

UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento di Diritto Pubblico, Internazionale e Comunitario

Corso di Laurea in Diritto e Tecnologia

Anno Accademico 2023/2024

Abuso di posizione dominante da parte degli App Store digitali: il caso
Epic Games

Relatore: Professor Luca Sandrini

Laureando: Davide Bertanza

Indice

INTRODUZIONE	3
1. CAPITOLO 1: DEFINIZIONI	5
1.1 GLI ATTORI IN CAUSA	5
1.1.1 EPIC GAMES	5
1.1.2 APPLE	5
1.1.3 GOOGLE.....	6
1.2 PIATTAFORME E GLI APP STORE	6
1.3 EXCESSIVE PRICING	8
1.3.1 EXCESSIVE PRICING NEI MERCATI TRADIZIONALI	8
1.3.1 EXCESSIVE PRICING NEI MERCATI DIGITALI	9
1.4 TYING	10
1.5 MERCATO RILEVANTE	11
2. CAPITOLO 2: EPIC GAMES V. APPLE	13
2.1 ANTEFATTI	13
2.2 LA CAUSA	14
2.2.1 L'INGIUNZIONE RESTRITTIVA TEMPORANEA	14
2.2.2 L'INGIUNZIONE PRELIMINARE	15
2.3 LE ACCUSE DI EPIC E LA DIFESA DI APPLE	15
2.3.1 EPIC GAMES	15
2.3.2 APPLE	17
2.4 LA SENTENZA	18
3. CAPITOLO 3: EPIC GAMES V. GOOGLE	21
3.1 ANTEFATTI	21
3.2 LA CAUSA	21
3.2.1 INGIUNZIONE PRELIMINARE.....	21
3.3 LE ACCUSE DI EPIC E LA DIFESA DI GOOGLE	22
3.3.1 EPIC GAMES	22
3.3.2 GOOGLE.....	23
3.4 LA SENTENZA	24
4. CAPITOLO 4: LE CAUSE A CONFRONTO	25

4.1 COMPARAZIONE E DIFFERENZE TRA LE DUE CAUSE	25
4.1.1 ANTEFATTI E LE PRIME FASI DEI PROCEDIMENTI LEGALI	25
4.1.2 LE DIFFERENZE TRA LE DUE CAUSE E LE MOTIVAZIONI CHE HANNO PORTATO ALLE DUE SENTENZE	25
4.2 LE REAZIONI DEGLI ATTORI IN CAUSA	27
4.2.1 EPIC V. APPLE	27
4.2.2 EPIC V. GOOGLE	28
4.3 LE NOVITÀ INTRODOTTE DAL DMA E LEGGI SIMILI A LIVELLO GLOBALE	29
4.3.1 IL DMA E L'IMPATTO SUI SERVIZI APPLE E GOOGLE.....	29
4.3.2 L'IMPATTO DELLE DUE CAUSE A LIVELLO GLOBALE	30
CONCLUSIONE	32
Bibliografia.....	33
Documenti causa Epic Games v. Apple.....	33
Documenti causa Epic Games v. Google.....	34
Precedenti giudiziari, altre cause, leggi, regolamenti e altri documenti citati	34
Sitografia	36

INTRODUZIONE

Il lancio dell'App Store su iOS nel 2008 ha radicalmente trasformato il modo in cui gli utenti accedono e acquistano applicazioni, non solo nel mercato mobile, ma anche su desktop. Grazie alla sua interfaccia intuitiva, al vasto catalogo e alle rigorose politiche di controllo qualità, l'App Store, seguito poco dopo dall'Android Market (oggi Google Play Store), ha rivoluzionato l'intero settore, conquistando rapidamente una fetta sempre maggiore di mercato. Questo successo ha reso Apple e Google, aziende sviluppatrici dei due store, leader indiscussi nell'ecosistema delle applicazioni digitali.

Questa posizione di dominanza ha creato nel tempo sempre più lamentele nella comunità degli sviluppatori, culminando in un numero crescente di contenziosi legali e attirando l'attenzione delle autorità antitrust di tutto il mondo. Questa tesi si propone di analizzare le presunte pratiche abusive di questi due store, attraverso lo studio di due cause legali emblematiche: Epic Games v. Apple ed Epic Games v. Google. Questi due procedimenti legali vedono contrapposti Epic Games, sviluppatrice del videogioco Fortnite e leader nel settore videoludico, e i due colossi big tech americani accusati di monopolizzare e limitare il commercio in questi mercati, tramite pratiche tra cui tying ed excessive pricing.

Ho scelto questo argomento spinto da un interesse personale verso i servizi coinvolti nelle cause legali. Avendo utilizzato sia i giochi e le applicazioni di Epic Games, sia i servizi di Apple e Google, la rimozione di Fortnite da queste piattaforme ha catturato la mia attenzione. Essendo un giocatore regolare di Fortnite sia su desktop che su mobile, mi ha colpito il coraggio di Epic Games nello sfidare due giganti della tecnologia. All'epoca, queste cause erano particolarmente interessanti poiché rappresentavano uno dei primi casi in cui si discutevano direttamente le pratiche adottate dagli app store digitali, un tema fino al 2020 di scarso interesse per le autorità antitrust, nonostante questi servizi fossero utilizzati da milioni di utenti.¹ Inizialmente, ritenevo che Epic avesse basi solide e valide motivazioni per contestare le restrizioni imposte dai due store, in particolare nella causa contro Apple. Convinzioni che in parte sono venute meno, una volta analizzati nel dettaglio i due processi e in particolare le sentenze.

Questo lavoro è composto da quattro capitoli. Il primo capitolo introduce i concetti fondamentali, come gli attori coinvolti, il funzionamento degli app store digitali e le pratiche anticoncorrenziali analizzate alla luce della dottrina statunitense e comunitaria. Il secondo e il terzo capitolo analizzano nel dettaglio i due procedimenti legali, esaminando le accuse e le difese delle aziende, le strategie da esse adottate e infine i verdetti emessi dai tribunali. Il quarto e ultimo capitolo analizza infine le differenze principali tra i due procedimenti cercando inoltre di esaminare l'impatto che questi due processi hanno avuto a livello globale.

¹ Escludendo l'Unione Europea dove il DMA era già stato pianificato, sebbene come vedremo successivamente queste due cause abbiano comunque posto un'attenzione maggiore su questi temi.

Grazie a questa analisi si vedrà come le due cause intentate da Epic Games abbiano rappresentato un'importante sfida alle dinamiche di mercato degli app store digitali. Epic ha infatti intrapreso una battaglia legale sicuramente coraggiosa che ha tuttavia riscontrato delle difficoltà, in particolare nella causa contro Apple. Ad ogni modo, le due sentenze dei tribunali, seppur contrastanti tra di loro, hanno comunque fornito spunti importanti che vanno oltre la semplice risoluzione dei casi, gettando luce su questioni più ampie che riguardano l'intero settore.

1. CAPITOLO 1: DEFINIZIONI

Questo primo capitolo si pone l'obiettivo di definire innanzitutto chi sono gli attori in causa, cosa sono gli App Store, meccanismi di funzionamento e peculiarità. Inoltre, si analizzeranno le varie pratiche anticoncorrenziali emerse durante i due processi, confrontando la dottrina statunitense e quella comunitaria.

1.1 GLI ATTORI IN CAUSA

1.1.1 EPIC GAMES

Epic Games è una delle società di sviluppo principale nel settore dei videogiochi.² Inizialmente la sua fama era in gran parte dovuta al motore di gioco proprietario Unreal Engine, diventato uno standard sia per lo sviluppo di videogiochi, sia nell'ambito cinematografico per la creazione di effetti VFX. Epic, tuttavia, ha raggiunto l'apice della notorietà grazie al proprio gioco di enorme successo: Fortnite. Lanciato originariamente nel 2012, con la modalità PvE "Salva il mondo", Fortnite ha raggiunto una vasta popolarità nel 2017 con l'introduzione della modalità "Battle Royale", che consente di giocare online con milioni di giocatori.³ Nonostante la modalità "Battle Royale" sia gratuita, Epic Games ha implementato un sistema di acquisti in-app attraverso il quale i giocatori possono acquistare oggetti cosmetici, in gergo "skin", tramite la moneta virtuale del gioco, conosciuti come "V-bucks".

Questa pratica nota come "in-app Purchase" viene adottata da molti videogiochi e applicazioni simili ed è alla base del modello di monetizzazione di Fortnite.

Oltre ai giochi, Epic ha anche lanciato la piattaforma di distribuzione digitale Epic Games Store, che mira a competere con giganti del settore come Steam, negozio digitale di proprietà di Valve, software house americana anch'essa sviluppatrice di videogiochi. L'obiettivo di Epic è quello di guadagnare quote di mercato rispetto ai concorrenti offrendo una tariffa competitiva pari al 12 %, rispetto al 30% offerto da Steam, oltre a vantaggi per i consumatori come giochi gratuiti ed esclusive.

1.1.2 APPLE

Apple è tra le più grandi società del mondo per capitalizzazione azionaria. L'azienda americana opera sia nel mercato hardware, sia nel mercato software offrendo beni e servizi noti per la loro facile interconnessione e sicurezza. L'azienda, dal lato hardware, commercializza sia sistemi fissi come il Mac, sia sistemi mobili come iPhone e iPad. La società, inoltre, sui propri dispositivi mobili utilizza il sistema operativo proprietario iOS, un sistema chiuso che permette all'utente di installare applicativi solo dallo store proprietario di Apple, chiamato App Store. Questo, secondo l'azienda americana, rende il sistema operativo "invulnerabile" da attacchi

² Vedi [Statista. \(2022\). Video game studio and publisher brand popularity according to gamers in the United States as of August 2022. Statista.](#)

³ Vedi [Unreal Engine. \(2023\). Registered users of Fortnite worldwide from August 2017 to March 2023 \(in millions\). Statista.](#)

esterni poiché tutte le applicazioni devono prima passare il rigido controllo qualità dell'azienda di Cupertino.

1.1.3 GOOGLE

Google nasce in origine come motore di ricerca, affermandosi rapidamente come leader del mercato. La società offre una vasta gamma di servizi online e piattaforme, tra cui Google Maps, YouTube, Gmail e Google Drive. Inoltre, Google è il fornitore del sistema operativo Android, che domina il mercato globale degli smartphone.⁴ Questo sistema operativo, a differenza di iOS, non è chiuso, il che significa che ogni produttore di smartphone può installarlo sui propri dispositivi, inoltre l'utente finale è libero di utilizzare o meno i servizi accessori offerti da Google, come lo store di applicazioni Google Play. Google, similmente ad Apple, produce anche hardware, tramite la gamma di smartphone Google Pixel, avendo però una porzione di mercato piuttosto limitata.⁵

1.2 PIATTAFORME E GLI APP STORE

L'Apple App Store e il Google Play Store sono entrambi classificabili come piattaforme, definite come “ un'entità che permette interazione tra utenti e di generare valore tra essi”.⁶ Nella fattispecie gli App Store possono essere intesi come piattaforme digitali, ovvero collocate e accessibili in uno spazio virtuale da gruppi distinti di utenti chiamati “versanti” della piattaforma. Nel caso degli store di applicativi abbiamo due versanti principali:

- i consumatori, ovvero coloro che comprano e utilizzano le applicazioni presenti sull'app store;
- gli sviluppatori che invece pubblicano le proprie applicazioni e le rendono accessibili ai consumatori in modo gratuito o a pagamento.

La piattaforma, che si pone come intermediario, ha il compito di gestire e amministrare il servizio in cambio di una commissione.

Gli store digitali, essendo piattaforme, sfruttano e governano i cosiddetti “network effects”, in italiano effetti di rete, classificabili in diretti ed indiretti. Gli effetti di rete descrivono l'impatto che ha un utente aggiuntivo di un prodotto o servizio, rispetto agli altri utenti di quel prodotto o servizio. Quando gli utenti appartengono allo stesso versante si tratta di effetti di rete diretti, se invece l'influenza è su un altro versante si dice effetto di rete indiretto.⁷ L'effetto di rete può essere positivo, l'utente attrae altri utenti, oppure negativo, la presenza di un utente aggiuntivo disincentiva altri utenti ad unirsi alla rete.

⁴ Vedi <https://gs.statcounter.com/os-market-share/mobile/worldwide> [Dati agosto 2024].

⁵ Vedi IDC. (2024). [Global smartphone market share from 4th quarter 2009 to 1st quarter 2024, by vendor. Statista.](#)

⁶ Belleflamme, P., & Peitz, M. (2021). *The Economics of Platforms: Concepts and Strategy*. Cambridge University Press, pp.29.

⁷ Ivi pp.11-28.

Negli app store abbiamo effetti di rete diretti ed indiretti positivi in entrambi i versanti. Come si può vedere nella figura, un utente aggiuntivo nella categoria consumatori ha un'influenza positiva, sia nello stesso versante che in quello degli sviluppatori. Analogamente succede per gli sviluppatori che attraggono sia consumatori sia, in misura più contenuta, altri sviluppatori.⁸



Un altro aspetto caratterizzante delle piattaforme è quello della creazione di un equilibrato schema di prezzo (pricing), fondamentale per la prosecuzione del business. Esistono due tipi principali di tariffe (fees) che possono essere applicate:

- le cosiddette "Transaction fees" ovvero una tariffa che può essere fissa, pagata per ogni transizione effettuata o prodotto venduto, oppure espressa in percentuale, trattandosi quindi di una commissione;
- le "Membership fees" che invece sono un tipo di tariffa normalmente fissa, pagata una tantum oppure ricorrente, simile in parte ad una sorta di abbonamento.

La piattaforma dovrà poi trovare il giusto bilanciamento tra tipo di fee e a quale versante applicarla, in modo che il proprio business sia sostenibile e che la piattaforma sia appetibile agli occhi dei propri utilizzatori. Esistono ovviamente diverse modalità e dipende molto dalle caratteristiche della piattaforma in sé, anche servizi simili possono avere schemi di prezzo molto diversi.⁹

Per quanto riguarda gli app store, in particolare quelli oggetto di studio prima dell'applicazione del DMA,¹⁰ il metodo di pricing è basato su una transaction fee percentuale (commissione) applicata allo sviluppatore ad ogni transazione di beni digitali effettuati.

Una transazione di beni digitali si riferisce a qualsiasi bene o servizio virtuale acquistabile all'interno dell'applicazione. Pertanto, sono esclusi i beni fisici: ad esempio, un prodotto venduto su Amazon Marketplace o eBay non è soggetto a questa tassa da parte dell'app store. Fortnite, videogioco al centro del nostro caso di studio, è accessibile e utilizzabile gratuitamente dall'utente, all'interno del gioco è presente un negozio dove il giocatore può acquistare oggetti cosmetici, classificati come beni digitali, dalla cui vendita la piattaforma guadagna una percentuale.

⁸ Figura tratta da Belleflamme, P., & Peitz, M. (2021). *The Economics of Platforms: Concepts and Strategy*, Cambridge University Press, pp. 28.

⁹ Esempio eBay dove le commissioni sono totalmente a carico del venditore, viceversa per Subito e Vinted dove sono a carico dell'acquirente.

¹⁰ Il DMA ha indotto Apple e Google a cambiare le proprie politiche di tassazione che verranno trattate in seguito.

1.3 EXCESSIVE PRICING

L'excessive pricing è una pratica che consiste nell'applicare un prezzo definito ingiusto ed eccessivo, rispetto al prezzo equo del mercato.

Questa pratica è di difficile identificazione e valutazione tanto che non tutti i paesi la riconoscono direttamente come abusiva.¹¹

Il diritto antitrust statunitense,¹² ad esempio, segue una logica secondo cui i prezzi eccessivi dovrebbero essere eliminati naturalmente dalle dinamiche di mercato. Concetto ribadito in diverse cause¹³ che analizzano come il monopolista, che ha ottenuto quella posizione di dominanza senza aver escluso abusivamente altri competitor, non possa essere colpevole di "monopolizzare" e quindi di fissare il prezzo che il mercato può supportare.

Tuttavia, prezzi eccessivi possono comunque indicare delle problematiche di efficienza del mercato, o possibili posizioni dominanti abusive che devono essere trattate con appropriati mezzi, esistono infatti casi in cui l'autorità americana ha bloccato proposte di fusione tra aziende proprio per questi motivi.¹⁴

Al contrario, in Europa, l'excessive pricing è identificato come un metodo abusivo e definito dall'articolo 102 del TFUE come segue: *"È incompatibile con il mercato comune e vietato, nella misura in cui possa essere pregiudizievole al commercio tra gli Stati membri, lo sfruttamento abusivo da parte di una o più imprese di una posizione dominante sul mercato comune o su di una parte sostanziale di questo. Tali pratiche abusive possono consistere in particolare: a) nell'imporre direttamente od indirettamente prezzi d'acquisto, di vendita od altre condizioni di transazione non eque [...] c) nell'applicare nei rapporti commerciali con altri contraenti condizioni dissimili per prestazioni equivalenti, determinando così per questi ultimi uno svantaggio per la concorrenza"*.

Vengono inoltre sviluppati a livello giurisprudenziale una serie di criteri e benchmark per stabilire con chiarezza se il prezzo eccessivo sia abusivo e lesivo nei confronti dei consumatori e dei concorrenti.

1.3.1 EXCESSIVE PRICING NEI MERCATI TRADIZIONALI

La causa che stabilisce i parametri per la classificazione di questi criteri all'interno dell'Unione Europea è *United Brands v. Commission*.¹⁵

United Brands, nota principalmente per il marchio Chiquita, è un'azienda attiva nel settore della produzione e distribuzione delle banane. La Commissione Europea nel 1976 accusa *United Brands* di abuso di posizione dominante ed excessive pricing nel mercato delle banane, in particolare confrontando i prezzi praticati da *United Brands* con quelli dei suoi concorrenti e

¹¹ Comitato per la concorrenza dell'OCSE nel 2011, i prezzi eccessivi praticati dalle imprese dominanti sono considerati una violazione del diritto della concorrenza in tutti i Paesi OCSE tranne cinque (Stati Uniti, Canada, Messico, Australia e Nuova Zelanda).

¹² Katsoulacos, Y., & Jenny, F. (2018). Excessive pricing and competition law enforcement. In *International law and economics*, Springer, pp. 7-9.

¹³ Vedi [Blue Cross and Blue Shield United of Wisconsin v. Marshfield Clinic](#).

¹⁴ Vedi proposta di fusione tra [Staples e Office Depot\(1997\)](#).

¹⁵ Vedi [United Brands Company and United Brands Continentaal BV v Commission of the European Communities](#).

con i prezzi del prodotto stesso in mercati geografici diversi. La Commissione trova United Brands colpevole di pratiche anticoncorrenziali e le infligge una multa di 850.000 unità di conto, pari a 3 077 000 fiorini olandesi.¹⁶

Viene inoltre stabilito un benchmark applicabile in casi simili, il test prevede due passaggi:

*Excessiveness (Eccessività): La prima fase del test consiste nel verificare l'effettiva eccessività del prezzo applicato dall'azienda dominante. Ciò avviene comparando i costi di produzione del bene con il prezzo e valutando se il margine di profitto ottenuto sia eccessivo.*¹⁷

*Unfairness (Iniquità): Qualora il prezzo risultasse eccessivo, la seconda fase impone di valutare se esso sia anche "iniquo", ovvero ingiustificato in sé o rispetto ai prezzi praticati dai concorrenti. Questo viene verificato valutando prodotti simili venduti da concorrenti o lo stesso prodotto in mercati geografici affini.*¹⁸

Inoltre, in base alle caratteristiche del caso affrontato al test si possono aggiungere altri elementi per valutare l'abusività della pratica, come l'impatto su consumatori e mercato, durata e sostenibilità nel tempo.

1.3.1 EXCESSIVE PRICING NEI MERCATI DIGITALI

Per quanto riguarda i business digitali l'applicazione del benchmark sviluppato per United Brands può non essere sempre efficace. Vanno infatti considerate delle caratteristiche proprie delle piattaforme digitali, come effetti di rete, prezzi sbilanciati a favore di uno dei versanti. Il test può essere comunque adattato suddividendolo in due punti:

- analisi comparativa tra prezzo e il costo del servizio offerto, tenendo conto della ripartizione del costo tra i vari versanti e del cambiamento di esso nel tempo. Il costo inoltre non deve essere inteso solo come monetario, ma anche il costo derivante ad esempio dalla condivisione di dati da parte degli utenti;¹⁹
- analisi comparativa con prezzi dei concorrenti, tenendo conto del settore, mercato geografico e tipologia di piattaforma, fattori da tenere in attenta considerazione per non produrre risultati fuorvianti.²⁰

Utilizzando questa metodologia si riesce a capire con maggiore chiarezza se effettivamente il prezzo può risultare eccessivo tenendo conto delle caratteristiche proprie delle piattaforme.

Le due cause oggetto di studio²¹ sono un esempio di excessive pricing nelle piattaforme digitali, infatti, Epic Games lamentava un'eccessiva onerosità della commissione pari al 30% imposta dalle due società americane.

¹⁶ Ibidem.

¹⁷ Cfr. Marinova, M. (2023). Unmasking excessive pricing: evolution of EU law on excessive pricing from United Brands to Aspen. *European Competition Journal*, 20(2), pp. 315-339.

¹⁸ Ibidem.

¹⁹ Vedi Caso [Bundeskartellamt v. Facebook](#).

²⁰ Cfr. Bostoen, F. (2019). Online platforms and pricing: Adapting abuse of dominance assessments to the economic reality of free products, *Computer Law & Security Review*, 35(3), pp. 263-280.

²¹ [Epic Games vs Apple](#) e [Epic Games vs Google](#).

1.4 TYING

Un'altra pratica abusiva che Epic Games ha lamentato, in particolare nella causa contro Apple, è il tying. Il tying è una pratica che si concretizza quando una parte vende un prodotto chiamato "tying product" a condizione che il consumatore compri un prodotto separato noto come "tied product". In questo modo il soggetto non può comprare o utilizzare il primo bene o servizio senza acquistare il secondo.²² Questa pratica pregiudica la concorrenza, consentendo ad un'impresa con potere di mercato di privilegiare prodotti o servizi in un mercato distinto.

Il tying viene regolato sia negli Stati Uniti sia in Europa qualora la sua applicazione risultasse abusiva.

Negli Stati Uniti la legge federale tenta di prevenire i comportamenti anticoncorrenziali, proibendo alle imprese con un sufficiente potere di mercato di sfruttare questa pratica abusiva.²³

Ovviamente il tying non può essere sempre considerato una pratica abusiva²⁴, nei casi giurisprudenziali sono state sviluppate due metodologie per l'identificazione: l'illegalità "per se" e lo standard "rule of reason".²⁵ L'approccio "per se" si applica alla condotta che, di per sé, ha un effetto talmente dannoso sulla concorrenza da far presumere che violi le leggi antitrust, senza la necessità di un'indagine approfondita sul presunto danno.²⁶

La procedura "rule of reason" effettua invece un'attenta analisi che prende in considerazione una serie di fattori tra cui l'impatto sulla concorrenza nel mercato rilevante, i possibili benefici per i consumatori e per l'efficienza economica complessiva, nonché la presenza o meno di un potere di mercato da parte dell'azienda coinvolta. Una volta conclusa l'analisi, si stabilisce l'abusività del tying svolgendo un bilanciamento tra effetti anticoncorrenziali e i benefici portati al mercato e ai consumatori.²⁷ Nella pratica l'applicazione delle due metodologie tende a confondersi, poiché i tribunali spesso combinano elementi dei due approcci.

Una delle cause più rilevanti per quanto riguarda il tying all'interno dei mercati digitali è sicuramente *United States v. Microsoft Corporation*. La causa inizia nel 1998 quando il Dipartimento di giustizia Statunitense accusa Microsoft di comportamenti anticoncorrenziali, sostenendo che l'azienda stesse consolidando la sua posizione di monopolio nel mercato dei sistemi operativi, Windows, applicando un tying abusivo con altri suoi prodotti, in particolare il browser proprietario Internet Explorer, danneggiando così sia concorrenti come Netscape sia i

²² Sullivan, E. T., & Harrison, J. L. (2019). *Understanding antitrust and its economic implications* (7th ed.). Carolina Academic Press. pp. 205-228.

²³ Vedi *U.S. v. Microsoft Corp.*, 253 F.3d 34, 85 (D.C. Cir. 2001).

²⁴ Vedi *Jefferson Par. Hosp. Dist. No. 2 v. Hyde*, 466 U.S. 2, 11 (1984) ("It is clear, however, that not every refusal to sell two products separately can be said to restrain competition.").

²⁵ Emma, C. S. (2021). *Epic Games v. Apple: Tech-Tying and the Future of Antitrust*. *Loyola of Los Angeles Entertainment Law Review*, 41, pp. 215-224.

²⁶ Lemley, M. A., & Leslie, C. R. (2008). *Categorical analysis in antitrust jurisprudence*. *Iowa Law Review*, 93, pp. 1207-1214.

²⁷ *Supra* nota 25.

consumatori.²⁸ Microsoft, che aveva rischiato di essere smembrata in due aziende separate,²⁹ raggiunge infine un accordo con il DOJ accettando di modificare alcune delle sue pratiche commerciali e di concedere ai produttori di computer maggiore flessibilità nella scelta del software da includere con Windows oltre a fornire informazioni tecniche agli sviluppatori di terze parti per migliorare l'interoperabilità con il sistema operativo.³⁰

In Europa il tying è considerato un abuso ai sensi del già citato art 102 TFUE in particolare, secondo la norma, la pratica è definita come “ *la conclusione di contratti subordinati all'accettazione da parte delle altre parti di obbligazioni supplementari che, per loro natura o secondo gli usi commerciali, non hanno alcun legame con l'oggetto di tali contratti*”.³¹

Il tying viene inoltre regolato nel DMA che si pone come obiettivo quello di limitarlo con norme specifiche oltre a prevedere metodi di identificazione dell'abusività più efficaci e veloci, con sanzioni già definite per chi dovesse violare le disposizioni.

Nel nostro caso Epic accusa Apple di applicare un tying abusivo, costringendo lo sviluppatore ad utilizzare il loro sistema di fatturazione IAP (tied product) per qualsiasi transazione sul App Store (tying product).³²

Analogamente ad Apple, Epic Games accusa anche Google di effettuare tying, tra Play Store e Google Play Billing (GPB), il sistema di fatturazione di Google.³³

1.5 MERCATO RILEVANTE

Nei capitoli successivi, che analizzeranno nel dettaglio le due cause, il concetto di mercato rilevante verrà spesso citato. La corretta e precisa formulazione del mercato rilevante è necessaria per una giusta applicazione delle leggi antitrust, sia in caso di presunti abusi di posizione dominante o accuse di monopolio, sia nel caso debba essere valutata un'acquisizione o una fusione tra aziende.

La definizione di mercato rilevante è composta dall'unione di mercato rilevante geografico e di mercato rilevante di prodotto.

Il mercato rilevante di prodotto è così definito in Unione Europea: “ *Il mercato rilevante del prodotto comprende tutti i prodotti che i clienti considerano intercambiabili o sostituibili rispetto al prodotto o ai prodotti dell'impresa o delle imprese interessate, sulla base delle caratteristiche dei prodotti, dei loro prezzi e dell'uso cui sono destinati, tenendo conto delle condizioni della concorrenza e della struttura dell'offerta e della domanda sul mercato*”.³⁴

Il mercato geografico rilevante invece: “ *comprende l'area geografica nella quale le imprese interessate forniscono e acquistano prodotti rilevanti, caratterizzata da condizioni di concorrenza sufficientemente omogenee per consentire di valutare gli effetti della condotta o della concentrazione oggetto di indagine e che può essere*

²⁸ Vedi [U.S. v. Microsoft Corp., Civil Action No. 98-1232 \(TPJ\), No. 98-1233 \(TPJ\) \(D.D.C. Sep. 14, 1998\)](#).

²⁹ Vedi [United States v. Microsoft Corp., 97 F. Supp. 2d 59 \(D.D.C. 2000\)](#).

³⁰ Vedi [U.S. v. Microsoft Corp., 253 F.3d 34 \(D.C. Cir. 2001\)](#).

³¹ Cfr. Maziarz, A. (2013). Tying and bundling: applying EU competition rules for best practices. *International Journal of Public Law and Policy*, 3(3) pp. 263–275.

³² Vedi [Epic Games v. Apple, Document 1](#), pp. 53.

³³ Vedi [Epic Games v. Google, Document 341](#), pp. 75.

³⁴ Vedi [2024 Draft Market Definition Notice](#).

*distinta dalle altre zone geografiche in particolare poiché in esse sussistono condizioni di concorrenza sensibilmente diverse”.*³⁵

L'importanza e la complessità nella definizione del mercato rilevante hanno portato nel tempo alla formulazione di precise linee guida in modo da rendere la procedura più semplice e uniforme possibile. Tra i primi paesi a introdurre delle indicazioni ufficiali troviamo gli Stati Uniti, dove a partire dagli anni '80 sono state create dal DOJ e dal FTC le “ Merger Guidelines”.³⁶ Queste sono delle linee guida per la valutazione delle fusioni tra aziende, all'interno delle quali è stabilito il processo per l'identificazione del mercato rilevante.

Analogamente in Unione Europea nel 1997, tramite una comunicazione della Commissione Europea, è stato creato un documento simile, chiamato Draft Market Definition Notice, che mira a definire il concetto di mercato rilevante nel contesto di applicazione del diritto UE in materia di concorrenza.³⁷

Entrambe queste linee guida sono state modificate nel tempo per adeguarsi meglio ai nuovi mercati emergenti, in particolare quelli digitali nei quali la definizione di mercato rilevante è più complessa a causa della natura dei servizi e prodotti presenti.

La procedura utilizzata nell'analisi del mercato rilevante è relativamente simile nelle due linee guida.³⁸

In primo luogo si procede con l'identificazione del prodotto, o servizio principale, e viene quindi effettuato il test SSNIP (Small but significant and non-transitory increase in price).

Il test consiste nell'ipotizzare un incremento dei prezzi del 5-10% per il prodotto in questione e osservare se i consumatori passerebbero a prodotti alternativi. Se una significativa porzione di consumatori cambia scelta a causa dell'aumento di prezzo, il mercato rilevante viene esteso per includere anche questi prodotti alternativi, fornendo così una valutazione più precisa del potere di mercato dell'impresa.

Una volta determinata l'ampiezza del mercato identificato si passa all'analisi di esso tramite dati qualitativi; tra questi, ad esempio, sono valutate le preferenze dei consumatori tramite ricerche e studi, l'omogeneità di prodotti trattati, la trasparenza del mercato e infine barriere di ingresso e costi di switch.

Terminate queste due fasi si valuta il mercato geografico, il quale varia in base all'operatività dell'azienda e al diverso ordinamento giuridico delle nazioni in cui il prodotto o servizio è commercializzato. Ad esempio, nella causa Epic Games v. Google la Cina è esclusa dalla definizione poiché sia i servizi Google che Epic sono limitati da barriere legali e normative presenti, risultando quindi residuale l'importanza di tale mercato.³⁹

³⁵ Ibidem.

³⁶ Vedi [DOJ and FTC Merger Guidelines, December 18 2023](#).

³⁷ Supra nota 34.

³⁸ La principale differenza sta nel fatto che le linee guida americane sono pensate per la valutazione di operazione di M&A, includendo anche il test HHI (Indice di Herfindahl-Hirschman). Tuttavia, l'identificazione e valutazione del mercato è pressoché identica, utilizzando in entrambi il test SSNIP e variabili qualitative simili.

³⁹ Vedi *Epic Games v. Google*, [Document 341](#), pp 19 e 26, confermato nella sentenza vedi [Document 606](#).

2. CAPITOLO 2: EPIC GAMES V. APPLE

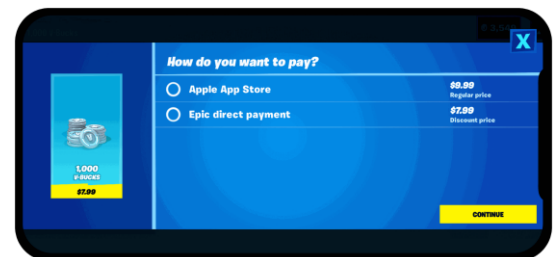
Questo secondo capitolo si pone l'obiettivo di presentare la causa tra Epic Games e Apple analizzando gli antefatti, i motivi che hanno portato alla causa, le ragioni delle due aziende e infine la sentenza emessa dal tribunale.

2.1 ANTEFATTI

Fortnite, come già detto in precedenza, viene inizialmente pubblicato nel 2012 raggiungendo l'apice del successo a partire dal 2017 con la pubblicazione della modalità Battle Royale, che attrae milioni di giocatori e di conseguenza enormi entrate monetarie.⁴⁰ Epic Games, forte dell'enorme successo ottenuto su piattaforme desktop e console, decide a partire dal 2018 di pubblicare il videogioco anche su dispositivi mobili sia Android che iOS. La scelta sembra essere in contrasto con le dichiarazioni del CEO di Fortnite, Tim Sweeney, che a più riprese critica aspramente le politiche degli store digitali e in particolare la tariffa del 30% richiesta da essi per gli acquisti in-app ritenendola eccessiva,⁴¹ tuttavia l'ingresso nel mercato mobile è di estrema importanza per il gioco sia a livello di ricavi che di popolarità. Nel 2019 Epic crea il "Project Liberty" un hotfix che inseriva nel codice del gioco la possibilità di bypassare il sistema di fatturazione, in-app Purchase (IAP) di Apple. In concomitanza la software house americana sviluppa anche "Epic Mega Drop" un piano per diminuire il prezzo della moneta presente in Fortnite (V-bucks) del 20% in alcune piattaforme in cui il gioco è disponibile, andando a dichiarare quindi guerra a Google e Apple.

Nel giugno 2020 Epic Games prova a contrattare un accordo speciale con Apple per ridurre la commissione sugli acquisti in app, senza però raggiungere un'intesa.⁴²

Il 13 agosto, infine, Epic pubblica nella versione mobile l'hotfix sviluppato nel 2019, dando la possibilità ai giocatori di scegliere tra usare il sistema di pagamento proprietario, Epic direct payment, a fronte di un 20% di sconto, oppure continuare ad utilizzare il sistema di pagamento di Apple (IAP), pagando il prezzo precedente.



Il comportamento di Epic games, in violazione dei contratti stipulati con Apple (DPLA), porta quest'ultima a rimuovere Fortnite dall' App Store. Epic in risposta dà il via ad una campagna marketing contro Apple, pubblicando un video chiamato "Nineteen Eighty-Fortnite". Il video, parodia del famoso spot "1984" di Apple, presenta un mondo distopico, in riferimento all'omonimo romanzo di George Orwell, controllato da una figura autoritaria chiamata "Big Brother", chiaramente ispirata alla società di Cupertino.

⁴⁰ Vedi [Unreal Engine. \(2023\). Registered users of Fortnite worldwide from August 2017 to March 2023 \(in millions\). Statista.](#)

⁴¹ Interviste rilasciate nel [2017](#) e nel [2020](#).

⁴² Vedi <https://www.cnn.com/2020/08/21/apple-says-epic-games-ceo-wanted-a-side-deal-for-fortnite.html>.

2.2 LA CAUSA

Lo stesso giorno della pubblicazione del Progetto Liberty, il 13 agosto 2020, Epic Games avvia un'azione legale contro Apple presso lo United States District Court for the Northern District of California presieduto dal giudice Yvonne Rogers Gonzales, accusando Apple di comportamenti anticoncorrenziali in particolare “ *Il querelante Epic Games, Inc. ("Epic Games") intenta questa azione contro Apple Inc. ("Apple"), sostenendo violazioni dello Sherman Act, del Cartwright Act della California e della legge sulla concorrenza sleale della California relativa alle politiche dell'App Store di Apple. Nello specifico, Epic Games contesta il sistema di acquisto in-app ("IAP") di Apple attraverso il quale Apple prende il 30% e impedisce inoltre al suo gioco, Fortnite, di offrire il proprio IAP al di fuori del sistema Apple* ”.⁴³

2.2.1 L'INGIUNZIONE RESTRITTIVA TEMPORANEA

Apple, dopo la rimozione di Fortnite, il 17 agosto informa Epic Games che il suo account sviluppatore verrà eliminato, questo non solo impedisce ad Epic di poter pubblicare altri videogiochi o applicazioni, ma soprattutto revoca la possibilità di accesso agli strumenti sviluppatori (SDK), rendendo quindi impossibile l'accesso e la modifica dell'Unreal Engine, motore grafico sviluppato da Epic su cui si basano molti videogiochi terzi. Epic quindi presenta una mozione presso la corte chiedendo un'ingiunzione restrittiva temporanea nei confronti di Apple, questo strumento ha lo scopo di mantenere lo status quo in attesa della sentenza, prevenendo danni irreparabili e considerando eventuali interessi pubblici.⁴⁴ Epic in particolare chiede alla corte che venga ripristinato Fortnite sull'App Store e l'accesso agli strumenti sviluppatori.

Nella decisione datata 24 agosto 2020 la giudice Gonzales in parte accoglie e in parte respinge il reclamo di Epic.

Per quanto riguarda Fortnite, la corte respinge la mozione sostenendo che il danno irreparabile deve “essere causato dal proprio avversario”.⁴⁵ Epic Games infatti ha volontariamente introdotto l'hotfix per il bypass dell'IAP e quindi violato il contratto DPLA.⁴⁶ La giudice, inoltre, dopo un'attenta analisi, sostiene che l'interesse pubblico, in questo caso espresso dai giocatori di Fortnite su iOS, di vedere il gioco ripristinato su App Store, non sia comunque sufficiente ad avallare la richiesta.⁴⁷

La seconda parte del reclamo, riguardante l'accesso agli SDK, è invece accolta dalla corte, la quale motiva la decisione sostenendo che i contratti riguardanti gli SDK non sono stati violati da Epic e che il possibile danno provocato, qualora Epic prevalesse nella causa, è sufficiente ad accogliere la richiesta. Inoltre, un'analisi dell'interesse pubblico mostra come l'Unreal Engine sia di estrema importanza per l'industria videoludica e che un suo mancato sviluppo avrebbe conseguenze negative per sviluppatori terzi e per il mercato in generale.⁴⁸

⁴³ Vedi *Epic Games v. Apple*, [Document 48](#), pp.1.

⁴⁴ Ivi, pp 2-8.

⁴⁵ Vedi *Second City Music, Inc. v. City of Chicago*, 333 F.3d 846 (7th Cir. 2003) cit. da *Epic Games v. Apple*, [Document 48](#),pp.5.

⁴⁶ Supra nota 44.

⁴⁷ Ibidem.

⁴⁸ Ibidem.

A seguito della decisione della corte, Apple blocca l'account sviluppatore di Epic Games, garantendo, come deciso dal tribunale, l'accesso agli SDK e quindi all'Unreal Engine.

L'ingiunzione temporanea rimarrà in vigore fino a quando la corte non emetterà un'ordinanza sulla mozione di ingiunzione preliminare.

2.2.2 L'INGIUNZIONE PRELIMINARE

Epic Games, il 4 settembre 2020, dopo l'ingiunzione restrittiva temporanea⁴⁹ e il blocco dell'account sviluppatore da parte di Apple il 28 agosto, deposita presso il tribunale l'ingiunzione preliminare nella quale chiede alla corte di ripristinare l'accesso a Fortnite tramite l'App Store e di impedire il blocco degli strumenti sviluppatore, in particolare per l'Unreal Engine.⁵⁰

L'ingiunzione preliminare è così definita nel diritto americano *“È così ben stabilito da non richiedere la citazione dell'autorità che la funzione abituale di un'ingiunzione preliminare è quella di preservare lo status quo ante litem in attesa di una decisione dell'azione nel merito”*.⁵¹

La corte conferma la decisione presa nell'ingiunzione restrittiva temporanea,⁵² negando a Epic la possibilità di un ritorno di Fortnite su App Store e accogliendo invece la richiesta per quanto riguarda gli SDK, utilizzando le medesime argomentazioni usate nell'ingiunzione temporanea del 24 agosto. L'ingiunzione ha efficacia immediata e rimarrà in vigore fino alla fine del processo.

A termine del procedimento è inoltre stato deciso, in comune accordo tra Epic, Apple e la giudice, che il processo si sarebbe svolto senza giuria, stabilendone l'inizio a maggio 2021.

2.3 LE ACCUSE DI EPIC E LA DIFESA DI APPLE

Prima di analizzare la sentenza emessa dal giudice Gonzales è opportuno esaminare le accuse di Epic Games e la difesa di Apple, confrontando inoltre la distinzione marcata tra i mercati di prodotto rilevanti individuati dalle due aziende.

2.3.1 EPIC GAMES

Nella causa presentata il 13 agosto Epic Games articola le proprie accuse nei confronti di Apple, suddividendole in dieci reclami, in parte simili tra loro,⁵³ che trovavano campo di applicazione in tre leggi statunitensi: lo Sherman Act, legge federale di riferimento in materia antitrust, il California's Cartwright Act,⁵⁴ legge statale simile allo Sherman Act ma con una

⁴⁹ Ibidem.

⁵⁰ *Epic Games v. Apple*, [Document 118](#).

⁵¹ *Tanner Motor Livery, Ltd. vs Avis, Inc.*, 316 F.2d 804, 808 (9° Circle 1963), cit. da *Epic Games v. Apple*, [Document 118](#), pp.18.

⁵² Supra nota 44.

⁵³ Alcuni reclami esempio il terzo e il settimo sono uguali tra loro dal punto di vista dell'accusa l'unica differenza sta nella legge di applicazione, Epic si riferisce prima allo Sherman Act, legge di riferimento, per poi presentare la medesima accusa sulla base della legge Californiana, che ha uno spettro di applicazione più ampio.

⁵⁴ Vedi Cal. Bus. & Prof. Code §§ 16700.

portata e profondità più ampia, e infine il California's Unfair Competition Law, legge statale che proibisce le pratiche commerciali "illegali, sleali o fraudolente".⁵⁵

Prima di procedere all'analisi dei vari punti di accusa è necessario riportare la definizione di mercato rilevante fornita da Epic Games.

Epic, infatti, individua tre mercati di prodotto distinti divisi in un foremarket e due aftermarket, che possono essere definiti come segue "Un "foremarket" è "un mercato in cui c'è concorrenza per un prodotto di lunga durata" da cui deriva "la domanda per un secondo prodotto". Un "mercato post-vendita" è il "mercato del secondo prodotto". Ex. Esperto 1 (Evans) ¶ 40. Ad esempio, i rasoi sono il mercato principale delle lamette usa e getta, che è il mercato post-vendita."⁵⁶

Epic, nella fattispecie, identifica come "foremarket" il sistema operativo iOS, con due mercati post-vendita(aftermarket) collegati: quello della distribuzione di applicazioni, App Store, e quello delle transazioni in-app, IAP.

La prima serie di accuse che Epic muove nei confronti di Apple sono quelle in violazione della sezione 2 Sherman Act⁵⁷ che comprendono il mantenimento illegale del monopolio ingaggiando una condotta competitiva nei due aftermarket identificati e il rifiuto di contrattare una risorsa essenziale nel sottomercato della distribuzione app su iOS.⁵⁸

La seconda parte di accuse che Epic presenta riguarda la violazione della sezione 1 dello Sherman act⁵⁹ e del Cartwright Act.⁶⁰ Queste includono la restrizione del commercio tramite restrizioni anticompetitive contenute negli accordi DPLA nei due mercati post-vendita identificati, nonché l'applicazione di un tying abusivo tra la piattaforma di distribuzione app iOS App Store (tying product) e IAP (tied product).

La software house articola in diversi punti il modo in cui la condotta di Apple sia anticompetitiva ai sensi delle due sezioni dello Sherman Act, in particolare:⁶¹

- Apple non consente di scaricare su iOS applicazioni da fonti terze o da altri app store, oltre ad obbligare lo sviluppatore ad utilizzare IAP comportando un generale aumento dei prezzi delle app per i consumatori;
- la pratica precedentemente citata consente ad Apple di mantenere la propria commissione al 30% cosa che in presenza di concorrenza non sarebbe possibile;

⁵⁵ California's UCL vedi CA Bus & Prof Code § 17200.

⁵⁶ Vedi *Epic Games v. Apple*, [Document 812](#), pp. 45.

⁵⁷ Vedi 15 U.S. Code § 2.

⁵⁸ Il rifiuto di contrattare nel diritto antitrust statunitense avviene quando un monopolista si rifiuta di trattare un'infrastruttura/risorsa essenziale con un altro competitor. Perché questa pratica sia definita illegale deve essere innanzitutto presente una posizione monopolistica, inoltre la risorsa deve essere definita come essenziale, ovvero non può essere ragionevolmente duplicata dal produttore o non devono essere presenti alternative valide. Vedi esempio [Aspen Skiing v. Aspen Highlands Skiing](#), 472 U.S. 585 (1985).

⁵⁹ Vedi 15 U.S. Code § 1.

⁶⁰ Supra nota 53.

⁶¹ Questi punti esprimono le restrizioni imposte da Apple nei DPLA che Epic ritiene anticompetitive, sia per le accuse di monopolio (Sezione 2) sia per le accuse di restrizione del commercio(Sezione 1). Come si vedrà in seguito per essere ritenute valide dovranno essere sottoposte al test rule of reason.

- la commissione ha un effetto negativo sui consumatori che sono spinti a spendere di meno;
- l'eccessività della commissione comporta un disincentivo all'investimento in innovazione da parte degli sviluppatori.

La terza accusa, che Apple sottopone alla corte, è quella di concorrenza sleale nei mercati post-vendita identificati, in violazione del California's UCL. Secondo Epic, infatti, le clausole presenti all'interno del contratto tra Apple e lo sviluppatore (DPLA) sono sia illegali che sleali, in particolare le clausole anti-steering che impediscono allo sviluppatore di informare lo sviluppatore di sistemi di fatturazione alternativi a IAP.⁶²

2.3.2 APPLE

Apple risponde alle accuse di Epic Games riguardo al monopolio definendo un mercato rilevante diverso da quello identificato dalla software house americana. Apple individua come mercato rilevante quello dei videogiochi digitali, composto a sua volta da quattro sottomercati: il mercato mobile, ad esempio App Store e Google Play Store, quello dei videogame desktop, come quelli distribuiti da Steam o Epic Games Launcher stesso, Console, Playstation, Xbox e Nintendo Switch e infine i videogiochi cloud-based⁶³ accessibili da servizi come Nvidia GeForce Now o Microsoft XCloud.⁶⁴

Per quanto riguarda invece le accuse di condotta anticompetitiva, Apple basa la difesa su due punti principali.

Il primo è la questione di sicurezza del sistema iOS; il fatto che esso sia un sistema chiuso che lo rende virtualmente "invulnerabile" da attacchi esterni. iOS può essere inteso come un sistema "sandbox" dove l'utente può scaricare applicazioni che hanno prima passato un rigido controllo di sicurezza, inoltre IAP, che non è un prodotto separato ma una delle funzioni di App Store e quindi di iOS, è un sistema centralizzato dove il soggetto è maggiormente protetto da frodi e possibili furti.⁶⁵

iOS è quindi sinonimo di qualità, privacy e affidabilità, e uno dei vantaggi competitivi dei prodotti Apple che ne ha decretato il successo. Inoltre, è anche il motivo per cui all'interno del DPLA sono presenti delle clausole che tutelano il consumatore da sistemi di fatturazione meno sicuri.

Il secondo punto è quello riguardante l'eccessività della commissione: secondo Apple, infatti, la commissione del 30% è innanzitutto lo standard del settore⁶⁶ e riflette il giusto valore che gli sviluppatori ottengono dall'App Store. App store, infatti, è una piattaforma popolata da un

⁶² Vedi *Epic Games v. Apple*, [Document 1](#), Count 10, pp. 61.

⁶³ I servizi di cloud gaming, di recente introduzione, sono servizi in cui il giocatore tramite il browser o un'applicazione accede al videogioco senza che l'elaborazione avvenga sul proprio dispositivo ma attraverso il server della compagnia che offre il servizio. Esempio <https://www.nvidia.com/it-it/geforce-now/>.

⁶⁴ Cfr. Moreno Belloso, N. (2021). *Epic Games v. Apple: A Case Summary*.

⁶⁵ Ibidem.

⁶⁶ Molti app store anche con quote di mercato ridotti applicano una commissione del 30%, esempio Samsung Store. Vedi <https://seller.samsungapps.com/help/termsAndConditions.as>.

miliardo di utenti, nota per la sua sicurezza e affidabilità, cose di cui lo sviluppatore beneficia e che quindi giustificano la commissione. L'apertura a sistemi di pagamento terzi renderebbe molto difficile per Apple implementare una commissione, provocando un danno anche per i consumatori, il che giustifica le clausole contrattuali.

2.4 LA SENTENZA

La sentenza del giudice Gonzales arriva il 10 settembre 2021 e vede prevalere Apple in nove dei dieci punti presentati da Epic Games. La corte definisce un mercato di prodotto diverso da quello proposto dalle due aziende, analizzando le accuse sulla base delle tre leggi già citate.

Mercato rilevante e accuse di monopolio ai sensi della Sezione 2 dello Sherman Act

La sezione 2 dello Sherman Act è così definita: *“La sezione 2 vieta alle persone di “monopolizzare, o tentare di monopolizzare, o combinarsi o cospirare con qualsiasi altra persona o persone, per monopolizzare qualsiasi parte degli scambi o del commercio tra i vari Stati o con nazioni straniere”*.⁶⁷

La corte, nell'analisi del mercato rilevante, nota come, sebbene le applicazioni distribuite su App Store siano di diversa natura, i ricavi vengano in larghissima parte da transazioni in-app su videogiochi.⁶⁸ La corte, quindi, considera la definizione di Apple più attinente infatti il mercato rilevante è sicuramente quello delle transazioni in-game ma solamente su dispositivi mobile come smartphone e tablet. Sono quindi esclusi i mercati console e desktop che presentano delle meccaniche diverse e, sebbene in parte competano con il mercato mobile, rimangono distinti. Medesimo ragionamento viene fatto per la console mobile Nintendo Switch e per i servizi di cloud gaming, quest'ultimi prodotti di recente introduzione ancora poco sviluppati. Nel mercato rilevante definito dalla corte, Apple ha una porzione di mercato pari al 57,1%:⁶⁹ questa percentuale non è ritenuta monopolistica ai sensi dello Sherman Act, la giudice infatti sostiene che il successo Apple non possa essere definito illegale. Inoltre Epic Games fallisce nel provare secondo il test rule of reason i diversi punti di accusa di condotta anticompetitiva.⁷⁰ Anche l'accusa di rifiuto di contrattare una risorsa essenziale cade, poiché non rispetta gli standard di identificazione definiti:⁷¹ Apple infatti non ha potere monopolistico ed Epic fallisce nel provare che iOS sia una risorsa essenziale.

⁶⁷ Perché il comportamento sia considerato illegale l'attore deve dimostrare (1) il possesso di un potere di monopolio nel mercato rilevante, (2) l'acquisizione o il mantenimento intenzionale di tale potere e (3) un danno antitrust causale. Il test rule of reason per la sezione 2 è essenzialmente simile a quello effettuato per la sezione 1. Vedi [FTC v. Qualcomm Inc.](#), 969 F.3d 974, 992 (9th Cir. 2020).

⁶⁸ Vedi Epic Games v. Apple, [Document 812](#), pp.1- il 70% dei ricavi di app store vengono da giochi mobile, stime effettuate da documenti interni forniti da Apple.

⁶⁹ Ivi, pp. 57 – Calcolato dalla corte a partire da documenti interni di Apple.

⁷⁰ Essendo la tesi di condotta anti-competitiva di Epic basata sulle stesse restrizioni (Vedi nota 61) sia per le accuse di restrizione del commercio (Sezione 1) che per quelle di monopolio (Sezione 2), il test fallisce per gli stessi motivi illustrati successivamente.

⁷¹ Supra nota 58.

La posizione dell'azienda di Cupertino, tuttavia, viene comunque vista dal tribunale come al limite del monopolio e i suoi "margini di profitto estremamente elevati"⁷² possono essere un segno di potere monopolistico.

Epic Games, infatti, a parere della giudice, non si è concentrata abbastanza sull'argomento, fornendo una definizione di mercato rilevante inesatta e incompleta e con prove a sostegno dell'accusa non sufficienti a ritenere valide le accuse presentate.

Accuse di restrizione del commercio e tying ai sensi della sezione 1 dello Sherman Act e del California's Cartwright Act⁷³

La sezione 1 dello Sherman Act è così definita: *"La sezione 1 vieta ogni contratto, associazione sotto forma di trust o altro, o associazione a delinquere, finalizzata alla limitazione degli scambi o del commercio tra più Stati, o con le nazioni straniere"*.⁷⁴

Secondo la corte Epic fallisce nel provare che le policy di Apple(DPLA) restringano il commercio sia per quanto riguarda la distribuzione app sui iOS, sia per quanto riguarda le transazioni in-app.

Innanzitutto Epic non riesce a dimostrare che il DPLA sia un accordo, essendo esso un contratto unilaterale in cui le parti accettano una serie di clausole che lo sviluppatore deve rispettare per distribuire giochi su iOS.

La corte procede comunque all'esame del secondo elemento e, dopo un'attenta analisi secondo lo standard rule of reason, non ritiene anticompetitive ed illegali le restrizioni individuate da Epic.⁷⁵

La giudice, infatti, concorda in parte con Apple riguardo le preoccupazioni sull'apertura di iOS a livello di sicurezza poiché ciò potrebbe comportare a una perdita di valore dei prodotti stessi e una riduzione di qualità per i consumatori.

Viene inoltre stabilito che Apple abbia diritto a richiedere una commissione per il servizio offerto e che richiederlo tramite l'utilizzo di IAP sia il metodo più coerente e semplice.

La giudice mette comunque in luce dei problemi nella difesa di Apple: il 30% di commissione non trova alcuna base per essere definito uno standard e l'IAP non fornisce effettivamente nessun vantaggio allo sviluppatore.

Anche l'accusa di tying, alla luce dell'analisi "per se" e "rule of reason",⁷⁶ non può essere considerata illegale. Epic, infatti non riesce a dimostrare che IAP sia un prodotto "standalone", poiché esso è integrato all'interno di iOS e non venduto separatamente in un secondo momento.

⁷² Vedi Epic Games v. Apple, [Document 812](#), pp.1.

⁷³ Come già descritto nel commento 53, Epic presenta reclami simili sotto le due leggi; tuttavia, la corte respinge le accuse giustificandole con le medesime ragioni che verranno spiegate per la Sezione 1 dello Sherman Act.

⁷⁴ Poiché il comportamento sia ritenuto illegale l'attore deve dimostrare (1) l'esistenza di un accordo e (2) che l'accordo è una restrizione irragionevole del commercio (Secondo test rule of reason supra nota 61).

⁷⁵ Supra nota 61 e 74.

⁷⁶ Procedura descritta nel precedente capitolo nella [sottosezione tying](#).

Competizione sleale ai sensi del California's Unfair Competition Law

L'ultima accusa di Epic riguardo la concorrenza sleale è analizzata ai sensi della California's UCL che è così definita: *“La legge sulla concorrenza sleale della California vieta le pratiche commerciali che costituiscono “concorrenza sleale”, definita, nella parte rilevante, come “qualsiasi attività illegale atto o pratica commerciale sleale o fraudolenta”. Per presentare un reclamo, l'attore deve (1) stabilire una perdita o una privazione di denaro o proprietà sufficiente a quantificare effettivamente come pregiudizio e (2) dimostrare che tale danno economico è stato il risultato della pratica commerciale sleale”*.⁷⁷

La corte analizza l'accusa sotto due aspetti: l'illegalità e la slealtà della pratica. Se nella prima le considerazioni di Epic non sono ritenute valide, nella seconda, dopo l'utilizzo di un test apposito, ha visto la software house americana prevalere.

Il test è suddiviso in due punti: il tethering test, per il quale è necessario provare che le azioni dell'accusato siano direttamente connesse a un danno alla concorrenza o a una violazione delle leggi antitrust, e il balancing test, dove si cerca di quantificare se i benefici delle azioni dell'accusato superano i danni causati alla parte lesa.

La corte dichiara che Epic in questo caso è riuscita a provare la colpevolezza di Apple e impone a quest'ultima il divieto di impedire agli sviluppatori di reindirizzare i propri clienti a metodi di pagamento alternativi a IAP, tramite tasti multimediali, link o il semplice informare il consumatore.

La controcausa

La sentenza infine tratta la controcausa presentata da Apple che accusava Epic Games di aver violato il contratto. La giudice stabilisce che Epic Games abbia volontariamente violato il DPLA che, sebbene in parte illegale, rimane comunque valido. Apple ha il diritto di terminare il contratto e quindi rimuovere Fortnite dall'App Store. La corte inoltre stabilisce un risarcimento di 12.167.719 USD ovvero il 30% di commissione spettante ad Apple che Epic ha trattenuto nei mesi in cui l'Epic direct payment era disponibile.

⁷⁷ Cfr. Moreno Beloso, N. (2021). *Epic Games v. Apple: A case summary*. Moreno Beloso, Natalia, Epic Games v. Apple: A Case Summary (October 11, 2021).

3. CAPITOLO 3: EPIC GAMES V. GOOGLE

Nel seguente capitolo si analizzerà la causa tra Epic Games e Google: le motivazioni, le accuse di Epic Games, la difesa di Google e la sentenza del tribunale statunitense.

3.1 ANTEFATTI

Epic Games, come già trattato in precedenza, dopo il successo ottenuto da Fortnite decide di entrare a partire dal 2018 nel mercato mobile. Inizialmente Epic decide di pubblicare Fortnite su Android solo tramite il proprio store sito web proprietario. Android, infatti, a differenza di iOS, permette di fare sideloading, ovvero di scaricare applicazioni da fonti esterne a Google Play Store, Epic in questo modo riesce ad aggirare la commissione del 30% imposta dalla società californiana. Tuttavia, sin dal lancio, gli utenti riscontrano problemi di sicurezza, vengono infatti creati numerosi cloni malevoli del gioco atti a truffare gli utenti, costringendo quindi Epic Games a bloccare la distribuzione tramite il proprio sito web e a distribuire il gioco sulla piattaforma di Google.

Il 13 agosto 2020, in concomitanza con quanto accaduto con iOS, Epic dà il via al Project Liberty introducendo l'hotfix anche sulla versione Android del gioco. Questo comporta la rimozione del gioco da Google Play Store. Fortnite rimane comunque accessibile su Android tramite Epic Games Launcher, scaricabile dal sito di Epic Games.

3.2 LA CAUSA

A seguito della messa in atto del Project Liberty e alla rimozione di Fortnite da Play Store, Epic avvia un'azione legale contro Google presso il United States District Court for the Northern District of California. Il processo è presieduto dal giudice James Donato ma, a differenza della causa contro Apple, la decisione è affidata ad una giuria. L'accusa principale di Epic Games è

la seguente: *“Epic avanza dei reclami ai sensi delle Sezioni 1 e 2 dello Sherman Act e ai sensi della legge della California per porre fine alle restrizioni monopolistiche e anticoncorrenziali di Google in due mercati separati: (1) il mercato per la distribuzione di app mobili a utenti Android e (2) il mercato per l'elaborazione dei pagamenti per i contenuti digitali all'interno App mobili Android. Epic cerca di porre fine alle azioni sleali, monopolistiche e anticoncorrenziali di Google in ciascuno di questi mercati, che danneggiano i produttori di dispositivi, le app sviluppatori, distributori di app, processori di pagamento e consumatori”*.⁷⁸

3.2.1 INGIUNZIONE PRELIMINARE

IL 28 aprile 2022 Epic presenta una mozione per un'ingiunzione preliminare atta a prevenire la rimozione da parte di Google di Bandcamp, servizio musicale acquistato da Epic durante la causa. La controversia si risolve il 20 maggio 2022 quando Google accetta di *“rimuovere, eliminare dall'elenco, rifiutare di elencare o rendere in altro modo non disponibile l'app Bandcamp sul Google Play Store (“Google Play”), né Google rifiuterà, ritarderà irragionevolmente o rifiuterà di distribuire gli aggiornamenti dell'app Bandcamp, sulla base del fatto che l'app Bandcamp o gli aggiornamenti dell'app offrono acquisti in-app di beni o servizi digitali tramite mezzi diversi dal sistema di fatturazione di Google Play”*.⁷⁹

All'interno del procedimento, a differenza di quanto accaduto nella causa precedente, non vengono presentate altre mozioni per ordinanze restrittive sia per quanto riguarda il ripristino di

⁷⁸ Vedi *Epic Games v. Google*, [Document 1](#), pp 2(3).

⁷⁹ Vedi *Epic Games v. Google*, [Document 252](#), pp 2-4.

Fortnite, che su Android rimane accessibile, sia per il blocco degli SDK, in quanto Google non blocca l'account di Epic.

3.3 LE ACCUSE DI EPIC E LA DIFESA DI GOOGLE

Prima di analizzare la sentenza emessa dalla giuria è appropriato esaminare le accuse di Epic Games e la difesa di Google, confrontando la distinzione di mercato di prodotto rilevante identificato dalle due aziende.

3.3.1 EPIC GAMES

Epic nei tre atti di citazione⁸⁰ presenta un totale di 13 reclami ai sensi delle tre leggi già citate nella sentenza precedente:⁸¹ lo Sherman Act, il California's Cartwright act e il California's UCL adottando la stessa strategia utilizzata contro Apple.⁸²

Nella definizione di mercato rilevante fornita da Epic Games, l'azienda suddivide l'analisi in un primo mercato principale e due sottomercati. Il primo è il "Merchant Market", ovvero il mercato dei sistemi operativi mobile, liberamente installabili dagli OEM. Questo mercato non viene direttamente citato nelle accuse, ma essendo esso dominato da Android⁸³ è di estrema importanza, secondo Epic, per capire come Google "efficacemente monopolizzi" gli altri due sottomercati identificati.⁸⁴ Questi due mercati rilevanti sono il mercato della distribuzione di applicazioni su Android, nel quale Google opera tramite Play Store, e il mercato delle transazioni in-app su android, tramite GPB.

La prima accusa che Epic presenta è quella di mantenimento del potere monopolistico ingaggiando una condotta anticompetitiva nei due sottomercati identificati, in violazione della sezione 2 dello Sherman Act.

La seconda accusa che Epic muove nei confronti di Google è quella di restrizione della concorrenza tramite la stipula di uno o più accordi nei due sottomercati identificati e applicazione di un tying abusivo tra Google Play e GPB, violando la Sezione 1 dello Sherman Act e del California's Cartwright Act.

In particolare, Epic sostiene che Google adotti una condotta anticompetitiva sulla base dei seguenti punti:

- Google tramite contratti o accordi, come i MADAs (Mobile Application Distribution Agreements), con i produttori OEM, limita o esclude l'installazione di store di terze parti e rende le sue applicazioni, tra cui Google Play Store, preinstallate e predefinite su dispositivi Android;

⁸⁰ Epic presenta un totale di tre atti di citazione, in questo caso è stato analizzato l'ultimo, il quale contiene le accuse definitive che Epic muove nei confronti di Google. Vedi Epic Games v. Google, [Document 341](#).

⁸¹ Vedi *Epic Games Inc. v. Apple Inc.*, Case No. 4:20-cv-05640-YGR.

⁸² Epic utilizza la stessa strategia utilizzata in Epic v. Apple (vedi commento 53) nella quale rappresenta reclami simili tra loro ma che trovano applicazioni nelle diverse leggi citate.

⁸³ Vedi Epic Games v. Google, [Document 341](#), pp. 20. Google detiene il 95% del market share nel mercato citato.

⁸⁴ Ivi pp. 23 e 57.

- Google utilizza alcuni standard di compatibilità, come Android Fragmentation Agreement (AFA) e Android Compatibility Commitment (ACC), che rendono l'installazione di app da fonti esterne più difficile per gli OEM e di conseguenza per gli utenti. Questi standard aumentano l'inerzia per gli utenti nel cercare e installare app da fonti alternative al Google Play Store;
- Google costringe gli sviluppatori di app ad accettare il Developer Distribution Agreement (DDA) per poter distribuire applicazioni su Play Store, tra le varie clausole lo sviluppatore ha l'obbligo di utilizzare GPB come metodo di fatturazione;
- Google, attraverso i programmi Game Velocity e Project Hug, ha stipulato accordi con gli sviluppatori al fine di trattenere le loro applicazioni e giochi esclusivamente sul Play Store e in alcuni casi di non aprire store proprietari concorrenti a quello di Google,⁸⁵ in cambio di incentivi economici come commissioni ridotte sugli acquisti in-app. Tra gli sviluppatori coinvolti, ad esempio, si annovera Activision, uno dei maggiori competitor di Fortnite nell'industria videoludica;
- Il tying abusivo applicato impedisce agli sviluppatori di poter offrire metodi di fatturazione alternativi;
- eccessività della commissione del 30%, che può essere mantenuta tale grazie al monopolio e le pratiche abusive che Google adotta nel mercato rilevante;
- le pratiche adoperate da Google e in particolare la commissione, rendono i prezzi più alti per gli utenti che si trasformano in minori entrate per gli sviluppatori e di conseguenza meno investimenti in innovazione e riduzione della qualità del servizio.

Infine, alla luce di quanto emerso in precedenza, Epic accusa Google, ai sensi del California's UCL, di condotta sleale e anti-competitiva, limitando la capacità di Epic di competere nei mercati sopracitati e provocandole, inoltre, un danno economico.

3.3.2 GOOGLE

Google risponde alle accuse di monopolizzazione, ai sensi della sezione 2 dello Sherman Act, contestando la definizione di mercato rilevante proposta da Epic Games e proponendone una diversa. Secondo Google, infatti, il mercato rilevante è quello delle app per dispositivi mobili nel quale Android compete con l'App Store di Apple, come peraltro definito nel processo tra Epic e Apple.⁸⁶ Inoltre, all'interno di Android è possibile scaricare applicativi tramite sideloading oppure tramite store proprietari come l' Amazon Appstore, lasciando quindi massima libertà a consumatori e sviluppatori.

Per quanto riguarda le accuse di condotta anti-competitiva in violazione della Sezione 1 e 2 dello Sherman Act, del California's Cartwright Act e del California's UCL, Google ha presentato la sua difesa in diversi punti.

In primo luogo, secondo Google, Epic Games non è riuscita a provare che la sua condotta abbia danneggiato sviluppatori e utenti, infatti, le politiche del Play Store hanno aumentato l'offerta

⁸⁵ Vedi Epic Games v. Google, [Document 341](#). In particolare, tra gli sviluppatori che secondo Epic si sono accordati per non aprire store proprietari ci sono Activision Blizzard, Riot Games e Supercell.

⁸⁶ *Epic Games Inc. v. Apple Inc.*, Case No. 4:20-cv-05640-YGR -citato da Epic v. Google, [Document 464](#), pp. 7-8.

e la qualità della piattaforma. I prezzi delle commissioni, inoltre, sono in linea con lo standard di mercato e nel tempo Google si è impegnata a ridurre le tariffe per determinati servizi. Questo ha reso Android più appetibile rispetto ad Apple, riducendo i prezzi dei dispositivi e aumentando la concorrenza nel mercato.

In aggiunta, come già emerso nel caso Epic Games v. Apple, Google ha il diritto di farsi pagare una commissione, e Google Play Billing (GPB) rimane lo strumento più appropriato. Epic, secondo Google, non ha dimostrato che un modello diverso da quello attualmente implementato possa raggiungere effetti pro-competitivi maggiori. Questo ultimo punto fa cadere anche l'accusa di tying sia nell'analisi "per se" che nell'analisi "rule of reason".

Infine, per quanto riguarda gli accordi con gli sviluppatori, in particolare il Game Velocity Program, Epic non è riuscita a provare che tali accordi abbiano danneggiato essa o il mercato.⁸⁷

3.4 LA SENTENZA

La sentenza della giuria⁸⁸ è stata emessa l'11 dicembre 2023 nella quale Google è stata trovata colpevole in tutti e tredici reclami presentati da Epic in violazione delle tre leggi citate in precedenza.

Accuse di monopolizzazione ai sensi Sherman Act sezione 2

La giuria ha trovato colpevole Google di posizione dominante e monopolio all'interno del mercato rilevante identificato dal tribunale, ovvero quello della distribuzione di applicazione su Android e il mercato dei sistemi di pagamento in app per transazioni di beni o servizi digitali su Android, simili quindi alla definizione di Epic Games. Epic è riuscita a dimostrare che Google ha acquisito e mantenuto una posizione di dominanza ingaggiando una condotta anticompetitiva abusiva nei mercati sopraccitati, in violazione delle leggi antitrust.

Accuse di restrizione del commercio ai sensi della sezione 1 dello Sherman Act e della legge statale californiana

Secondo la giuria Epic ha dimostrato come Google abbia creato o sia entrata a far parte di accordi o contratti che hanno avuto effetti anti-competitivi nei mercati rilevanti, in violazione delle leggi antitrust. Tra questi accordi sono inclusi i contratti DDA, accordi con sviluppatori come Project Hug e Game Velocity Program e infine accordi con produttori di dispositivi mobili OEM, tra cui contratti MADA e RSA.

Accusa di tying ai sensi della sezione 1 dello Sherman Act e della legge statale californiana

La giuria ha trovato valide le accuse di Epic riguardo il tying tra Google Play Store e Google Play Billing, trovando la pratica adoperata da Google in violazione delle leggi antitrust.

⁸⁷ Vedi Epic v. Google, [Document 464](#).

⁸⁸ Vedi Epic Games v. Google, [Document 606](#).

4. CAPITOLO 4: LE CAUSE A CONFRONTO

Questo capitolo si pone l'obiettivo di confrontare le due cause e capire le motivazioni che hanno portato a due sentenze opposte sebbene i presupposti fossero simili. Vengono inoltre analizzate le reazioni delle parti in causa alla decisione e i risultati di eventuali ricorsi in appello. Infine verrà analizzato l'impatto di queste due cause a livello globale esaminando leggi come il DMA e altri atti legislativi simili a livello globale.

4.1 COMPARAZIONE E DIFFERENZE TRA LE DUE CAUSE

4.1.1 ANTEFATTI E LE PRIME FASI DEI PROCEDIMENTI LEGALI

Il motivo scatenante delle due cause è stata l'esecuzione del Project Liberty da parte di Epic Games, con la conseguente rimozione di Fortnite sia da App Store sia da Google Play Store. Questo ha quindi portato all'inizio dei procedimenti giudiziari presso lo United States District Court for the Northern District of California. Le due cause presentano le prime differenze già nella tipologia di processo: in Epic v. Apple il procedimento e la sentenza sono state affidate alla giudice Yvonne Rogers Gonzales, mentre in Epic v. Google il processo è con giuria che, a differenza del giudice, non ha una formazione legale specifica e tende ad includere nella decisione diverse prospettive e valori comunitari.⁸⁹

4.1.2 LE DIFFERENZE TRA LE DUE CAUSE E LE MOTIVAZIONI CHE HANNO PORTATO ALLE DUE SENTENZE

Epic Games nei due procedimenti legali muove essenzialmente accuse simili, tra cui in particolare la monopolizzazione del mercato rilevante tramite condotta anticompetitiva e restrizione del commercio ai sensi dello Sherman e delle leggi statali californiane.

In prima lettura Epic sembrava avere maggiori possibilità nella causa contro Apple che quella Google. Infatti la caratteristica principale di iOS, ovvero quello di essere un sistema chiuso, potrebbe far presumere una posizione monopolistica da parte di Apple, che controlla sia la distribuzione di app (App Store) sia il metodo di pagamento (IAP). Google d'altro canto permette il sideloading su Android, rendendo il proprio store una delle tante alternative. Tuttavia, l'analisi dettagliata delle cause rivela una situazione differente, fornendo due sentenze opposte.

Nel caso Epic Games v. Apple, la corte statunitense ha riconosciuto che la sicurezza e l'affidabilità dei dispositivi e del sistema operativo di Apple rappresentano elementi fondamentali del successo dei suoi prodotti, concordando con le preoccupazioni di Apple in

⁸⁹ Robbennolt, J. K. (2005). Evaluating juries by comparison to judges: A benchmark for judging? *Florida State University Law Review*, 32, pp 469-509. I valori comunitari sono descritti come i principi e le norme condivise dalla comunità, che riflettono ciò che la società considera giusto ed equo. Le giurie, essendo composte da cittadini comuni, sono in grado di portare una varietà di prospettive e sensibilità sociali nel processo decisionale, rappresentando così la coscienza collettiva della comunità. Tuttavia, questo non vuol dire che le giurie siano più inclini a pregiudizi o simpatie per la parte "debole" del procedimento come dimostrato empiricamente nello studio citato.

merito ad un'apertura totale di iOS.

Inoltre, il tribunale considera come mercato rilevante quello delle transazioni in-game su dispositivi mobile, dove Apple ha sì un market share elevato ma non monopolistico.

I consumatori, infatti, hanno alternative su altre piattaforme e gli sviluppatori, pur essendo obbligati a utilizzare l'App Store, possono scegliere il metodo di pagamento una volta rimosse le clausole anti-steering, che era uno dei principali punti dell'accusa di Epic.

La diversa definizione di mercato rilevante, da parte della corte, ha negativamente influito sulla strategia di Epic Games. L'azienda americana, infatti, puntava ad accusare Apple basandosi su dieci punti e su una definizione di mercato rilevante suddiviso in foremarket e aftermarket. Questa definizione però, come definito dalla giudice Gonzales Rogers, è inesatta e incompleta,⁹⁰ reputando "illogica" la considerazione di un foremarket⁹¹ e ritenendo non soddisfacenti e attinenti le prove presentate dagli esperti di Epic.⁹² Di conseguenza, la strategia di Epic è risultata inefficace, portando Apple a vincere gran parte dei dieci punti d'accusa.

Nel caso Epic Games v. Google, sono emersi diversi dettagli che hanno portato a una chiara vittoria per Epic. Il comportamento tenuto dall'azienda, infatti, tra limitazioni tecniche e accordi esclusivi con produttori OEM e sviluppatori,⁹³ ha influenzato maggiormente la giuria, che, come visto in precedenza è più sensibile a questo tipo di tematiche.⁹⁴

Inoltre, cruciale per la sconfitta di Google è stata la differente definizione di mercato rilevante adottata; se infatti la giuria avesse identificato un mercato simile a quello stabilito dalla giudice Gonzales il risultato, almeno in parte, sarebbe potuto essere diverso.

In conclusione, anche se inizialmente sembrava che Epic avesse maggiori possibilità di vittoria contro Apple rispetto a Google, i risultati finali sono stati opposti. Questo è stato principalmente dovuto alla differente strategia adottata da Epic nella causa contro Apple, al comportamento tenuto da Google e alle diverse definizioni di mercato rilevante considerate nei due casi.

⁹⁰ In particolare, la giudice ritiene che la definizione di un mercato rilevante di prodotto monomarca sia possibile ma estremamente rara e richiede un'analisi dettagliata (commento 92). Vedi [Apple, Inc. v. Psystar Corp](#) e [Eastman Kodak Co. v. Image Tech. Servs.](#) Citate da Epic Games v Apple, [Document 812](#) pp.127-132.

⁹¹ La corte definisce illogico definire un foremarket per un sistema operativo (iOS) che non è né venduto né concesso in licenza. vedi Epic Games v Apple, [Document 812](#), pp. 45.

⁹² In particolare, Epic non riesce a dimostrare che gli information e gli switching costs siano una barriera per gli utenti i quali possono effettuare transazioni di gioco liberamente da altre piattaforme (anche quelle non sostitutive a livello antitrust, esempio PC e Console) - Esperto Susan Athey vedi Epic Games v. Apple [Document 812](#), pp. 48-50.

⁹³ Vedi [capitolo 3](#).

⁹⁴ Supra nota 89.

4.2 LE REAZIONI DEGLI ATTORI IN CAUSA

4.2.1 EPIC V. APPLE

Reazione di Apple al verdetto

Apple ha accolto con soddisfazione la decisione del giudice Yvonne Gonzalez Rogers, che ha stabilito che la società non stava operando come un monopolio secondo le leggi antitrust statunitensi. Questa decisione è stata vista come una significativa vittoria per Apple, poiché preserva il nucleo del modello di business di iOS. L'azienda, infatti, ha affermato che il "successo non è illegale", concetto già espresso dalla corte e ha ribadito che il loro obiettivo è quello di produrre prodotti sicuri e affidabili ai propri clienti.⁹⁵

Ad ogni modo Apple ha comunque presentato un ricorso per quanto riguarda la decisione sulle clausole anti-steering, in prima battuta direttamente al giudice Gonzalez Rogers, sostenendo, che a seguito dell'accordo nella causa separata Cameron v. Apple,⁹⁶ stava già pianificando la rimozione di suddette clausole. Ottenuta risposta negativa da parte della giudice, Apple ha deciso di presentare appello contro questa parte del verdetto. La società ha argomentato che permettere pagamenti esterni potrebbe compromettere la sicurezza e la privacy delle transazioni degli utenti, che sono state a lungo la priorità di Apple. Nella decisione del 24 aprile 2023,⁹⁷ la corte d'appello del Ninth Circuit ha confermato la sentenza precedente garantendo tuttavia una sospensione all'ingiunzione riguardate le clausole anti-steering, assicurando ad Apple sufficiente tempo per presentare ricorso presso la Corte Suprema.

A seguito della decisione della Corte Suprema nel gennaio del 2024 di rifiutare di ascoltare l'appello di Apple,⁹⁸ l'azienda ha dovuto ottemperare all'ingiunzione della giudice Gonzalez Rogers riguardante le clausole anti-steering, consentendo agli sviluppatori di inserire link o pulsanti che permettano il reindirizzamento a sistemi di pagamento terzi. L'azienda californiana ha quindi aggiornato le proprie developer policy, riservandosi comunque il 27% delle entrate provenienti da ogni operazione finalizzata tramite sistemi alternativi a IAP.

Reazione di Epic al verdetto

Il CEO di Epic Games Tim Sweeney, a fronte del verdetto del tribunale californiano, ha dichiarato che la decisione "non è una vittoria per gli sviluppatori o per i consumatori", affermando inoltre la volontà della software house di non riportare Fortnite su iOS fino a quando Apple non avesse offerto soluzioni per i pagamenti in-app in maniera leale e competitiva.⁹⁹ A seguito di queste dichiarazioni Epic ha presentato ricorso presso il Ninth Circuit, supportata da una coalizione di trentacinque procuratori statali, Microsoft e la

⁹⁵ Intervista rilasciata a <https://9to5mac.com/2021/09/10/apple-epic-games-ruling-statement/>.

⁹⁶ Cameron v. Apple Inc., 4:19-cv-03074, (N.D. Cal.), il procedimento presenta delle somiglianze con Epic v Apple soprattutto nelle accuse, ad ogni modo non ha raggiunto la sentenza grazie ad un accordo tra le parti.

⁹⁷ Vedi *Epic Games v. Apple* (Appello), [Docket 216](#).

⁹⁸ Decisione SCOTUS vedi https://www.supremecourt.gov/orders/courtorders/011624zor_e1pf.pdf.

⁹⁹ Vedi <https://9to5mac.com/2021/09/10/apple-epic-games-ruling-statement/>.

Electronic Frontier Foundation. Tuttavia, il tribunale ha confermato totalmente la sentenza precedentemente emessa da giudice Gonzales.¹⁰⁰ Nel luglio del 2023 Epic presenta ricorso presso la Corte Suprema, ottenendo però lo stesso risultato del ricorso di Apple,¹⁰¹ ovvero il rifiuto di ascoltare gli appelli delle due aziende statunitensi e confermando quindi definitivamente le decisioni precedenti.

Il CEO di Epic ha ribadito nuovamente il suo disappunto per la decisione della SCOTUS, definendola un “triste risultato per tutti gli sviluppatori”; dello stesso avviso sono state le aziende, tra cui Spotify, Microsoft e Match Group, che avevano supportato Epic Games durante la causa.

4.2.2 EPIC V. GOOGLE

Reazione di Google al verdetto

Google, successivamente alla decisione della giuria, ha espresso il proprio disappunto, manifestando l'intenzione di presentare ricorso.¹⁰² L'azienda americana ha affermato che Android e Google Play offrono più scelta e libertà rispetto a qualsiasi altra piattaforma mobile. Secondo Google, i suoi prodotti competono ferocemente con Apple e il suo App Store, nonché con gli app store su dispositivi Android e console di gioco. Infine, ha ribadito il proprio impegno a difendere il modello di business Android e nei confronti dei propri utenti, partner e dell'ecosistema Android nel suo complesso.

Reazione di Epic games al verdetto

D'altro canto, Epic Games ha accolto con entusiasmo la decisione della giuria definendola una vittoria per tutti gli sviluppatori di app e consumatori, dimostrando che “le pratiche degli app store di Google sono illegali e che abusano del loro monopolio per ottenere commissioni esorbitanti, soffocare la concorrenza e ridurre l'innovazione”.¹⁰³

Dopo la sentenza il giudice James Donato ha richiesto ad Epic Games di presentare un'ingiunzione riguardo ai cambiamenti che Google deve effettuare.

Il documento presentato dalla software house nell'aprile del 2024 può essere riassunto in 4 punti fondamentali:¹⁰⁴

- libertà di download: consentire ai consumatori di scaricare app da qualsiasi fonte senza interferenze o avvertimenti dissuasivi da parte di Google;

¹⁰⁰ Supra nota 97, Il tribunale ha confermato totalmente la sentenza se non per la sospensione all'ingiunzione per le clausole anti-steering come visto prima per Apple.

¹⁰¹ Supra nota 98.

¹⁰² Vedi <https://www.reuters.com/legal/transactional/google-asks-judge-overturn-epic-games-antitrust-verdict-2024-02-02/>.

¹⁰³ Vedi <https://www.epicgames.com/site/en-US/news/epic-v-google-trial-verdict-a-win-for-all-developers>.

¹⁰⁴ Epic Games v. Google, [Document 653](#).

- scelta nelle opzioni di pagamento: permettere agli sviluppatori di utilizzare sistemi di pagamento alternativi senza commissioni anticoncorrenziali e consentire la comunicazione diretta con i consumatori per gli acquisti;
- divieto di ritorsioni: impedire a Google di prendere misure punitive contro Epic per aver contestato le pratiche del Play Store;
- prevenzione delle tattiche di cattiva fede: bloccare Google dal ripetere pratiche sleali e garantire maggiore concorrenza e scelta per sviluppatori e consumatori sui dispositivi Android.

La risposta della corte è attesa per l'agosto del 2024 sebbene il giudice abbia già stabilito alcune linee guida, come la non considerazione di richieste da parte di Epic riguardanti disposizioni antielusione.¹⁰⁵ Inoltre, il giudice Donato ha affermato, nell'udienza del 23 maggio 2024, che alcuni dei rimedi proposti siano "aperti e troppo vaghi" e ribadendo l'intenzione di voler agire in maniera da non favorire esclusivamente Epic Games ma a favore della competitività del mercato in generale.

Per quanto riguarda invece sanzioni economiche Epic games ha chiarito che non cerca risarcimenti monetari, ma dei rimedi volti ad un cambiamento del mercato delle app come visto nel documento appena trattato.¹⁰⁶

4.3 LE NOVITÀ INTRODOTTE DAL DMA E LEGGI SIMILI A LIVELLO GLOBALE

4.3.1 IL DMA E L'IMPATTO SUI SERVIZI APPLE E GOOGLE

Il DMA, Digital Market Act, è un regolamento europeo che mira a regolamentare e sorvegliare il comportamento delle grandi piattaforme digitali, identificate secondo alcuni criteri e definite come gatekeepers. Il regolamento ha il compito di evitare a priori comportamenti anticoncorrenziali da parte di queste aziende ed attuare una serie di misure attive che puntano a migliorare la competitività di questi mercati. Apple e Google sono state entrambe identificate come gatekeepers e, a partire da marzo 2024, hanno dovuto uniformarsi al regolamento europeo.

Tra le disposizioni centrali del DMA, gli articoli 5 e 6 stabiliscono una serie di obblighi e vietano diverse pratiche anticoncorrenziali, in gran parte già trattate nelle due cause.

Tra le pratiche proibite troviamo il tying e le clausole anti-steering nei servizi offerti dal gatekeeper.¹⁰⁷ L'articolo 6, comma 5, vieta inoltre il self-preferencing,¹⁰⁸ pratica emersa nella

¹⁰⁵ Nell'udienza del 29 novembre 2023 il giudice Donato afferma "Non emettiamo ingiunzioni di non violazione della legge... se hai un problema, puoi tornare" in relazione all'affermazione di Epic riguardo alla richiesta di inserimento di un'eventuale clausola anti-elusione nell'ingiunzione per i rimedi qualora Epic avesse vinto - <https://www.theverge.com/2023/11/28/23980294/epic-v-google-day-12-is-done-but-not-before-some-revelations>.

¹⁰⁶ Ibidem commento 103.

¹⁰⁷ DMA Art.5 (4) e (7).

¹⁰⁸ Il self-preferencing può essere definito come la pratica per cui una piattaforma tratta in modo preferenziale i propri prodotti o servizi rispetto a quelli di terze parti. Esempio: [Case T-612/17 Google v Commission](#) (Google Shopping) - Definizione: Peitz, M. (2023). How to apply the self-preferencing prohibition in the DMA. *Journal of European Competition Law & Practice*, 14(5), pp. 310–315.

causa Google,¹⁰⁹ in particolare nel modo in cui l'azienda privilegia Play Store tramite limitazioni tecniche e accordi con terze parti.

Sempre l'articolo 6 impone ai gatekeepers l'obbligo di rendere interoperabili i propri servizi. Questo riguarda, ad esempio, i servizi di messaggistica come Whatsapp e Messenger, ma in particolare il sistema iOS che dovrà permettere l'installazione di store terzi e sistemi di pagamento alternativi a IAP.

A partire dalla versione 17.04 Apple ha implementato all'interno di iOS tutti gli obblighi previsti dal DMA e un nuovo sistema di fee che le permette di continuare a richiedere delle commissioni per l'utilizzo dei propri servizi.

Epic Games ha accolto positivamente le novità apportate dal DMA pianificando il ritorno di Fortnite su App Store su iOS, criticando tuttavia, insieme ad altre aziende, tra cui Microsoft, Spotify e Meta, il nuovo sistema di commissioni di Apple ritenendolo poco chiaro ed "estorsivo".¹¹⁰ Anche Google ha dovuto uniformarsi al regolamento, tuttavia, essendo Android già aperto, i cambiamenti sono stati meno netti, suscitando comunque del clamore da parte degli sviluppatori. Ciò ha portato la Commissione Europea, il 25 marzo 2024, ad aprire un'indagine nei confronti di Apple, Google e Meta per violazione degli obblighi DMA.¹¹¹

4.3.2 L'IMPATTO DELLE DUE CAUSE A LIVELLO GLOBALE

Epic Games v. Apple/Google, insieme al DMA e ad altri procedimenti legali,¹¹² ha posto il focus sulle problematiche che affliggono il settore degli store di applicativi. Questo ha dato il via ad una serie di nuove investigazioni da parte delle autorità di concorrenza e soprattutto regolamentazioni in tutto il mondo. Tra gli studi principali troviamo quelli riguardanti il mobile browsers e il cloud gaming¹¹³ e l'ecosistema mobile¹¹⁴ (2022) svolti dalla CMA britannica e studi specifici sulla dominanza di Apple e Google nei mercati mobile (2021) svolti dalla ACCC Australiana.¹¹⁵ Questi studi hanno riscontrato alcune delle criticità già analizzate nelle due cause discusse, evidenziando la necessità di regolamentazioni ad hoc per tutelare il consumatore e la competitività del mercato.

A partire dal 2021, inoltre, una serie di proposte di legge sono emerse in vari paesi del mondo, molte delle quali adottano un approccio simile al regolamento europeo, ovvero con l'identificazione a priori di specifici gatekeepers. Alcune di queste leggi sono ancora in fase ancora embrionale, come in Giappone, India e Brasile; altre in fase più avanzata come nel Regno Unito, negli USA e in Sud Corea.

¹⁰⁹ Nella causa non viene specificato direttamente il self-preferencing, però il comportamento di Google nell'avvantaggiare Google Play a discapito degli altri store può ricadere nella definizione.

¹¹⁰ Vedi <https://www.theverge.com/2024/1/25/24050696/epic-games-tim-sweeney-apple-app-store-response>.

¹¹¹ Vedi https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_24_1689.

¹¹² *Cameron v. Apple*, *investigazione Commissione Europea Spotify v. Apple*, Cause *Google Shopping* e *Google Ads*, sono tra i procedimenti più importanti per quanto riguarda le pratiche anticoncorrenziali trattate nel DMA.

¹¹³ Vedi *Mobile browsers and cloud gaming* - GOV.UK.

¹¹⁴ Vedi *Mobile ecosystems market study* - GOV.UK (www.gov.uk).

¹¹⁵ Vedi *Digital platform services inquiry (2021)* e *Dominance of Apple and Google's app stores impacting competition and consumers*.

Nello specifico in Gran Bretagna, il 24 maggio 2024 ha ricevuto l'assenso reale il Digital Markets, Competition e Consumers Act (DMCC). Il governo britannico ha descritto la legge come un atto per "eliminare le pratiche sleali e promuovere la concorrenza dei mercati digitali".¹¹⁶ Anche la Corea del Sud, tramite il Telecommunication Business Act, ha imposto l'obbligo di rendere disponibili sistemi di pagamento alternativi sugli App store principali e un maggior controllo su queste piattaforme.¹¹⁷

Negli Stati Uniti a partire dal 2021, grazie proprio alle due cause di Epic e altri procedimenti simili,¹¹⁸ alcuni senatori hanno presentato il disegno di legge Open App Markets Act che mira a introdurre una serie di obblighi ad aziende con più di 50 milioni di utenti che operano nel mercato degli app store. Tra gli obblighi troviamo il divieto di clausole antisteering, divieto di self-preferencing e l'obbligo a consentire il sideloading. La proposta di legge è stata presentata nel febbraio 2022 ma non è stata votata ed è quindi in questo momento "morta" poiché la procedura non è stata completata al termine del 117 ° Congresso.¹¹⁹

In conclusione, Epic v. Apple ed Epic v. Google, sebbene con sentenze opposte, hanno comunque portato il focus sulle problematiche di competitività del settore dei sistemi operativi mobile e degli app store. Questo ha dato il via ad una serie di studi e investigazioni da parte delle autorità antitrust di diversi Paesi che hanno evidenziato ulteriormente queste questioni e stanno portando a diversi cambiamenti nel settore. A livello normativo lo slancio iniziale è partito dall'Europa con l'introduzione del DMA, proseguito poi con una serie di leggi o proposte di legge molto simili in diverse parti del mondo.

¹¹⁶ Vedi <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2024/13/contents>.

¹¹⁷ Vedi https://elaw.klri.re.kr/eng_mobile/viewer.do?hseq=25944&type=new&key=.

¹¹⁸ Vedi State of Utah v. Google LLC, [Case 3:21-cv-05227 Document 1](#).

¹¹⁹ Quando un disegno di legge è "morto" nel contesto legislativo, significa che non è riuscito a completare il processo necessario per diventare legge entro la sessione congressuale in cui è stato introdotto e deve essere reintrodotta nel nuovo Congresso per essere considerato nuovamente.

CONCLUSIONE

Questo lavoro ha analizzato le pratiche anticoncorrenziali negli App Store, concentrandosi sui casi di Epic Games contro Apple e Google. L'analisi si è sviluppata inizialmente attraverso uno studio delle dinamiche di mercato e delle normative antitrust sia negli Stati Uniti che in Unione Europea, per poi approfondire le due sentenze ed esaminarne l'impatto a livello globale.

Nel caso di Apple, come già discusso, l'azienda di Cupertino ha vinto su 9 dei 10 punti presentati. Sebbene alcune delle accuse di Epic fossero in parte giustificate, la corte ha stabilito che Apple non aveva violato in modo sostanziale le leggi antitrust. Una delle ragioni principali per cui il tribunale ha deciso a favore di Apple è stata la definizione di mercato rilevante adottata da Epic, che la corte non ha ritenuto corretta.

Diversamente, nella causa contro Google, le accuse si sono dimostrate più fondate. Nonostante Google operi su un sistema più aperto rispetto ad Apple, è stata accusata di abusare della sua posizione dominante attraverso accordi esclusivi, pratiche contrattuali restrittive e limitazioni tecniche che le hanno permesso di mantenere il controllo del mercato e limitare la concorrenza. Questo ha portato la giuria a decidere a favore di Epic Games in tutti i punti di accusa.

Dopo aver condotto questa analisi, ho rivisto in parte le convinzioni che avevo espresso all'inizio di questo lavoro, soprattutto riguardo alla causa contro Apple. Inizialmente, sembrava più probabile una vittoria di Epic Games, dato il modello chiuso adottato da iOS. Tuttavia, esaminando in dettaglio le argomentazioni legali e le motivazioni della sentenza, è evidente che la decisione del tribunale sia stata frutto di un'analisi approfondita del mercato e delle leggi antitrust vigenti. Apple è riuscita a dimostrare che il suo modello di business, pur essendo dominante, non viola le leggi antitrust statunitensi.

Sebbene Epic non abbia ottenuto una vittoria completa, la sua battaglia ha comunque avuto effetti significativi. La vittoria contro Google ha stabilito un precedente giuridico rilevante nella regolamentazione degli store digitali. Al contempo, la sconfitta contro Apple ha messo in luce alcune problematiche legate al modello chiuso di iOS e, più in generale, al mercato degli app store.

Questi sviluppi dimostrano che, indipendentemente dai risultati, le due cause hanno comunque avuto un ruolo cruciale nell'accelerare un cambiamento nel settore degli app store digitali. Ciò ha infatti portato numerosi paesi, ispirati dal modello implementato dal DMA, ad adottare dei regolamenti ad hoc che puntano promuovere una maggiore concorrenza e proteggere gli interessi sia degli sviluppatori che dei consumatori.

Questi cambiamenti sono già evidenti nell'Unione Europea, dove l'entrata in vigore del DMA ha portato a effetti concreti, come la decisione di Epic Games di riportare Fortnite su iOS, ora che il sistema è diventato aperto.

Bibliografia

- Belleflamme, P., & Peitz, M. (2021). *The Economics of Platforms: Concepts and Strategy*. Cambridge University Press, pp.11- 29.
- Bostoen, F. (2019). Online platforms and pricing: Adapting abuse of dominance assessments to the economic reality of free products. *Computer Law & Security Review*, 35(3), pp. 263–280. <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2019.02.004>
- Daniel, M. (2022). Abusive pricing practices by online platforms: a framework review of Article 102 TFEU for future cases. *Journal of Antitrust Enforcement*, 10, pp. 469–517.
- Emma, C. S. (2021). *Epic Games v. Apple: Tech-Tying and the Future of Antitrust*. Loyola of Los Angeles Entertainment Law Review, 41, pp. 215-224.
- Katsoulacos, Y., & Jenny, F. (2018). Excessive pricing and competition law enforcement. In *International law and economics*, Springer, pp. 7-9. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-92831-9n>
- Lemley, M. A., & Leslie, C. R. (2008). Categorical analysis in antitrust jurisprudence. *Iowa Law Review*, 93, pp. 1207–1214.
- Marinova, M. (2023). Unmasking excessive pricing: evolution of EU law on excessive pricing from United Brands to Aspen. *European Competition Journal*, 20(2), pp. 315-339. <https://doi.org/10.1080/17441056.2023.2280329>
- Maziarz, A. (2013). Tying and bundling: applying EU competition rules for best practices. *International Journal of Public Law and Policy*, 3(3) pp. 263–275. <https://doi.org/10.1504/IJPLAP.2013.054744>.
- Moreno Belloso, N. (2021). *Epic Games v. Apple: A case summary*. Moreno Belloso, Natalia, Epic Games v. Apple: A Case Summary (October 11, 2021). <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3941761>
- Peitz, M. (2023). How to apply the Self-Preferencing Prohibition in the DMA. *Journal of European Competition Law & Practice*, 14(5), 310–315. <https://doi.org/10.1093/jeclap/lpad029>
- Robbennolt, J. K. (2005). Evaluating juries by comparison to judges: A benchmark for judging? *Florida State University Law Review*, 32, pp. 469–509.
- Sullivan, E. T., & Harrison, J. L. (2019). *Understanding antitrust and its economic implications* (7th ed.). Carolina Academic Press. pp. 205–228.

Documenti causa Epic Games v. Apple

- Epic Games, Inc v. Apple Inc. Case No. 4:20-cv-05640-YGR, COMPLAINT FOR INJUNCTIVE RELIEF, (N.D. Cal. Aug. 13, 2020) ECF No. 1. [Document 1](#).
- Epic Games, Inc. v. Apple Inc., 4:20-cv-05640, ORDER GRANTING IN PART AND DENYING IN PART MOTION FOR TEMPORARY RESTRAINING ORDER (N.D. Cal. Aug 24, 2020) ECF No. 48- [Document 48](#).
- Epic Games, Inc. v. Apple Inc., 4:20-cv-05640, ORDER GRANTING IN PART AND DENYING IN PART MOTION FOR PRELIMINARY INJUNCTION, (N.D. Cal. Oct 09, 2020) ECF No. 118. [Document 118](#).
- Epic Games, Inc. v. Apple Inc., 4:20-cv-05640, Rule 52 order after trial on the merits, (N.D. Cal. Sep 10, 2021) ECF No. 812, [Document 812](#).
- Epic Games, Inc. v. Apple, Inc., 21-16506, from the United States District Court for the Northern District of California Yvonne Gonzalez Rogers, District Judge, Presiding Argued and Submitted November 14, 2022, San Francisco, California, (9th Cir. Apr 24, 2023) ECF No. 216 Appeal. [Docket 216](#).
- Epic Games Inc v. Apple Inc, Supreme Court of the United States Order List (01/16/2024), https://www.supremecourt.gov/orders/courtorders/011624zor_e1pf.pdf .

Documenti causa Epic Games v. Google

- Epic Games, Inc. v. Google LLC, 3:20-cv-05671, COMPLAINT FOR INJUNCTIVE RELIEF, (N.D. Cal. Aug 13, 2020) ECF No. 1. [Document 1](#).
- Epic Games, Inc. v. Google LLC, 3:20-cv-05671, STIPULATION WITH PROPOSED ORDER RE EPIC GAMES, INC.'S REQUEST FOR PRELIMINARY RELIEF, (N.D. Cal. May 20, 2022) ECF No. 252. [Document 252](#).
- Epic Games, Inc. v. Google LLC, 3:20-cv-05671, SECOND AMENDED COMPLAINT FOR INJUNCTIVE RELIEF, (N.D. Cal. Nov 17, 2022) ECF No. 34. [Document 341](#).
- Epic Games, Inc. v. Google LLC, 3:20-cv-05671, DEFENDANTS' TRIAL BRIEF, (N.D. Cal. Oct 05, 2023) ECF No.464. [Document 464](#).
- Epic Games, Inc. v. Google LLC, 3:20-cv-05671, VERDICT FORM, (N.D. Cal. Dec 11, 2023) ECF No. 606. [Document 606](#).
- Epic Games, Inc. v. Google LLC, 3:20-cv-05671, EPIC'S PROPOSED PERMANENT INJUNCTION, (N.D. Cal. Apr 11, 2024) ECF No.653. [Document 653](#).

Precedenti giudiziari, altre cause, leggi, regolamenti e altri documenti citati

- *Apple, Inc. v. Psystar Corp.*, 673 F. Supp. 2d 931 (N.D. Cal. 2009).
- *Aspen Skiing Co. v. Aspen Highlands Skiing Corp.*, 472 U.S. 585 (1985).
- *Blue Cross & Blue Shield United of Wis. v. Marshfield Clinic*, 65 F.3d 1406 (7th Cir. 1995).
- *Bundeskartellamt v. Facebook*, B6-22/16 (Feb. 6, 2019), https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/EN/Fallberichte/Missbrauchsaufsicht/2019/B6-22-16.pdf?__blob=publicationFile&v=3.
- *California Unfair Competition Law*, Cal. Bus. & Prof. Code §§ 17200–17209. https://leginfo.ca.gov/faces/codes_displaySection.xhtml?sectionNum=17200.&lawCode=BP C
- *Cameron v. Apple Inc.*, No. 19-cv-03074-YGR, 2021 WL 1022309 (N.D. Cal. Mar. 4, 2021).
- *Cartwright Act*, Cal. Bus. & Prof. Code §§ 16700–16770. https://leginfo.ca.gov/faces/codes_displayText.xhtml?lawCode=GOV&division=5.&title=1.&part=&chapter=11.&article=
- Commission Decision (AT. 40411) – Google Search (AdSense), 2019 O.J. (C 369) 1.
- Consolidated Version of the Treaty on the Functioning of the European Union art. 102, Oct. 26, 2012, 2012 O.J. (C 326) 47. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX%3A12008E102>
- *Digital Markets, Competition, and Consumer Act 2024*, c. 13, 2024, United Kingdom, available at <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2024/13/contents>.
- Digital Platform Services Inquiry - March 2021 Interim report. (2021). Australian competition and consumer commission. <https://www.accc.gov.au/about-us/publications/serial-publications/digital-platform-services-inquiry-2020-25-reports/digital-platform-services-inquiry-march-2021-interim-report>.
- DOJ and FTC Merger Guidelines (December 18, 2023). https://www.ftc.gov/system/files/ftc_gov/pdf/2023_merger_guidelines_final_12.18.2023.pdf
- Dominance of Apple and Google's app stores impacting competition and consumers. (2021). Australian competition and consumer commission. <https://www.accc.gov.au/media-release/dominance-of-apple-and-googles-app-stores-impacting-competition-and-consumers>.
- Epic V Google Trial verdict, a win for all developers. (2023, December 11). [Press release]. <https://www.epicgames.com/site/en-US/news/epic-v-google-trial-verdict-a-win-for-all-developers>.
- European Commission. (2020, June 16). Antitrust: Commission opens investigations into Apple's App Store rule (Spotify v. Apple) [Press release]. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_1073.

- European Commission. (2024, February 8). Commission adopts revised Market Definition Notice for competition cases [Press release]. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX:52024XC01645>.
- European Commission. (2024, March 25). Commission opens non-compliance investigations against Alphabet, Apple and Meta under the Digital Markets Act [Press release]. European Commission - European Commission. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_24_1689.
- Federal Trade Commission. (1997, April 4). FTC rejects proposed settlement in Staples/Office Depot merger [Press release]. <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/1997/04/ftc-rejects-proposed-settlement-staplesoffice-depot-merger>.
- *FTC v. Qualcomm Inc.*, 969 F.3d 974 (9th Cir. 2020).
- *Google v. Commission*, Case T-612/17, 2021 E.C.R. (General Court of the European Union).
- *Image Tech. Serv., Inc. v. Eastman Kodak Co.*, 136 F.3d 1354 (9th Cir. 1998).
- *Jefferson Par. Hosp. Dist. No. 2 v. Hyde*, 466 U.S. 2 (1984).
- Mobile browsers and cloud gaming. (2022). Competition and Markets Authority. <https://www.gov.uk/cma-cases/mobile-browsers-and-cloud-gaming>
- Mobile ecosystems market study. (2021). Competition and Markets Authority. <https://www.gov.uk/cma-cases/mobile-ecosystems-market-study#final-report>.
- Regolamento(UE) - 2022/1925 (DMA) - <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32022R1925>.
- *Second City Music, Inc. v. City of Chicago*, 333 F.3d 846 (7th Cir. 2003).
- *Sherman Act* § 1, 15 U.S.C. § 1.
- *Sherman Act* § 2, 15 U.S.C. § 2.
- *State of Utah v. Google LLC*, Case No. 3:21-cv-05227 (N.D. Cal. filed July 7, 2021).
- *Tanner Motor Livery, Ltd. v. Avis, Inc.*, 316 F.2d 804 (9th Cir. 1963).
- *Telecommunications Business Act*, Act No. 10166, Mar. 22, 2010, as amended by Act No. 2020-000, Republic of Korea, available at Korea Legislation Research Institute, https://elaw.klri.re.kr/eng_service/lawViewTitle.do?hseq=22114.
- *United Brands Co. & United Brands Continental BV v. Commission of the European Communities*, Case 27/76, [1978] E.C.R. 207.
- *United States v. Microsoft Corp.*, 253 F.3d 34 (D.C. Cir. 2001).
- *United States v. Microsoft Corp.*, 97 F. Supp. 2d 59 (D.D.C. 2000).
- *United States v. Microsoft Corp.*, Civ. Action Nos. 98-1232 (TPJ), 98-1233 (TPJ), 1998 U.S. Dist. LEXIS 14231 (D.D.C. Sep. 14, 1998)

Sitografia

- Albergotti, R., & Romm, T. (2020, June 16). Tinder and Fortnite criticize Apple for its 'App Store monopoly'. The Washington Post. <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/06/16/apple-antitrust-european-commission/>, ultimo accesso: [settembre 2024].
- Hollister, S. (2023, December 16). The Epic question: how Google lost its antitrust case while Apple won. The Verge. <https://www.theverge.com/24003500/epic-v-google-loss-apple-win-fortnite-trial-monopoly>, ultimo accesso: [settembre 2024].
- Hollister, S. (2023, November 28). Epic v. Google Day 12 is done—but not before some revelations. The Verge. <https://www.theverge.com/2023/11/28/23980294/epic-v-google-day-12-is-done-but-not-before-some-revelations>, ultimo accesso: [settembre 2024].
- Leswing, K. (2020, August 24). Apple fires back in court, says Epic Games CEO asked for special treatment. CNBC. <https://www.cnbc.com/2020/08/21/apple-says-epic-games-ceo-wanted-a-side-deal-for-fortnite.html>, ultimo accesso: [agosto 2024].
- Mayo, B. (2021, September 10). Epic Games to appeal decision in App Store lawsuit case, as Apple calls it a “huge win”. 9to5Mac. <https://9to5mac.com/2021/09/10/epic-games-to-appeal-decision-in-apple-lawsuit-as-apple-calls-it-a-huge-win/>, ultimo accesso: [settembre 2024].
- Miller, C. (2021, September 10). Apple describes Epic Games ruling as a “resounding victory” for the App Store. 9to5Mac. <https://9to5mac.com/2021/09/10/apple-epic-games-ruling-statement/>, ultimo accesso: [settembre 2024].
- NVIDIA. (n.d.). NVIDIA GeForce NOW. <https://www.nvidia.com/it-it/geforce-now/>, ultimo accesso: [agosto 2024].
- Robertson, A. (2021, September 12). Breaking down the Epic v. Apple Fortnite trial ruling. The Verge. <https://www.theverge.com/2021/9/12/22667694/epic-v-apple-trial-fortnite-judge-yvonne-gonzalez-rogers-final-ruling-injunction-breakdown>, ultimo accesso: [settembre 2024].
- Roth, E. (2024, January 25). Epic’s Tim Sweeney calls Apple App Store changes ‘hot garbage’. The Verge. <https://www.theverge.com/2024/1/25/24050696/epic-games-tim-sweeney-apple-app-store-response>, ultimo accesso: [settembre 2024].
- Samsung Galaxy Store Seller Portal. (n.d.). <https://seller.samsungapps.com/help/termsAndConditions.as>, ultimo accesso: [agosto 2024].
- Scarcella, M. (2024, February 2). Google asks judge to overturn Epic Games antitrust verdict. Reuters. <https://www.reuters.com/legal/transactional/google-asks-judge-overturn-epic-games-antitrust-verdict-2024-02-02/>, ultimo accesso: [settembre 2024].
- Scott-Jones, R. (2017, August 23). Steam could be profitable with an 8% cut rather than 30%, says Tim Sweeney. PCGamesN. <https://www.pcgamesn.com/steam-revenue-cut-tim-sweeney>, ultimo accesso: [settembre 2024].
- StatCounter Global Stats. (n.d.). Mobile operating system market share worldwide. StatCounter. <https://gs.statcounter.com/os-market-share/mobile/worldwide>, ultimo accesso: [settembre 2024].
- Statista. (2022, October 25). Video game studio & publisher brand popularity in the U.S. 2022. <https://www.statista.com/statistics/1341647/video-game-studio-publisher-brand-popularity-us/>, ultimo accesso: [settembre 2024].
- Statista. (2024, August 5). Quarterly smartphone market share worldwide by vendor 2009–2024. <https://www.statista.com/statistics/271496/global-market-share-held-by-smartphone-vendors-since-4th-quarter-2009/>, ultimo accesso: [settembre 2024].
- Statista. (2024, September 12). Fortnite player count 2017–2023. <https://www.statista.com/statistics/746230/fortnite-players/>, ultimo accesso: [settembre 2024].