

Sintesi della decisione della Commissione**del 27 giugno 2017****relativa a un procedimento a norma dell'articolo 102 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea e dell'articolo 54 dell'accordo SEE****(Caso AT.39740 – Google Search (Shopping))***[notificata con il numero C(2017)4444]***(Il testo in lingua inglese è il solo facente fede)****(2018/C 9/08)**

Il 27 giugno 2017 la Commissione ha adottato una decisione relativa a un procedimento a norma dell'articolo 102 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea e dell'articolo 54 dell'accordo SEE. Conformemente al disposto dell'articolo 30 del regolamento (CE) n. 1/2003 del Consiglio ⁽¹⁾, con la presente la Commissione pubblica i nomi delle parti interessate e il contenuto essenziale della decisione, comprese le sanzioni irrogate, tenuto conto del legittimo interesse delle imprese alla protezione dei loro segreti aziendali.

1. INTRODUZIONE

- (1) La decisione stabilisce che il trattamento più favorevole, in termini di posizionamento e di visualizzazione, riservato da Google Inc. («Google»), nelle sue pagine generali dei risultati di ricerca, al proprio servizio di acquisti comparativi rispetto ai servizi di acquisti comparativi della concorrenza, viola l'articolo 102 del TFUE e l'articolo 54 dell'accordo SEE. La decisione intima a Google e alla sua società madre Alphabet Inc. («Alphabet») di porre immediatamente fine all'infrazione e infligge un'ammenda a Alphabet Inc. e a Google Inc. per il comportamento abusivo messo in atto dal 1° gennaio 2008 ad oggi.
- (2) Il 20 giugno 2017 e il 26 giugno 2017 il comitato consultivo in materia di intese e posizioni dominanti ha formulato pareri favorevoli in merito alla decisione adottata ai sensi dell'articolo 7 del regolamento (CE) n. 1/2003 e alla sanzione inflitta ad Alphabet e a Google.

2. DEFINIZIONE DEL MERCATO E POSIZIONE DOMINANTE

- (3) La decisione conclude che i mercati del prodotto rilevanti ai fini del presente caso sono il mercato dei servizi di ricerca generica e il mercato dei servizi di acquisti comparativi.
- (4) La fornitura di servizi di ricerca generica costituisce un mercato del prodotto distinto, in quanto i) costituisce attività economica, ii) a livello della domanda e dell'offerta vi è una limitata sostituibilità tra i servizi di ricerca generica e altri servizi on line, e iii) tale conclusione non cambia indipendentemente dal fatto che si prendano in considerazione i servizi di ricerca generica su dispositivi fissi o i servizi di ricerca generica su dispositivi mobili.
- (5) La fornitura di servizi di acquisti comparativi costituisce un mercato del prodotto rilevante distinto. I servizi di acquisti comparativi, infatti, non sono intercambiabili con i servizi offerti da: i) servizi di ricerca specializzati in diversi ambiti (ad esempio voli aerei, hotel, ristoranti o notizie); ii) piattaforme di pubblicità sui motori di ricerca on line; iii) rivenditori on line; iv) piattaforme commerciali; e v) strumenti di acquisto comparativo off-line.
- (6) La decisione conclude che i mercati geografici rilevanti dei servizi di ricerca generica e dei servizi di acquisti comparativi hanno dimensione nazionale.

La posizione dominante di Google nel settore delle ricerche generiche

- (7) La decisione conclude che dal 2007 Google mantiene una posizione dominante in ciascun mercato nazionale della ricerca generica nel SEE, ad eccezione della Repubblica ceca, dove Google detiene una posizione dominante dal 2011.
- (8) Tale conclusione è basata sulle quote di mercato di Google, sull'esistenza di ostacoli all'espansione e all'ingresso nel mercato, sulla scarsa frequenza del «multihoming» (l'utilizzo contemporaneo di più piattaforme) da parte degli utenti, sull'esistenza di effetti prodotti dal marchio e sulla mancanza di contropotere da parte degli acquirenti. La conclusione è valida nonostante i servizi di ricerca generica siano offerti gratuitamente e indipendentemente dal fatto che la ricerca generica su dispositivi fissi costituisca o meno un mercato distinto rispetto alla ricerca generica su dispositivi mobili.

⁽¹⁾ Regolamento (CE) n. 1/2003 del Consiglio, del 16 dicembre 2002, concernente l'applicazione delle regole di concorrenza di cui agli articoli 81 e 82 del trattato (GU L 1 del 4.1.2003, pag. 1).

3. ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

- (9) La decisione conclude che Google commette un abuso nei mercati rilevanti dei servizi di ricerca generica nel SEE riservando un trattamento più favorevole, in termini di posizionamento e di visualizzazione, nelle proprie pagine generali dei risultati di ricerca, al proprio servizio di acquisti comparativi rispetto ai servizi di acquisti comparativi concorrenti.
- (10) Il comportamento posto in atto da Google è abusivo in quanto: i) devia il traffico dai servizi di acquisti comparativi della concorrenza verso il servizio di acquisti comparativi di Google, nel senso che riduce il traffico dalle pagine di Google che mostrano i risultati generali delle ricerche verso i servizi di acquisti comparativi concorrenti e aumenta il traffico dalle pagine generali dei risultati di ricerca di Google verso il servizio di acquisti comparativi di Google; e ii) può avere, o è probabile che abbia, effetti anticoncorrenziali nei mercati nazionali dei servizi di acquisti comparativi e dei servizi di ricerca generica.

Il comportamento di Google: trattamento più favorevole, in termini di posizionamento e di visualizzazione, riservato al proprio servizio di acquisti comparativi nelle sue pagine generali dei risultati di ricerca.

- (11) La decisione illustra il trattamento più favorevole, in termini di posizionamento e visualizzazione, riservato da Google nelle sue pagine generali dei risultati di ricerca al proprio servizio di acquisti comparativi rispetto ai servizi di acquisti comparativi della concorrenza.
- (12) In primo luogo la decisione precisa in che modo i servizi di acquisti comparativi concorrenti sono posizionati e visualizzati nelle pagine generali di Google che mostrano i risultati delle ricerche. Per quanto riguarda il loro posizionamento, la decisione indica che, grazie a particolari algoritmi, i servizi di acquisti comparativi concorrenti hanno maggiori probabilità di essere retrocessi nelle pagine dei risultati di ricerca generica di Google e che ciò si ripercuote sulla loro visibilità all'interno di tali pagine. Per quanto riguarda la loro visualizzazione, la decisione illustra il formato nel quale i servizi di acquisti comparativi concorrenti possono essere visualizzati nei risultati di ricerca generica di Google.
- (13) In secondo luogo la decisione precisa in che modo il servizio di acquisti comparativi di Google è posizionato e visualizzato nelle pagine dei risultati di ricerca generica di Google. Per quanto riguarda il suo posizionamento, la decisione indica che il servizio di Google gode di una posizione preminente e non è soggetto agli algoritmi specifici che rendono probabile la retrocessione dei servizi di acquisti comparativi concorrenti all'interno delle pagine di ricerca generica di Google. Quanto alla sua visualizzazione, la decisione precisa che il servizio di acquisti comparativi di Google è visualizzato con funzionalità migliorate in cima ai risultati che compaiono nella prima pagina di ricerca generica o comunque tra i primi risultati, mentre tali funzionalità non sono accessibili ai concorrenti.

Il trattamento più favorevole, in termini di posizionamento e di visualizzazione, riservato da Google al proprio servizio di acquisti comparativi comporta la deviazione del traffico dai servizi di acquisti comparativi concorrenti.

- (14) Innanzitutto la decisione analizza l'influenza che il posizionamento e la visualizzazione dei risultati di ricerca generica esercitano sul comportamento degli utenti. Essa dimostra che gli utenti tendono a cliccare maggiormente sui link che sono più visibili sulla pagina generale dei risultati di ricerca.
- (15) La decisione esamina quindi l'effettiva evoluzione del traffico verso i servizi di acquisti comparativi concorrenti; tale evoluzione conferma le sue conclusioni in merito al comportamento degli utenti.
- (16) In primo luogo vi sono elementi indicanti che il posizionamento nell'elenco dei risultati di ricerca generica all'interno di Google Search ha un impatto immediato sulla percentuale di clic effettuati su questi risultati di ricerca.
- (17) In secondo luogo la Commissione ha operato un raffronto tra l'evoluzione della visibilità di importanti servizi di acquisti comparativi concorrenti, calcolata dalla società indipendente Sistris, e l'evoluzione del traffico delle ricerche generiche da Google verso tali servizi.
- (18) In terzo luogo gli elementi contenuti nel fascicolo della Commissione indicano che il posizionamento e la visualizzazione preferenziali del servizio di acquisti comparativi di Google nelle sue pagine generali dei risultati di ricerca hanno determinato un incremento del traffico verso tale servizio.
- (19) In quarto luogo gli elementi contenuti nel fascicolo che riguardano l'effettiva evoluzione del traffico verso il servizio di acquisti comparativi di Google confermano che il traffico verso tale servizio aumenta in funzione del migliore posizionamento e della migliore visualizzazione del servizio all'interno delle pagine generali di Google che mostrano i risultati delle ricerche.

Il traffico dati di ricerca generica proveniente dalle pagine generali dei risultati di ricerca di Google rappresenta una percentuale elevata del traffico verso i servizi di acquisti comparativi concorrenti e non può essere sostituito facilmente

- (20) La decisione conclude che il traffico dati di ricerca generica dalle pagine generali dei risultati di ricerca di Google, che sono la fonte del traffico non indirizzato verso i servizi di acquisti comparativi concorrenti, rappresenta una quota elevata del traffico verso tali servizi.
- (21) La decisione conclude inoltre che nessuna delle attuali fonti alternative di traffico di cui dispongono i servizi di acquisti comparativi concorrenti, compreso il traffico da AdWords, il traffico diretto e le applicazioni di telefonia mobile, può sostituire efficacemente il traffico dati di ricerca generica proveniente dalle pagine generali dei risultati di ricerca di Google.

Il comportamento di Google ha effetti potenzialmente anticoncorrenziali

- (22) La decisione conclude che il comportamento di Google ha una serie di effetti potenzialmente anticoncorrenziali.
- (23) In primo luogo il comportamento di Google è suscettibile di precludere ai concorrenti l'accesso al mercato dei servizi di acquisti comparativi, determinando un aumento dei costi per gli operatori commerciali, un incremento dei prezzi per i consumatori e una minore innovazione.
- (24) In secondo luogo il comportamento di Google è suscettibile di ridurre la capacità di accesso dei consumatori ai servizi di acquisti comparativi più pertinenti.
- (25) In terzo luogo il comportamento di Google avrebbe effetti potenzialmente anticoncorrenziali anche qualora i servizi di acquisti comparativi non costituissero un mercato del prodotto rilevante distinto bensì un segmento di un eventuale mercato del prodotto rilevante più ampio comprendente tanto i servizi di acquisti comparativi, quanto le piattaforme commerciali.

Giustificazioni o efficienze oggettive

- (26) La decisione conclude che Google non ha fornito elementi di prova verificabili atti a dimostrare che il suo comportamento è indispensabile per la realizzazione di efficienze e che non esistono alternative meno anticoncorrenziali in grado di produrre le stesse efficienze. Google inoltre non fornisce argomentazioni o elementi atti a dimostrare che le probabili efficienze determinate dal suo comportamento superano probabili effetti negativi sulla concorrenza e sul benessere dei consumatori nei mercati interessati.

Effetto sugli scambi

- (27) La decisione conclude che il comportamento di Google pregiudica in maniera sensibile gli scambi tra Stati membri e tra le parti contraenti dell'accordo SEE.

Durata

- (28) La decisione conclude che l'infrazione è stata commessa in ciascuno dei mercati nazionali rilevanti nel SEE dal momento in cui Google ha iniziato per la prima volta a favorire il proprio servizio di acquisti comparativi in tale mercato, ovvero:

- da gennaio del 2008 in Germania e nel Regno Unito;
- da ottobre del 2010 in Francia;
- da maggio del 2011 in Italia, nei Paesi Bassi e in Spagna;
- da febbraio del 2013 nella Repubblica ceca; e
- da novembre del 2013 in Austria, Belgio, Danimarca, Norvegia, Polonia e Svezia.

Misure correttive

- (29) La decisione conclude che Google è tenuta a porre fine all'abuso e ad astenersi da qualsiasi atto o comportamento avente oggetto o effetto identico o analogo.
- (30) Google ha 90 giorni di tempo a decorrere dalla data di notifica della decisione per attuare misure correttive intese a fare cessare l'abuso.

4. AMMENDA

- (31) L'ammenda inflitta a Alphabet Inc. e a Google Inc. per il comportamento abusivo posto in atto è calcolata sulla base dei principi fissati negli orientamenti del 2006 per il calcolo delle ammende inflitte in applicazione dell'articolo 23, paragrafo 2, lettera a), del regolamento (CE) n. 1/2003. La decisione conclude che l'importo finale dell'ammenda inflitta ad Alphabet Inc. e a Google Inc. è pari a 2 424 495 000 EUR.
-