

Affaire C-233/23

Demande de décision préjudicielle

Date de dépôt :

13 avril 2023

Jurisdiction de renvoi :

Consiglio di Stato (Italie)

Date de la décision de renvoi :

7 avril 2023

Les requérants :

Alphabet Inc.

Google LLC

Google Italy Srl

En appel :

Autorité de la concurrence et du marché

Autres parties à la procédure :

Enel X Italia Srl et Enel X Way Srl

RÉPUBLIQUE ITALIENNE

Le Consiglio di Stato

section du contentieux (sixième chambre)

a prononcé la présente

ORDONNANCE

Sur le recours enrôlé sous le numéro [OMISSIS] de 2022, formé par Alphabet Inc. Google Llc et Google Italy S.r.l., [OMISSIS] ;

contre

Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, [OMISSIS] ;

en présence de

Enel X Italia S.r.l., [OMISSIS] ;

et avec l'intervention

ad opponendum de :

Enel X Way S.r.l., [OMISSIS] ;

en vue de la réformation du

jugement du Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio (tribunal administratif du Latium, Italie) n° [OMISSIS].

[OMISSIS] [*Formules de procédure*] ;

- 1 – Alphabet regroupe des activités de nature et dimension diverses, dont la plus importante relève de Google LLC ; Google Italy est la société italienne contrôlée par le groupe Google, principalement active dans la prestation de services en faveur d'autres entreprises du groupe.
- 2 – Google propose divers services en ligne et produits logiciels, y compris le système d'exploitation open source Android pour les appareils mobiles, que tout le monde peut utiliser sous licence et modifier, sans avoir à obtenir d'autorisation ni à payer de redevance.

2.1 – Étant donné qu'Android est principalement axé sur les dispositifs mobiles et qu'il nécessite donc des modifications pour pouvoir être adapté à son utilisation sur des automobiles, Google a développé Android Automotive OS (« AAOS »), un système d'exploitation intégré destiné à faire fonctionner les systèmes d'« infotainment » à bord des véhicules automobiles (c'est-à-dire les fonctions de la console centrale des automobiles). Tout comme le système d'exploitation Android, AAOS est mis à disposition gratuitement sous une licence open source.

Android Auto est, quant à elle, une application, lancée en 2015, développée pour les appareils mobiles fonctionnant avec le système d'exploitation Android, dans le but de permettre aux utilisateurs d'accéder à certaines applications sur leurs smartphones via l'écran intégré d'une voiture.

2.2 – Étant donné que les activités de test nécessaires pour s'assurer que chaque application peut être installée sur Android Auto sont des activités coûteuses qui peuvent prendre plusieurs mois, Google prépare des solutions pour des catégories entières d'applications sous la forme de « templates » [modèles], qui permettent

aux développeurs tiers de créer des versions de leurs applications compatibles avec Android Auto.

Fin 2018, ces « templates » n'étaient disponibles que pour les applications de médias et de messagerie, en vue de répondre aux besoins des utilisateurs en matière d'applications de navigation de haute qualité compatibles avec Android Auto, Google a également développé des versions de ses applications de cartographie et de navigation (c'est-à-dire Google Maps et Waze) compatibles avec Android Auto.

Dans certains cas, Google a également permis aux développeurs de créer des « custom apps », c'est-à-dire des applications personnalisées développées de façon à être compatibles avec Android Auto en l'absence d'un « template » préétabli.

- 3 – Enel X fournit des services de recharge de véhicules électriques et le groupe Enel gère plus de 60 % des bornes de recharge disponibles en Italie.

En mai 2018, Enel X a lancé l'application JuicePass, qui offre une série de fonctionnalités pour la recharge des véhicules électrique et, plus particulièrement, la recherche et la réservation de bornes de recharge sur une carte, le transfert sur Google Maps ou Apple Maps, de manière à permettre la navigation vers la borne de recharge sélectionnée, le lancement, l'interruption et la surveillance de la session de recharge et le paiement correspondant.

JuicePass est disponible pour les utilisateurs de smartphones Android et peut être téléchargé sur Google Play.

3.1 – Enel X a demandé à rendre JuicePass compatible avec Android Auto en septembre 2018. Google a écarté cette possibilité, se fondant sur le présupposé que les applications de médias et de messagerie seraient les seules applications tierces compatibles avec Android Auto.

[OMISSIS] [autres détails de fait] [L]e 21 décembre 2018, Enel X a demandé à Google une réponse définitive à sa demande d'accorder à JuicePass l'accès à Android Auto, en précisant que la version de JuicePass compatible avec Android Auto devrait inclure quatre fonctionnalités et, plus précisément, i) la recherche d'une borne de recharge compatible avec une voiture électrique donnée ; ii) la sélection de la borne de recharge sur une liste ; iii) la réservation de la borne de recharge et iv) le lancement de la session de recharge.

3.2 – Le 18 janvier 2019, Google a informé Enel X qu'au stade où en était le développement à ce moment, il n'était pas possible de publier JuicePass sur Android Auto, en donnant pour motif des raisons de sécurité ainsi que la nécessité d'allouer rationnellement les ressources nécessaires pour le développement demandé.

4 – Le 12 février 2019, la société Enel X a saisi l’Autorité de la concurrence en soutenant que le comportement de Google, consistant en son refus injustifié de permettre à JuicePass de fonctionner avec Android Auto, constituait une violation de l’article 102 TFUE.

4.1 – La procédure ayant été ouverte, Google a soumis à l’Autorité, le 29 novembre 2019, une proposition d’engagement visant à introduire un « template » pour les applications de navigation compatibles avec Android Auto, que l’Autorité a toutefois rejetée.

4.2 – Le 15 octobre 2020, Google a publié une version du « template » permettant la conception de versions bêta d’applications pour la recharge de voitures électriques compatibles avec Android Auto.

5 – Par sa décision [OMISSIS] du 27 avril 2021 [OMISSIS], l’Autorité de la concurrence et des marchés a jugé que le comportement de Google, consistant à entraver et à retarder la publication de l’application JuicePass, développée par Enel X, sur la plateforme Android Auto, constituait un abus de position dominante, en violation de l’article 102 TFUE.

5.1 – L’Autorité, par la décision précitée, a ordonné à Google de a) mettre fin aux comportements précités faussant la concurrence et s’abstenir à l’avenir d’adopter pareils comportements ; et de b) mettre en œuvre les obligations imposées à la section IX de la décision et, ainsi, qu’elle i) sorte la version définitive du « template » pour le développement d’applications pour la recharge électrique ; ii) procède au développement des éventuelles fonctionnalités indiquées comme essentielles par Enel X qui manqueraient dans le template final ; iii) transmette dans les 30 jours à l’Autorité une proposition de nomination de la personne chargée de la mise en œuvre et du contrôle des obligations précitées ; iv) permette à la personne chargée de la mise en œuvre et du contrôle des obligations, approuvée par l’Autorité, d’accéder à toutes les informations et à toutes les ressources nécessaires à l’accomplissement de la mission qui lui aura été assignée et lui prêter la collaboration et l’assistance susceptible d’être demandée ; et a c) infligé, solidairement, à Alphabet, Google LLC et Google Italy, une sanction pécuniaire administrative d’un montant total de 102.084.433,91 euros.

6 – Les sociétés requérantes ont attaqué cette décision devant la juridiction de première instance qui, par le jugement sous rubrique, a rejeté le recours dans son intégralité.

7 – Les sociétés requérantes en première instance ont fait appel de cette décision.

L’Autorité et Enel X Italia S.r.l. se sont constituées parties au litige et ont demandé le rejet du recours. Enel X Way S.r.l. est intervenue ad opponendum.

8 – L’affaire examinée concerne le refus allégué de Google de rendre disponible sur la plateforme Android Auto l’application JuicePass (anciennement appelée Enel X

Recharge), développée par Enel X Italia en vue de fournir des services liés à la recharge des voitures électriques.

L'Autorité soutient que Google, face à la demande d'Enel X Italia, n'a pas fourni les solutions informatiques appropriées et a ainsi entravé et retardé de manière injustifiée la disponibilité de l'application Enel X sur Android Auto.

8.1 – Selon l'Autorité, le comportement de Google présente une importance du point de vue de la protection de la concurrence et de la dynamique du marché en raison de la position dominante détenue par Google, qui joue un rôle central s'agissant de permettre les interactions et les transactions numériques et, plus particulièrement, s'agissant de permettre aux utilisateurs professionnels (en l'occurrence, les développeurs) d'accéder à l'audience des utilisateurs finaux d'applications.

Plus précisément, les types et les caractéristiques spécifiques des applications qui peuvent être publiées sur Android Auto, ainsi que le moment de la définition et de la fourniture des outils de programmation nécessaires, dépendent exclusivement de Google.

8.2 – L'Autorité estime que le comportement de Google présente également une importance du point de vue des ententes, en raison de la présence sur Android Auto de l'application propriétaire Google Maps. Il existerait en fait un espace où la concurrence est susceptible de s'exercer, où l'on trouve à la fois Google Maps (ainsi que d'autres applications de navigation) et l'application d'Enel X Italia (ainsi que d'autres applications de services liés à la recharge électrique), puisque les deux applications offrent des services de recherche et de navigation concernant les stations de recharge (concurrence réelle) et que, en outre, l'application d'Enel X Italia offre des fonctionnalités qui sont nouvelles, mais qui pourraient à l'avenir être intégrées dans Google Maps (concurrence potentielle) ; de plus, l'application d'Enel X Italia et Google Maps se feraient concurrence pour les utilisateurs et les données qu'ils génèrent.

8.3 – Pour ces raisons, l'Autorité estime que le refus de Google constitue un comportement par omission en ce qui concerne la « responsabilité spéciale » d'assurer l'interopérabilité d'Android Auto du point de vue des développeurs d'applications, en particulier en ce qui concerne la possibilité pour Enel X Italia de développer une version compatible de sa propre application JuicePass.

Compte tenu du chevauchement partiel entre Google Maps et JuicePass et du fait que Google Maps est intégré à Android Auto, alors que JuicePass en a été exclu, le refus de Google doit être replacé dans le contexte d'un refus d'interopérabilité (refus de contracter), qui a entraîné une violation du principe de l'égalité des conditions de concurrence, consistant en un avantage déloyal pour l'application propriétaire de Google au détriment de l'application de son concurrent Enel X Italia.

- 9 – Par son premier moyen, la requérante critique le jugement attaqué et la décision en vertu de laquelle il constate que Google avait une obligation de fourniture à l'égard d'Enel X, au sens du droit applicable en matière d'ententes.

Dans la présente affaire, selon la requérante, ne seraient pas réunies les conditions permettant de constater un refus abusif de fourniture, établies dans la jurisprudence citée dans la décision (arrêt du 17 septembre 2007, [Microsoft/Commission](#), T-201/04, EU:T:2007:289), par laquelle le Tribunal a jugé qu'une autorité de la concurrence ne pouvait imposer une obligation de fourniture, au sens du droit applicable en matière d'ententes qu'après avoir constaté qu'un certain nombre de conditions étaient « cumulativement » réunies, et plus précisément : i) l'obligation de fourniture doit porter sur un produit ou un service indispensable pour l'exercice d'une activité déterminée sur un marché voisin ; ii) le refus de fourniture doit être de nature à exclure toute concurrence sur ce marché ; et iii) le refus doit constituer un obstacle à l'apparition d'un nouveau produit.

Cela étant posé, la requérante fait valoir plus spécifiquement que :

- l'Autorité n'a jamais procédé à une analyse du caractère indispensable du produit et s'est limitée à affirmer que l'accès à Android Auto serait une « *condition indispensable pour que les développeurs tiers puissent proposer aux utilisateurs finaux des applications utilisables facilement et en toute sécurité lorsque ces mêmes utilisateurs sont au volant* » ;
- l'absence d'accès à Android Auto ne fait obstacle à aucune des fonctionnalités pour lesquelles JuicePass a été conçu ; en outre, la possibilité existe pour le conducteur de fixer son smartphone au tableau de bord de la voiture, par exemple au moyen d'une ventouse, et d'utiliser ainsi la version simplifiée des applications fournies par Android Auto sur l'écran de son smartphone, sans le projeter sur l'écran du véhicule ;
- l'absence d'accès à Android Auto n'a nullement empêché Enel X d'« exercer une concurrence efficace » dans le secteur des services de recharge électrique, puisque JuicePass a connu une croissance constante et significative et occupe une position de leader sur le marché ;
- il existe de nombreuses applications de recharge de véhicules électriques fonctionnant avec succès en Italie, en plus d'Enel X (NextCharge, PlugShare et ChargeMap, entre autres), ce qui confirme que l'accès à Android Auto n'était pas indispensable pour faire face à la concurrence.

9.1 – Par son deuxième moyen, la requérante fait valoir que le comportement de Google a toujours été correct et justifié par des considérations objectives et légitimes, et plus précisément :

- afin de permettre à JuicePass d'accéder à Android Auto, il était d'abord nécessaire de développer un « template » pour les applications de recharge des

véhicules électriques, de manière à assurer le plein respect des normes et les exigences réglementaires applicables en matière de sécurité de conduite ;

– au moment où Enel X a formulé sa demande initiale d'accès à Android Auto (septembre 2018), le « template » nécessaire n'existait pas et devait encore être développé, tandis que les solutions alternatives possibles (telles que le développement d'une application personnalisée comme pour Kakao) n'étaient pas réalisables en pratique ;

– le « template » a été produit par la suite, dans un délai tout à fait raisonnable, sachant que le travail d'ingénierie nécessaire au développement d'un modèle permettant l'accès à Android Auto prend inévitablement du temps ;

– l'Autorité n'a indiqué aucun élément à l'appui de son grief concernant le caractère prétendument déraisonnable du temps mis par Google pour développer le « template », compte tenu également du fait que la pandémie de Covid-19 a accru la complexité du travail et a impliqué la nécessité d'un plus long délai pour le développement.

9.2 – Par son troisième moyen, la requérante relève que la décision désigne deux marchés en amont sur lesquelles Google aurait une position dominante, à savoir le marché de la concession de licences pour les systèmes d'exploitation pour les dispositifs mobiles intelligents, sur lequel Google est active au travers de son système d'exploitation Android, et le marché des portails de vente d'applications pour Android (Android app store), sur lequel Google est active au travers de Google Play. Or, le comportement abusif allégué à l'encontre de Google concerne l'application Android Auto, qui doit être distinguée à la fois du système d'exploitation Android et de Google Play.

En d'autres termes, pour constater un abus de position dominante, la mesure aurait dû définir le marché pertinent sur lequel Android Auto opère, et constater qu'Android Auto est effectivement dominant sur ce marché, puisque ce qui importe en l'espèce, c'est précisément l'accès à Android Auto.

9.3 – Par son quatrième moyen, la requérante soutient que la décision s'est limitée à tort à l'identification d'un « environnement concurrentiel » dans lequel les applications de navigation seraient en concurrence avec les applications de recharge pour les voitures électriques, sans effectuer l'analyse nécessaire pour conclure qu'un tel « environnement concurrentiel » constituerait un marché pertinent au regard du droit de la concurrence.

Plus précisément, selon la requérante, il n'a été procédé, dans la décision, à aucune analyse de la prétendue substituabilité du côté de la demande et du côté de l'offre entre les applications de recharge électrique et les applications de navigation.

Pour cette raison, la décision doit être annulée dans la mesure où elle ne mentionne même pas l'existence d'un marché pertinent spécifique en aval, se contentant de parler d'un « environnement concurrentiel ».

9.4 – Par son cinquième moyen, la requérante fait valoir qu'il ne serait pas possible d'affirmer l'existence d'une relation de concurrence entre Google Maps et JuicePass, et ce d'un triple point de vue : i) réel, au sens d'une prétendue substituabilité entre les deux applications, en ce qui concerne la fonction de recherche de bornes de recharge et d'informations sur ces bornes pertinentes pour la recharge, puisque Google Maps et JuicePass n'exercent aucune pression concurrentielle l'un sur l'autre et sont en fait des services complémentaires l'un de l'autre ; ii) potentielle, sur la base de l'hypothèse que, à l'avenir, Google pourrait intégrer dans Google Maps (sur Android Auto) des fonctions de réservation et de paiement, ceci étant une simple conjecture, qui n'est pas de nature à satisfaire le standard de preuve développé par la jurisprudence européenne ; iii) en relation avec la collecte de données générées par les utilisateurs des services de recharge de voitures électriques, compte tenu également du fait que les données collectées par Google Maps et JuicePass sont de types différents.

9.5 – Par son sixième moyen, la requérante conteste le montant de l'amende [OMISSIS] [*Renvoi au droit italien, dépourvu de pertinence aux fins de la demande de décision préjudicielle*].

10 – L'Autorité, sur le plan général, répond que :

– dans un contexte dans lequel les plateformes numériques verticalement intégrées tirent parti de la position dominante qu'elles détiennent sur les marchés en amont pour asseoir leur domination sur les marchés en aval, connexes ou, comme dans le cas présent, naissants, la nécessité de garantir la concurrence doit tenir compte de l'extrême dynamisme des marchés numériques ;

– un tel dynamisme implique qu'au moment où le comportement est mis en œuvre, le marché affecté par celui-ci est en train d'évoluer, voire que le comportement lui-même influence l'évolution du marché et la dynamique concurrentielle qui s'y rattache ;

– sur les marchés numériques, l'extrême propension des opérateurs à élargir leur offre vers de nouvelles fonctionnalités fait que des services et des produits, jusqu'alors considérés comme appartenant à des marchés distincts, commencent à subir la pression concurrentielle des uns et des autres, c'est-à-dire que de nouvelles fonctions sont « incorporées » dans des produits préexistants dont les caractéristiques n'étaient pas jusqu'alors assimilables. Ce phénomène est encore plus fréquent et plus rapide sur les marchés « à plusieurs versants », où les intérêts à satisfaire proviennent de plusieurs groupes d'utilisateurs de la plateforme (pour saisir l'essence de ces phénomènes, la littérature économique utilise le concept d'« innovation spaces » [espaces d'innovation], en tant qu'espaces dans lesquels

les relations concurrentielles naissantes sont destinées à donner naissance à de futurs marchés) ;

– ignorer l’existence de ces environnements concurrentiels revient à ne pas appréhender les comportements anticoncurrentiels qui s’y déroulent et, partant, ne pas faire en sorte que les consommateurs puissent s’adresser à plus d’un interlocuteur, en bénéficiant de plus grandes possibilités de choix.

Pour ces raisons, selon l’Autorité, les objectifs de protection de la concurrence sur les marchés numériques requièrent l’application dynamique des normes logico-juridiques qui guident traditionnellement l’analyse des phénomènes d’ententes.

10.1 – Enel X souligne également que le comportement de Google – dont l’Autorité a établi qu’il s’agissait d’un cas de refus de contracter – présente certaines caractéristiques factuelles qui diffèrent des cas « traditionnels » de refus de contracter (tels que ceux cités par Google dans son recours), qui se sont manifestés dans un contexte économique différent de celui du numérique.

Plus spécifiquement, Enel X précise que

– elle n’a pas demandé à Google de conclure un accord, mais de lui accorder le plein accès (c’est-à-dire une interopérabilité complète) à l’égard d’un système qui est non seulement open-source, mais dont le succès découle précisément de la possibilité pour les utilisateurs-consommateurs d’accéder à des applications développées par des entreprises ;

– Google, par son refus, a choisi de configurer son produit (Android Auto) d’une manière qui empêche une interopérabilité totale avec une catégorie spécifique d’applications (celles pour la recharge, précisément) ;

– ce rejet a rompu l’égalité des conditions de concurrence, dès lors qu’il empêche Enel X de développer JuicePass pour Android Auto avec des fonctions similaires à celles de l’application propriétaire Google Maps, ni d’introduire des fonctions nouvelles et différentes en plus de celles déjà mises à disposition par Google Maps.

D’autre part, Enel X suggère que si Google a le pouvoir de décider du moment, des conditions et des modalités de diffusion, ce pouvoir ne peut aller jusqu’à entraver – de manière persistante et sans fournir de justifications objectives valables – l’innovation et le développement technique au détriment des utilisateurs-consommateurs. En effet, sur les marchés numériques, la capacité du produit gagnant à attirer à lui, non seulement la part dominante, mais même la quasi-totalité du marché est vertigineuse. Si JuicePass avait été soumis à tous les obstacles que Google voulait lui imposer (utilisation de l’application sur le smartphone avec le moteur éteint pour faire une réservation, allumage ultérieur pour recharger, etc.), cette application se serait retrouvée au dernier rang des préférences et des habitudes des consommateurs.

- 11 – L'article 102 TFUE ne contient pas de définition de l'abus, qui est un concept juridique général, et les énumérations au cas par cas contenues dans la même disposition sont simplement illustratives et ne représentent pas une liste exhaustive des différents types d'abus de position dominante interdits par le droit de l'Union. C'est pourquoi il appartient à l'interprète de ramener le cas concret au cas juridique abstrait, en tenant compte de la substance économique du phénomène, tel qu'il se présente dans le contexte économique de référence qui, en l'espèce, est conditionné par les caractéristiques des marchés numériques sommairement évoquées ci-dessus et bien décrites par les parties dans leurs mémoires en défense.

Cela étant dit, en l'espèce, compte tenu des effets que le comportement de Google est susceptible d'avoir dans le secteur économique particulier dans lequel il s'inscrit, il apparaît abstraitement susceptible de constituer un refus de fourniture abusif en violation de l'article 102 TFUE, pour les raisons suivantes :

a) il existe une situation de domination du marché, occupée par Google, sur Android et Google Play, puisqu'Android Auto n'est rien d'autre qu'une projection du système Android sur le système d'« infotainment » de la voiture ;

b) l'accès à Android Auto apparaît « indispensable » pour permettre à Enel X d'offrir aux utilisateurs finaux des applications utilisables facilement et en toute sécurité lorsque ces mêmes utilisateurs sont au volant, puisque l'application (utilisée pour la recharge électrique des véhicules) est de toute façon intrinsèquement liée à l'utilisation d'une voiture – qu'elle soit à l'arrêt ou en mouvement – dont Android Auto constitue le complément spécifique, à tel point que, pour autant qu'on le sache, les applications développées par les constructeurs automobiles sont présentes sur Android Auto. En ce sens, l'argument selon lequel l'application d'Enel X était en tout état de cause utilisable via un smartphone ne semble pas concluant, puisque, à suivre ce raisonnement, Android Auto – dont la fonction est de permettre aux utilisateurs d'accéder à certaines applications sur le smartphone via l'écran intégré de la voiture – n'est nécessaire pour aucune application (pas même les applications de messagerie et de médias), puisqu'il s'agit d'un outil (« smartphone projection app ») qui, par sa nature, ne tend qu'à rendre un produit existant mieux utilisable et non, au contraire, d'un outil indispensable dans l'absolu pour le fonctionnement d'autres produits ou services. Compte tenu des caractéristiques et de la fonction spécifique d'Android Auto, il semble que la notion de caractère indispensable doive se voir reconnaître concrètement une portée plus large que celle qui lui est traditionnellement reconnue dans la jurisprudence. Par ailleurs, il ne faut pas négliger le processus d'évolution numérique rapide, qui peut conduire à considérer comme « nécessaires » des produits ou des services qui, à l'origine, n'avaient été conçus que pour faciliter l'utilisation de biens déjà existants ;

c) le comportement de Google apparaît comme potentiellement de nature à éliminer la concurrence sur le marché, puisque, compte tenu des caractéristiques des marchés numériques, on peut faire valoir de manière crédible que si JuicePass

avait été définitivement exclu de l'accès à Android Auto, il aurait perdu de son intérêt pour les consommateurs ; en ce sens, le comportement dont il est fait grief est susceptible d'aboutir à un obstacle à la possibilité pour les utilisateurs de jouir d'un « meilleur » produit (voir le paragraphe précédent) pour lequel il existe une demande potentielle. Par ailleurs, compte tenu des particularités du contexte, la possibilité qu'une application « générique » existante (Google Maps) puisse intégrer les fonctions « spécifiques » de JuicePass ne semble pas du tout exclue (à cet égard, il ressort du dossier qu'une des solutions proposées par Google était d'intégrer la plupart des fonctions de JuicePass dans Google Maps). Le fait que, pendant la période au cours de laquelle le comportement sanctionné a eu lieu, JuicePass a été fréquemment téléchargé et utilisé ne semble pas revêtir l'importance que la requérante voudrait lui attribuer, si l'on considère que ce fait peut être mis en relation avec le développement croissant du marché de la mobilité électrique ;

d) le refus n'apparaît pas étayé par des justifications objectives réelles, étant donné que, même en considérant le délai nécessaire à la mise en œuvre de la solution technique, ce refus dépend substantiellement des choix commerciaux de Google, contre lesquels le demandeur d'accès à la ressource essentielle, que seul Google peut fournir, ne dispose d'aucun moyen de protection et d'interaction à l'égard de l'entreprise en position dominante. À cet égard, compte tenu des caractéristiques du secteur et du pouvoir de marché de Google, il apparaît concevable que, eu égard à la responsabilité particulière qui incombe à l'entreprise dominante, celle-ci soit tenue d'établir à l'avance des critères objectifs pour l'examen des demandes ainsi que le délai moyen nécessaire pour les satisfaire ;

e) L'identification du marché en aval ne peut qu'être affectée par les particularités du contexte de référence et par les caractéristiques d'Android Auto qui, comme on l'a dit, ne sert qu'à permettre une meilleure utilisation d'un produit existant ; en tout état de cause, la mesure a mis en évidence les effets du comportement abusif sur le marché en aval, dans lequel, dans une perspective dynamique, Google Maps peut être inclus (voir le point c), compte tenu du fait que, selon la jurisprudence, il suffit qu'en aval « *un marché potentiel, voire hypothétique, puisse être identifié* » (arrêt du 17 septembre 2007, *Microsoft/Commission*, T-201/04, EU:T:2007:289). D'un autre point de vue, l'identification d'un marché en aval délimité selon les critères traditionnels – comme un espace dans lequel l'offre et la demande se rencontrent, déterminant ainsi le prix du bien – n'apparaît pas correspondre pleinement aux particularités des entreprises en cause, l'utilisateur du bien ou du service ne payant pas une contrepartie sous la forme d'un prix, compte tenu également du fait que la décision prend en considération l'existence d'un espace de concurrence sur les utilisateurs et sur les données qu'ils génèrent.

- 12 – À la lumière des considérations qui précèdent, la jurisprudence citée par la requérante au soutien de ses conclusions (voir, parmi de nombreux autres, arrêt du 26 novembre 1998, *Bronner*, C-7/97, EU:C:1998:569), qui exprime des principes constants en matière de refus de contracter, ne semble pas immédiatement

applicable au cas d'espèce qui, comme indiqué, s'inscrit dans un modèle d'entreprise affecté par les particularités du fonctionnement des marchés numériques.

Selon la juridiction de céans, cette circonstance est de nature à justifier une interprétation souple des principes traditionnels, afin de saisir l'essence du phénomène et de rendre l'application concrète de l'article 102 TFUE conforme à l'esprit de cette disposition.

Pour ces raisons, la juridiction de céans estime nécessaire, compte tenu également de la demande de la requérante en ce sens et de l'obligation qui en découle pour la juridiction de dernier ressort, d'ordonner une demande de décision préjudicielle à la Cour au titre de l'article 267 TFUE sur les questions formulées par la partie (mémoire de Google du 7 mars 2023), telle que modifiées par la juridiction de céans (voir arrêt du 18 juillet 2013, [Consiglio Nazionale dei Geologi](#), C-136/12, EU:C:2013:489, selon lequel la juridiction de renvoi reste libre de reformuler dans les termes qu'elle estime corrects les questions à soumettre à la Cour, en ce qui concerne leur forme et leur contenu) :

a) « Aux fins de l'article 102 TFUE, l'exigence du caractère indispensable du produit faisant l'objet d'un refus de fourniture doit-elle être interprétée en ce sens que l'accès doit être indispensable à l'exercice d'une activité particulière sur un marché voisin, ou suffit-il que l'accès soit indispensable à une utilisation plus commode des produits ou services offerts par l'entreprise qui demande l'accès, en particulier lorsque le produit faisant l'objet du refus a essentiellement pour fonction de rendre plus facile et plus commode l'utilisation de produits ou de services déjà existants ? »

b) « Dans le cadre d'un comportement qualifié de refus de fourniture, peut-on considérer qu'il y a un comportement abusif, au sens de l'article 102 TFUE, dans un contexte où, en dépit de l'absence d'accès au produit demandé, i) l'entreprise qui demande l'accès était déjà active sur le marché et a continué à se développer sur ce marché pendant toute la période de l'abus allégué et ii) d'autres opérateurs concurrents de l'entreprise demandant l'accès au produit ont continué à opérer sur le marché ? »

c) « Dans le cadre d'un abus consistant à refuser l'accès à un produit ou à un service dont le caractère indispensable est allégué, l'article 102 TFUE doit-il être interprété en ce sens que l'inexistence du produit ou du service au moment de la demande de fourniture doit être prise en compte comme une justification objective du refus ou, à tout le moins, l'autorité de concurrence est-elle tenue de procéder à la vérification, sur la base d'éléments objectifs, du temps nécessaire à une entreprise dominante pour développer le produit ou le service dont l'accès est demandé, ou, au contraire, l'entreprise dominante, compte tenu de la responsabilité qu'elle a sur le marché, est-elle tenue d'informer le demandeur du temps nécessaire au développement du produit ? »

d) « *L'article 102 TFUE doit-il être interprété en ce sens qu'une entreprise dominante, qui détient le contrôle d'une plateforme numérique, peut être tenue de modifier ses produits ou d'en développer de nouveaux, afin de permettre à ceux qui le demandent d'accéder à ces produits ? Dans l'affirmative, une entreprise dominante est-elle tenue de prendre en considération les besoins généraux du marché ou les besoins de l'entreprise individuelle qui demande l'accès à l'intrant dont le caractère indispensable est allégué ou, à tout le moins, compte tenu de la responsabilité particulière qu'elle a sur le marché, l'entreprise dominante doit-elle établir des critères objectifs pour examiner les demandes qui lui sont adressées et pour les classer par ordre de priorité ?* »

e) « *Dans le cadre d'un abus consistant à refuser l'accès à un produit ou à un service dont le caractère indispensable est allégué, l'article 102 TFUE doit-il être interprété en ce sens qu'une autorité de concurrence est tenue de définir et d'identifier au préalable le marché pertinent en aval affecté par l'abus, et ce marché peut-il n'être même que potentiel ?* »

– [OMISSIS] [Formule procédurale]

Ainsi prononcé [OMISSIS] [le] 23 mars 2023 [OMISSIS] [composition de la chambre de la juridiction de renvoi]

DOCUMENT DE TRAVAIL