

A Bizottság határozatának összefoglalója**(2008. március 11.)****egy vállalati összefonódásnak a közös piaccal és az EGT-megállapodás működésével összeegyeztethetőségének nyilvánításáról****(COMP/M.4731 – Google/DoubleClick ügy)****(Csak az angol nyelvű szöveg hiteles)****(EGT-vonatkozású szöveg)**

(2008/C 184/06)

A Bizottság 2008. március 11-én a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről szóló, 2004. január 20-i 139/2004/EK tanácsi rendelet ⁽¹⁾ (az EK összefonódás-ellenőrzési rendelete) – és különösen annak 8. cikke (1) bekezdése – értelmében összefonódási ügyben hozott határozatot. A határozat teljes szövegének nem bizalmas változata az ügy hiteles nyelvén megtalálható a Versenypolitikai Főigazgatóság honlapján, az alábbi címen:

http://ec.europa.eu/comm/competiton/index_en.html

I. BEVEZETÉS

2007. szeptember 21-én a Bizottság a 139/2004/EK tanácsi rendelet (a továbbiakban: összefonódás-ellenőrzési rendelet) 4. cikke szerint és a 4. cikk (5) bekezdése alapján tett bejelentést követően bejelentést kapott a Google Inc. (a továbbiakban: Google, Amerikai Egyesült Államok) által tervezett összefonódásról, amely szerint e vállalkozás részesedés vásárlása útján teljes irányítást szerez az összefonódás-ellenőrzési rendelet 3. cikke (1) bekezdésének b) pontja szerint a DoubleClick Inc. (a továbbiakban: DoubleClick, Amerikai Egyesült Államok) vállalkozás felett.

II. A FELEK

- A Google internetes keresőprogramot üzemeltet és online hirdetőfelületet biztosít saját, valamint (a Google „AdSense”-hez társult) partnerei weboldalain. Újabban, főként a YouTube megvásárlása révén, a Google internetes tartalmat is biztosít. A Google bevételei szinte teljes mértékben az online hirdetési tevékenységből származnak.
- A DoubleClick főleg hirdetés-kiszolgáló, -kezelő és jelentéstételei technológiát értékesít világszerte a webes megjelenítőknek, hirdetőknél és reklámügynökségeknek. Emellett szolgáltatásai körét jelenleg (hirdetécserélő) közvetítő-felülettel bővíti.

III. ÁTTÉTEL A 4. CIKK (5) BEKEZDÉSE ALAPJÁN

- A javasolt ügylet az összefonódás-ellenőrzési rendelet 1. cikkének (2) és (3) bekezdése értelmében nem közösségi léptékű. Az összefonódás-ellenőrzési rendelet 4. cikkének (5) bekezdése szerinti áttételi kérelmet követően azonban az összefonódás közösségi léptékűnek bizonyult.

IV. AZ ÉRINTETT TERMÉKPIACOK

- A Google fő tevékenysége online hirdetőfelület biztosítása. A határozatban megvizsgált lehető legszélesebb érintett termékpiac az általánosságban tekintett online hirdetések piaca. A Bizottság – az online hirdetés különféle formái (szöveges vagy nem szöveges (grafikus) hirdetések és/vagy kereső- vagy nem keresőhirdetések), illetve a különböző értékesítési csatornák (közvetlen vagy közvetett értékesítés, hirdetőhálózatokon vagy hirdetés-cserén keresztül történő értékesítés) alapján – megvizsgálta, hogy e piacot további alpiacokra kell-e osztani. A határozat azonban nem ad pontos meghatározást az érintett termékpiacról, mivel az ügylet a piac semmilyen lehetséges meghatározása tekintetében sem kelt versennyel kapcsolatos aggályokat.

- A DoubleClick grafikushirdetés-kiszolgálással (display ad serving) foglalkozik. A piaci vizsgálat rávilágít arra, hogy a grafikushirdetés-kiszolgáló technológia piaca és a szöveges-hirdetés-kiszolgáló technológia piaca nem ugyanaz. A grafikushirdetés-kiszolgáló technológiák piacát további alpiacokra lehet osztani, azaz ilyen szolgáltatások nyújtása hirdetőknél, illetve ilyen szolgáltatások nyújtása megjelenítőknél.

V. AZ ÉRINTETT FÖLDRAJZI PIACOK

- A határozat az EGT nemzeti vagy nyelvi határai szerinti földrajzi tagolódás alapján határozza meg az online hirdetések átfogó piacát. A közvetítést illetően a határozat megállapítja, hogy e feltételezett piac legalább az EGT-re kiterjed.
- Végül pedig a határozat meghatározza, hogy a grafikushirdetés-kiszolgáló technológiák egyrészt hirdetői, másrészt megjelenítők számára történő biztosításának piaca legalább az EGT-re kiterjed.

⁽¹⁾ HLL 24., 2004.1.29., 1. o.

VI. VERSENYJOGI ÉRTÉKELÉS

6.2. Horizontális hatások

6.1. A felek helyzete az érintett piacokon

9. A Google jelenleg egyrészt i. megjelenítőként: saját keresőoldalon, a Google.com-on (valamint annak nemzeti oldalain, pl. google.fr, google.it, stb.) keresztül; másrészt ii. hirdetési hálózatával (AdSense) közvetítőként tevékenykedik az online hirdetések piacán. E közvetlen és közvetett csatornákon keresztül a Google az EGT-ben vezető pozíciót tölt be az online hirdetések, és különösen a keresőhirdetési felületek piacán, piaci részesedése – a pontos piacmeghatározástól függően – mintegy (25–35 %) és (60–70) %.
10. A keresőhirdetések piacán a Google fő versenytársa a Yahoo! és a Microsoft, melyek piaci részesedése a Yahoo esetében világszinten mintegy (10–20) %, az EGT-ben pedig (0–10) %, a Microsoft esetében pedig világszinten és az EGT szintjén egyaránt mintegy (0–10) %. Az EGT-n belüli nem keresőhirdetésekre vonatkozó online hirdetési felület-közvetítés piacának további szereplői többek között a TradeDoubler, a Zanox (az Axel Springer csoport tagja), az AdLink, Interactive Media (a Deutsche Telekom csoport tagja), az Advertising.com és a Lightningcast (mindkettő az AOL/TimeWarner csoport tagja) és a Tomorrow Focus (a TradeDoubler esetében mintegy (10–20) %, a Zanox esetében mintegy (0–10) % és valamennyi többi szereplő esetében mintegy (0–10) % piaci részesedéssel).
11. A DoubleClick hirdetéskiszolgáló technológiát kínálja. A hirdető oldaláról tekintve a DoubleClick – (a Microsoft által nemrégiben megvásárolt) aQuantive/Atlas mellett – vezető szerepet tölt be az EGT hirdetéskiszolgáló piacán. Mindkettő mintegy (30–40) % piaci részesedéssel rendelkezik az EGT-ben. A megjelenítők oldaláról tekintve a piacvizsgálat adatai alapján a DoubleClick, mintegy (40–50) %-os piaci részesedésével vezető szerepet tölt be az EGT-ben, utána következik a (WPP reklámügynökség által nemrégiben megvásárolt) 24/7 Real Media/OpenAdStream kevesebb, mint (20–30) %-os, valamint az AdTech/AOL kevesebb, mint (10–20) %-os piaci részesedéssel.
12. E viszonylag magas piaci részesedések ellenére a DoubleClick piaci ereje korlátozott, hiszen a hirdetéskiszolgáló eszközök terén jelentős versenybe kerül a rivális szolgáltatókkal, amelyekhez az ügyfelek áremelkedés esetén átállhatnak. Míg a piac vizsgálata különféle válaszokat eredményezett az átállási költségek feltételezett szintje tekintetében, bizonyított, hogy az elmúlt években megjelenítők és hirdető nagy száma ténylegesen átállt a DoubleClick-ről más szolgáltatókra (és fordítva). A hirdetéskiszolgáló piac jelenlegi versenyképességét bizonyítja továbbá az is, hogy egy növekvő igényrel jellemezett időszakban jelentősen csökkent a DoubleClick hirdetői és megjelenítői részére értékesített termékeinek ára.
13. A DoubleClick emellett új hirdetéscsere tevékenységgel is kezd foglalkozni. E hirdetéscsere 2007. júniusában lépett a béta tesztelési fázisba. Az eddig végrehajtott ügyletek száma elhanyagolható, és teljes mértékű értékesítése egyébként sem valósult még meg.

14. A DoubleClick jelenleg nincs jelen az online felület biztosításának piacán, a Google pedig nem biztosít önálló hirdetéskiszolgáló eszközöket. Ezért a két társaság között nincs tényleges verseny.
15. A határozat megállapítja továbbá, hogy a javasolt ügylet nem kelt versennyel kapcsolatos aggályokat a Google és DoubleClick közötti potenciális verseny esetleges kiküszöbölése kapcsán. A DoubleClick's hirdetéscsere tevékenységéből még nem alakult ki jelentős piaci helyzet, de nem zárható ki, hogy amennyiben a DoubleClick független marad, fontos piaci szereplővé válhat a közvetítés piacán. Valószínű azonban, hogy kellő versenynyomást fenntartó, megfelelő számú egyéb versenytárs maradna a piacon az összefonódás után is, így a verseny nem ütközne jelentős akadályokba. E piac más szereplőivel összevetve úgy tűnik, hogy a DoubleClick-nek nem származik jelentős előnye abból, hogy a hirdetésközvetítés piacán a Google versenytársa.
16. A Google hirdetéskiszolgáló piacon történő jelenlétéből fakadó potenciális verseny tekintetében a határozat megvizsgálja azt a tényt, hogy a Google jelenleg fejleszt ki egy új hirdetéskiszolgáló terméket mind a hirdetőoldali, mind a megjelenítőoldali grafikus hirdetés-kiszolgálás céljából, ugyanakkor a határozat a potenciális verseny megszűnése körüli valamennyi kétséget eloszlat, mivel semmi jel sem mutat arra, hogy a Google új termékei – a piacon már jelenlevő számos egyéb szereplő termékeihez képest – jobb helyzetben lennének ahhoz, hogy a DoubleClick kapcsolódó termékeivel keljenek versenyre.

6.3. Nem horizontális hatások

6.3.1. Kizárás a DoubleClick hirdetéskiszolgálás piacán betöltött helyzete alapján

17. A Bizottság számos, az összefonódással létrejött társaság által esetlegesen alkalmazott kizárási stratégiát vizsgált meg a DoubleClick hirdetéskiszolgálás terén betöltött piaci helyzete alapján. E stratégiák között szerepel a) a DoubleClick termékek árának emelése a rivális hirdetőhálózatok megjelenítői és hirdetői számára vagy a DoubleClick termékek árának szelektív emelése azon ügyfelek számára, akik valószínűleg nem állnak át a hirdetéskiszolgáló eszközök más szolgáltatóira; b) gyengébb minőségű DoubleClick eszközök biztosítása a rivális hirdetőhálózatokban történő alkalmazás céljából; c) a DoubleClick eszközeinek összekapcsolása (tisztá vagy vegyes árukapcsolás révén) a Google közvetítő szolgáltatásaival; d) a hirdetéskiválasztási mechanizmus oly módon történő „finomhangolása”, hogy a hirdetéskiszolgálás az AdSense-t részesítse előnyben, és e) inputkizárás (azaz az értékesítés megtagadása vagy a versenytársak költségeinek emelése) a hirdetéskiszolgáló eszközök rivális hirdetőhálózatoknak történő értékesítése tekintetében.

18. A határozat mindezeket a kétségeket eloszlatja. Először is, a piacvizsgálat feltárta, hogy az összefonódással létrehozott társaság nem lesz képes sikeresen kizárni a hirdetéskiszolgálás piacán jelenlevő versenytársait, mivel a DoubleClick számos versenykorlátozással találja magát szemben és nem valószínű, hogy jelentős piaci erőt lesz képes gyakorolni.
19. Másodszor, ugyancsak korlátozottnak tűnik az összefonódással létrejött társaság ösztönöztsége az említett stratégiák alkalmazására. A hirdetéskiszolgáló eszközök áringadozása – bár nagy mértékű – nem valószínű, hogy jelentős hirdetőhálózatok közötti átállást von maga után, mivel a hirdetéskiszolgálás költsége csupán az online hirdetési költségek/hirdetői és megjelenítői bevételek csekély részét teszi ki. Ez valószínűleg csökkent bármilyen ösztönzést arra, hogy a DoubleClick alacsonyabb áron (sőt ingyen) kínáljon hirdetéskiszolgáló technológiát akkor, amikor azt az AdSense-szel közösen (azaz vegyes árukapcsolással) használják. Az egyszerű árukapcsolás (azaz a DoubleClick grafikus hirdetés-kiszolgáló technológiájának összekötése az AdSense általi közvetítéssel) nem valószínű, hogy profitáló, tekintettel az átállásra, amelyet maga után vonhat. A „finomhangolási” stratégia az összefonódással létrejött társaság szerződéses kötelezettségeinek megszegését jelentené ügyfeleivel szemben, amire valószínűleg fény derülne, ha azt jelentős mértékben alkalmazzák.
20. Végül pedig még ha e stratégiák összességét vagy bármelyikét sikeresen végre is hajtánák, továbbra sem valószínű, hogy az ügylet negatívan befolyásolja a versenyt, mivel az összefonódással létrejött társaság továbbra is számos, erős pénzügyi helyzetben lévő, vertikálisan integrált, azonos termékcsomagot kínáló versenytársal (ideértve a Microsoft-ot, Yahoo!-t, AOL-t és WPP-t) találja magát szemben.

6.3.2. Kizárás a Google keresőhirdetési és hirdetésközvetítési szolgáltatásokban betöltött piaci helyzete alapján

21. A keresőhirdetések biztosítása terén betöltött erős helyzetére tekintettel a Google megpróbálhatja e helyzetét a grafikus hirdetés-kiszolgálás piacára is kiterjeszteni azáltal, hogy keresőhirdetési (közvetítés) szolgáltatásainak felhasználóinak előírja, hogy készleteik összességéhez vagy egy részéhez a DoubleClick termékeit használják. A határozat e kétségeket is eloszlatja.
22. Már annak képessége is korlátozottnak látszik, hogy ilyen stratégia alkalmazásával ki lehet zárni a versenytársakat, mivel nagyon kevés olyan közös ügyfél van, amely keresőhirdető és keresőhirdetés-közvetítő szolgáltatásokat, valamint grafikus hirdetés-kiszolgáló technológiát egyaránt alkalmaz. Ezen túlmenően, a hirdetői oldalon gyakorlati ne-

hézségek is felmerülhetnek, mivel a termékcsomag két fontos részét nem értékesítik és nem árazzák egy időben.

23. Ezen felül, a piacvizsgálat megmutatta, hogy az összefonódással létrejött társaságot semmi nem ösztönözné arra, hogy ilyen stratégiát fogadjon el, mivel e stratégia valószínűleg nem eredményezne profitot.
24. Még ha azonban e stratégiák összességét vagy bármelyikét sikeresen végre is hajtánák, továbbra sem valószínű, hogy az ügylet negatívan befolyásolja a versenyt, mivel az összefonódással létrejött társaság továbbra is számos, erős pénzügyi helyzetben lévő, vertikálisan integrált versenytársakkal (ideértve a Microsoft-ot, Yahoo!-t, AOL-t és WPP-t) találja magát szemben, akiket nem valószínű, hogy ki lehet zárni.

6.3.3. Kizárás a Google és a DoubleClick eszközeinek összekapcsolása alapján

25. Végül pedig a DoubleClick és a Google eszközeinek egyszerű összekapcsolásával – különös tekintettel a két társaságnak az ügyfelek online viselkedéséről összeállított adatbázisaira és a jövőben létrehozható adatbázisokra – az összefonódással létrejött társaság esetleg olyan helyzetbe kerülhet, amelyet a versenytársak képtelenek létrehozni. Ezen összekapcsolódás eredményeként a Google versenytársai fokozatosan a küszöbre szorulnának, ami végül lehetővé tenné, hogy a Google emelje közvetítő szolgáltatásainak árát.
26. A piaci vizsgálat azonban feltárta, hogy e kétségek megalapozatlanok. A DoubleClick hirdetőkkel és megjelenítőkkel kötött szerződéseiből kifolyólag a DoubleClick a hirdetéskiszolgáló technológiái révén létrehozott adatokat csak az adott ügyfél javára használhatja fel. Nincs jele annak, hogy az összefonódással létrejött társaság olyan szerződéses módosításokat kötelezhetne ügyfeleire, amelyek ez utóbbiak adatainak jövőbeni kölcsönös felhasználását tennék lehetővé. Emellett a keresésekkel kapcsolatos adatok és a felhasználók webes böngészésével kapcsolatos adatok kombinációja ma már a Google számos versenytársa (pl. Microsoft és Yahoo) számára hozzáférhető.

VII. KÖVETKEZTETÉS

27. A határozat ezért megállapítja, hogy a tervezett összefonódás nem támaszt versennyel kapcsolatos aggályokat, amelyek következményeként a közös piacon vagy annak egy jelentős részén a hatékony verseny jelentősen korlátozódna. Következésképpen a Bizottság az ügyletet – az összefonódás-ellenőrzési rendelet 8. cikkének (1) bekezdésével, valamint az EGT-megállapodás 57. cikkével összhangban – a közös piaccal és az EGT-megállapodással összeegyeztethetőnek nyilvánította.