საქართველოს კონკურენციისა
და მომხმარებლის
დაცვის სააგენტო

საინფორმაციო ფურცელი

მსოფლიოში კონკურენციის უწყებების მიერ განხორციელებული აქტივობები

ივნისი, 2025

იტალიის კონკურენციის უწყება

იტალიის კონკურენციის უწყებამ უსამართლო კომერციული პრაქტიკისთვის VIRGIN ACTIVE ITALIA - 3 მილიონი ევროთი დააჯარიმა

იტალიის კონკურენციის უწყებმ დაასრულა 2024 წლის დეკემბერში დაწყებული ადმინისტრაციული მოკვლევა და Virgin Active Italia-ს 3 მილიონი ევროს ოდენობის ჯარიმა დააკისრა.

დაჯარიმებული კომპანია ქვეყნის მასშტაბით 40 ფიტნესისა და ველნეს ცენტრს მართავს და 2024 წლის მდგომარეობით 100,000-ზე მეტ აბონენტს ემსახურებოდა. საქმის განხილვა დაიწყო მომხმარებელთა მრავალრიცხოვანი საჩივრის საფუძველზე, რის შედეგადაც დადგინდა, რომ კომპანიამ სისტემატურად გამოიყენა მომხმარებლისთვის საზიანო, არამიზნობრივი კომერციული პრაქტიკა.

კერძოდ, Virgin Active Italia არ აწვდიდა მომხმარებლებს მკაფიო და სრულყოფილ ინფორმაციას სააბონენტო პირობების, ავტომატური განახლების, გაუქმების და ნაადრევი შეწყვეტის წესების შესახებ. მათ შორის, მომხმარებლებს არ ეცნობებოდათ ხელშეკრულების ავტომატური განახლების შესახებ და არ მიეწოდებოდათ ინფორმაცია იმის თაობაზე, თუ რა ვადაში შეეძლოთ ხელშეკრულების გაუქმება. გარდა ამისა, კომპანიამ არ უზრუნველყო 2024 წელს განხორციელებული ფასების ზრდის გამჭვირვალე და დროული კომუნიკაცია.

მიღებული გადაწყვეტილებით, აღნიშნული ქმედებები შეფასდა როგორც ერთიანი, კოორდინირებული და მიზანმიმართული კომერციული პრაქტიკა, რომელიც არღვევს მომხმარებელთა კოდექსს.

კომპანიის ქმედებების შედეგად, მომხმარებლებს არ ჰქონდათ საკმარისი ინფორმაცია, რათა მიეღოთ გაცნობიერებული გადაწყვეტილება მომსახურებაზე ხელმოწერის, გაუქმების ან საკუთარი უფლებების განხორციელების თაობაზე. შესაბამისად, ისინი აღმოჩნდნენ კონტრაქტულად მიბმულნი ისეთ მომსახურებაზე, რომელზეც რეალურად ინფორმირებულად არ დათანხმებულან, და ვალდებულნი გახდნენ დაკავშირებული ხარჯების გაწევაზე.

[წყარო:]

2

იტალიის კონკურენციის უწყება

დომინანტური მდგომარეობის გამოყენებისთვის 32 მილიონ ევროზე მეტი ჯარიმა

იტალიის კონკურენციის უწყებამ, დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენებისთვის კომპანია Novamont S.p.A. 30,359,000 ევროთი დააჯარიმა, ხოლო მისი მშობელი კომპანია – ENI - 1,701,052.08 ევროს ოდენობით.

Novamont მოქმედებს ბიოპლასტმასის ნედლეულის ბაზარზე, რომელიც გამოიყენება სასაქონლო და ულტრამსუბუქი პარკების წარმოებისთვის. აღნიშნული სფერო გარემოზე ზემოქმედების შემცირების კუთხით სტრატეგიულ მნიშვნელობას ატარებს. მოქმედი რეგულაციებით, პარკები უნდა იყოს ბიოდეგრადირებადი, ხოლო ულტრამსუბუქი პარკები უნდა შეიცავდეს მინიმუმ 60%-ით განახლებად ნედლეულს.

Novamont-მა ბაზარზე გამოიყვანა პროდუქტი სახელწოდებით Mater-Bi. კომპანიამ მოიპოვა დომინანტური მდგომარეობა ბაზარზე, მისი წილი ბიოპლასტმასების ბაზარზე 50%-ს, ხოლო ულტრამსუბუქი პარკების სეგმენტში 70%-ს აღემატებოდა.

კომპანიამ დაამკვიდრა ორსაფეხურიანი ექსკლუზიური სისტემის სქემა:

- მწარმოებლები ვალდებულნი იყვნენ ნედლეული შეეძინათ მხოლოდ Novamont-ისგან, რაც ბაზარზე კონკურენტების წვდომას ზღუდავდა;
- საცალო ვაჭრობის მსხვილი ქსელები კი ვალდებულნი იყვნენ შეეძინათ მხოლოდ Mater-Bi-გან დამზადებული პროდუქცია Novamont-თან აფილირებული მწარმოებლებისგან.

აღნიშნული პრაქტიკა ქმნიდა „წრიულ ბლოკირების მექანიზმს“, რომელიც ამყარებდა Novamont-ის პოზიციას და არსებითად ზღუდავდა ბაზარზე ახალი მოთამაშეების გაჩენის შესაძლებლობას. შედეგად, კონკურენტები ვერ უზრუნველყოფდნენ თავიანთი პროდუქციის გავრცელებას, რაც ზღუდავდა ინოვაციას, არჩევანს და ფასთა დივერსიფიკაციას.

დამოკიდებულება მხოლოდ ერთ მასალაზე – Mater-Bi-ზე – არა მხოლოდ ზიანს აყენებს კონკურენციას, არამედ აფერხებს ბიოპლასტმასის ბაზრის განვითარებასა და ეკოლოგიური მიზნების მიღწევას.

ბიოპლასტმასის სფეროში კონკურენტული გარემოს ხელშეწყობა მნიშვნელოვანი ფაქტორია როგორც ფასებისა და ხარისხის გაუმჯობესებისთვის, ასევე ეკოლოგიური მიზნების ეფექტურად მიღწევისთვის. თავისუფალი და გამჭვირვალე კონკურენცია შესაძლებელს გახდის ახალი, უფრო მდგრადი და ინოვაციური მასალების დანერგვას, რაც სარგებელს მოუტანს როგორც მომხმარებლებს, ისე გარემოს.

წყარო:

1

BUNDESKARTELLAMT

გერმანიის ფედერალურმა უწყებამ ამაზონის ფასების კონტროლის მექანიზმებთან დაკავშირებით მოკვლევა დაიწყო

გერმანიის უწყებამ Amazon-ს გააცნო წინასწარი სამართლებრივი შეფასება, რომელიც ეხება პლატფორმაზე გამყიდველთა ფასების ზედა ზღვრის დადგენასა და ფასების კონტროლის მექანიზმებს.

Amazon წარმოადგენს გერმანიის ონლაინ საცალო გაყიდვების დაახლოებით 60%-ს და ოპერირებს როგორც საკუთარი საცალო ქსელით („Amazon Retail“), ასევე მესამე პირებისთვის შექმნილი ბაზრით („Marketplace“), სადაც ინდივიდუალური გამყიდველები ყიდიან პროდუქტებს.

ონლაინ ვაჭრობაში კონკურენცია დიდწილად განისაზღვრება Amazon-ის პლატფორმის წესებით. როდესაც თავად კომპანია ეჯიბრება პლატფორმის სხვა გამყიდველებს და ამავდროულად ზღუდავს მათ ფასის თავისუფლებას თუნდაც ფასის ზედა ზღვრის დაწესებით, ეს არსებითად პრობლემურია კონკურენციის თვალსაზრისით. განსაკუთრებით მაშინ, როცა ამ პირობებში კომპანიები ვეღარ ფარავენ საკუთარ ხარჯებს და სისტემურად იძულებული არიან დატოვონ ბაზარი.

Amazon ახორციელებს მექანიზმებს, რომლებიც ზღუდავს გამყიდველების ფასების თავისუფლებას და შესაძლოა ქმნიდეს არათანაბარ კონკურენტულ გარემოს, რაც შეიძლება ჩაითვალოს ბაზრის ძალაუფლების ბოროტად გამოყენებად. აღნიშნული პრაქტიკა არღვევს როგორც გერმანიის კონკურენციის კანონს, ასევე ევროკავშირის ანტიმონოპოლიურ რეგულაციებს.

უწყება ამ საქმეზე მჭიდროდ თანამშრომლობს ევროკომისიასა და სხვა ევროპულ რეგულატორებთან.

[წყარო:]

2

BUNDESKARTELLAMT

კარტელური შეთანხმებები გზის სარეაბილიტაციო სექტორში - €10.5 მილიონიანი ჯარიმა გერმანიაში

გერმანიის ფედერალურმა უწყებამ შვიდ გზის სარემონტო კომპანიას საერთო ჯამში €10.5 მილიონი ოდენობის ჯარიმა დააკისრა მომხმარებლებსა და სახელმწიფო ტენდერებზე შეთანხმებული მოქმედებების გამო.

დადგენილია, რომ კომპანიები წლების განმავლობაში წინასწარ თანხმდებოდნენ სახელმწიფო შეკვეთების განაწილებაზე, ტენდერების გამოცხადებამდე განსაზღვრავდნენ, ვინ მიიღებდა კონტრაქტს, ხოლო დანარჩენი კომპანიები მხოლოდ ფორმალურად მონაწილეობდნენ წინასწარ შეთანხმებული, კონკურენციას მოკლებული ფასებით.

დაშვებული დარღვევები მოიცავს:

- 2018–2019 წლებში AS, bausion, Herbers და BITUNOVA წინასწარ შეთანხმდნენ საქსონიის, ტიურინგიისა და საქსონია-ანჰალტის რეგიონებზე პასუხისმგებელი კომპანიების დანიშვნაზე.
- 2016–2019 წლებში bausion, Liesen, Mainka და MOT შეთანხმებულად მონაწილეობდნენ ბრანდენბურგისა და საქსონია-ანჰალტის ტენდერებში, ხოლო Liesen და MOT კოორდინირებულად მოქმედებდნენ მეკლენბურგ-პომერანიაშიც.
- ტენდერების წინ ადგილი ქონდა რეგულარულ კომუნიკაციას, მათ შორის პირად შეხვედრებს.

შეთანხმებები შეეხო მრავალ მუნიციპალურ და ფედერალურ ტენდერს გზის ზედაპირის აღდგენის, ბზარების შეკეთებისა და მასალების მიწოდების შესახებ. კონტრაქტების ღირებულება ძირითადად €40,000-დან €200,000-მდე მერყეობდა.

წყარო:

1

პოლონეთის კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის კომისია

UOkik იძიებს ავიაკომპანიების ბარგის გადაზიდვის პოლიტიკას

პოლონეთის კონკურენციისა და მომხმარებელთა დაცვის ოფისმა (UOKiK) დაიწყო წინასწარი მოკვლევა დაბალბიუჯეტიანი ავიაკომპანიების – Ryanair-ისა და Wizz Air-ის ხელბარგის გადაზიდვის წესებთან დაკავშირებით.

გამოკვეთილი პრობლემაა იმ მეთოდების კანონიერება, რომლითაც ავიაკომპანიები ამოწმებენ ბარგის ზომებს და აწესებენ დამატებით საფასურს. მგზავრების მიერ ოფისში წარდგენილი საჩივრების თანახმად, ბარგის ზომის შემოწმება ხშირად მიმდინარეობს სწრაფად და არასწორად.

ხელბარგად მიჩნეული ზურგჩანთები ჩასმულია სპეციალურ ჩარჩოში, რომელიც მგზავრთა შეფასებით, არ შეესაბამება ოფიციალურად ნებადართულ ზომებს. ასეთ შემთხვევებში მომხმარებლებს ევალებათ ბარათით გადაიხადონ რამდენიმე ასეულ ზლოტამდე ოდენობის დამატებითი გადასახადი. უარის შემთხვევაში კი ბორტზე ასვლაზე ეუბნებიან უარს.

მოკვლევის ფარგლებში, UOKiK სწავლობს:

- ავიაკომპანიების ხელშეკრულების პირობებს, რომლებიც ხელბარგის გადაზიდვას ეხება;
- ბილეთის შეძენისას მომხმარებლებისთვის მიწოდებული ინფორმაციის შინაარსს;
- ბარგის გაზომვის პროცესსა და გადასახადის დაკისრების წესს;
- მგზავრთათვის დაწესებულ წესებს გადასახადის გადაუხდელობის შემთხვევაში;
- საჩივრების განხილვის მექანიზმებს.

„ევროპის სასამართლოს გადაწყვეტილებების თანახმად, გონივრული ზომის ხელბარგი, რომელიც არ არღვევს უსაფრთხოების წესებს, განიხილება როგორც ავიაგადაზიდვის განუყოფელი ნაწილი და მასზე დამატებითი გადასახადის დაწესება დაუშვებელია. ჩვენი მიზანია დავადგინოთ, ითვალისწინებენ თუ არა ამ წესს ავიაკომპანიები პრაქტიკაში“- განცხადა უწყებამ.

იმ შემთხვევაში, თუ მოკვლევის შედეგად დადასტურდება, რომ არსებული პრაქტიკა არღვევს მომხმარებელთა უფლებებს, UOKiK დაიწყებს სამართლებრივ წარმოებასმ მომხმარებელთა ჯგუფური ინტერესების დარღვევის გამო.

[წყარო:]

2

პოლონეთის კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის კომისია

ბეტონის კარტელი

პოლონეთის კონკურენციისა და მომხმარებელთა დაცვის ოფისის (UOKiK) პრეზიდენტმა ბეტონის მწარმოებელთა მხრიდან სავარაუდო კარტელურ შეთანხმებასთან დაკავშირებით დაიწყო წინასწარი მოკვლევა და ექვს კომპანიაში ჩხრეკა ჩაატარა.

შეთანხმება შესაძლოა მოიცავდეს ფასების კოორდინაციასა და ბაზრის გაყოფას, რაც ბეტონის ფასის ზრდასა და მშენებლობის სექტორზე უარყოფით გავლენას გამოიწვევს.

„ბეტონი ერთ-ერთი ძირითადი სამშენებლო მასალაა. მისი გაძვირება და კონკურენციის არარსებობა სერიოზულ საფრთხეს უქმნის ქვეყნის სტრატეგიულ პროექტებს. საქმეს ყურადღებით ვიკვლევთ და დეტალურად ვაანალიზებთ მოპოვებულ მტკიცებულებებს“ – განაცხადა უწყებამ.

2009 წელს UOKiK-მა გამოავლინა ბეტონის მწარმოებელთა კარტელი, რომელიც 11 წლის განმავლობაში იყოფდა ბაზარს და ადგენდა ფასებს.

ჩხრეკა ჩატარდა შემდეგ საწარმოებში: Holcim Polska, Cemex Polska, Dyckerhoff Polska, Cement Ożarów, Górażdże Cement და Górażdże Beton.

კომპანიებმა გაასაჩივრეს აღნიშნული ღონისძიება, მათ შორის მოითხოვეს გარკვეული დოკუმენტების იურიდიული პრივილეგიით დაცვა, თუმცა სასამართლომ მათი სარჩელები არ დააკმაყოფილა. გადაწყვეტილებები ჯერ საბოლოო არ არის.

თუ მტკიცებულებები დაადასტურებს კონკურენციის შეზღუდვის ფაქტს, კომპანიებს შესაძლოა დაეკისროთ ჯარიმა, რომელიც შეადგენს წლიური შემოსავლის 10%-მდე, ხოლო პასუხისმგებელ მენეჯერს – 2 მილიონ ზლოტამდე.

[წყარო:]

3

პოლონეთის კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის კომისია

მუნიციპალური ავტობუსების ტენდერი - კონკურენციის შეზღუდვა

პოლონეთის კონკურენციისა და მომხმარებელთა დაცვის ოფისმა (UOKiK) ტენდერულ შეთანხმებაში მონაწილეობის ბრალდებით პროცედურა დაიწყო 11 კომპანიის მიმართ. საქმე ეხება ზემო სილეზიასა და ზაგლემბიეს მეტროპოლიტენის სატრანსპორტო სამმართველოს მიერ გამოცხადებულ მუნიციპალური

ავტობუსებით მომსახურების ტენდერს, რომელიც 2022–2029 წლებს მოიცავს და რომლის საერთო ღირებულება 1.3 მილიარდი ზლოტია.

მოკვლევის შედეგად მოპოვებული მტკიცებულებები, ხელშეკრულებები, ელექტრონული მიმოწერა და ჩხრეკისას ამოღებული მასალები მიუთითებს, რომ ტენდერში მონაწილე კომპანიებმა შესაძლოა წინასწარ შეათანხმეს ვინ მიიღებდა კონტრაქტს კონკრეტულ არეალებზე. მიუხედავად იმისა, რომ კონსორციუმების ჩამოყალიბება კანონით დაშვებულია, დაუშვებელია მათი სტრუქტურისა და ტენდერის განაწილების წინასწარ შეთანხმება კონკურენტებს შორის.

შეთანხმების მიზანი სავარაუდოდ იყო ის, რომ თითოეულ კომპანიას შეენარჩუნებინა მომსახურების არეალი, სადაც მანამდე ოპერირებდა, და ამ გზით აერიდებინა კონკურენცია.

კომპანიებს ემუქრებათ ბრუნვის 10%-მდე ოდენობის ჯარიმა კონკურენციის შეზღუდვაში მონაწილეობისთვის.

[წყარო:]

1

დანიის კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის კომისია

REMA 1000 DENMARK არასრული და არასწორი ინფორმაციის მიწოდებისთვის დაჯარიმდა

კომპანია Rema 1000 Denmark დაეკისრა ჯარიმა 40,000 კრონა, რადგან 2023 წლის გაზაფხულზე, შერწყმის შეტყობინების დროს, მან დანიის კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის უწყებას არასრული ინფორმაცია მიაწოდა. აღნიშნული შერწყმა შეეხებოდა Rema 1000-ის მიერ Aldi Denmark-ის წილის შეძენას. შეტყობინებაში არ იყო აღნიშნული ბრონდისბის საცალო მაღაზიის პროექტი, რომლის მშენებლობის ნებართვაც Rema 1000-მა მიიღო შერწყმის შეტყობინებამდე ერთი კვირით ადრე. დანიის კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის უწყების შეფასებით, აღნიშნული ინფორმაციის გამოტოვებამ არ შეაფერხა საქმის საბოლოო განხილვა და შედეგი.

ჯარიმის ოდენობა განსაზღვრულია იმ ნორმატიული პრინციპების საფუძველზე, რომლებიც მოქმედებდა დარღვევის მომენტში.

დანიის კონკურენციის საბჭომ 2023 წლის 30 აგვისტოს დაამტკიცა Rema 1000-ის და Aldi Denmark-ის შერწყმა იმ პირობით, რომ Rema 1000 გაყიდდა მაღაზიებს ბიერინგბროში, ჰადსუნდსა და ვეგერლოსეში.

წყარო:

1

GLOBAL COMPETITION REVIEW

GOOGLE-მა ვერ მოახერხა ბელგიური სტარტაპებისთვის გადასახდელი 76 მილიონი ევროს დაყადაღების შეჩერება

Google Ireland ვერ შეაჩერა ბელგიური სტარტაპის – *Proxistore*-ის მიერ სასამართლოს გზით დაყადაღებული €76 მილიონი ევრო. თანხის დაყადაღება განხორციელდა იმ საფუძვლით, რომ Google-მა 2023 წელს უსაფუძვლოდ შეაჩერა *Proxistore*-ის რეკლამირების კამპანიები 76 საათით.

Google-მ შესთავაზა სასამართლოს ყადაღის მოხსნა, თუმცა ვალონ-ბრაბანტის პირველმა ინსტანციამ დროებით თავი შეიკავა განხილვისგან.

Google აცხადებს, რომ ბრალდებები უსაფუძვლოა და მზად არის დაიცვას საკუთარი პოზიცია სასამართლოში.

წყარო:

1

ხორვატიის კონკურენციის უწყება

GCA-მ სასურსათო საცალო ბაზრის კვლევა ჩაატარა

მომხმარებელთა ხშირი მომართვებისა და მედიაში გამოქვეყნებული ნიუსების საფუძველზე, რომლებიც ეხებოდა ხორვატიის რესპუბლიკაში საკვები პროდუქტების

იდენტურ ან მსგავს საცალო ფასებს, ხორვატიის კონკურენციის უწყებამ (CCA) ბაზრის კვლევა ჩაატარა სასურსათო საცალო ვაჭრობის სექტორში. კვლევა ფოკუსირებული იყო იმაზე, თუ როგორ ყალიბდებოდა ფასები შერჩეულ ათ პროდუქტზე ქვეყნის ექვსი უდიდესი საცალო ქსელის მიერ, აგრეთვე მომწოდებლების მიერ 2025 წელს ფასების ზრდის გეგმებზე, რაც მედიაში გაჟღერდა.

კვლევა მოიცავდა შემთხვევითობის პრინციპით შერჩეულ ათ საკვებ პროდუქტს: ახალ რძეს, სასმელ იოგურტს, კეფირს, ქათმის ფილეს, ქათმის ფრთებს, გაზიან და უგაზო მინერალურ წყალს, გაზიან უალკოჰოლო სასმელს, გასაზავებელ სასმელების მიქსს და შოკოლადის პასტას. ნიმუშში შედიოდა როგორც ადგილობრივი, ისე საერთაშორისო ცნობილი ბრენდების პროდუქცია. ის პროდუქტები, რომლებიც მთავრობის დადგენილებით ექვემდებარება საცალო ფასების მაქსიმალურ ზღვარს (OG 17/25 და 40/25), კვლევიდან გამოირიცხა.

ფასების ანალიზი მოიცავდა 2024 წლის 1 სექტემბრიდან 2025 წლის 28 თებერვლამდე პერიოდს და დაფუძნებული იყო CCA-ს მიერ რეგულარული წლიური კვლევებით მიღებულ მონაცემებზე.

მონაცემები შეგროვდა CCA-ს მიერ საცალო ქსელებისთვის გაგზავნილი კითხვარების საშუალებით. კომპანიებმა წარმოადგინეს ინფორმაცია შერჩეული პროდუქტების შესყიდვით და საცალო ფასებზე, გამოყენებულ საკომისიო მარჟებზე, ფასის ჩამოყალიბების წესებზე და რეკომენდებული ფასების გამოყენების პრაქტიკაზე. აგრეთვე მიეწოდათ მომწოდებლების მიერ 2024 წლის ოქტომბრიდან 2025 წლის იანვრამდე პერიოდზე გათვლილი ფასების მატების შეტყობინებები (საკვებ და არასასურსათო პროდუქციაზე).

მოკვლევის შედეგებმა აჩვენა, რომ დაკვირვებულ პერიოდში პროდუქტების ფასები საცალო ქსელებს შორის განსხვავდებოდა. ფასები ჩვეულებრივ სხვადასხვა დროს იცვლებოდა. ყველა ქსელმა აღნიშნა, რომ ფასებს დამოუკიდებლად ადგენდნენ, თუმცა კონკურენტების ქცევას საჯაროდ ხელმისაწვდომი წყაროებით აკვირდებოდნენ.

რაც შეეხება იმ მიზეზებს, რის გამოც ხორვატიაში ფასები განსხვავდება სხვა ქვეყნებთან შედარებით (მაგ. გერმანია, იტალია, სლოვენია), საცალო ქსელები ასახელებდნენ საგადასახადო ტვირთს, ტერიტორიულ სპეციფიკას, ბაზრის გლობალურ და ეროვნულ ტენდენციებს, ასევე იმპორტის მნიშვნელოვან წილს. რაც შეეხება პურპროდუქტებსა და ტკბილეულს, რომელთაც 2023 წელს ყველაზე მაღალი საშუალო მარჟა აღენიშნათ, ეს აიხსნება მაღალი ჩამოწერის მაჩვენებლებითა და მაღაზიებში ცხობასთან დაკავშირებული დამატებითი ხარჯებით.

საბოლოოდ, ყველა მონაცემის სამართლებრივი და ეკონომიკური შეფასების შემდეგ, CCA-მ დაასკვნა, რომ ამ დროისთვის არ არსებობს საკმარისი საფუძველი ოფიციალური საქმისწარმოების დასაწყებად საცალო ქსელებისა და მომწოდებლების მიმართ ხორვატიის

კონკურენციის კანონის 8-ე მუხლის საფუძველზე, რომელიც კრძალავს კომპანიებს შორის შეთანხმებებს.

[წყარო:]

1

აშშ ფედერალური სავაჭრო კომისია FTC

კონკურენციის საწინააღმდეგო კოორდინაცია სარეკლამო გიგანტების შერწყმის საქმეში

აშშ-ის ფედერალურმა სავაჭრო კომისიამ (FTC) Omnicom Group-ის მიერ The Interpublic Group-ის (IPG) 13.5 მილიარდ დოლარად შესყიდვასთან დაკავშირებით ანტიმონოპოლიური ქმედების აღმოსაფხვრელად სპეციალური შეთანხმება დაამტკიცა.

შერწყმის შედეგად, Omnicom და IPG — აშშ-ის მესამე და მეოთხე უმსხვილესი სარეკლამო სააგენტოები — ერთად გახდებიან მსოფლიოში უმსხვილესი მედიაშესყიდვის კომპანია. FTC-ის თანხმობის დოკუმენტი კრძალავს Omnicom-ს კოორდინირებულ ქმედებებს, რაც შეიძლება გამოიხატოს რეკლამის უარყოფაში იმ მედიაპლატფორმებისთვის, რომლებიც კონკრეტულ პოლიტიკურ ან იდეოლოგიურ შეხედულებებს გამოხატავენ.

FTC-ის განცხადებით, სარეკლამო სააგენტოების კოორდინაცია, რომელიც რეკლამის განთავსებაზე გავლენას ახდენს შინაარსის მიხედვით, აზიანებს როგორც ბაზარზე კონკურენციას, ასევე აზრის თავისუფალ გავრცელებას.

დოკუმენტით განსაზღვრულია, რომ Omnicom ვერ შეაჩერებს რეკლამას პოლიტიკური მოტივით, გარდა იმ შემთხვევისა, როცა ამას კონკრეტულად მოითხოვს თავად რეკლამის დამკვეთი.

FTC-ის წინასწარი მოკვლევის მიხედვით, სარეკლამო სააგენტოებს შორის უკვე არსებობდა ერთობლივი ქმედებების შემთხვევები, მათ შორის დარგობრივ ასოციაციებში, რაც შესაძლოა ზღუდავდეს გარკვეული მედიაპლატფორმების შემოსავლებს.

[წყარო:]

თურქეთის კონკურენციის უწყება

თურქეთის უწყებამ GOOGLE-ის მიმართ მოკვლევა დაიწყო

თურქეთის კონკურენციის უწყებამ განიხილა წინასწარი მოკვლევის ფარგლებში მოპოვებული ინფორმაცია და დოკუმენტაცია, რაც შეეხებოდა Alphabet Inc., Google Ireland Limited, Google LLC, Google International LLC და Google Reklamcılık ve Pazarlama Ltd. Şti-ისაგან შემდგარი ეკონომიკური ერთობის (შემდგომში – GOOGLE) საქმიანობას.

მოკვლევის მიზანია დადგინდეს, დაარღვია თუ არა GOOGLE-მა კანონის მე-6 მუხლი, რომელიც კრძალავს დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენებას.

კერძოდ, მოკვლევა შეეხება იმ ბრალდებებს, რომ GOOGLE:

- Google Ads-ის ფარგლებში გამოყენებული Performance Max (PMAX) კამპანიის მეშვეობით ონლაინ ძიებაზე დაფუძნებული რეკლამის ბაზარზე არსებული თავისი ძალაუფლება გადაიტანა სხვა ტიპის ონლაინ სარეკლამო სერვისებზე;
- ახორციელებდა რეკლამის დამკვეთების მიმართ ექსპლუატაციურ პრაქტიკებს, PMAX კამპანიის გაუმჭვირვალობისა და კონტროლის არარსებობის პირობებში;
- დაარღვია ბაზარზე კონკურენცია იმით, რომ სხვადასხვა წყაროდან მიღებული მონაცემები (მაგ. Chrome ბრაუზერი, Android ოპერაციული სისტემა და სხვ) ერთმანეთს დაუკავშირა და ბაზარზე უპირატესობა მოიპოვა.

PMAX კამპანია, რომელიც 2021 წელს დაინერგა, მომხმარებელს საშუალებას აძლევს GOOGLE-ის სხვადასხვა სარეკლამო პლატფორმებზე (Google Search, Shopping, YouTube, Display Network, Discover, Maps) რეკლამა ერთიანი კამპანიის ფარგლებში განათავსოს. სისტემის ხელოვნური ინტელექტი რეალურ დროში ირჩევს იმ პლატფორმას, სადაც რეკლამა ყველაზე ეფექტურად იმუშავებს, და ავტომატურად ოპტიმიზებს განთავსების პროცესს.

წყარო:

ევროკომისია

კომისიამ DELIVERY HERO და GLOVO 329 მილიონი ევროთი დააჯარიმა ონლაინ საკვების მიწოდების კარტელში მონაწილეობისთვის

ევროკომისიამ Delivery Hero-სა და Glovo-ს, ორ წამყვან საკვების მიწოდების კომპანიას, საერთო ჯამში 329 მილიონი ევროს ჯარიმა დააკისრა ონლაინ საკვების მიწოდების სექტორში კარტელში მონაწილეობის გამო.

კომპანიები შეთანხმდნენ:

- არ გადაებირებინათ ერთმანეთის თანამშრომლები;
- გაეცვალათ კომერციულად სენსიტიური ინფორმაცია;
- გადაენაწილებინათ გეოგრაფიული ბაზრები ევროკავშირის ფარგლებში.

დარღვევა მოიცავდა 2018–2022 წლებში მთელ ევროპის ეკონომიკურ სივრცეს.

კომისიამ დაადგინა, რომ Delivery Hero-ს მიერ Glovo-ში მინორიტარული წილის ფლობამ ხელი შეუწყო ანტიკონკურენტული კოორდინაციის განხორციელებას. მიუხედავად იმისა, რომ კონკურენტში წილის ფლობა თავისთავად არ არის უკანონო, ამ შემთხვევაში იგი გამოყენებული იყო კონკურენტულ ქცევაზე ზემოქმედებისთვის.

ორივე კომპანიამ აღიარა პასუხისმგებლობა და დათანხმდა შეთანხმების პროცედურას, რის შედეგადაც ჯარიმა 10%-ით შემცირდა.

ჯარიმების ოდენობა:

- **Delivery Hero SE: €223,285,000**
- **Glovoapp23 SA: €105,732,000**

წყარო:

გამოყენებული ინფორმაცია ეყრდნობა უწყებების/ორგანიზაციების ოფიციალურ საიტებზე არსებულ ინფორმაციებს.

გადამოწმდა, იტალიის, გერმანიის, საბერძნეთის, პოლონეთის, ხორვატიის, დანიის და თურქეთის კონკურენციის უწყებების ოფიციალური გვერდები, ასევე გადამოწმდა აშშ ფედერალური სავაჭრო კომისიის, ევროკომისიის და Global Competition 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"