



## გადაწყვეტილება

### შპს „მილენიალსის“ (ს/ნ: 404521013) 2026 წლის 13 თებერვლის N01/1413 საჩივრის საფუძველზე მოკვლევის დაწყებაზე უარის თქმის შესახებ

#### 1. ფაქტობრივი გარემოებები

##### 1.1. საჩივრის მოკლე შინაარსი

საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოში (შემდგომში - „სააგენტო“) 2026 წლის 13 თებერვალს წარმოდგენილ იქნა შპს „მილენიალსის“ (ს/ნ: 404521013) (შემდგომში - „მომჩივანი“/შპს „მილენიალსი“/„ამრიტი“) საჩივარი (რეგ. N01/1413), რომელიც შეეხებოდა მოპასუხე სს „მამათის“ (ს/ნ: 233642715) (შემდგომში - „მოპასუხე“/სს „მამათი“) მიერ „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის (შემდგომში - „კანონი“) 11<sup>3</sup> მუხლის მე-2 ნაწილის „დ“ ქვეპუნქტის დარღვევას (კონკურენტის ან მესამე პირის საქონლის ფორმის, შეფუთვის ან გარეგნული იერსახის მითვისება).

შპს „მილენიალსი“ 2016 წლიდან საქმიანობს საქართველოში და აწარმოებს ქართულ ჩაის. კერძოდ, იგი ახორციელებს ჩაის ახალტექნოლოგიური ჩხირების (sticks) ფორმით რეალიზაციას. მომჩივანი ბაზარზე ოპერირებს „ამრიტის“ დასახელებით და საკუთარი პროდუქტის ზემოთ აღნიშნული ფორმით წარმოების იდეა განახორციელა პროექტ „სტარტაპ საქართველოს“ თანადაფინანსებით.

საჩივრის მიხედვით, „ამრიტის“ კონკურენტი კომპანია, სს „მამათი“, იყენებს მომჩივნის პროდუქტის (ჩაის) შეფუთვისა და ვებგვერდის დიზაინს. უფრო კონკრეტულად, მოპასუხე იმეორებს მომჩივნის ფერთა კომბინაციებს, საერთო ესთეტიკურ მიმართულებას, განლაგების ლოგიკასა და წარმოდგენის სტილს.

მომჩივანი მიუთითებს, რომ ვიზუალური იდენტობისა და ფერთა პალიტრის გარდა, კონკურენტის პროდუქტის შეფუთვა, ასევე, იმეორებს მომჩივნის შეფუთვის პროპორციებსა და ვიწრო, მაღალი ყუთის ფორმებს. საჩივრის თანახმად, აღნიშნული ზომის ყუთი შეიქმნა სპეციალურად ჩაის ჩხირებისთვის. მოპასუხე ეკონომიკური აგენტი არ იყენებს მსგავს ჩაის ჩხირებს, არამედ ჩაის პროდუქტს აწარმოებს პირამიდის პაკეტების



ფორმით. შესაბამისად, ყუთის იდენტურ პროპორციებს სს „მამათისთვის“ ტექნიკური ან ფუნქციური დატვირთვა არ აქვს და აუცილებლობას არ წარმოადგენს ამ კონკრეტული პროპორციების გამოყენება. აღნიშნული მიმსგავსება ზომებში აძლიერებს იმიტაციის საერთო შთაბეჭდილებას.

ასევე, მომჩივნის განმარტებით, მისი პროდუქტისთვის შეფუთვის დიზაინი შეიქმნა იტალიელი დიზაინერის მიერ და იგი გადაცემულ იქნა მბეჭდავი კომპანიისთვის კონფიდენციალურობის დაცვით. შესაბამისად, დიზაინი მომჩივნის მიერ გამოყენებამდე არ გამხდარა საჯარო და ხელმისაწვდომი.

## 1.2. მოპასუხის მიერ სააგენტოსთვის წარმოდგენილი პოზიცია და ინფორმაცია

კანონმდებლობით დადგენილი წესით საჩივარი თანდართულ დოკუმენტაციასთან ერთად გასაცნობად და პოზიციის წარმოსადგენად გადაეგზავნა მოპასუხეს.<sup>1</sup> მოპასუხის მიერ სააგენტოში წარმოდგენილ იქნა წერილობითი პოზიცია<sup>2</sup> და ასევე, დამატებითი კორესპონდენცია<sup>3</sup> სააგენტოს წერილზე<sup>4</sup> პასუხად.

სს „მამათი“ ჩაის პლანტაციებს ფლობს გურიაში, სოფელ მამათში და აწარმოებს ჩაის. პროდუქტის რეალიზაცია მოპასუხემ დაიწყო 2023 წლიდან. 2023 წლის ივნისი-ივლისის პერიოდში მისი შიდა გუნდის მიერ შეიქმნა შეფუთვის დიზაინის კონცეფცია, რომელიც შემდგომ დაიბეჭდა 2024 წლის დასაწყისში და 2024 წლის მეორე ნახევრიდან ხდება ამ შეფუთვით სს „მამათის“ პროდუქტის რეალიზაცია საქართველოს რამდენიმე რეგიონში, როგორც სავაჭრო ობიექტების მეშვეობით, ასევე, ონლაინ.

მოპასუხემ სააგენტოს მიაწოდა დეტალური ინფორმაცია საკუთარი შეფუთვის შესახებ. კერძოდ, მოპასუხის მითითებით, მისი პროდუქტის (როგორც შავი, ასევე, მწვანე ჩაის) კოლოფის ზომებია: 150x80x70 მმ. თითოეული კოლოფი შეიცავს 25 ცალ პირამიდის პაკეტს. ყუთები არის მწვანე ან შავი ფერის. მათზე დატანილია დასახელება და ლოგო - ოქროსფერში. კოლოფის ერთ მხარეს წარწერები არის ქართულ ენაზე, ხოლო მეორე მხარეს - ინგლისურ ენაზე. ყუთი იხსნება ზედა მხრიდან, თეთრი სტიკერით (ჩაის პირამიდის სურათით). ყუთის გვერდით, მარჯვენა მხარეს დატანილია ტექსტი სოფელ მამათისა და ჩაის დამუშავების შესახებ. ხოლო მარცხენა მხარეს მითითებულია ჩაის ტიპი, წონა,

<sup>1</sup> სააგენტოს 2026 წლის 13 თებერვლის N02/1027 წერილი

<sup>2</sup> სააგენტოში შემოსული N01/1854 (26.02.2026) წერილი

<sup>3</sup> სააგენტოში შემოსული N01/2425 (16.03.2026) წერილი

<sup>4</sup> სააგენტოს 2026 წლის 10 მარტის N02/1608 წერილი

კვებითი ღრებულება, მომზადების წესი (ქართულ და ინგლისურ ენებზე), საქართველოს რუკა და შტრიხკოდი.

მოპასუხე ჩაის ერთჯერადი პაკეტების (პირამიდის პაკეტი) გარდა, ასევე, აწარმოებს დასაყენებელ ჩაის, რომლის კოლოფის ზომები და ანოტაცია იგივეა, რაც ზემოთ მითითებულ შემთხვევებში.

საკუთარ წერილობით პოზიციაში სს „მამათი“ მიუთითებს, რომ საჩივარი არ არის დასაბუთებული და მისი მხრიდან ადგილი არ აქვს კონკურენციის კანონმდებლობის დარღვევას. იგი, ასევე, აღნიშნავს, რომ მომჩივნისა და მოპასუხის ჩაის პროდუქტები განსხვავდება ერთმანეთისგან. კერძოდ, მომჩივანი რეალიზაციას უწევს ჩაის ჩხირებს, ხოლო სს „მამათის“ პროდუქტი არის გრებილი ფოთლოვანი ჩაი. ამასთან, მოპასუხე აღნიშნავს, რომ ინდუსტრიული სტანდარტებისა და გლობალური პრაქტიკის მიხედვით, შავ და მწვანე ფერებს აქვს ფუნქციური დატვირთვა. კერძოდ, შავი ფერი გამოიყენება შავი ჩაის პროდუქტთან მიმართებით და შესაბამისად, მწვანე ფერი მწვანე ჩაის შემთხვევებში. ასევე, გავრცელებული პრაქტიკაა ოქროსფერი ორნამენტებისა და ჩაის ფოთლის გრაფიკის გამოყენება ჩაის კოლოფებზე, რადგან ისინი წარმოადგენს ზოგად სიმბოლოებს და მთელ მსოფლიოში გამოიყენება როგორც პროდუქტის ნატურალურობისა და პრემიუმ ხარისხის მიმანიშნებლად.

გარდა ამისა, სს „მამათის“ პროდუქტის შეფუთვაზე დატანილია სხვა დასახელება („მამათი“), ლოგო და გეომეტრიული ფორმები, ასევე, ორნამენტები და გამოსახულება ზედაპირზე. ყუთის გახსნა ხდება განსხვავებულად (ზედა მხრიდან).

ყოველივე აღნიშნულიდან გამომდინარე, მოპასუხე მიუთითებს, რომ მხარეების პროდუქტის კოლოფები არ წარმოადგენს ერთმანეთის მსგავსს და მის მიერ არ ხდება მომჩივნის შეფუთვის იმიტაცია. განსხვავებულია მხარეების ყუთების პარამეტრები და ფორმატი. ასევე, მოპასუხის ლოგო (ჩაის ყვავილოვანი ორნამენტი) სხვაგვარ ვიზუალურ კონცეფციას ატარებს, რაც მსგავსებას გამორიცხავს მომჩივნის კოლოფთან შედარებით. დამატებით, ვიზუალური სახის „საერთო“, ინდუსტრიაში გამოყენებული მიდგომების დასადასტურებლად სს „მამათი“ მიუთითებს ასევე, რომ ჩაის მწარმოებელი სხვა კომპანიებიც (მაგ.: Vahdam Teas, Tea Forte და Newby Teas) იყენებენ მუქ ფონზე ოქროსფერ კანტებსა და გეომეტრიულ სიზუსტეს.

შესაბამისად, მოპასუხის მითითებით, საჩივარში მითითებული გარემოებები დაუსაბუთებელია.

### 1.3. მომჩივნის მიერ დამატებით წარმოდგენილი მოსაზრებები და ინფორმაცია

მომჩივანმა სააგენტოში წარმოადგინა მოსაზრებები მოპასუხის პოზიციასთან დაკავშირებით და სააგენტოს მოაწოდა დამატებითი ინფორმაცია.<sup>5</sup>

შპს „მილენიალსი“ მიუთითებს, რომ მოპასუხე არასწორად უდგება მათი პროდუქტების შეფუთვებს შორის მსგავსების საკითხს და საჩივარში საქმე ეხება არა ცალკეული ელემენტების იდენტურობას, არამედ პროდუქტის საერთო კომერციულ წარმოდგენას და ვიზუალურ კონფიგურაციას, რომელიც არსებითად მსგავს ფორმაში მეორდება. მოპასუხის მხრიდან იმის მითითებაც, რომ შავი ფერი გამოიყენება შავი ჩაისთვის, არ გამორიცხავს უკვე წარმოდგენილ საერთო მსგავსებას.

მომჩივანი მიიჩნევს, რომ მოპასუხის მიერ უცხოური ბრენდების (Vahdam Teas, Tea Forte da Newby Teas) მაგალითად მოყვანა არ არის არგუმენტირებული გამომდინარე იქედან, რომ ეს ბრენდები არ არიან წარმოდგენილი საქართველოს ბაზარზე და შეუძლებელია იმის თქმა, რომ მსგავსი დიზაინი საქართველოს მომხმარებლებისთვის მანამდე გავრცელებული ან ცნობილი იყო. დამატებით, აღნიშნული ბრენდები იყენებენ განსხვავებულ ესთეტიკურ კონფიგურაციას და არა ისეთ მიდგომას, როგორც მომჩივანს აქვს გამოყენებული. ასევე, მოპასუხეს არ დაუსახელებია არცერთი პროდუქტი, რომელიც მომჩივნის მიერ საჩივარში ხსენებული შეფუთვისთვის დამახასიათებელ ერთიან ვიზუალურ კონფიგურაციას გამოიყენებდა. მისი მითითებით, მხარეების შეფუთვებს შორის მსგავსება გამოიხატება შეფუთვის საერთო ვიზუალურ აღქმაში, რაც მომხმარებელზე ქმნის არსებითად ერთსა და იმავე კომერციულ შთაბეჭდილებას.

მომჩივანი, ასევე, მიუთითებს, რომ მათი პროდუქტი (ჩაის ჩხირები) შეიცავს ნამდვილ ჩაის ფოთოლს, რომელიც ქართული წარმოშობისაა და ხელითაა დაკრეფილი. შესაბამისად, მოპასუხის მიერ პროდუქტის შემადგენლობაზე მითითება და მინიშნება, თითქოს ჩაის ჩხირები ნატურალურ და ხარისხიან ჩაის არ შეიცავს, არაა მართებული.

მომჩივანი ხაზს უსვამს იმ გარემოებასაც, რომ მათი პროდუქტის შეფუთვა შეიქმნა რამდენიმე-თვიანი მუშაობის შედეგად. შეფუთვის დიზაინი შესრულებულია არტ-დეკოს სტილში (გეომეტრიული ჩარჩოები, სიმეტრიული კომპოზიცია, თხელი დეკორატიული ხაზები და ვიზუალური ელემენტების მკაფიო იერარქია). კოლოფი ვიზუალურად დაიგემა ვერტიკალური ფორმატით (მასში განთავსებული ჩაის ჩხირების (10 ცალი) ზომის გათვალისწინებით). შეფუთვის ყველა ელემენტი - ჩარჩო, ილუსტრაცია, ტიპოგრაფია და კომპოზიცია - წარმოადგენს ერთიან სისტემას, რომელიც შეიქმნა ჩაის

<sup>5</sup> სააგენტოში შემოსული წერილები: N01/2089 (06.03.2026); N01/2375 (16.03.2026); N01/2836 (30.03.2026)

ჩხირების პროდუქტის არტ-დეკო კონცეფციის შესაბამისად. ამასთან, მომჩივნის ჩაის კოლოფი, მისი შიგთავსის გათვალისწინებით, არის შემდეგი პროპორციების: სიგრძე - 85 მმ, სიგანე - 50 მმ, სიმაღლე - 155 მმ.

„ამრიტის“ განცხადებით, საყურადღებოა ის ფაქტიც, თუ სად დაიბეჭდა მოპასუხის შეფუთვა, რადგან თუ სს „მამათის“ შეფუთვის ზომები ემთხვევა „ამრიტის“ კოლოფის ზომებს და იმავე კომპანიაში დამზადდა (დაიბეჭდა) მათი შეფუთვა, სადაც მომჩივნის, მაშინ უფრო დიდი შანსია, რომ დიზაინი არ იყოს დამოუკიდებლად შექმნილი და მოპასუხის მიერ მომხდარიყო მომჩივნის დიზაინის იმიტაცია. აღნიშნულის საფუძველად მომჩივანი მიუთითებს, რომ მათი შეფუთვის დიზაინი დაიბეჭდა ინდივიდუალური ტექნიკური მაკეტის (die-line) საფუძველზე, რომელიც სპეციალურად შპს „მილენიალსისთვის“ შეიქმნა და აღნიშნული die-line გადაეცა მბეჭდავ კომპანიას, რომელმაც შესამისი საჭრელი ფორმის (plate) გამოყენებით დაამზადა საბოლოო შეფუთვა. მომჩივნის განმარტებით, die-line განსაზღვრავს სწორედ ყუთის ფორმას და პროპორციებს და თუ მბეჭდავი კომპანიის მიერ იმავე ფორმის და მაკეტის გამოყენება მოხდა მოპასუხის კოლოფის დამზადებისასაც, დადგინდება მსგავსება მხარეების ყუთებს შორის.

დამატებით, მომჩივანი აცხადებს, რომ მოპასუხის შეფუთვის დიზაინის ცალკეული ელემენტები ერთმანეთთან სტილისტურად თანხვედრაში არ არის და ნაკლებად სავარაუდოა პროფესიონალი დიზაინერის მიერ ორიგინალური მაკეტის შექმნისას ასეთი მიდგომის გამოყენება. ასეთი სტილისტური შეუსაბამობები და კომპოზიციური დარღვევები ქმნის შთაბეჭდილებას, რომ დიზაინი არ იყო შექმნილი დამოუკიდებლად.

გარდა ამისა, მომჩივანმა სააგენტოს მოაწოდა ინფორმაცია, რომ მისი პროდუქტის რეალიზაცია ხდება თბილისისა და საქართველოს რამდენიმე რეგიონის სავაჭრო ობიექტებში, ასევე, მათივე ვებ-გვერდის მეშვეობით.

## **2. ნორმატიული რეგულირება**

### **2.1. მატერიალური ნაწილი**

საქართველოს კონსტიტუციის მე-6 მუხლის მე-2 პუნქტის შესაბამისად, სახელმწიფო ზრუნავს თავისუფალი და ღია ეკონომიკის, თავისუფალი მეწარმეობისა და კონკურენციის განვითარებაზე.

კანონის პირველი მუხლით, კანონის რეგულირების სფეროდ განისაზღვრება თავისუფალი და სამართლიანი კონკურენციის არამართლზომიერი შეზღუდვისაგან დაცვის

პრინციპების დადგენა, რაც, თავის მხრივ, თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენტუნარიანი ბაზრის განვითარების საფუძველია.

კანონის მე-4 მუხლის თანახმად, ამ კანონის მოთხოვნათა დაცვასა და შესრულებაზე უფლებამოსილების მქონე ორგანოა დამოუკიდებელი საჯარო სამართლის იურიდიული პირი – საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტო. სააგენტოს ძირითადი ამოცანაა კონკურენციის პოლიტიკის განხორციელება, საქართველოში კონკურენციის განვითარების ხელშემწყობი პირობების შექმნა, დაცვა და ამ მიზნით ყველა ტიპის ანტიკონკურენტული შეთანხმებისა და ქმედების დაუშვებლობა.

კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, დაუშვებელია არაკეთილსინდისიერი კონკურენცია. ამავე მუხლის მე-2 პუნქტის მიხედვით კი, არაკეთილსინდისიერ კონკურენციად ითვლება ეკონომიკური აგენტის ქმედება, რომელიც ეწინააღმდეგება საქმიანი ეთიკის ნორმებს და ლახავს კონკურენტთა და მომხმარებელთა ინტერესებს, მაგალითად:

ა) კომუნიკაციის ნებისმიერი საშუალების გამოყენებით საქონლის შესახებ ისეთი ინფორმაციის გადაცემა (მათ შორის, არასათანადო, არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო ან აშკარად ყალბი რეკლამის საშუალებით), რომელიც მომხმარებელს არასწორ წარმოდგენას უქმნის და ამით გარკვეული ეკონომიკური ქმედებისაკენ უბიძგებს;

ბ) ეკონომიკური აგენტის მიერ მხარის შეცდომაში შესაყვანად გარიგების ნამდვილი მიზნის დამალვა და ამით კონკურენციაში უპირატესობის მიღწევა;

გ) ეკონომიკური აგენტის მიერ კონკურენტის რეპუტაციის შელახვა (საწარმოზე, პროდუქციაზე, სამეწარმეო საქმიანობასა და სავაჭრო საქმიანობაზე არასწორი წარმოდგენის შექმნა), მისი უსაფუძვლო კრიტიკა ან დისკრედიტაცია;

დ) კონკურენტის ან მესამე პირის საქონლის ფორმის, შეფუთვის ან გარეგნული იერსახის მითვისება;

ე) სამეცნიერო-ტექნიკური, საწარმოო ან სავაჭრო ინფორმაციის ან კომერციული საიდუმლოების მისი მფლობელის თანხმობის გარეშე მიღება, მოპოვება, გამოყენება ან გავრცელება;

ვ) შემსყიდველის, მიმწოდებლის, მისი თანამშრომლის ან გადაწყვეტილების მიღების უფლებამოსილების მქონე პირის მოსყიდვა, რათა მან დამქირავებლის ინტერესების საწინააღმდეგოდ იმოქმედოს ან უგულვებელყოს მომხმარებლის ინტერესები;

ზ) ბოიკოტისაკენ მოწოდება.

## 2.2. პროცედურული ნაწილი

კანონის 22-ე მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, სააგენტოში საჩივრის წარდგენის უფლება აქვს მომჩივანს, რომელიც მხარედ განიხილება. მან სააგენტოში საჩივართან ერთად უნდა წარადგინოს მტკიცებულებები და მასვე ეკისრება მტკიცების ტვირთი.

კანონის 23-ე მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით, სააგენტო საჩივრის მიღების შემდეგ, საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილ ვადაში სწავლობს საჩივრის დასაშვებობის საკითხს.

სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 23 ოქტომბრის №38 ბრძანებით დამტკიცებული „საჩივრის ფორმა, მისი წარდგენის წესი და საჩივრის დასაშვებობასთან დაკავშირებული პროცედურების და ვადების“ (შემდგომში - „პროცედურა“) მე-7 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, სააგენტო საჩივრის მატერიალურ დასაშვებობას და მის საფუძველზე საქმის მოკვლევის დაწყების მიზანშეწონილობას შეისწავლის საჩივრის სრულყოფილი სახით რეგისტრაციიდან 30 სამუშაო დღის ვადაში. საქმის სირთულიდან გამომდინარე, ეს ვადა შეიძლება გაგრძელდეს არაუმეტეს 15 სამუშაო დღით.

პროცედურის მე-13 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, ზემოაღნიშნული მატერიალური დასაშვებობის შემოწმებისათვის განსაზღვრულ ვადაში სააგენტო შეისწავლის მხარეთა მიერ წარმოდგენილ ინფორმაციას, მტკიცებულებებს, დამატებით მოძიებულ ინფორმაციას და ახდენს მათ ურთიერთშეჯერებას. სააგენტო, ასევე, აანალიზებს, ხომ არ არსებობს საქმის მოკვლევის დაწყებაზე უარის თქმის კანონმდებლობით განსაზღვრული საფუძველები და წარმოიშვება თუ არა გონივრული ეჭვი სავარაუდო დარღვევის არსებობის თაობაზე. ამდენად, საქმის მოკვლევის დაწყების საფუძველია სააგენტოს გონივრული ეჭვი კანონის შესაბამისი მუხლის დარღვევის შესახებ. რაც შეეხება საქმის მოკვლევის დაწყებაზე უარის თქმის საფუძველებს, ისინი გაწერილია კანონის 24-ე მუხლსა და პროცედურის მე-13 მუხლში. ასევე, პროცედურის მე-13 მუხლის მე-2 პუნქტის შესაბამისად, სააგენტოს ზემოთ აღნიშნულ 30-დღიან ვადაში გამოაქვს ერთ-ერთი შემდეგი გადაწყვეტილება: საჩივრის დასაშვებად ცნობის და საქმის მოკვლევის დაწყების შესახებ ან საჩივრის დაუშვებლად ცნობისა და საქმის მოკვლევის დაწყებაზე უარის თქმის შესახებ.

საქმის მოკვლევის დაწყებაზე უარის თქმის შესახებ სააგენტოს გადაწყვეტილება საჩივრდება კანონის 33<sup>2</sup> მუხლით დადგენილი წესით, თბილისის საქალაქო სასამართლოში.

## 2.3. არაკეთილსინდისიერი კონკურენცია პარიზის კონვენციის მიხედვით

„სამრეწველო საკუთრების დაცვის პარიზის კონვენციის“ (1967) (შემდგომში - „კონვენცია“) პირველი მუხლის პირველი ნაწილის თანახმად, კონვენციის მონაწილე სახელმწიფოები ქმნიან სამრეწველო საკუთრების დაცვის კავშირს. ამავე მუხლის მეორე ნაწილის მიხედვით, სამრეწველო საკუთრების დაცვის ობიექტებია: პატენტები, სასარგებლო მოდელები, სამრეწველო დიზაინები, სასაქონლო ნიშნები, მომსახურების ნიშნები, საფირმო სახელწოდებები, წარმოშობის აღნიშვნები და ადგილწარმოშობის დასახელებები, აგრეთვე არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის აღკვეთა.

კონვენციის 10bis მუხლი ეხება არაკეთილსინდისიერ კონკურენციას. აღნიშნული მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, კავშირის წევრი ქვეყნები ვალდებული არიან, უზრუნველყონ კავშირის ქვეყნების მოქალაქეები არაკეთილსინდისიერი კონკურენციისაგან ეფექტიანი დაცვით. ამავე მუხლის მე-2 პუნქტი ადგენს, რომ არაკეთილსინდისიერ კონკურენციად ჩაითვლება კონკურენციის ნებისმიერი აქტი, რომელიც ეწინააღმდეგება სამეწარმეო ან კომერციული საქმიანობის პატიოსან ჩვევებს. მუხლში განმარტებული არ არის, თუ რა იგულისხმება „სამეწარმეო ან კომერციულ პატიოსანებაში“, შესაბამისად, აღნიშნული ტერმინის განმარტება ეროვნული სასამართლოების და ადმინისტრაციული ორგანოების უფლებამოსილებაშია. თუმცა, იმავე მუხლის მე-3 პუნქტი ჩამოთვლის ქმედებებს, რომლებიც ჩაითვლება არაკეთილსინდისიერ კონკურენციად, მათ შორისაა - „ისეთი ხასიათის მქონე ყველა ქმედება, რომელსაც შეუძლია რაიმე გზით გამოიწვიოს აღრევა კონკურენტის დაწესებულების, საქონლის, სამეწარმეო ან კომერციული საქმიანობის მიმართ“;

## 3. სამოტივაციო ნაწილი

### 3.1. ზოგადი მიმოხილვა

მოქმედი კანონმდებლობის მიხედვით, სააგენტო საქმის მოკვლევას იწყებს საჩივრის საფუძველზე ან საკუთარი ინიციატივით.

კანონის სავარაუდო დარღვევის შესახებ საჩივრის მიღების შემდგომ სააგენტო კანონმდებლობით დადგენილ ვადებში ამოწმებს საჩივრის ფორმალურ და მატერიალურ შესაბამისობას კონკურენციის კანონმდებლობასთან. ფორმალური შესაბამისობის დადგენა

---

<sup>6</sup> კონვენციის სრული ტექსტი იხილეთ შემდეგ ბმულზე:  
<https://matsne.gov.ge/ka/document/view/2446385?publication=0> [08.04.2026]

გულისხმობს იმის შემოწმებას, რამდენად სრულყოფილად არის შევსებული/წარმოდგენილი საჩივარი, ხოლო მატერიალური დასაშვებობის ეტაპზე სააგენტო იკვლევს, არსებობს თუ არა საჩივრის საფუძველზე საქმის მოკვლევის დაწყებაზე უარის თქმის კანონმდებლობით განსაზღვრული საფუძველები და წარმოიშობა თუ არა გონივრული ეჭვი კანონის სავარაუდო დარღვევის არსებობის თაობაზე. სააგენტო გადაწყვეტილებას საჩივრის დასაშვებად ცნობისა და საქმის მოკვლევის დაწყების ან საჩივრის დაუშვებლად ცნობისა და საქმის მოკვლევაზე უარის თქმის შესახებ იღებს ზემოთ აღნიშნული ფორმალური და მატერიალური დასაშვებობის სტანდარტის მოთხოვნებთან მიმართებით საჩივრის ყოველმხრივი ანალიზის შედეგად.

განსახილველ შემთხვევაში საჩივარი შეეხება კონკურენტის/მესამე პირის საქონლის ფორმის, შეფუთვის ან გარეგნული იერსახის მითვისებას, რომელიც გათვალისწინებულია კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის მე-2 პუნქტის „დ“ ქვეპუნქტით. საჩივრის მატერიალური დასაშვებობის ეტაპზე სააგენტო ამოწმებს შესაძლოა თუ არა ადგილი ჰქონდეს აღნიშნული მუხლის (ქვეპუნქტის) შემადგენლობის არსებობის სავარაუდო ნიშნებს. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ კანონის 22-ე მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, მომჩივანი მხარედ განიხილება და ეკისრება მტკიცების ტვირთი (*actori incumbit probatio*). მომჩივანს აქვს შესაბამისი მტკიცებულებების წარმოდგენის ვალდებულებაც და მასვე ეკისრება საჩივრის დასაბუთებულობის ვალდებულება. ეს იმას ნიშნავს, რომ თავად მომჩივანი განსაზღვრავს განსახილველ საკითხთა წრეს, ირჩევს სათანადო მოპასუხეს, და ა.შ. იგი ატარებს, ასევე, დარღვევის ფაქტის არსებობის დადასტურების რისკს.

სააგენტო წარმოადგენს საქართველოში კონკურენციის სამართლის აღმასრულებელ და კონკურენციის პოლიტიკის განმახორციელებელ ორგანოს. იგი უფლებამოსილია ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში, მის ხელთ არსებული ინფორმაციის/მტკიცებულებების ყოველმხრივი ანალიზის შედეგად განსაზღვროს, აკმაყოფილებს თუ არა საჩივარი და მასში მითითებული ფაქტობრივი გარემოებები კონკურენციის შესახებ საქართველოს კანონმდებლობის დარღვევის გონივრული ეჭვის სამართლებრივ სტანდარტს.

საქართველოს კონკურენციის კანონმდებლობა არ შეიცავს გონივრული ეჭვის ცნების ლეგალურ დეფინიციას. დასაშვებობასთან დაკავშირებით გადაწყვეტილების მიღების პროცესში გონივრული ეჭვის განსაზღვრისას სააგენტო ხელმძღვანელობს ევროკომისიისა და ევროპის მართლმსაჯულების სასამართლოს მიერ ჩამოყალიბებული საუკეთესო პრაქტიკით. „ევროკავშირის ფუნქციონირების შესახებ შეთანხმების (TFEU) 101-ე და 102-ე მუხლების შესაბამისად პროცედურების წარმართვის საუკეთესო პრაქტიკის შესახებ“ ევროკომისიის ნოტა განმარტავს, რომ კონკურენციის სამართლის ყველა საქმე, მიუხედავად მათი დაწყების საფუძველებისა, გადის პირველადი შეფასების ფაზას. ამ სტადიაზე კომისია ამოწმებს, თუ რამდენად არის მიზანშეწონილი საქმეზე შემდგომი

მოკვლევის განხორციელება<sup>7</sup>. ასევე, პრაქტიკაში, პირველადი შეფასებების სისტემა ნიშნავს, რომ ზოგიერთი საქმე წყდება წარმოების ძალიან ადრეულ ეტაპზე, რადგან ამ საქმეებზე შემდგომი მოკვლევისა თუ შესწავლის განხორციელება არ არის გონივრული<sup>8</sup>. მართლმსაჯულების სასამართლოს განმარტებით, კომისია აღჭურვილია უფლებამოსილებით, ევროპული კავშირის სამართლით მისთვის დაკისრებული ვალდებულებების გათვალისწინებით, დამოუკიდებლად განსაზღვროს მის წინაშე არსებული საჩივრებიდან, რომელ შემთხვევაშია მიზანშეწონილი და გონივრული საქმეზე შემდგომი მოკვლევის გაგრძელება<sup>9</sup>. ამასთან, ხაზი უნდა გაესვას იმ გარემოებას, რომ სააგენტოსთვის მნიშვნელოვანია შეზღუდული ადმინისტრაციული რესურსების მობილიზება ისეთ საქმეებზე, სადაც მოკვლევის შედეგად მეტად სავარაუდოა სამართალდარღვევის დადგენა.<sup>10</sup> აქვე უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ სააგენტო მატერიალური დასაშვებობის შესწავლის პროცესში შეზღუდულია კანონმდებლობით დადგენილი ვადებით.

ყოველივე ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე, სააგენტოში წარმოდგენილი ნებისმიერი საჩივარი გადის შემოწმების (ფორმალური და მატერიალური დასაშვებობა) ეტაპს და სააგენტო, კონკრეტული საქმის გარემოებებიდან გამომდინარე, ინფორმაციის/მტკიცებულებების შეფასებისა და საქმის გარემოებების სრულყოფილი შესწავლის შედეგად, იღებს გადაწყვეტილებას საჩივრის საფუძველზე საქმის მოკვლევის დაწყების/არდაწყების შესახებ. საჩივრის საფუძველზე საქმის მოკვლევის დაწყებისთვის გადაწყვეტი მნიშვნელობა აქვს იმას, რომ მატერიალური დასაშვებობის შესწავლის ეტაპზე იკვეთებოდეს კანონმდებლობის დარღვევის შესახებ გონივრული ეჭვის არსებობა. განსახილველ შემთხვევაში საჩივარში მოცემული გარემოებები გაანალიზებულია სწორედ გონივრული ეჭვის სტანდარტის არსებობის ჭრილში.

### 3.2. კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის მე-2 პუნქტის „დ“ ქვეპუნქტის სავარაუდო დარღვევა

კანონის 11<sup>3</sup> მუხლი კრძალავს არაკეთილსინდისიერ კონკურენციას. აღნიშნული მუხლის მე-2 ნაწილი თავდაპირველად ზოგადად განმარტავს, თუ რა შემთხვევაში ჩაითვლება ქმედება არაკეთილსინდისიერ კონკურენციად. კერძოდ, კანონი არაკეთილსინდისიერ კონკურენციად მიიჩნევს ეკონომიკური აგენტის ისეთ ქმედებას, რომელიც ეწინააღმდეგება საქმიანი ეთიკის ნორმებს და ლახავს კონკურენტთა და მომხმარებელთა ინტერესებს.

<sup>7</sup> Commission Notice on Best Practices for the Conduct of Proceedings Concerning Articles 101 and 102 TFEU (იხ. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52011XC1020%2802%29>) §12 [03.04.2026]

<sup>8</sup> იქვე, § 13.

<sup>9</sup> ECJ Case T-24/90, 18.09.1992, § 77.

<sup>10</sup> საქართველოს კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2018 წლის 7 მაისის №04/113 ბრძანებით დამტკიცებული გადაწყვეტილება („გორის ტაქსების საქმე II“), გვ. 10

შესაბამისად, აღნიშნული მუხლის ზოგადი ნორმატიული შემადგენლობის მიხედვით, ეკონომიკური აგენტის ქმედების არაკეთილსინდისიერ კონკურენციად მიჩნევისათვის, საჭიროა შემდეგი პირობების ერთობლივად არსებობა:

ა) ქმედება უნდა ეწინააღმდეგებოდეს საქმიანი ეთიკის ნორმებს - „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონი, ისევე, როგორც ზოგადად, ქართული კანონმდებლობა, არ განმარტავს, თუ კონკრეტულად რა მოიაზრება „საქმიანი ეთიკის ნორმებში“. თუმცა, საქართველოში კერძოსამართლებრივი ურთიერთობები ეფუძნება კეთილსინდისიერების პრინციპს. სააგენტო აღნიშნავს, რომ საქმიანი ეთიკის ნორმები ირღვევა, როდესაც ეკონომიკური აგენტის ქცევა ეწინააღმდეგება კეთილსინდისიერების პრინციპს. ამავდროულად, სააგენტო აღნიშნულ კრიტერიუმს აფასებს ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში. როგორც საქართველოს უზენაესი სასამართლო განმარტავს, ზოგადად, ყველა მართლწესრიგი სამართლის სუბიექტთა ქცევის წესს კეთილსინდისიერების პრინციპზე აფუძნებს და ამ პრინციპს ნორმატიულ კონცეფციად განიხილავს. საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის მე-8 მუხლის მე-3 ნაწილის შესაბამისად, სამართლებრივი ურთიერთობის მონაწილენი ვალდებული არიან, კეთილსინდისიერად განახორციელონ თავიანთი უფლებები და მოვალეობები. კეთილსინდისიერების პრინციპი უმეტესწილად დაკავშირებულია მორალურ სტანდარტებთან. კეთილსინდისიერება ნიშნავს გულწრფელობას, მიუკერძოებლობას, ობიექტურობას, სამართლიანობასა და სხვა<sup>11</sup>.

ბ) ქმედება უნდა ლახავდეს კონკურენტთა ინტერესებს - კანონის მე-3 მუხლის „გ“ ქვეპუნქტის თანახმად, კონკურენტი ეკონომიკურ აგენტად მიიჩნევა შესაბამის ბაზარზე მოქმედი ან პოტენციური ეკონომიკური აგენტი, ხოლო იმავე მუხლის „დ“ ქვეპუნქტის მიხედვით, პოტენციური კონკურენტი ეკონომიკური აგენტი არის დაინტერესებული ეკონომიკური აგენტი, რომელსაც აქვს დასაბუთებული განზრახვა შესაბამის ბაზარზე შესასვლელად. შესაბამისად, კონკურენტი ეკონომიკური აგენტის ინტერესების შელახვად ჩაითვლება ნებისმიერი ქმედება, რომელიც რაიმე ფორმით ზიანს აყენებს იმავე შესაბამის ბაზარზე ამჟამად მოქმედ ან პოტენციურ ეკონომიკურ აგენტს.

გ) ქმედება უნდა ლახავდეს მომხმარებლის ინტერესებს - კანონი არ იცნობს სპეციალურ ცნებას „მომხმარებელი“, თუმცა აღნიშნული ტერმინი განმარტებულია „ბაზრის ანალიზის მეთოდური მითითებების დამტკიცების თაობაზე“ კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 23 ოქტომბრის №37 ბრძანებით დამტკიცებული მითითებების მე-2 მუხლის პირველი პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტში. კერძოდ, მომხმარებელი არის პირი, რომელიც პირადი მოხმარების ან სამეწარმეო მიზნებისათვის იძენს

---

<sup>11</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2017 წლის 17 თებერვლის განჩინება, საქმე Nას-1184-1145-2016, პუნქტი 38, იხ. <https://www.supremecourt.ge/ka/fullcase/58618/1>

საქონელს/მომსახურებას. ამდენად, კონკურენციის კანონმდებლობა მომხმარებლად მიიჩნევა როგორც ფიზიკურ, ასევე იურიდიულ პირს.

გარდა ზემოთ მითითებული ზოგადი ნორმატიული შემადგენლობისა, კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის მე-2 პუნქტი, ასევე, შეიცავს არასრულ სიას იმ სამაგალითო ქმედებებისა, რომლებიც წარმოადგენენ არაკეთილსინდისიერ კონკურენციას.

მოცემულ შემთხვევაში საჩივრის ავტორი მიუთითებს ერთ-ერთ ასეთ სამაგალითო ქმედებაზე, კერძოდ, 11<sup>3</sup> მუხლის მე-2 პუნქტის „დ“ ქვეპუნქტით განსაზღვრულ, კონკურენტის ან მესამე პირის საქონლის ფორმის, შეფუთვის ან გარეგნული იერსახის მითვისებაზე. მომჩივანი აცხადებს, რომ მოპასუხე იყენებს მის ვიზუალურ იდენტობას, რაც გამოიხატება მომჩივნის პროდუქტის (ჩაის) შეფუთვისა და ვებგვერდის დიზაინის, მათი ფერთა კომბინაციების, საერთო ესთეტიკური მიმართულების, განლაგების ლოგიკისა და წარმოდგენის სტილის გამოყენებაში მოპასუხის მხრიდან.

აქედან გამომდინარე, სააგენტო საჩივრის დასაშვებობის შესწავლის ეტაპზე აფასებს, რამდენად არსებობს გონივრული ეჭვი მასზე, რომ ადგილი აქვს კონკურენტის/მესამე პირის საქონლის შეფუთვის, ფორმისა და გარეგნული იერსახის სავარაუდო მითვისებას.

### **3.2.1. ვებგვერდის დიზაინის სავარაუდო მითვისება**

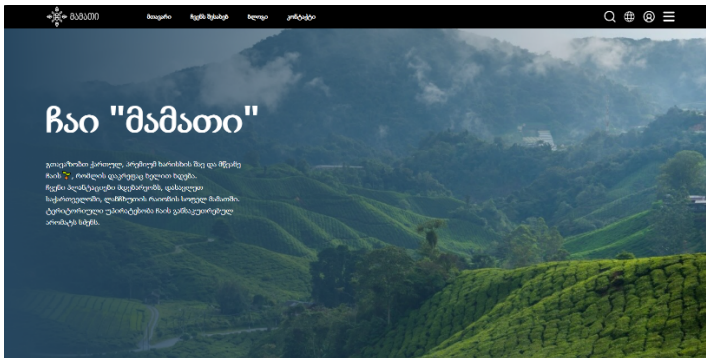
საჩივრის ავტორი მიიჩნევს, რომ მოპასუხე იყენებს მისი კუთვნილი ვებგვერდის ([www.amrit-tea.com](http://www.amrit-tea.com)) ვიზუალური მხარის მსგავს ვებგვერდის დიზაინს, რაც წარმოადგენს კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის მე-2 პუნქტის „დ“ ქვეპუნქტის დარღვევას.

მომჩივანი საჩივარში ზოგადად მიუთითებს, რომ მოპასუხე იმეორებს მისი შეფუთვისა და ვებგვერდის ფერთა კომბინაციებს, საერთო ესთეტიკურ მიმართულებას, განლაგების ლოგიკასა და წარმოდგენის სტილს. ამასთან, არ აკონკრეტებს, აღნიშნული მსგავსება მხოლოდ ვებგვერდს შეეხება თუ შეფუთვისა და ვებგვერდს. სააგენტოს მიერ წარმოების პროცესში გადამოწმდა მხარეების ვებგვერდები (იხ. ეკრანის ანაბეჭდი N1 და N2) და მათი ანალიზის შედეგად არ იკვეთება იდენტური დიზაინის/იერსახის გამოყენება ონლაინ საიტებზე და მომჩივანსაც არ დაუკონკრეტებია, რა კუთხით ან იერსახის რა ნაწილი მიითვისა მოპასუხემ.

ეკრანის ანაბეჭდი N1 (მომჩივნის ვებგვერდი - [www.amrit-tea.com](http://www.amrit-tea.com))



ეკრანის ანაბეჭდი N2 (მოპასუხის ვებგვერდი - [www.mamati.ge](http://www.mamati.ge))



ხაზი უნდა გაესვას, რომ სააგენტო ადმინისტრაციული წარმოების პროცესში დამოუკიდებლად მოიძიებს და იღებს სხვადასხვა რელევანტურ ინფორმაციას. თუმცა საჩივრის წარმოდგენის შემთხვევაში, პირველ რიგში, მომჩივნის მტკიცების ტვირთს წარმოადგენს შესაბამისი ფაქტობრივი გარემოებების ზუსტად მითითება და სათანადო მტკიცებულებების წარმოდგენა. შპს „მილენიალსის“ მიერ არ ყოფილა წარმოდგენილი რაიმე კონკრეტული მტკიცებულება იმის დასადასტურებლად, რომ მოპასუხის მხრიდან სავარაუდოდ ადგილი ჰქონდა ვებგვერდის ვიზუალის მითვისებას. ასევე, მომჩივანი არ მიუთითებს არც იმას, მოცემულ შემთხვევაში შესაძლოა თუ არა ადგილი ჰქონდეს კონკურენტისა და მომხმარებლის ინტერესების რაიმე ფორმით შელახვას (და შესაბამისად, კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის ზოგად ნორმატიული შემადგენლობას). აქედან გამომდინარე, სააგენტოს ხელთ არსებული ინფორმაციით და მხარეების ვებგვერდების შეფასების შედეგად, არ იკვეთება მოპასუხის მხრიდან კონკურენციის საწინააღმდეგო ქმედების შესახებ გონივრული ეჭვის არსებობის ნიშნები.

### 3.2.2. ჩაის კოლოფის შეფუთვის სავარაუდო მითვისება

შპს „მილენიალსი“ მიუთითებს, რომ მოპასუხე იყენებს მისი პროდუქტის (ჩაის) შეფუთვას (შედარებისთვის იხ. ფოტო 1 და ფოტო 2). მომჩივნის განცხადებით, შეფუთვის დიზაინი შესრულებულია არტ-დეკოს სტილში (გეომეტრიული ჩარჩოები, სიმეტრიული კომპოზიცია, თხელი დეკორატიული ხაზები და ვიზუალური ელემენტების მკაფიო იერარქია). მოპასუხის მხრიდან ამ დიზაინის ფერთა პალიტრისა და ვიზუალური იდენტობის გამეორების გარდა, ხდება შეფუთვის (ყუთის) პროპორციების და ყუთის ვიწრო ფორმატის გამეორებაც. როგორც მომჩივანი აცხადებს, მისი პროდუქტი წარმოადგენს ჩაის ჩხირებს (sticks) და ვიწრო ფორმატის ყუთის გამოყენება განპირობებულია სწორედ პროდუქტის სპეციფიკით და ჩაის ჩხირები ფუნქციურად მოითხოვდა ყუთის ამ ზომებს. რაც შეეხება მოპასუხის პროდუქტს, სს „მამათისთვის“ აუცილებლობას არ წარმოადგენდა მსგავსი პროპორციების გამოყენება გამომდინარე იქედან, რომ მოპასუხის კოლოფი შეიცავს პირამიდის პაკეტებს. მომჩივანი მიიჩნევს, რომ მოპასუხის მხრიდან ხდება მისი შეფუთვის გამეორება და მის მიერ გამოყენებული ფორმა (კოლოფი) არ არის დამოუკიდებელი შრომის შედეგად შექმნილი დიზაინი.

**ფოტო 1. მომჩივნის პროდუქტის ყუთი**



**ფოტო 2. მოპასუხის პროდუქტის ყუთი**



აღნიშნულიდან გამომდინარე, შეიძლება გამოიყოს რამდენიმე მნიშვნელოვანი საკითხი, რომლებსაც ემყარება საჩივრის ავტორის პოზიცია. კერძოდ, სავარაუდო დარღვევის ნიშნებად მომჩივანი მიიჩნევს მხარეების ყუთის მსგავს პროპორციებს, საერთო ვიზუალურ იდენტობას და ფერთა პალიტრას. ასევე, შპს „მილენიალსის“ მოსაზრებით, თუ ორივე მხარის შეფუთვა ერთსა და იმავე მბეჭდავი კომპანიის მიერ დაიბეჭდა, ეს კიდევ უფრო ზრდის იმიტაციის შესაძლებლობას.

პირველ რიგში, სააგენტო განმარტავს, რომ მატერიალური დასაშვებობის ფარგლებში სააგენტოს ხელთ არსებული ინფორმაციით/დოკუმენტებით, სს „მამათის“ მიერ შეფუთვის დიზაინი შეიქმნა კომპანიის შიდა გუნდში და დასაბეჭდი ფორმატი (შესაბამისი ფორმატის ფაილი) სტამბას მიეწოდა 2023 წლის ბოლოს. ის ფაქტი, რომ დიზაინი შექმნილი და

გაგზავნილი იყო თავად სს „მამათის“ მიერ, გამორიცხავს შესაძლებლობას, რომ მოპასუხეს მომჩივნის დიზაინის კოპირება/მითვისება მოეხდინა მბეჭდავი კომპანიის საშუალებით (კომპანიისთვის მომჩივნის მიერ მიწოდებული დიზაინის გამოყენებით). ამასთან, ყუთის პროპორციები განსხვავებულია, რაც კიდევ უფრო არსებითს ხდის კოლოფებს შორის განსხვავებას.

რაც შეეხება სხვა არგუმენტებს, როგორც აღნიშნა, მომჩივანი საჩივარსა და დამატებით წარმოდგენილ მასალებში მიუთითებს, რომ მოპასუხის პროდუქტის შეფუთვის ვიზუალური სახე, რაც იმეორებს მომჩივნის შეფუთვის ვიზუალურ სახეს, წარმოადგენს კონკურენციის კანონმდებლობის დარღვევას.

სააგენტო მატერიალური დასაშვებობის ეტაპზე არ აფასებს ქმედებას პირდაპირ დარღვევის ჭრილში, არამედ ანალიზებს შესაძლოა თუ არა არსებობდეს სავარაუდო დარღვევის ნიშნები.

საქმის გარემოებების შესწავლის შედეგად დგინდება, რომ შეფუთვები არ არის ერთნაირი პროპორციების მქონე. კერძოდ, მომჩივნის ყუთის ზომებია: 155x85x50 მმ, ხოლო მოპასუხის - 150x80x70 მმ. მომჩივანი საკუთარ პოზიციას სწორედ იმ გარემოებაზე აფუძნებს, რომ მოპასუხის ჩაის შეფუთვა იმეორებს მისი ყუთის პროპორციებს, რასაც სს „მამათისთვის“, მისი პროდუქტის ტიპიდან (პირამიდის პაკეტები) გამომდინარე, არანაირი ფუნქციური დატვირთვა არ გააჩნია და აღნიშნული ზომები აიხსნება მხოლოდ მომჩივნის ყუთის იმიტაციით. აღნიშნული პოზიცია სააგენტოს მიერ ვერ იქნება გაზიარებული, რადგან სს „მამათის“ ჩაის კოლოფს სრულიად სხვა პროპორციები აქვს და ყუთის ზომებზე დაყრდნობით კონკურენტის შეფუთვის მითვისება გამორიცხულია.

ასევე, მომჩივნის მითითებით, მოპასუხის მიერ გამოყენებული ფერები არის მომჩივნის ყუთზე დატანილი ფერების მსგავსი. მოპასუხე აღნიშნულთან დაკავშირებით მიუთითებდა, რომ ფერებს აქვს ფუნქციური დატვირთვა - შავი ჩაის შემთხვევაში გამოყენებულია შავი ფერი, ხოლო მწვანე ჩაის შემთხვევაში - მწვანე ფერი. სააგენტო მიზანშეწონილად მიიჩნევს გაიზიაროს აღნიშნული მიდგომა. კერძოდ, საცვებით ბუნებრივია ყუთის დიზაინის გადაწყვეტისას მისი ფერის არჩევა პროდუქტის (შიგთავის) შესაბამისად და კონკრეტული ფერი, მიუხედავად იმისა, რომ იგი შეიძლება იყოს რეგისტრირებული დიზაინის ნაწილიც, ზოგადად, არ წარმოადგენს ერთი კონკრეტული ეკონომიკური აგენტის ექსკლუზიური საკუთრების ობიექტს. შესაბამისად, ნებისმიერ კონკურენტს ან მესამე პირს, უფლება უნდა ჰქონდეს გამოიყენოს იგივე ფერი საკუთარ შეფუთვაში. სხვა შემთხვევაში გაუმართლებლად იქნებოდა შეზღუდული ეკონომიკური აგენტების არჩევანი, შექმნან და გამოიყენონ ესა თუ ისე ფერი საკუთარ შეფუთვაზე.

ამასთან, შეფუთვის მითვისებაზე მსჯელობისას, საყურადღებოა ისიც, რომ მომჩივნისა და მოპასუხის ყუთებზე მითითებულია მათი ბრენდული დასახელებები, მსხვილი შრიფტით, რაც თვალშისაცემ სხვაობას ქმნის შეფუთვებს შორის.

ასევე, ვიზუალური იდენტობის ცალკეული ელემენტები, რომელსაც მოიცავს მოპასუხის შეფუთვა (ოქროსფერი ორნამენტები და ჩაის ფოთლის გრაფიკა), არ წარმოადგენს ინდუსტრიისთვის უცხო სიმბოლოებს და ისევე როგორც ცალკე აღებული ერთი ფერის შემთხვევაში, ზოგადად, ინდუსტრიისთვის დამახასიათებელი კონკრეტული სიმბოლოს გამოყენება ვერ შეფასდება კონკურენტის წინააღმდეგ არაკეთილსინდისიერ კონკურენციად. სიმბოლოებთან დაკავშირებით უმნიშვნელოვანესია ხაზი გაესვას იმ ფაქტს, რომ ვიზუალური შედარების შედეგად აშკარად უდავო ფაქტია, რომ მომჩივნისა და მოპასუხის ჩაის კოლოფები არც კი შეიცავს საერთო იდენტურ ელემენტებს. ერთნაირია მხოლოდ ტექსტისთვის გამოყენებული ფერი (ოქროსფერი), თუმცა კონკრეტული ფერის ჩართვა შეფუთვის დიზაინში არ გულისხმობს თავისთავად იმიტაციას.

გარდა ამისა, მხარეების ყუთები იხსნება სხვადასხვა ფორმით - მოპასუხის ყუთი იხსნება ზემოდან, ხოლო მომჩივნის ყუთს შუაში აქვს ასევე შესამჩნევი წყვეტილი ხაზი, საიდანაც შეიძლება კოლოფის გახსნა. აღნიშნული სხვაობა ასევე, ამცირებს მათ საერთო ვიზუალურ იდენტობის არსებობას.

სააგენტო აღნიშნავს, რომ ცალკეული განმასხვავებელი ელემენტების არსებობის, ასევე, ზოგადი იერსახის განსხვავებულობიდან გამომდინარე, არ იკვეთება გონივრული ექვის სტანდარტის არსებობა მოპასუხის მხრიდან შეფუთვის მითვისებაზე. მომჩივანი საჩივარსა და დამატებით წარმოდგენილ კორესპონდენციაში ხაზს უსვამს იმ გარემოებას, რომ საერთო შთაბეჭდილებას ქმნის მხარეების შეფუთვები, თუმცა სწორედ საერთო ვიზუალური აღქმა არის განსხვავებული, რომ არაფერი ითქვას იმ გარემოებაზე, რომ მხარეების ყუთებზე სრულიად განსხვავებული სიმბოლოები და ტექსტია გამოყენებული.

## დასკვნა

კონკურენციის სამართლის მიზანი ბაზარზე ჯანსაღი კონკურენციის ხელშეწყობა და დაცვაა. კანონმდებლობით მინიჭებული უფლებამოსილების ფარგლებში საჩივრის მატერიალური დასაშვებობის ეტაპზე ამოწმებს, აკმაყოფილებს თუ არა საჩივარი და მასში მითითებული ფაქტობრივი გარემოებები კონკურენციის შესახებ საქართველოს კანონმდებლობის დარღვევის გონივრული ექვის სამართლებრივ სტანდარტს. სააგენტო აღნიშნული მიზნით აფასებს საჩივარში მოცემულ ინფორმაციას და დასაშვებობის შესახებ გადაწყვეტილების მიღებისას ითვალისწინებს საჩივრის დასაბუთებულობას. აღსანიშნავია, ასევე, ის ფაქტი, რომ საჩივრის დასაშვებობის საკითხის განხილვისას

სააგენტო შებოჭილია ამ საჩივრის შინაარსით. მომჩივანს აქვს შესაბამისი მტკიცებულებების წარმოდგენის ვალდებულებაც და მასვე ეკისრება საჩივრის დასაბუთების ვალდებულება. დასაშვებობის შესახებ გადაწყვეტილების მიღებისას სააგენტო მხედველობაში იღებს მომჩივნის და მოპასუხის მიერ წარმოდგენილ არგუმენტებსა და მტკიცებულებებს და მათი ყოველმხრივი ანალიზით ადგენს აკმაყოფილებს თუ არა საჩივარი გონივრული ეჭვის სტანდარტს.

ადმინისტრაციული წარმოების ფარგლებში გამოთხოვილი/მიღებული ინფორმაციის ანალიზისა და შეფასების საფუძველზე, წინამდებარე გადაწყვეტილებაში მითითებული გარემოებებისა და მსჯელობის გათვალისწინებით, სააგენტო მიიჩნევს, რომ მოცემულ შემთხვევაში არ დასტურდება საქონლის ფორმის, შეფუთვის ან გარეგნული იერსახის მითვისებისა და კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის მე-2 პუნქტის „დ“ ქვეპუნქტის სავარაუდო დარღვევის შესახებ გონივრული ეჭვის არსებობა. შესაბამისად, სააგენტო მიზანშეუწონლად მიიჩნევს კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის მე-2 პუნქტის „დ“ ქვეპუნქტის სავარაუდო დარღვევის ფაქტზე საქმის მოკვლევის დაწყებას.

### **სარეზოლუციო ნაწილი**

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 17<sup>1</sup> მუხლის მე-2 და მე-4 პუნქტების, 23-ე მუხლის პირველი პუნქტის, 24-ე მუხლის „ბ“ პუნქტის, „საჩივრის ფორმის, მისი წარდგენის წესის და საჩივრის დასაშვებობასთან დაკავშირებული პროცედურისა და ვადების დამტკიცების თაობაზე“ სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 23 ოქტომბრის №38 ბრძანებით დამტკიცებული პროცედურის მე-7 მუხლის პირველი პუნქტის, მე-13 მუხლის პირველი და მე-2 პუნქტებისა და მე-3 პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტის შესაბამისად,

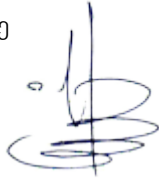
### **სააგენტომ დაადგინა:**

1. დაუშვებლად იქნას ცნობილი შპს „მილენიალსის“ (ს/ნ: 404521013) 2026 წლის 13 თებერვლის N01/1413 საჩივარი;
2. მომჩივანს უარი ეთქვას წარმოდგენილი საჩივრის საფუძველზე საქმის მოკვლევის დაწყებაზე;
3. წინამდებარე გადაწყვეტილება ეცნობოს მომჩივან და მოპასუხე მხარეებს;
4. გადაწყვეტილება მისი მიღებიდან 10 (ათი) სამუშაო დღის ვადაში გამოქვეყნდეს სააგენტოს ოფიციალურ ვებგვერდზე, ინფორმაციის კონფიდენციალურობის დაცვით;
5. ამ ბრძანების გასაჩივრება შესაძლებელია საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით, მისი გაცნობიდან ერთი თვის ვადაში თბილისის საქალაქო სასამართლოში (მისამართი: ქალაქი თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი №64);

6. ეს ბრძანება ამოქმედდეს ხელმოწერისთანავე.

ირაკლი ლეჟვინაძე

თავმჯდომარე

A handwritten signature in blue ink, consisting of a vertical line on the left, a loop on the right, and several horizontal strokes at the bottom.