της εν λόγω ρήτρας, αντιστοίχως 65

2. Επί του τρίτου σκέλους του δεύτερου λόγου ακυρώσεως, κατά το οποίο η προσβαλλόμενη απόφαση δεν αποδεικνύει ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους ήταν ικανή να περιορίσει τον ανταγωνισμό 68

α) Επί του αποτρεπτικού χαρακτήρα της ρήτρας αποκλειστικότητας έναντι των άμεσων εταίρων που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους 72

1) Επί της επιλογής των άμεσων εταίρων να περιλάβουν διαδικτυακό τόπο σε GSA 72

2) Επί των απαντήσεων των άμεσων εταίρων στις αιτήσεις παροχής πληροφοριών της Επιτροπής και επί του εγγράφου της Surfboard 73

i) Επί της κρισιμότητας των απαντήσεων στην ερώτηση 5.2.d της από 22ας Δεκεμβρίου 2010 αίτησης παροχής πληροφοριών 75

ii) Επί της κρισιμότητας των απαντήσεων των άμεσων εταίρων που δεν είναι άμεσοι εταίροι που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους 75

iii) Επί των άμεσων εταίρων που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους οι οποίοι προσδιορίζονται στην προσβαλλόμενη απόφαση 76

– Επί της λυσιτέλειας των επιχειρημάτων της Google 77

– Επί της αξιοπιστίας των απαντήσεων στην από 24 Φεβρουαρίου 2017 αίτηση παροχής πληροφοριών 78

iv) Επί των απαντήσεων των άμεσων εταίρων που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους οι οποίες μνημονεύονται στις αιτιολογικές σκέψεις 367 και 368 της προσβαλλόμενης απόφασης 80

– Επί των απαντήσεων της [εμπιστευτικό] 81

– Επί των απαντήσεων του ομίλου [εμπιστευτικό] 83

– Επί των απαντήσεων της [εμπιστευτικό] 83

– Επί των απαντήσεων του ομίλου [εμπιστευτικό] 84

– Επί των απαντήσεων του ομίλου [εμπιστευτικό] 85

– Επί των απαντήσεων του ομίλου [εμπιστευτικό], της [εμπιστευτικό] και του ομίλου [εμπιστευτικό] 87

v) Επί των λοιπών απαντήσεων των άμεσων εταίρων που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους τις οποίες μνημόνευσε η Google 87

– Επί των απαντήσεων της [εμπιστευτικό] και της [εμπιστευτικό], της [εμπιστευτικό], της [εμπιστευτικό], καθώς και του ομίλου [εμπιστευτικό] και του ομίλου [εμπιστευτικό] 88

– Επί των απαντήσεων της [εμπιστευτικό] και του ομίλου [εμπιστευτικό] 89

vi) Επί του εγγράφου της Surfboard 90

vii) Συμπέρασμα σχετικά με τις απαντήσεις των άμεσων εταίρων στις αιτήσεις παροχής πληροφοριών της Επιτροπής και σχετικά με το έγγραφο της Surfboard 91

3) Επί των επενδύσεων που πραγματοποίησε η Yahoo! 92

4) Επί της προτίμησης των εκδοτών που αφορά την προμήθεια διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις από έναν και μόνο μεσάζοντα κάθε φορά . . . 94

i) Επί της μελέτης που η Google προσκόμισε κατά τη διοικητική διαδικασία 95

ii) Επί των απαντήσεων των άμεσων εταίρων τις οποίες μνημόνευσε η Google 96

5) Συμπέρασμα σχετικά με τον αποτρεπτικό χαρακτήρα της ρήτρας αποκλειστικότητας σε σχέση με τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους 98

β) Επί της αδυναμίας των μεσαζόντων ανταγωνιστών της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις 99

1) Επί της εφαρμογής της ρήτρας αποκλειστικότητας σε ορισμένες μορφές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις 100

2) Επί της κάλυψης της αγοράς από τη ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήπταν οι άμεσοι εταίροι για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους 101

i) Επί της συνεκτίμησης των δεδομένων που είναι μεταγενέστερα της σύναψης των GSA για τον σκοπό του υπολογισμού του ποσοστού κάλυψης της ρήτρας αποκλειστικότητας 103

ii) Επί της συνεκτίμησης των εσόδων που παρήγαγαν οι GSA που συνήφθησαν με άμεσους εταίρους που ανήκαν στον ίδιο όμιλο με ορισμένους από τους άμεσους εταίρους που συνήψαν GSA για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους 103

iii) Επί της συνεκτίμησης των GSA που περιείχαν ρήτρες τοποθέτησης και χορήγησης προηγούμενης άδειας 104

– Επί της συνεκτίμησης των εσόδων που παρήγαγαν οι GSA που περιείχαν τις ρήτρες τοποθέτησης και χορήγησης προηγούμενης άδειας για τον σκοπό της εκτίμησης των αποτελεσμάτων εκτοπισμού από την αγορά της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους 105

– Επί της συνεκτίμησης των εσόδων που παρήγαγαν οι GSA που περιείχαν τις ρήτρες τοποθέτησης και χορήγησης προηγούμενης άδειας, οι οποίες συνήφθησαν με άμεσους εταίρους που δεν περιλάμβαναν κατά κανόνα το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στις εν λόγω GSA, για τον σκοπό της εκτίμησης των αποτελεσμάτων εκτοπισμού από την αγορά της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους 107

iv) Επί της συνεκτίμησης άμεσων εταίρων που δεν είχαν περιλάβει το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους στις GSA που συνήψαν οι οποίες περιείχαν τη ρήτρα αποκλειστικότητας για τον σκοπό του υπολογισμού του ποσοστού κάλυψης της εν λόγω ρήτρας 109

v) Επί των εσόδων που παρήγαγαν το 2016 οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους . . 112

– Επί της ρήτρας αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους 113

– Επί της ρήτρας τοποθέτησης 114

vi) Επί της κίνησης των διαδικτυακών τόπων που καλύπτονται από τη ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που συνήφθησαν με τους άμεσους εταίρους για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους 114

vii) Συμπέρασμα σχετικά με την κάλυψη της αγοράς από τη ρήτρα αποκλειστικότητας την οποία περιείχαν οι GSA που οι άμεσοι εταίροι συνήψαν για το σύνολο των διαδικτυακών τόπων τους 115

3) Επί του κριτηρίου του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή 116

i) Προκαταρκτικές παρατηρήσεις 116

ii) Επί των κρίσιμων παραγόντων για την εφαρμογή του κριτηρίου του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή 117

iii) Επί των αποδεικτικών στοιχείων που υπέβαλε η Google κατά τη διοικητική διαδικασία 119

iv) Επί της ύπαρξης στρατηγικής για τον εκτοπισμό από την αγορά των εξίσου αποτελεσματικών ανταγωνιστών 120

v) Συμπέρασμα σχετικά με το κριτήριο του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή 121

4) Επί της διάρκειας των GSA και του δικαιώματος μονομερούς καταγγελίας εκ μέρους ορισμένων άμεσων εταίρων 121

i) Επί του παραδεκτού της επιχειρηματολογίας της Google 122

ii) Επί του βασίμου των επιχειρημάτων της Google 123

5) Συμπέρασμα σχετικά με την αδυναμία των μεσαζόντων ανταγωνιστών της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις 127

γ) Συμπέρασμα σχετικά με το τρίτο σκέλος του δευτέρου λόγου ακυρώσεως 128

Δ. Επί του τρίτου λόγου ακυρώσεως, κατά τον οποίο η ρήτρα τοποθέτησης δεν συνιστούσε κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης 130

1. Επί του πρώτου σκέλους του τρίτου λόγου ακυρώσεως, που αφορά εσφαλμένη ερμηνεία του περιεχομένου της ρήτρας τοποθέτησης 131

α) Επί της δυνατότητας προβολής ανταγωνιστικών διαφημίσεων κάτω από τις διαφημίσεις της Google 131

β) Επί των χώρων που παράγουν το υψηλότερο ποσοστό κλικ 134

1) Επί των γραφημάτων που περιέχονται στο παράρτημα Α.52 του δικογράφου της προσφυγής 134

2) Επί των γραφημάτων 5 και 6 του παραρτήματος C.11 του υπομνήματος απαντήσεως 136

γ) Συμπέρασμα σχετικά με το πρώτο σκέλος του τρίτου λόγου ακυρώσεως 137

2. Επί του δεύτερου σκέλους του τρίτου λόγου ακυρώσεως, που αφορά απουσία περιορισμού του ανταγωνισμού λόγω της ρήτρας τοποθέτησης 137

α) Επί του αποτρεπτικού χαρακτήρα της ρήτρας τοποθέτησης έναντι των άμεσων εταίρων 139

1) Επί της ικανότητας της ρήτρας τοποθέτησης να εμποδίσει τους άμεσους εταίρους να εκτιμήσουν το ενδεχόμενο εμπορικό συμφέρον προμήθειας διαφημίσεων από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google 140

i) Επί του περιεχομένου της ρήτρας τοποθέτησης 140

ii) Επί των δηλώσεων των άμεσων εταίρων 141

– Επί του παραδεκτού της επιχειρηματολογίας της Google 141

– Επί του βασίμου της επιχειρηματολογίας της Google 142

2) Επί της ικανότητας της ρήτρας τοποθέτησης να εμποδίσει τους άμεσους εταίρους να εφαρμόσουν ορισμένες διατάξεις προβολής όσον αφορά τις σελίδες αποτελεσμάτων τους, όταν ο χρήστης επισκέπτεται τις εν λόγω σελίδες από ηλεκτρονικό υπολογιστή 146

3) Επί του εμπορικού συμφέροντος των άμεσων εταίρων να προμηθεύονται διαφημίσεις από μεσάζοντες ανταγωνιστές της Google, εάν δεν υπήρχε η ρήτρα τοποθέτησης 147

4) Συμπέρασμα σχετικά με τον αποτρεπτικό χαρακτήρα της ρήτρας τοποθέτησης έναντι των άμεσων εταίρων 149

β) Επί της αδυναμίας των μεσαζόντων ανταγωνιστών της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις 150

1) Επί της εφαρμογής της ρήτρας τοποθέτησης σε ορισμένες μορφές διαφημίσεων στις διαδικτυακές αναζητήσεις 150

2) Επί της κάλυψης της αγοράς από τη ρήτρα τοποθέτησης 151

i) Επί του μεριδίου της αγοράς που καλύπτεται από τη ρήτρα τοποθέτησης 151

ii) Επί της κίνησης και του αριθμού αναζητήσεων στους διαδικτυακούς τόπους που καλύπτονταν από τη ρήτρα τοποθέτησης 152

3) Επί του κριτηρίου του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή 155

4) Επί της διάρκειας των GSA και του δικαιώματος μονομερούς καταγγελίας ορισμένων άμεσων εταίρων 156

5) Συμπέρασμα σχετικά με την αδυναμία των μεσαζόντων ανταγωνιστών της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις 159

γ) Συμπέρασμα σχετικά με το δεύτερο σκέλος του τρίτου λόγου ακυρώσεως 160

Ε. Επί του τέταρτου λόγου ακυρώσεως, κατά τον οποίο η ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας δεν συνιστούσε κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης 161

1. Επί του αποτρεπτικού χαρακτήρα της ρήτρας χορήγησης προηγούμενης άδειας έναντι των άμεσων εταίρων 164

2. Επί της αδυναμίας των μεσαζόντων ανταγωνιστών της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις 169

α) Επί της κάλυψης της αγοράς από τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας . . . 169

1) Επί του μεριδίου της αγοράς που καλύπτεται από τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας 170

2) Επί της κίνησης των διαδικτυακών τόπων και του αριθμού αναζητήσεων στους διαδικτυακούς τόπους που καλύπτονταν από τη ρήτρα χορήγησης προηγούμενης άδειας 172

β) Επί του κριτηρίου του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή 172

γ) Επί της διάρκειας των GSA και του δικαιώματος μονομερούς καταγγελίας των άμεσων εταίρων 174

δ) Συμπέρασμα σχετικά με την αδυναμία των μεσαζόντων ανταγωνιστών της Google να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικό μερίδιο της αγοράς διαφημιστικής διαμεσολάβησης στις διαδικτυακές αναζητήσεις 176

3. Συμπέρασμα σχετικά με το πρώτο σκέλος του τέταρτου λόγου ακυρώσεως 176

ΣΤ. Συμπέρασμα σχετικά με την προσφυγή 178

IV. Επί των δικαστικών εξόδων 178