



საქართველოს კონკურენციისა
და მომხმარებლის
დაცვის სააგენტო

საინფორმაციო ფურცელი მსოფლიოში კონკურენციის უწყებების მიერ განხორციელებული აქტივობები

აგვისტო, 2025

1



იტალიის კონკურენციის უწყება

3,5 მილიონი ევროს ჯარიმა **GIORGIO ARMANI-ს** არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკის გამო



იტალიის უწყებამ (AGCM) დააკისრა 3.5 მილიონი ევროს ჯარიმა კომპანიებს Giorgio Armani S.p.A. და G.A. Operations S.p.A. იტალიის მომხმარებელთა კოდექსის შესაბამისად, 2022 წლის 22 აპრილიდან 2025 წლის 18 თებერვლამდე განხორციელებული არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკის გამო. კომპანიებმა გაავრცელეს მცდარი და გაურკვეველი განცხადებები ეთიკური და

სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ, რომლებიც ეწინააღმდეგებოდა Armani-ის ბრენდის ტყავის ჩანთებისა და აქსესუარების წარმოებისთვის მომწოდებლებისა და სუბკონტრაქტორების მიერ შექმნილ სამუშაო პირობებს.

Armani Values (www.armanivalues.com) და Armani (www.armani.com) ვებგვერდებზე გამოქვეყნებული დოკუმენტები, ხაზს უსვამდა მდგრადობასა და სოციალურ

პასუხისმგებლობას, განსაკუთრებით მუშაკთა უფლებებისა და უსაფრთხოების დაცვას. ეს განცხადებები გამოიყენებოდა მარკეტინგული მიზნებისთვის, რათა დაკმაყოფილებულიყო მომხმარებელთა მზარდი მოლოდინები. თუმცა, მოკვლევამ დაადგინა, რომ წარმოების მნიშვნელოვანი ნაწილი გადაეცა სუბკონტრაქტორებს, სადაც მანქანებიდან ამოღებული იყო უსაფრთხოების მოწყობილობები წარმოების გაზრდის მიზნით, რაც სერიოზულ საფრთხეს უქმნიდა მუშაკთა ჯანმრთელობასა და უსაფრთხოებას; სანიტარულ-ჰიგიენური პირობები არ შეესაბამებოდა სტანდარტებს; მუშაკები ხშირად დასაქმებულნი იყვნენ არაოფიციალურად ან ნაწილობრივ დეკლარირებული შრომით.

წყარო:

2



იტალიის კონკურენციის უწყება

იტალიის კონკურენციის უწყებამ უზრუნველყო "ECOGREEN"-ის ბოთლების ეტიკეტებიდან და შეფუთვიდან "CARBON NEUTRAL"-ის ამოღება

2025 წლის ივლისში, San Benedetto S.p.A.-მ შეცვალა თავისი Ecogreen მინერალური წყლის ბოთლების ეტიკეტები, შეფუთვა, ვებგვერდის (www.sanbenedetto.it) და სარეკლამო მასალების შინაარსი, რის ფარგლებშიც წაშალა მწვანე მტკიცებები, რომლებიც ცრუ წარმოდგენას ქმნიდა, თითქოს მისი პროდუქციის წარმოება გარემოზე ზეგავლენას არ ახდენდა.

იტალიის კონკურენციის უწყებამ (AGCM) წარმატებით გამოიყენა „მორალური ზეგავლენის“ მექანიზმი San Benedetto S.p.A.-ზე, რის შედეგადაც კომპანიამ უარი თქვა პოტენციურად შეცდომაში შემყვან მტკიცებებზე, რომლებიც Ecogreen ხაზის პროდუქციის



პოპულარიზაციისთვის გამოიყენებოდა. კერძოდ, ეტიკეტებზე, ვებგვერდზე, YouTube-სა და სხვა სარეკლამო პლატფორმებზე (მათ შორის, სატელევიზიო რეკლამებში) მითითებული იყო, რომ Ecogreen ბოთლების წარმოება ნულოვან სათბურის გაზების ემისიას იწვევდა და გარემოზე დადებით გავლენას ახდენდა.

AGCM-ის ჩარევის შემდეგ, კომპანიამ:

- წაშალა ყველა პოტენციურად შეცდომაში შემყვანი მტკიცება, მათ შორის „ნულოვანი ნახშირბადის კვალი“ (carbon neutral), ეტიკეტებიდან, შეფუთვიდან, ვებგვერდიდან და სარეკლამო მასალებიდან;
- შეცვალა გარემოსდაცვითი მტკიცებები და ამოიღო გარემოსთან ასოცირებული გრაფიკული ელემენტები;
- დაამატა QR კოდი ეტიკეტებზე, რომელიც მომხმარებლებს მიმართავს ვებგვერდის ახალ განყოფილებაში, სადაც განთავსებულია ინფორმაცია მდგრადი განვითარების შესახებ.

იტალიის კონკურენციის უწყება ხაზს უსვამს, რომ კომპანიებმა მომხმარებლებს მკაფიო, ზუსტი და დასაბუთებული ინფორმაცია უნდა მიაწოდონ გარემოსდაცვითი ზომების, მათ შორის სათბურის გაზების ემისიების შემცირების, შესახებ. ეს ხელს უწყობს მომხმარებლის ნდობის გაზრდასა და სამართლიანი კონკურენციის დაცვას.

წყარო:

1



BUNDESKARTELLAMT

RTL2 და WARNER BROS. DISCOVERY-ის ერთობრივი მარკეტინგული პროექტის ნებართვა

გერმანიის ფედერალურმა კარტელის ოფისმა (Bundeskartellamt) დაამტკიცა RTL2-ისა და Warner Bros. Discovery-ის ერთობლივი საწარმოს ფორმირება, რომლის მთავარი მიზანია მათი სატელევიზიო სარეკლამო სივრცის ერთობლივი მარკეტინგი.

დასკვნა და ბაზრის შეფასება: ბუნდესკარტელამტის პრეზიდენტის, ანდრეას მუნდტის განცხადებით: „ტელევიზიის ბაზარი იცვლება, რაც ხელს უწყობს თანამშრომლობას საერთაშორისო კონკურენციის ფონზე. RTL2-ისა და Warner Bros. Discovery-ის პროექტი, მცირე მოთამაშეების ჩართულობის გამო, არ არღვევს კონკურენციის კანონმდებლობას და შესაძლოა ხელი შეუწყოს კონკურენციის გაძლიერებას. ბაზარი აღარ შემოიფარგლება მხოლოდ სატელევიზიო სარეკლამო სივრცით, არამედ მოიცავს დიდი ეკრანის სარეკლამო სეგმენტს, მათ შორის Netflix-ის, Amazon Prime-ის, Disney-ისა და YouTube-ის შეთავაზებებს“.

RTL2 მართავს თავისუფალი წვდომის ტელეარხსა და RTL+-ის პლატფორმას, ხოლო სარეკლამო სივრცეს ძირითადად El Cartel Media-ს მეშვეობით ყიდის. Warner Bros. Discovery ოპერირებს თავისუფალი წვდომის არხებით (DMAX, TLC, Tele5, Eurosport 1) და ფასიანი ტელევიზიით (Discovery Channel, Warner TV Film). ორივე კომპანია მნიშვნელოვნად ჩამორჩება ბაზრის ლიდერებს, RTL-სა და ProSiebenSat.1-ს, რაც პროექტის ნებართვის საფუძველი გახდა.

წყარო:

1



ლიეტუვის მოხმარებელთა დაცვის სახელმწიფო უწყება

65 913 ევროს ჯარიმა არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკისთვის

მომხმარებელთა დაცვის სახელმწიფო უწყებამ (VVTAT) გამოიკვლია UAB „Ekoroma“-ს მიერ ვებგვერდზე www.riposo.lt გავრცელებული ინფორმაცია და დაადგინა, რომ კომპანიამ გამოიყენა



არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკა. კერძოდ, მითითებული „შეზღუდული ხანგრძლივობის“ ფასდაკლებები სინამდვილეში მუდმივად იყო ხელმისაწვდომი. დარღვევის სიმძიმის, ხანგრძლივობისა და მასშტაბის გათვალისწინებით, კომპანიას დაეკისრა 65,913 ევროს ჯარიმა.

მომხმარებლის საჩივარმა, რომელიც ეხებოდა www.riposo.lt-ზე განთავსებულ ტაიმერს, რომელიც მიუთითებდა აქციის მოახლოებულ დასრულებაზე, გამოიწვია მოკვლევა. დადგინდა, რომ ფასდაკლებები, მიუხედავად ტაიმერის, მუდმივად მოქმედებდა, რაც წარმოადგენდა მომხმარებლის შეცდომაში შემყვან პრაქტიკას. მოკვლევამ ცხადყო, რომ UAB „Ekoroma“:

- აწვდიდა მცდარ ინფორმაციას მატრასების ფასებზე, წარმოაჩენდა მუდმივ ფასებს, როგორც „ფასდაკლებებს“;
- იყენებდა ყალბ ტაიმერს, რათა მომხმარებლებზე ზეწოლა მოეხდინა სწრაფი შესყიდვის გადაწყვეტილების მისაღებად.

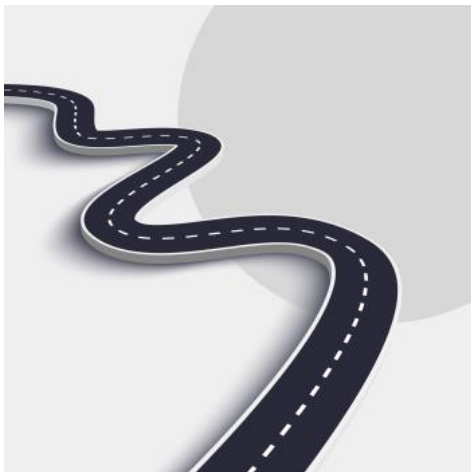
წყარო:

1



პოლონეთის კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის კომისია

ლიზელგეიტის საქმე - შეთანხმება და საბოლოო გადაწყვეტილება



პოლონეთის კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის ოფისის (UOKiK) პრეზიდენტის გადაწყვეტილებით, Volkswagen Group-მა „დიზელგეიტის“ საქმესთან დაკავშირებით უნდა გადაიხადოს ჯარიმა თითქმის 74 მილიონი პოლონური ზლოტის (PLN). ეს შედეგი მიღწეულია Volkswagen Group Polska-სთან სასამართლოში გაფორმებული შეთანხმებით, რომელიც განხორციელდა პოლონეთის რესპუბლიკის გენერალურ პროკურორთან თანამშრომლობით. გადაწყვეტილება საბოლოოა.

საქმე ეხება Volkswagen Group-ის მიერ 2008-2015 წლებში წარმოებულ Volkswagen, Audi, Seat და Skoda-ს მანქანებში გამოყენებულ პროგრამულ უზრუნველყოფას, რომელიც ტესტირების პირობებში აზოტის ოქსიდის (NOx) ემისიების მანიპულირებას ახდენდა.

2020 წელს, უწყებამ მიიღო გადაწყვეტილება პოლონეთის მანქანების იმპორტიორის, Volkswagen Group Polska-ს წინააღმდეგ. დადგინდა, რომ კომპანიამ შეცდომაში შეიყვანა მომხმარებლები Euro 5 სტანდარტის, აზოტის ოქსიდის ემისიების მოთხოვნების და Volkswagen, Seat, Skoda, Audi-ს მანქანების ეკომეგობრულობის შესახებ. საქმე ეხებოდა EA 189 ძრავიან მანქანებს, რომლებიც აღჭურვილი იყვნენ ემისიების ოპტიმიზაციის პროგრამით, რომელიც მხოლოდ ტესტირების ციკლის დროს აქტიურდებოდა. გარდა

ამისა, კომპანიამ გასცა მითითებები დისტრიბუტორებისთვის, რომ მომხმარებლების საჩივრები პროდუქტის ხელშეკრულებასთან შეუსაბამობის შესახებ ავტომატურად არ უნდა ყოფილიყო აღიარებული.

კომპანიამ გადაწყვეტილება გაასაჩივრა კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სასამართლოში. პროცესის დროს, მხარეებს დაევაღათ შეთანხმების მოლაპარაკებების გამართვა. უწყებამ პოლონეთის გენერალურ პროკურორთან თანამშრომლობით, მიაღწია შეთანხმებას Volkswagen Group Polska-თან. შეთანხმებული გადაწყვეტილებით დადგინდა, რომ კომპანიამ გამოიყენა მომხმარებლის შეცდომაში შემყვანი პრაქტიკა EA 189 ძრავიანი მანქანების ეკომეგობრულობის შესახებ და გასცა მითითებები, რომლებიც ხელს უშლიდა საჩივრების ავტომატურ აღიარებას. საბოლოო ჯარიმა შეადგენს 73,752,658 PLN.

სასამართლომ დაადასტურა, რომ შეთანხმება გასაგები, კანონიერი და საზოგადოებრივი ინტერესების შესაბამისია, არ ემსახურება კანონის გვერდის ავლას. აღნიშნულმა შეთანხმებამ თავიდან აიცილა ხანგრძლივი სასამართლო პროცესი, უზრუნველყო UOKiK-ის მიერ გამოვლენილი პრაქტიკის შეწყვეტა და ადეკვატური ჯარიმის გადახდა.

წყარო:

1



საბერძნეთის კონკურენციის კომისია

კერძო ჯანდაცვისა და დაზღვევის სექტორის მოკვლევის საბოლოო ანგარიში



საბერძნეთის კონკურენციის კომისიამ (HCC) გამოაქვეყნა კერძო ჯანდაცვისა და მასთან დაკავშირებული დაზღვევის სერვისების სექტორის მოკვლევის საბოლოო ანგარიში.

2019-2023 წლებში ჯანდაცვის სერვისებზე მოთხოვნა მნიშვნელოვნად გაიზარდა, რამაც საჯარო ჯანდაცვის სისტემაზე ზეწოლა გაზარდა. საჯარო ხარჯები და ინვესტიციები ჯანდაცვაში ევროპის საშუალოზე დაბალია, საჯარო საავადმყოფოების რაოდენობა

შემცირდა, ხოლო ჯანდაცვის ჯამური ხარჯების 34-35% (2019-2023) მოსახლეობამ თავად გაიღო, ძირითადად მედიკამენტების თანაგადახდისა და სერვისების პირდაპირი გადახდის სახით. კერძო დაზღვევა ფარავს ხარჯების მხოლოდ 4.3%-ს.

ბაზრის კონცენტრაცია ზომიერია, თუმცა უცხოური საინვესტიციო ფონდების მიერ შესყიდვებმა (2019-2022) არ შეცვალა კონცენტრაციის ხარისხი მნიშვნელოვნად. მარეგულირებელი ჩარჩო არ ზღუდავს საავადმყოფო საწოლების გაზრდას, მაგრამ პრაქტიკაში პირობები ამას ართულებს. სხვადასხვა რეგულაციები (სამი განსხვავებული სალიცენზიო, საოპერაციო და გაფართოების რეჟიმი) ქმნის კონკურენტულ დამახინჯებას, რადგან განსხვავებული სტანდარტებია დაწესებული პერსონალის, აღჭურვილობისა და საწოლების მინიმალური რაოდენობისთვის.

2021-2023 წლებში დაზღვევის პოლისებზე მოთხოვნა სტაბილურად გაიზარდა, ხოლო 2023-2024 წლებში ბაზარი 10%-ით გაფართოვდა. გრძელვადიანი ხელშეკრულებები შემცირდა, ხოლო წლიური განახლებადი ხელშეკრულებები გაიზარდა, რაც დამატებით ხარჯებს ფარავს. ბაზრის კონცენტრაცია ზომიერია, თუმცა გამოკითხული 13 სადაზღვევო კომპანიიდან 12 თანამშრომლობს მართვის კომპანიებთან, ხოლო ოთხი უმსხვილესი კომპანია პირდაპირ აწარმოებს მოლაპარაკებებს საავადმყოფოებთან. მართვის კომპანიები, რომლებიც არ ექვემდებარებიან საბერძნეთის ბანკის ან სხვა ორგანოს ზედამხედველობას, მნიშვნელოვან როლს თამაშობენ პოლისებისა და კომპენსაციების მართვაში.

ჯანდაცვისა და დაზღვევის ხარჯები მუდმივად იზრდება, განსაკუთრებით 2024-2025 წლებში ერთიანი ჯანმრთელობის ინდექსის (SHI) გამო. ფასების გამჭვირვალობა დაბალია, რაც ართულებს შედარებას. ფასები განისაზღვრება მოლაპარაკებებით, სადაც სადაზღვევო კომპანიის ზომა და დაზღვეულთა რაოდენობა გადამწყვეტია. ჯანდაცვის სერვისები ანაზღაურდება „მომსახურების საფასურის“ მოდელით, რაც ზრდის ხარჯებს მომსახურების მოცულობის ზრდასთან ერთად. DRG (დიაგნოზთან დაკავშირებული ჯგუფების) სისტემა, რომელიც საჯარო საავადმყოფოებში გამოიყენება, კერძო კლინიკებში არაა დანერგილი, მაგრამ მისი გამოყენება საჭიროებს ფრთხილ დაგეგმვას.

ფასების გამჭვირვალობის ნაკლებობა ართულებს მომხმარებლისთვის ინფორმირებული არჩევანის გაკეთებას. კლინიკების მიერ ფასების ნუსხის გამოქვეყნება სავალდებულოა, მაგრამ სტანდარტიზაციის გარეშე შედარება რთულია.

მონაცემთა დაცვისა და წვდომის რეგულაცია ხელს შეუწყობს ინოვაციასა და სტარტაპების განვითარებას, მაგრამ საჭიროა მომხმარებლის უფლებების დაცვა. მომხმარებლების 85% ითხოვს მონაცემთა გამოყენებაზე კონტროლს.

შემუშავდა შემდეგი რეკომენდაციები:

- გამარტივდეს კერძო კლინიკების საკანონმდებლო ჩარჩო
- სტანდარტიზდეს ფასების ნუსხა გამჭვირვალობის გაზრდისთვის;
- გაძლიერდეს ხარისხზე ორიენტირებული კონკურენცია;

- შეიქმნას ჯანმრთელობის მონაცემთა დაცვისა და ინოვაციის მხარდამჭერი ჩარჩო;
- დაიგეგმოს DRG სისტემის დანერგვა კერძო სექტორში.

წყარო:

1



თურქეთის კონკურენციის უწყება

მოკვლევა GOOGLE-ის წინააღმდეგ

თურქეთის კონკურენციის უწყებამ მიიღო გადაწყვეტილება, რომ დაიწყო მოკვლევა ეკონომიკური ერთეულის წინააღმდეგ, რომელიც მოიცავს Alphabet Inc., Google Ireland Limited, Google LLC, Google International LLC და Google Reklamcılık ve Pazarlama Ltd. Şti. (GOOGLE), რათა დადგინდეს, დაარღვია თუ არა GOOGLE-მა კონკურენციის დაცვის შესახებ კანონი.

მოკვლევა ეხება ბრალდებას, რომ GOOGLE-მა შესაძლოა დაარღვია კანონი, რადგან აიძულებდა აპლიკაციების შემქმნელებს, რომლებიც Google Play Store-ის მეშვეობით ავრცელებენ თავიანთ აპლიკაციებს, გამოეყენებინათ მისი გადახდის სისტემა Google Play Billing (GPB) და ხელს უშლიდა მათ, ეცნობებინათ მომხმარებლებისთვის ალტერნატიული გადახდის არხების შესახებ.

საბჭომ დაადგინა, რომ მტკიცებულებები მნიშვნელოვანი და საკმარისია, რის საფუძველზეც მიიღო გადაწყვეტილება GOOGLE-ის წინააღმდეგ მოკვლევის დაწყების შესახებ.

წყარო:



ავსტრალიის კონკურენციისა და მომხმარებლის კომისია

სარჩელი GOOGLE ASIA PACIFIC-ის წინააღმდეგ ანტიკონკურენტული შეთანხმებისთვის

ავსტრალიის კონკურენციისა და მომხმარებელთა დაცვის კომისიამ (ACCC) ფედერალურ სასამართლოში სარჩელი წარადგინა Google Asia Pacific-ის წინააღმდეგ 2019 წლის დეკემბრიდან 2021 წლის მარტამდე Telstra-სა და Optus-თან დადებული ანტიკონკურენტული შეთანხმებების გამო, რომლებიც ითვალისწინებდა Google Search-ის ექსკლუზიურ წინასწარ ინსტალაციას Android მოწყობილობებზე.

Google-მა აღიარა პასუხისმგებლობა და ACCC-სთან თანამშრომლობით შეთანხმდა, რომ სასამართლომ დააკისროს 55 მილიონი ავსტრალიური დოლარის ჯარიმა. შეთანხმებებით Telstra-მ და Optus-მა მიიღეს Google-ის სარეკლამო შემოსავლის წილი, რამაც მნიშვნელოვნად შეამცირა კონკურენცია საძიებო სისტემების ბაზარზე.

წყარო:



GLOBAL COMPETITION REVIEW

RYANAIR აპირებს გაასაჩივროს დაკისრებული რეკორდული ჯარიმა

იტალიის კონკურენციის უწყების განცხადებით, Ryanair-მა 1,3 მილიონი ევრო უნდა გადაიხადოს „მკაცრი უგულებელყოფის“ გამო — კომპანია უწყებას დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების მოკვლევის პროცესში შეცდომაში შემყვან ინფორმაციას აწვდიდა. აღნიშნული ჯარიმა ყველაზე მაღალია, რაც კი ორგანოს მსგავსი დარღვევისთვის დაუწესებია.

წყარო:



სომხეთის კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის კომისია

კომისია BOMO NAIRI-ის წინააღმდეგ

სომხეთის კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის კომისიამ მომხმარებელთა უფლებების სავარაუდო დარღვევის ფაქტზე დაიწყო საქმის წარმოება "Bomo Nairi" LLC ("New Nairi Hotel") წინააღმდეგ.

მოკვლევის დაწყების საფუძველი გახდა საინფორმაციო პორტალებზე – „არარატ ნიუსი“ და „არმლური“ გამოქვეყნებული ცნობები, რომლის მიხედვითაც, "New Nairi Hotel"-მა გააუქმა სომხეთში ჯენიფერ ლოპესის კონცერტზე დასასწრებად ჩასული ტურისტების მიერ წინასწარ დაჯავშნილი და გადახდილი ნომრები, არ დაუბრუნა გადახდილი თანხები და განმარტა, რომ თავისუფალი ოთახები არ გააჩნდა, ხოლო ჯავშნებთან კავშირში არ იმყოფებოდა.

კომისიის წინასწარი შეფასებით, კომპანიის ქმედებები – მომხმარებლების ჯავშნების გაუქმება, გადახდილი თანხების არაბრუნება და ალტერნატიული ნომრების უფრო მაღალ ფასად შეთავაზება შესაძლოა შეიცავდეს მომხმარებელთა უფლებების დარღვევის ნიშნებს.

კომისია მოუწოდებს ყველა დაზარალებულ პირს, დაუკავშირდნენ კომისიას და წარმოადგინონ შესაბამისი ინფორმაცია.

წყარო:



*გამოყენებული ინფორმაცია ეყრდნობა უწყებების/ორგანიზაციების
ოფიციალურ საიტებზე არსებულ ინფორმაციებს.*

*გადამოწმდა, იტალიის, გერმანიის, ლიეტუვას, ავსტრალიის,
პოლონეთის, სომხეთის და თურქეთის კონკურენციის უწყებების
ოფიციალური გვერდები, ასევე გადამოწმდა Competition Global Review -
ს ვებგვერდი.*



15 20



info@gcca.gov.ge



www.gcca.gov.ge



GCCA • საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტო



GCCA • Georgian Competition and Consumer Agency



0102 ქ. თბილისი, აღმაშენებლის გამზირი - 154.
ბიზნეს ცენტრი "მწვანე ოფისი"

