



L'abuso di posizione dominante (con particolare riferimento al *tying*) nel settore IT

I casi Microsoft e Google

Saverio Valentino

Università degli Studi di Roma Tor Vergata

23 ottobre 2014

© 2013 Cleary Gottlieb Steen & Hamilton LLP. All rights reserved.

Throughout this presentation, "Cleary Gottlieb" and the "firm" refer to Cleary Gottlieb Steen & Hamilton LLP and its affiliated entities in certain jurisdictions, and the term "offices" includes offices of those affiliated entities.

Background

- *“La vendita abbinata e la vendita aggregata sono pratiche correnti volte a fornire ai clienti prodotti migliori od offerte più efficienti sotto il profilo dei costi.” (Orientamenti sulle priorità della Commissione nell'applicazione dell'articolo 102 TFUE)*
- Il ‘tying’ o vendita abbinata si riferisce di solito a situazioni in cui i clienti che acquistano un prodotto (il prodotto principale) devono acquistare anche un altro prodotto dall'impresa dominante (il prodotto abbinato). La vendita abbinata può avvenire su base tecnica o contrattuale
- Il ‘bundling’ o vendita aggregata si riferisce solitamente al modo in cui i prodotti vengono offerti dall'impresa dominante e al modo in cui essa ne fissa il prezzo: i prodotti sono disponibili anche separatamente, ma la somma dei singoli prezzi di vendita è superiore al prezzo aggregato

Background

- **In talune circostanze, il tying può produrre effetti di preclusione anticoncorrenziale**

- **L'articolo 102(2)(d) TFUE qualifica come abusivo: “*subordinare la conclusione di contratti all'accettazione da parte degli altri contraenti di prestazioni supplementari, che, per loro natura o secondo gli usi commerciali, non abbiano alcun nesso con l'oggetto dei contratti stessi*”**

- **È un test con cinque condizioni da soddisfare:**
 - I. Il venditore è dominante sul mercato del prodotto principale
 - II. Il prodotto principale e quello abbinato sono prodotti distinti
 - III. I clienti non possono acquistare il prodotto abbinato senza acquistare il prodotto principale
 - IV. Il tying è in grado di restringere o eliminare la concorrenza
 - V. Il venditore non ha una giustificazione oggettiva e proporzionata per la coercizione

Analisi:

I. La dominanza

- **Condizione necessaria per qualsiasi accertamento di abuso ai sensi dell'articolo 102 TFUE**

- **La dominanza nel mercato principale, ma non necessariamente nel mercato abbinato (*Orientamenti*, § 50):**

- ***Microsoft I e II:***
 - La Commissione ha accertato la dominanza di Microsoft nel mercato del prodotto principale (sistemi operativi per PC), ma non nei mercati dei prodotti abbinati (rispettivamente, media players e web browsers)

Analisi:

II. Prodotti distinti

- **Domanda autonoma per il prodotto principale e per quello *abbinato* per un numero considerevole di clienti**

- ***Microsoft I:***
 - Esistenza di fornitori indipendenti di media player
 - Windows Media Player (WMP) inizialmente lanciato da Microsoft come un prodotto distinto
 - WMP promosso da Microsoft come un prodotto distinto in concorrenza diretta con media players di altri operatori
 - WMP offerto per diversi sistemi operativi
 - Altri fornitori di sistemi operativi praticavano politiche meno restrittive
 - Natura dei prodotti – infrastruttura uno e applicazione l'altro

- ***Microsoft II:***
 - Esistenza di offerta e domanda indipendenti per il prodotto abbinato Internet Explorer (IE)
 - Web browser offerti dagli sviluppatori in maniera indipendente dal sistema operativo (Opera, Mozilla, Google)
 - IE disponibile per il download in maniera autonoma

Analisi:

III. La coercizione

- **Il criterio chiave è l'assenza di scelta: “i clienti *non possono acquistare Windows senza WMP*” (Microsoft I)**
 - Tale circostanza deve essere valutata nella filiera al livello degli original equipment manufacturer (OEM)

- **WMP non data gratuitamente**
 - “*Il prezzo del WMP è incluso nel prezzo totale di Windows*” (Microsoft I)
 - Tutti lo pagano, che vogliano WMP o no

- **La libertà di usarlo o meno non costituisce una difesa**
 - Il tying “*creava incentivi artificiali per gli sviluppatori e i progettatori di software per ottimizzare i loro prodotti principalmente per Internet Explorer*” e ciò è sufficiente (Microsoft II)
 - Il modello di licenza di Microsoft costringeva gli OEM a prendere licenze di Windows con IE pre-istallato, ed era tecnicamente impossibile di disinstallare IE; i browser alternativi potevano essere installati in aggiunta, e non al posto di, IE (Microsoft II)

Analisi:

IV. Preclusione della concorrenza e nesso causale

- **Il tying ostacola in maniera attuale o potenziale la concorrenza se esclude i concorrenti:**
 - La dominanza nel prodotto principale viene sfruttata per promuovere le vendite del prodotto abbinato, invece che competere sulla base delle proprie qualità sul mercato abbinato
 - I concorrenti nel mercato del prodotto abbinato possono essere esclusi perché i clienti del prodotto abbinato che hanno bisogno del prodotto principale sarebbero disincentivati ad acquistare da fornitori diversi dal dominante
 - È particolarmente problematico se le opportunità di mercato per le imprese diverse dalla dominante sono limitate o insufficienti per consentire economie di scala efficienti per i concorrenti

- **Il tying può (*Orientamenti*):**
 - *“produrre effetti anti-concorrenziali nel mercato del prodotto abbinato, del prodotto principale o di entrambi al tempo stesso”*
 - *“tutelare la posizione dell’impresa dominante sul mercato del prodotto principale”*

IV. Preclusione della concorrenza e nesso causale

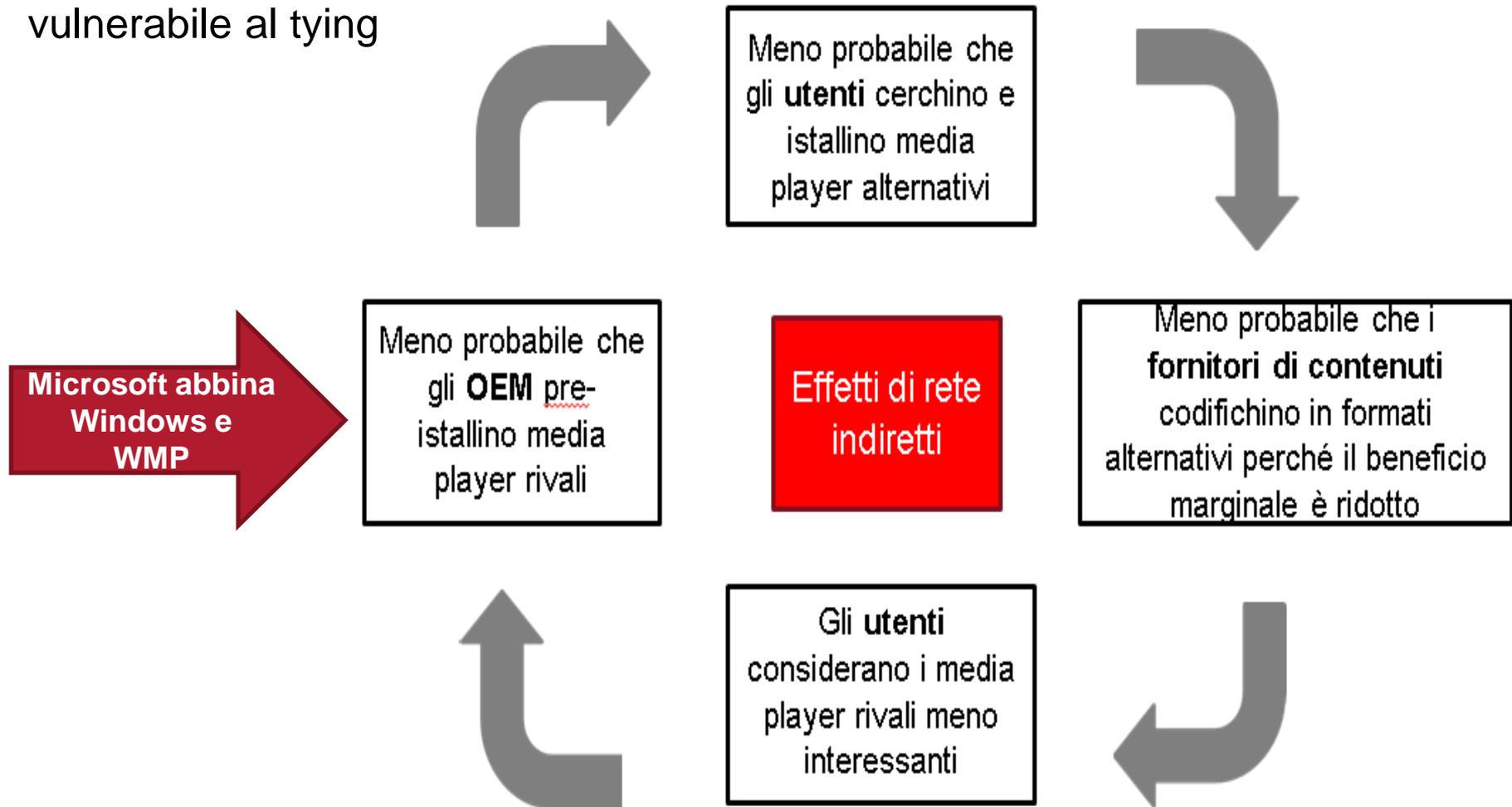
Microsoft I

- **Tesi: l'ubiquità batte la qualità**
 - *“grazie al bundling, WMP godeva di una presenza inarrivabile senza dover competere sulla qualità con i prodotti concorrenti”*
- **Il tying pregiudica la concorrenza a tre livelli**
 - La concorrenza per la pre-istallazione da parte degli OEM
 - La concorrenza per i consumatori finali
 - La concorrenza per il sostegno dei fornitori di contenuti
- **Significativi effetti negativi sulla concorrenza**
 - L'analisi dei dati di mercato *“indicano una tendenza a favore dell'uso di WMP e di Windows a danno dei principali media player (e relative tecnologie concorrenti)”*

IV. Esclusione (*Microsoft I*)

Come il tying pregiudica il processo competitivo

I mercati caratterizzati da effetti di rete possono essere particolarmente vulnerabile al tying



IV. Preclusione della concorrenza e nesso causale

Microsoft II

- **L'ineguagliabile ubiquità di IE**
 - La pre-istallazione assicurava l'ubiquità sui computer degli utilizzatori che nessun altro browser poteva eguagliare
 - Gli OEM erano scoraggiati dall'istallare browser addizionali (con ulteriori costi)
 - Più difficile per i rivali di concludere accordi di pre-istallazione con gli OEM
 - Il downloading è un canale di distribuzione meno efficace della pre-istallazione
- **L'inferiorità di IE ad altri browser (l'uso significativo del prodotto abbinato non dipende dalle sue migliori qualità)**
 - Lo sviluppo di IE è stato interrotto da Microsoft per quasi cinque anni
 - Browser alternativi (come Mozilla Firefox, Google Chrome, Opera) erano considerati superiori
- **L'impatto su fornitori di contenuti e sviluppatori**
 - I prodotti dei fornitori di contenuti e degli sviluppatori ottimizzati per IE godevano di una platea potenziale che è pari alla quota di Microsoft sul mercato dei sistemi operativi
- **Preclusione di piattaforme concorrenti**
 - Il tying rinforzava la dominanza di Microsoft sul mercato dei sistemi operativi (i browsers funzionano come un punto d'accesso per gli utenti ai servizi basati sul web e le applicazioni che funzionano indipendentemente da un particolare sistema operativo)

V. Assenza di giustificazioni oggettive

- **L'impresa dominante può provare che l'abbinamento:**

- Aumenta l'efficienza perché è più costoso produrre o distribuire i prodotti abbinati indipendentemente
- Riduce i costi di transazione
- Consente risparmi significativi sui costi di confezionamento e distribuzione
- Aumenta l'abilità di portare un nuovo prodotto sul mercato a beneficio dei consumatori
- Consente al fornitore di ripercuotere a valle le sue efficienze

- **Tuttavia:**

- La giustificazione deve essere proporzionata (*i.e.*, reale, necessaria e in grado di equilibrare gli interessi in gioco)
- La mera protezione di un interesse commerciale non è una difesa se mira a rafforzare la posizione dominante
- La mera riproduzione di pratiche commerciali di imprese non dominanti non prova necessariamente che la condotta del dominante è corretta

V. Assenza di giustificazioni oggettive : *Microsoft I*

■ **Onere della prova:**

- *“se l’onere della prova riguardo all’esistenza di [...] una violazione [...] grava sulla Commissione, è tuttavia all’impresa dominante [...] che spetta [...] far valere un’eventuale giustificazione obiettiva e dedurre argomenti ed elementi di prova al riguardo. La Commissione è tenuta allora [...] a dimostrare che [...] la giustificazione addotta non può essere accolta”*

■ **Il Tribunale UE riconosce i possibili benefici dell’integrazione, ma**

- (a) Microsoft può continuare a integrare nella misura in cui consenta di scegliere
- (b) non c’era prova che la rimozione di WMP riducesse le prestazioni di Windows

■ **Documenti interni di Microsoft provavano che il tying era motivato dalla minaccia competitiva dei concorrenti piuttosto che da possibili considerazioni di efficienza**

- Anche in *Microsoft II*

V. La standardizzazione può essere una giustificazione? *Microsoft I*

- **Quando la monopolizzazione conduce alla creazione di uno standard, si può giustificare il *tying*?**
 - “Se è vero che, in generale, la standardizzazione può effettivamente presentare alcuni vantaggi, non si può ammettere che essa venga imposta unilateralmente da un’impresa in posizione dominante tramite vendite abbinare”
 - “Non si può escludere, inoltre, che i terzi non desiderino la standardizzazione di fatto auspicata dalla Microsoft, preferendo invece che piattaforme diverse continuino a competere tra loro, nella prospettiva che ciò stimoli l’innovazione in questo settore”

- **Impatto del *tying* sull’innovazione**
 - Concorrenza *per* gli standard guida l’innovazione
 - Il *tying* blocca gli innovatori
 - Scoraggia gli investimenti
 - Soppressione di un player di qualità superiore

Gli impegni di Microsoft in *Microsoft II*

- **Inefficacia del semplice unbundling in *Microsoft I***
 - Rendere disponibile WMP in versioni abbinata e non di Windows dopo *Microsoft I* è stato inefficace a causa degli effetti di rete indiretti generati dal lungo periodo in cui Microsoft aveva mantenuto il tying di WMP
- **Browser “Choice Screen”:**
 - Windows deve proporre una lista (in ordine casuale) e descrivere i cinque principali browser con le maggiori quote in Europa (un tempo, IE, Apple Safari, Google Chrome, Mozilla Firefox e Opera)
 - Gli utenti possono scaricare e installare browser addizionali dal Choice Screen
- **La presenza di IE sui computer:**
 - Gli OEM sono liberi di (i) installare browsers concorrenti invece che, o in aggiunta a, IE, (ii) indicare browser concorrenti come quelli di default e (iii) disabilitare l’interfaccia di IE dal computer
 - Gli utenti possono disabilitare l’interfaccia di IE
 - Microsoft non può rivalersi contro gli OEM che supportano altri browser, ma Microsoft può offrire incentivi agli OEM per promuovere IE (proporzionalità)

Il caso Google davanti all'Autorità garante della concorrenza e del mercato

La teoria dell'AGCM

- **Google è dominante nel mercato dei motori di ricerca**
- **Il servizio del motore di ricerca è distinto dal servizio del portale giornalistico Google News**
- **Google impedisce “che gli editori online possano rimuovere i propri contenuti giornalistici dal servizio/portale Google News senza ripercussioni sulla rilevabilità dei medesimi contenuti sul motore di ricerca Google Web Search”**
 - Tying tra i due servizi
 - Se gli editori online vogliono apparire nel motore di ricerca dominante Google Web Search sarebbero costretti ad apparire anche sul portale Google News
- **L'effetto escludente per gli editori online deriverebbe dal fatto che “l'indicizzazione su Google Web Search è determinante per la capacità di un sito web di attrarre visitatori ed ottenere ricavi attraverso la raccolta pubblicitaria”**
 - Gli editori online lamentavano che Google News presentasse link che conducevano direttamente agli articoli sui loro siti web, invece che indirizzare gli utenti sulle home page degli editori online che presentano maggiori possibilità di monetizzare i contenuti

Difesa di Google

- **Non esiste il tying: ogni editore online poteva chiedere a Google di non indicizzare le proprie pagine su Google News senza che venisse pregiudicata la propria presenza su Google Web Search**
 - Necessità di contattare il Centro assistenza di Google
- **Google News non è un servizio in concorrenza con gli editori online e non si registra quindi nessun effetto escludente**
 - Google News non crea contenuti, ma è piuttosto un servizio che indirizza gli utenti verso nuove fonti di notizie
 - Grazie alla loro presenza su Google News, gli editori online possono acquisire traffico e monetizzarlo attraverso la raccolta pubblicitaria
- **Google si limita a rispondere alle esigenze degli utenti indirizzandoli verso articoli pertinenti nel modo più veloce possibile**
 - Se Google indirizzasse gli utenti verso le home page dei siti, anziché verso la specifica pagina web da essi ricercata, ciò si tradurrebbe inevitabilmente in un danno per gli utenti rendendo più gravosa l'individuazione degli articoli di loro interesse

Impegni di Google

- **Il funzionamento del servizio Google News non integra alcuna violazione del diritto della concorrenza ma, per consentire la chiusura dell'istruttoria e in un'ottica di piena collaborazione con l'AGCM, Google ha deciso di offrire impegni**
- **Google manterrà, in aggiunta al meccanismo di esclusione da Google News attraverso il Centro assistenza di Google News, un ulteriore meccanismo che consenta agli editori di escludere i propri contenuti da Google News senza che tale scelta determini alcun effetto sull'inclusione degli stessi contenuti nel motore di ricerca generale di Google.**
 - Introduzione di un crawler distinto per Google News
 - Se un editore desidera sottrarre i propri contenuti da qualsiasi servizio di ricerca di Google, può impedirne automaticamente la rilevazione mediante lo strumento del "robot.txt"

Il caso Google davanti alla Commissione europea

I servizi di ricerca specializzati di Google

The image shows a Google search for "ipod" with several annotations. On the left, three lines point to the "Shop for ipod on Google" section: "Link to Google service" points to the title, "Link to merchant" points to the first product image, and another "Link to merchant" points to the second product image. A red arrow points from this section to a box labeled "Shopping commercial unit (ad)". Below this, three lines point to the "News for ipod" section: "Link to Google service" points to the title, "Links to third party news sites" points to the news article image, and another "Link to Google service" points to the "More news for ipod" link. A red arrow points from this section to a box labeled "News universal result (organic)".

Google ipod

Web Images Shopping News Videos More Search tools

About 444,000,000 results (0.26 seconds)

Shop for ipod on Google Sponsored

Link to Google service

Link to merchant

Link to merchant

Pink Apple iPod Nano 2nd £38.39 eBay

iPod Nano 5th Gen 8gb ... £50.00 eBay

New Apple iPod Shuffle ... £39.00 Argos

Apple iPod Classic 160GB £169.99 Argos

Apple iPod nano 16GB £128.00 Sainsbury's

iPod Store UK - store.apple.com

Ad store.apple.com/uk/ipod

Check out the iPod family by Apple. Order today, direct from Apple. Compare iPod models - iPod touch - iPod classic - Apple Education Discount

Apple (United Kingdom) - Play music and more on iPod.

www.apple.com/uk/ipod/

Learn about iPod, Apple TV and more. Download iTunes for free and purchase iTunes Gift Cards. Check out the most popular TV programmes, films and music. iPod touch - iPod nano - Apple Store - iPod classic

Amazon.co.uk: iPod - Apple: iPod shuffle, iPod nano, iPod ...

www.amazon.co.uk › Electronics & Photo › Apple

Results 1 - 24 of 1142 - Online shopping for iPod Apple from a great selection of Electronics; iPod shuffle, iPod nano, iPod mini, iPod touch, iPod classic, iPod ...

Link to Google service

Link to Google service

Links to third party news sites

Link to Google service

News for ipod

Neil Young makes sales pitch for the Pono, an iPod rival, at SXSW

Toronto Star - 3 hours ago

The Canadian rock titan touts his upcoming iPod rival, Pono, with a heartfelt plea for music as its creators want it heard.

More news for ipod

Shopping commercial unit (ad)

News universal result (organic)

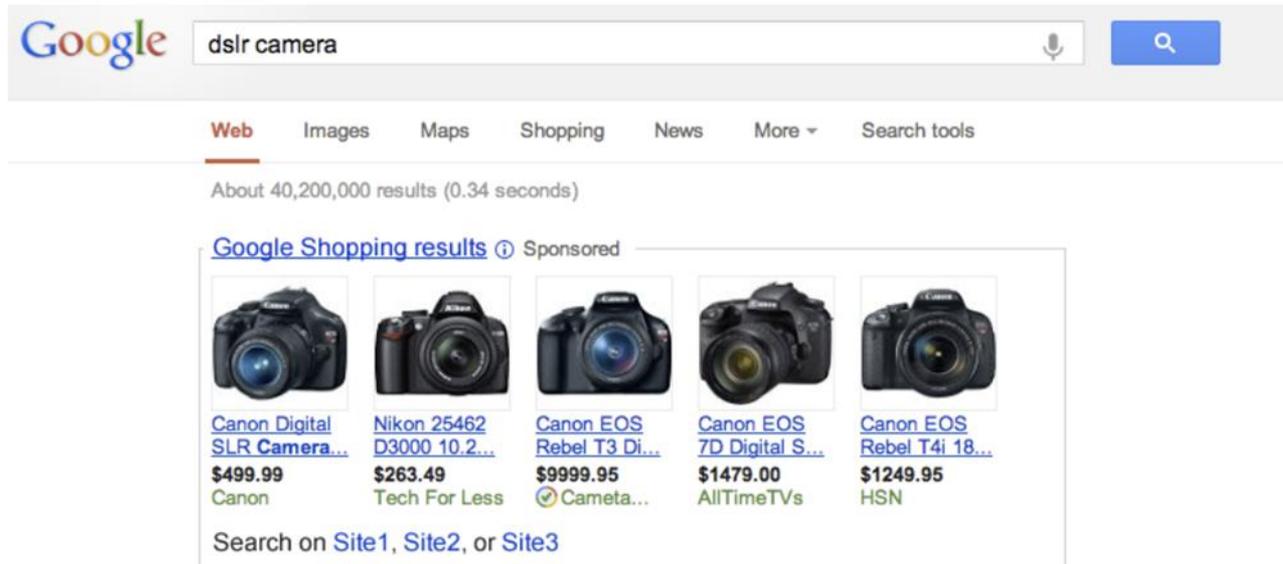
L'istruttoria della Commissione

- **La Commissione concorda che Google propone i suoi risultati in una maniera efficiente e utile per l'utente**
- **La questione riguarda il fatto che Google mostra i suoi risultati di ricerca specializzati in maniera più favorevole rispetto ai servizi concorrenti**
- **Ne deriva che, in certi casi, i servizi dei concorrenti sono più difficili da trovare per l'utente**
- **La Commissione si base su una nuova tipologia di abuso: la diversione del traffico**
 - Diverso dal *tying* perché non esiste coercizione del cliente o dell'utente

Gli impegni offerti da Google

- **Google informerà chiaramente gli utenti della distinzione tra i risultati dei suoi servizi di ricerca specializzati e i risultati del Google Web Search**
- **Google adotterà una serie di misure per offrire ai servizi concorrenti un trattamento comparabile a quello riservato da Google ai propri servizi specializzati**
 - Per i servizi che generano introiti per Google (ad esempio Google Shopping), i concorrenti potranno partecipare ad aste per apparire in posizioni simili a quelle dei servizi di Google (cat. 3)
 - Per i servizi che possono essere monetizzati nella pagina di destinazione, Google offrirà uno spazio comparabile a servizi concorrenti (cat. 2)
 - Per i servizi gratuiti, Google si limiterà a identificare chiaramente le caratteristiche del servizio (cat. 1)

I servizi di ricerca specializzati di Google (cat. 3)



The screenshot shows a Google search interface for 'dslr camera'. The search bar contains the text 'dslr camera' and a search button. Below the search bar, there are navigation tabs for 'Web', 'Images', 'Maps', 'Shopping', 'News', 'More', and 'Search tools'. The 'Web' tab is selected. Below the navigation tabs, it says 'About 40,200,000 results (0.34 seconds)'. The main content area shows 'Google Shopping results' with a 'Sponsored' label. There are five product listings, each with a camera image, a title, a price, and a retailer name. The products are: Canon Digital SLR Camera... (\$499.99, Canon), Nikon 25462 D3000 10.2... (\$263.49, Tech For Less), Canon EOS Rebel T3 Di... (\$9999.95, Cameta...), Canon EOS 7D Digital S... (\$1479.00, AllTimeTVs), and Canon EOS Rebel T4i 18... (\$1249.95, HSN). Below the listings, there is a link to 'Search on Site1, Site2, or Site3'.

Product	Price	Retailer
Canon Digital SLR Camera...	\$499.99	Canon
Nikon 25462 D3000 10.2...	\$263.49	Tech For Less
Canon EOS Rebel T3 Di...	\$9999.95	Cameta...
Canon EOS 7D Digital S...	\$1479.00	AllTimeTVs
Canon EOS Rebel T4i 18...	\$1249.95	HSN

[DSLR: Digital SLR Cameras - Free Shipping - Best Buy](#)

[www.bestbuy.com/...Cameras/Digital-SLR-Cameras/abcat0401...](#)

Best Buy has Free Shipping & low prices & free shipping on **digital SLR cameras** (DSLRs). We'll help you find the right camera to capture a lifetime of memories.

[DSLR Package Deals - DSLR Body & Lens - Canon](#) : [DSLR Package Deals - DSLRs](#)

[Amazon.com: Digital SLR Cameras: Camera & Photo](#)

[www.amazon.com/Digital-SLRs-Cameras-Photo/b?ie...](#)

Results 1 - 24 of 1514 – Canon EOS Rebel T3i 18 MP CMOS APS-C Sensor DIGIC 4 Image Processor Full-HD Movie Mode **Digital SLR Camera** with 3.0-Inch ...

[Olympus Evolt E420 10MP ...](#) - [Sony Alpha DSLR-A300 ...](#)

1° market test

I servizi di ricerca specializzati di Google (cat. 3)

The screenshot shows a Google search for 'ipod'. The search bar contains 'ipod' and the search button is visible. Below the search bar, there are navigation tabs for 'Web', 'Images', 'Maps', 'Shopping', 'News', and 'More'. The search results are as follows:

- Ad related to ipod:** A yellow banner for 'Great Deals On iPods - tesco.com' with the URL www.tesco.com/iPods. It includes the text 'Earn 500 Extra Clubcard Points On iPod Nano Or Shuffle Now. Hurry!' and 'Tesco has 32,381 followers on Google+'.
- Google Shopping results:** A section titled 'Google Shopping results' with a 'Sponsored' label. It displays five product listings:
 - Apple iPod Nano 8th ...**: £60.00, sold on eBay.
 - Apple iPod nano 16Gb - ...**: £129.00, sold on Very.
 - Apple iPod Nano Blue 5th**: £129.00, sold on ASDA.com.
 - Apple iPod Touch 8gb 4th**: £64.99, sold on eBay.
 - Apple RGB iPod Nano ...**: £72.95, sold on Play.com.
- Compare results on:** A section titled 'Compare results on' with a 'Sponsored' label. It lists three comparison sites:
 - Supaprice**: Buy Any iPod. Order Today. Prices from £60.
 - Kelkoo**: Our iPod stock rocks. Prices from £70.
 - Shopzilla**: iPods, iPhones, and Touch from £55.
- Apple (United Kingdom) - Play music and more on iPod.**: www.apple.com/uk/ipod/. Text: 'Learn about iPod, Apple TV and more. Download iTunes for free and purchase iTunes Gift Cards. Check out the most popular TV programmes, films and music. iPod touch - iPod nano - Shop iPod - iPod classic'.
- Buy iPod from our iPod, MP3 & Headphones range - Tesco.com**: www.tesco.com/direct/technology-gaming/ipod/cat3376298.cat. Text: 'Buy iPod from our iPod, MP3 & Headphones range at Tesco Direct. We stock a great range of products at everyday prices. Clubcard points on every order.'

2° market test

I servizi di ricerca specializzati di Google (cat. 3)

Google  

[Web](#) [Images](#) [Maps](#) [Shopping](#) [More](#) [Search tools](#)

About 44,000,000 results (0.18 seconds)

Sponsored ⓘ

[Google Shopping results](#)

 GP-Grill Gas Grill - black/... £141.96 www.Ambie...	 Blacktop 360 Party Hub Gas Grill £299.00 Garden Gift...	 OUTBACK Grill 57cm ... £127.99 Outback ...
--	--	---

Alternatives

 Supaprice Best stock of gas grills from £150.00	 Kelkoo Great deals on gas grills from £129.00	 Shopzilla Best prices on gas grills from £180.00
---	--	--

[Weber.com - Weber® Grills - Gas](#)
[www.weber.com/grills/category/gas](#)
Gas Grills. Grill Shopping Tools. 0 Grill Comparison Grill Finder. Spirit® ... 4 or 6 stainless steel burners • Backlit LED tank scale • Grill Out® handle lights.

[Gas Grills: Shop at Sears for Your Outdoor Cooking Gear](#)
[www.sears.com/grills-outdoor-cooking-gas-grills/b-1024073](#)
Sears features **gas grills** with a wide variety of features, including multiple burners and searing options. Entertain outdoors year round with **gas grills**.

[Natural Gas Grills - Home Depot](#)
[www.homedepot.com/...Grills-Grill...Gas-Grills...Gas-Grills/N-5yc1vZc5t...](#)
Natural **Gas Grills - Gas Grills - Grills & Grill Accessories - Outdoors at The Home Depot.**

range of products at everyday prices. Clubcard points on every order.

Ads ⓘ

[Gas Grill at Amazon](#)
[www.amazon.com/patio](#)
★★★★★ 336 reviews for amazon.com
Low Prices on **Gas grill**
Free Shipping on Qualified Orders.

[Cheap Gas Grill](#)
[www.groupon.com/](#)
★★★★★ 61 reviews forgroupon.com
Save 50-90% Every Day
Thousands of Deals to Enjoy

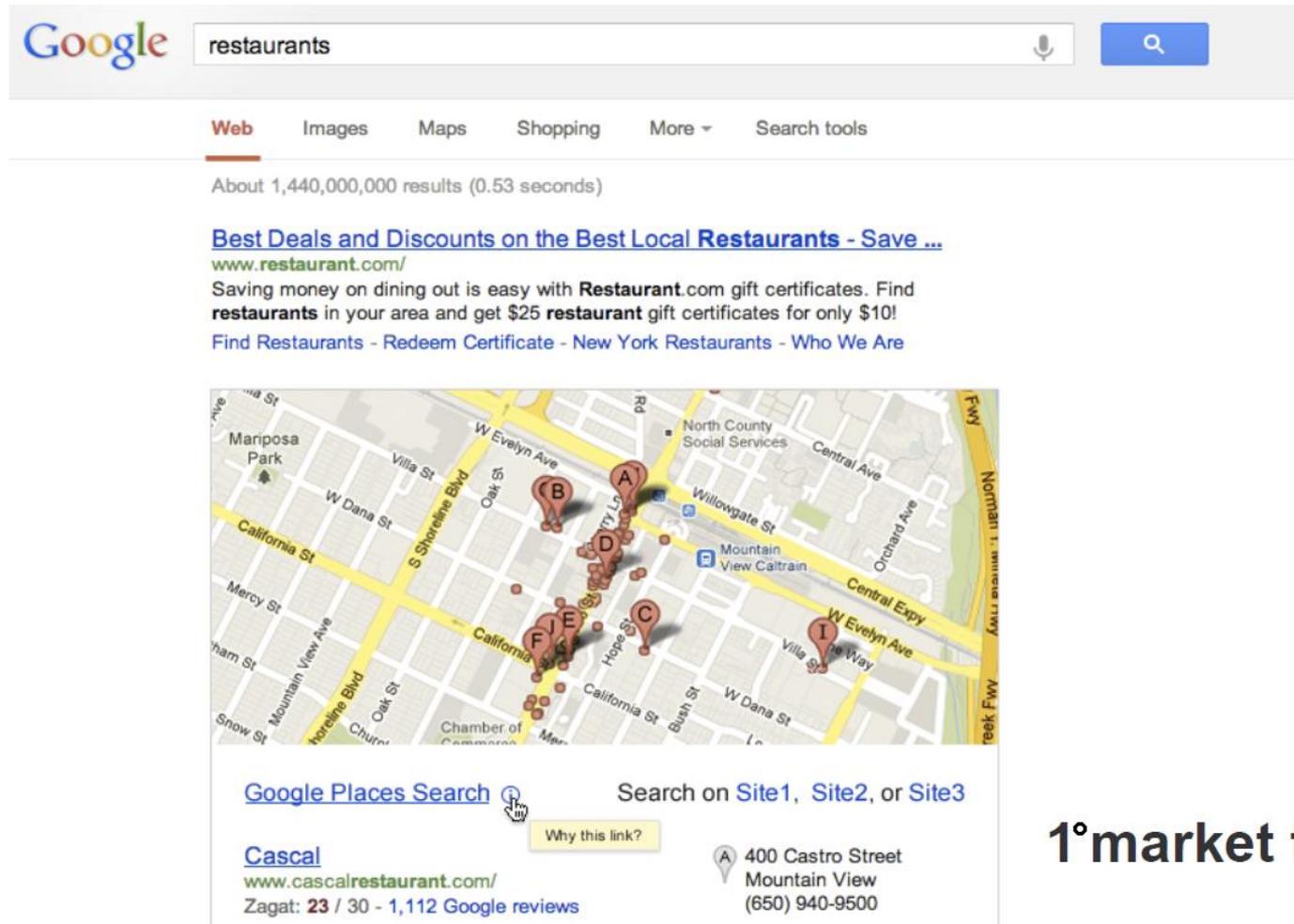
[gas grill](#)
[www.appliancesconnection.com/Grills](#)
★★★★★ 3,550 seller reviews
1 (800) 299 9470
Huge Variety, Free In-Home Delivery
Price Match Promise on All **Grills**

[BBQ Grills](#)
[www.wholesalepatiostore.com/](#)
1 (888) 611 7227
Quality BBQ **Grills**
Come See Our Store Today!

[DCS Gas Grills](#)
[www.ajmadison.com/](#)
★★★★★ 1,074 seller reviews

3° market test

I servizi di ricerca specializzati di Google (cat. 2)



Google

[Web](#) [Images](#) [Maps](#) [Shopping](#) [More](#) [Search tools](#)

About 1,440,000,000 results (0.53 seconds)

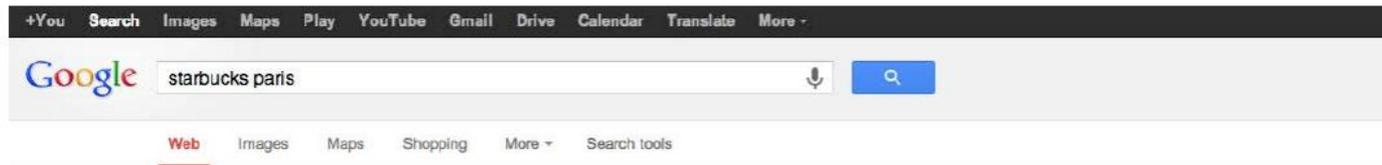
[Best Deals and Discounts on the Best Local Restaurants - Save ...](#)
www.restaurant.com/
Saving money on dining out is easy with **Restaurant.com** gift certificates. Find **restaurants** in your area and get \$25 **restaurant** gift certificates for only \$10!
[Find Restaurants - Redeem Certificate - New York Restaurants - Who We Are](#)

Google Places Search Search on [Site1](#), [Site2](#), or [Site3](#)

[Casca](#)
www.cascalrestaurant.com/
Zagat: 23 / 30 - 1,112 Google reviews

1°market test

I servizi di ricerca specializzati di Google (cat. 2)



Starbucks Coffee Company
www.starbucks.fr → Translate this page
aller à la Navigation principale; aller à la Navigation principale; aller au Pied de page.
Starbucks Coffee Company · Service clients · Trouver une boutique.
Où nous trouver · Boissons · Nourriture · Nos Mugs, Tumblers et ...

starbucks near Paris

Starbucks
www.starbucks.fr
3.8 ★★★★★ 10 Google reviews

A 66 Avenue de la Motte-Picquet
Paris
01 43 06 08 01

Starbucks Coffee
www.starbucks.fr
3.9 ★★★★★ 30 Google reviews

B 29 Rue du Faubourg Saint-Antoine
Paris
01 43 40 27 75

Starbucks
www.starbucks.fr
3.7 ★★★★★ 22 Google reviews

C 76-80 Avenue du Général Leclerc
Paris
01 45 41 48 66

See results for **starbucks paris** on a map »

Compare results on

pagesjaunes.fr
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur.

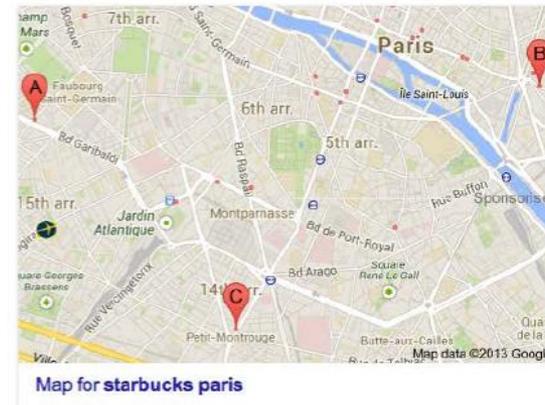
viamichelin.fr
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur.

Yelp
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur.

Hide alternative search sites

Où nous trouver | **Starbucks Coffee Company**
www.starbucks.fr/localisateur-de-boutique → Translate this page
Starbucks Coffee Company · Service clients · Trouver une boutique. Navigation.

[Starbucks - Paris - MyStore411](#)



2° market test

I servizi di ricerca specializzati di Google (cat. 2)

The screenshot shows a Google search for "cafes in paris". The search bar contains the text "cafes in paris" and a search icon. Below the search bar are navigation tabs for "Web", "Images", "Maps", "Shopping", "More", and "Search tools". The search results indicate "About 17,100,000 results (0.23 seconds)".

EU alternatives

- [pagesjaunes.fr](#): Visit Paris's most popular cafes here
- [viamichelin.fr](#): Search for the highest rated cafes in Paris
- [Yelp](#): Find the best cafes in Paris with Yelp

cafes near Paris

- Café de la Paix**
www.cafedelapaix.fr
3.9 ★★★★★ 621 Google reviews
- Les Deux Magots**
www.lesdeuxmagots.fr
3.8 ★★★★★ 610 Google reviews
- Café de Paris**
plus.google.com
3.8 ★★★★★ 25 Google reviews
- Café Beaubourg**
www.beaumarly.com
3.6 ★★★★★ 163 Google reviews · Google+ page
- Le Procope**
www.procope.com

Map for cafes in paris

The map shows a dense cluster of red pins representing cafes in Paris. Six specific locations are marked with letters A through F:

- A**: 5 Place de l'Opéra, Paris, France +33 1 40 07 36 36
- B**: 6 Place Saint-Germain des Prés, Paris, France +33 1 45 48 55 25
- C**: 10 Rue de BucI, Paris, France +33 1 46 34 84 11
- D**: 100 Rue Saint-Martin, Paris, France +33 1 48 87 63 96
- E**: 13 Rue de l'Ancienne Comédie, Paris, France
- F**: (Location not fully visible in the provided text)

3° market test

I servizi di ricerca specializzati di Google (cat. 1)

The screenshot shows a Google search for the word "frog". The search bar at the top contains the text "frog" and has a microphone icon and a search button. Below the search bar are navigation tabs for "Web", "Images", "Videos", "Shopping", "News", "More", and "Search tools". The search results are displayed below, starting with "About 48,600,000 results (0.33 seconds)".

The first result is "Frog Trade" with the URL www.frogtrade.com/. The description states: "Frog provide education technology for schools and academies that improves teaching and learning and creates a personal learning experience for every ...".

The second result is "Frog - Wikipedia, the free encyclopedia" with the URL en.wikipedia.org/wiki/Frog. The description states: "Frogs are a diverse and largely carnivorous group of short-bodied, tailless amphibians composing the order Anura (Ancient Greek an-, without + oura, tail). Amphibian - Toad - Frog (disambiguation) - Triadobatrachus".

The third result is "Google Image Search" with a small image of a frog. A tooltip message says: "This link is inserted to show more results from Google's own specialised image search pages". Below the image is a "Report images" link.

The fourth result is "frog | Global Product Strategy and Design Firm" with the URL www.frogdesign.com/. The description states: "A strategic-creative consultancy that combines research, strategy, technology, and design to create products and services for Fortune 500 clients."

The fifth result is "Welcome to Frog Bikes" with the URL www.frogbikes.com/. The description states: "Welcome to Frog Bikes. Colourful, high quality, lightweight kids' bikes View the Frog Bikes range... Welcome to Frog Bikes ...".

The sixth result is "Nonsuch High School for Girls: Frog MLE" with the URL <https://www.nonsuch.sutton.sch.uk/>. The description states: "Log into Frog, our Managed Learning Environment, by entering your username and password below. For students and staff, this is your usual school network ...".

The seventh result is "Screaming Frog SEO Spider Tool & Crawler Software | Screaming ..." with the URL www.screamingfrog.co.uk/seo-spider/. The description states: "The Screaming Frog SEO Spider is a small desktop program (PC or Mac) which crawls websites' links, images, CSS, script and apps from an SEO perspective."

On the right side of the page, there is a "See results about" sidebar. It contains two entries: "frog design inc." with a small image of a green frog and the text "Company Frog is a global innovation firm founded in 1969 by industrial designer Hartmut Esslinger in Mutlangen, ...", and "Frog" with a small image of a blue and yellow frog and the text "Amphibian Frogs are a diverse and largely carnivorous group of short-bodied, tailless amphibians composing the ...". A "Feedback" link is located below the second entry.

NEW YORK
WASHINGTON
PARIS
BRUSSELS
LONDON
MOSCOW
FRANKFURT
COLOGNE
ROME
MILAN
HONG KONG
BEIJING
BUENOS AIRES
SÃO PAULO
ABU DHABI
SEOUL

CLEARY GOTTlieb STEEN & HAMILTON LLP

www.clearygottlieb.com