



საქართველოს კონკურენციისა
და მომხმარებლის
დაცვის სააგენტო

ს ა ი ნ ფ ო რ მ ა ც ი ო ფ უ რ ც ე ლ ი

მსოფლიოში კონკურენციის უწყებების მიერ განხორციელებული აქტივობები

ივლისი, 2024

1



იტალიის კონკურენციის უწყება

მოკვლევა ARMANI და DIOR ჯგუფის კომპანიების წინააღმდეგ

Dior
GIORGIO ARMANI

იტალიის კონკურენციის უწყებამ მოკვლევა დაიწყო Armani და Dior ჯგუფის კომპანიების წინააღმდეგ, სავარაუდო არასამართლიანი კომერციული პრაქტიკის გამო.

იტალიის კონკურენციის უწყებამ, ასევე, პროკურატურის და მილანის სასამართლოს მიერ განხორციელებული საქმიანობის შედეგად დაიწყო მოკვლევა Armani Group-ის ზოგიერთი კომპანიის წინააღმდეგ (Giorgio Armani S.p.A. e G.A. Operations. S.p.A.) და ცალკეული საგამომიებო წარმოება Dior Group-ის ზოგიერთი კომპანიის წინააღმდეგ (Christian Dior Couture S.A., Christian Dior Italia S.r.l. e Manufactures Dior S.r.l.) ტანსაცმლის ნივთებისა და აქსესუარების პოპულარიზაციასა და გაყიდვაში შესაძლო უკანონო ქმედებებისთვის, რაც არღვევს სამომხმარებლო კოდექსი.

ორივე შემთხვევაში, კომპანიებმა შეიძლება გაავრცელონ არასწორი განცხადებები მათი ეთიკისა და სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ, განსაკუთრებით სამუშაო პირობებთან და მათი კანონთან შესაბამისობასთან დაკავშირებით.

უფრო მეტიც, კომპანიები ყურადღებას ამახვილებდნენ ოსტატობასა და ხარისხზე. თუმცა, გარკვეული პროდუქციისა და ტანსაცმლის აქსესუარების დასამზადებლად, კომპანიები სავარაუდოდ იყენებდნენ საამქროებს და ქარხნებს, სადაც მუშაობდნენ მუშები, რომლებიც მიიღებდნენ არაადეკვატურ ხელფასს. გარდა ამისა, მუშები მუშაობდნენ კანონიერ ლიმიტებს გადამეტებული საათებით და ჯანმრთელობისა და უსაფრთხოების არაადეკვატურ პირობებში, განსხვავებით წარმოების მაღალი დონისგან, რომლითაც კომპანიები ასე ამაყობენ.

უწყებამ, იტალიის ფინანსური პოლიციის სპეციალური ანტიმონოპოლიური განყოფილების (Guardia di Finanza) მხარდაჭერით, ინსპექტირება ჩაატარეს კომპანიების Giorgio Armani S.p.A.-სა და G.A.-ს შენობებში, ისევე როგორც Christian Dior Italia S.r.l.

წყარო:

2



იტალიის კონკურენციის უწყება

მოკვლევა ინფლუენსერების წინააღმდეგ

იტალიის კონკურენციის უწყებამ მოკვლევა დაიწყო ინფლუენსერების წინააღმდეგ, რომლებიც მალავდნენ რეკლამების კომერციულ მიზანს და ამაყობდნენ ფართო პოპულარობით, ძირითადად ყალბი მიმდევრების საფუძველზე.

საკითხი ეხება 6 ინფლუენსერს, კერძოდ, ლუკა მარანი, ბიგ ლუკა, ალესანდრო ბერტონი და დავიდე კაიაცო სისტემატურად აქვეყნებდნენ სოციალური პლატფორმების და ვებსაიტების მეშვეობით ფოტოებს ან/და ვიდეოებს და არ იყენებენ რაიმე ფორმულირებას, რომელიც აცნობებს მომხმარებელს კონტენტის სარეკლამო ხასიათის შესახებ, არც ხაზს უსვამენ შექმნის გადაწყვეტილების შესაბამის ელემენტებს, როგორცაა შეთავაზებული საქონლისა და/ან მომსახურების ღირებულება, იდენტურობა და/ან კომპანიის მისამართი.



ჰამზა მოურაი და მიქელე ლეკა სისტემატურად აქვეყნებდნენ სოციალური პლატფორმების საშუალებით, ფოტოებს ან/და ვიდეოებს, რომლებშიც ისინი აქვეყნებენ რეკლამას და სთავაზობენ გადახდის რეკომენდაციებს და/ან მეთოდებს კრიპტოვალუტაში ინვესტიციების გზით მარტივი და უსაფრთხო შემოსავლის მისაღებად, თანმდევი რისკების მითითების გარეშე.

უწყებამ ასევე წამოიწყო საკითხი ოთხი მორალური ზეწოლის ინიციატორების ლუდოვიკა მერალ ფრასკას, სოფია გაიელე დე დონას, მილენა მიკონის და ალესანდრა ვენტურას წინააღმდეგ. სინამდვილეში, ისინი ინსტაგრამზე აქვეყნებდნენ ფოტოებსა და ვიდეოებს, სადაც ხაზს უსვამდნენ ბრენდებს, სასტუმროებს და სხვა ტურისტულ ობიექტებს, რომლებთანაც, სავარაუდოდ, მათ აქვთ საქმიანი ურთიერთობა, ამ შინაარსის სარეკლამო ხასიათის ხსენების გარეშე. თავად ინფლუენსერები სარგებლობენ პოპულარობით, რომელიც შეიძლება დამახინჯებული იყოს ყალბი მიმდევრების მნიშვნელოვანი რაოდენობით მათ Instagram პროფილზე.

წყარო:

3



იტალიის კონკურენციის უწყება

იტალიის კონკურენციის უწყებამ მოკვლევა დაიწყო GOOGLE-ის წინააღმდეგ უსამართლო კომერციული პრაქტიკის გამო

უწყების მიხედვით, თანხმობის მოთხოვნა, რომელსაც Google უზღავნის თავის მომხმარებლებს შეთავაზებულ სერვისებთან დაკავშირებით, შეიძლება წარმოადგენდეს შეცდომაში შემყვან და აგრესიულ კომერციულ პრაქტიკას.



იტალიის კონკურენციის უწყებამ დაიწყო მოკვლევის პროცესი Google-ისა და მისი მშობელი ჯგუფის Alphabet-ის წინააღმდეგ სერვისების დაკავშირებული თანხმობის მოთხოვნის მომხმარებლებისთვის წარდგენის გამო. როგორც ჩანს, ეს მოთხოვნა არ შეიცავს შესაბამის ინფორმაციას, ასევე უწყება არკვევს თუ რა გავლენას ახდენს აღნიშნული თანხმობა Google-ის მიერ მომხმარებელთა პერსონალური მონაცემების გამოყენებაზე. იგივე კრიტიკული კითხვები წარმოიქმნება Google-ის სერვისების მრავალფეროვნებასთან და რაოდენობასთან დაკავშირებით, რომლებისთვისაც შეიძლება მოხდეს პერსონალური მონაცემების ჯვარედინი გამოყენება.

უწყება ასევე ამტკიცებს, რომ Google-ს შეუძლია გამოიყენოს ტექნიკა და მეთოდები თანხმობის მოთხოვნისთვის და ასევე თავად თანხმობის მიღების მექანიზმების

დასაყენებლად, მომხმარებელს უბიძგებს მიიღოს კომერციული გადაწყვეტილება, რომელსაც სხვა დროს არ მიიღებდა.

წყარო:

1



ისტორიის კონკურენციის უწყება

ისტორიის კონკურენციის უწყების ქმედებები მოხმარებლებს დახმარა 45 მილიონი ევროს დაზოგვაში

სააგენტოს 2020-2022 წლების ახლად შედგენილი სტატისტიკა აჩვენებს, რომ კონკურენციის ზედამხედველობის შედეგად მომხმარებლებმა თითქმის 45 მილიონი ევროს დაზოგვა მოახერხეს.

კონკურენციის ორგანო შეუერთდა ევროკომისიის მომხმარებელთა დაზოგვის გაანგარიშების პროექტს 2023 წელს. ევროკომისია უკვე ათ წელზე მეტია ითვლის კონკურენციის უწყებების საქმიანობიდან მომხმარებელთა სარგებელს. ევროკომისიის მეთოდოლოგია აფასებს მომხმარებლისთვის პოტენციურ სარგებელს სამ სფეროში - აკრძალული შერწყმა, აღმოჩენილი კარტელები და ბაზარზე დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება. ბოლო სამი წლის საქმისწარმოების სტატისტიკა აჩვენებს, რომ კონკურენციის ორგანოს კონკურენციის ზედამხედველობამ მომხმარებელს წელიწადში საშუალოდ 15 მილიონი ევრო დააზოგინა.

2024 წელს კონკურენციის ორგანო გააგრძელებს მომხმარებლისთვის მნიშვნელოვანი ბაზრების მონიტორინგს და ანალიზს. აქცენტი კეთდება მომხმარებლისთვის შექმნილ შეღავათებზე: მიზანია, რომ სააგენტოსთვის სახელმწიფო ბიუჯეტიდან კონკურენციის ზედამხედველობისთვის გამოყოფილ ყოველ ევროზე მომხმარებელს მინიმუმ 3 ევრო უნდა დაუბრუნდეს. „მე ვფიქრობ, რომ სააგენტოს ამოცანაა მომხმარებლებისთვის რეალური სარგებლის მოტანა, რაც შეიძლება შეფასდეს რიცხვებში“, - განაცხადა უწყებამ.

2024 წელს უწყების ყურადღება გამახვილებულია საწვავის, ფარმაცევტული პროდუქტების, ელექტროენერჯის და საკვები პროდუქტების ბაზრებზე, რათა უზრუნველყოფილი იყოს სამართლიანი ფასები დღევანდელ ტურბულენტურ პირობებში, განსაკუთრებით სასიცოცხლო მნიშვნელობის სფეროებში.

წყარო:





პოლონეთის კონკურენციისა და მომხმარებელთა დაცვის ოფისი

106 მილიონ პოლონურ ზლოტჯი მმტი ჯარიმა PAYPA-ს

PayPal არის ონლაინ გადახდის სერვისი, რომელიც იძლევა ონლაინ გადახდების საშუალებას მთელ მსოფლიოში და მოქმედებს როგორც ელექტრონული საფულე, რომელიც ინტეგრირებულია საბანკო ანგარიშთან. ჩატარებული პროცედურების შემდეგ UOKiK-ის პრეზიდენტმა გამოსცა გადაწყვეტილება, რომ PayPal იყენებს აკრძალულ პუნქტებს და აკრძალა ისინი. ჯარიმამ შეადგინა 106,6 მილიონი პოლონური ზლოტი.

პოლონეთის კონკურენციისა და მომხმარებელთა დაცვის ოფისმა ექვევქვე დააყენა „PayPal მომხმარებლის შეთანხმების“ დებულებები. ექვები ეხებოდა პუნქტებს, რომლებიც შეიცავს მომხმარებლებისთვის 34 აკრძალულ აქტივობას და სანქციების კატალოგს. მათ შორის იყო დებულებები, სადაც ნათქვამია, რომ მომხმარებელი დაისჯება მხოლოდ დაბლოკილი ანგარიშის გამოყენების მცდელობისთვისაც კი. PayPal-მა ასევე განსაზღვრა, რომ არ უნდა დაირღვეს რაიმე კანონი, დებულება, განკარგულება ან რეგულაცია (მაგ. ის, რაც ეხება ფინანსურ მომსახურებას, მომხმარებელთა დაცვას, არაკეთილსინდისიერ კონკურენციას, დისკრიმინაციას და არაკეთილსინდისიერ რეკლამას), რადგან ეს შეიძლება დასრულდეს დაუზუსტებელი სანქციებით. პრაქტიკაში, ნებისმიერი რეგულაციის დარღვევა ნებისმიერ ქვეყანაში, PayPal-ს სანქციების გამოყენების უფლებას აძლევს. დარღვევა შეიძლება არ იყოს დაკავშირებული PayPal ანგარიშის გამოყენებასთან, რაც მომხმარებლებმა შეიძლება ვერ გააცნობიერონ, რომ მათ ჩაიდინეს რაიმე შეუსაბამო ხელშეკრულების დებულებებთან.

ხელშეკრულებით გათვალისწინებული სანქციების ღია კატალოგი, რომლებიც დამატებით არ იყო დაკავშირებული ინდივიდუალურ დარღვევებთან, ნიშნავდა, რომ კომპანიის გადაწყვეტილებები იყო თვითნებური. მაგალითად, მას შეუძლია ნებისმიერ დროს და თავის შეხედულებისამებრ დაბლოკოს მომხმარებლის თანხა იმ ოდენობით და იმ ვადით, რამდენიც საჭიროა. უფრო მეტიც, PayPal-ს შეუძლია ერთდროულად რამდენიმე სანქცია დააწესოს ერთ მომხმარებელს: 2500 აშშ დოლარის ან მეტის გადახდა, ანგარიშის დახურვა შეტყობინების გარეშე და მომავალ სერვისებზე უარის თქმა.

მომხმარებელმა, ერთი მხრივ, არ იცის, რა ქმედება შეიძლება ჩაითვალოს აკრძალულად კომპანიის მიერ, ხოლო მეორეს მხრივ, მათ ვერ განჭვრიტეს ის სანქციები, რომლებიც შესაძლოა მათ მიმართ ყოფილიყო გამოყენებული. შედეგად, მათ შეიძლება ჩამოერთვათ PayPal-ის ანგარიშზე შენახულ ფულზე წვდომა განუსაზღვრელი ვადით.

რეგულაციები უნდა იყოს ცალსახა და გასაგები მომხმარებლისთვის.

წყარო:



პოლონეთის კონსუკენციისა და მომხმარებელთა დაცვის ოფისი

ICPEN-მა დაადგინა, რომ ვებსაიტების და მობილური აპლიკაციების უმეტესობა იყენებს ბნელ შაბლონებს სააბონენტო სერვისების მარკეტინგში

ინტერნეტის გლობალურმა კვლევამ, რომელმაც შეისწავლა 642 მოვაჭრის ვებსაიტები და მობილური აპლიკაციები, დაადგინა, რომ მათგან 75,7% იყენებდა მინიმუმ ერთ ბნელ შაბლონს, ხოლო 66,8% მათ ორ ან მეტს. კერძოდ, 10 მოვაჭრიდან, რომლებიც UOKiK-მა მოიცვა, მათგან 50%-მა გამოიყენა მინიმუმ ერთი მუქი ნიმიში.

ბნელი შაბლონები განიმარტება, როგორც პრაქტიკა, რომელიც ჩვეულებრივ გვხვდება ონლაინ მომხმარებლის ინტერფეისებში და რომელიც ხელმძღვანელობს, ატყუებს, აიძულებს ან მანიპულირებს მომხმარებლების არჩევანის გაკეთებაში, რომელიც ხშირად არ შეესაბამება მათ საუკეთესო ინტერესებს.

Sweepers-მა შეაფასა საიტები და აპლიკაციები ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის (OECD) მიერ გამოვლენილი ექვსი ინდიკატორის საფუძველზე.

ბნელ შაბლონებთან ბრძოლის სფეროში, UOKiK, სხვა საკითხებთან ერთად, ახორციელებს პროექტს, რომელიც აღმოაჩენს და შეებრძოლება ბნელ შაბლონებს ხელოვნური ინტელექტის გამოყენებით. მისი განხორციელების შედეგად შეიქმნება ხელოვნურ ინტელექტზე დაფუძნებული ინსტრუმენტი, რომელიც დაეხმარება ბიზნესის მიერ მომხმარებლების წინააღმდეგ გამოყენებული უსამართლო პრაქტიკის გამოვლენაში. პროექტი ასევე მოიცავს ინფორმაციას, თუ როგორ შეიძლება ხელოვნური ინტელექტის გამოყენება მომხმარებელთა უფლებების დასაცავად და აღსრულების გასაუმჯობესებლად. პროექტი ევროკავშირის თანადაფინანსებით ხორციელდება.

წყარო:





პოლონეთის კონსუტისა და მომხმარებელთა დაცვის ოფისი

პოლონეთის უწყებამ დაიწყო მოკვლევა AzaGroup-ის (Renee.pl და Born2Be.pl ონლაინ მაღაზიების მფლობელი) წინააღმდეგ

საკითხი ეხება ამ მაღაზიებში აქციების პრეზენტაციას, არ არის ინფორმაცია ფასდაკლებამდე ბოლო 30 დღის განმავლობაში ყველაზე დაბალი ფასის შესახებ და მაღაზიაში წარმოდგენილი მიმზიდველი ფასები ხელმისაწვდომია მხოლოდ ლოიალობის სქემის წევრებისთვის.

Renee და Born2Be არის პოპულარული ონლაინ მაღაზიები, რომლებიც ყოველწლიურად ტანსაცმელსა და ფეხსაცმელს, რომლებიც ეკუთვნის AzaGroup-ს.

საწარმოები ვალდებული არიან გამოავლინონ კონკრეტული საქონლის ან მომსახურების ყველაზე დაბალი ფასი, რომელიც მოქმედებდა ფასდაკლებამდე ბოლო 30 დღის განმავლობაში. ეს განპირობებულია ომნიბუსის დირექტივის იმპლემენტაციით, რომელიც მიზნად ისახავს უკეთესი აღსრულებისა და ევროკავშირის მომხმარებელთა დაცვის რეგულაციების მოდერნიზებას.

ორივე მაღაზიის ონლაინ რეკლამები იზიდავს მომხმარებლებს მიმზიდველი ფასებით, თუმცა ისინი ხელმისაწვდომია მხოლოდ იმ პირებისთვის, რომლებსაც აქვთ ანგარიში ლოიალობის კლუბში.

მომხმარებელთა ჯგუფური ინტერესების დარღვევის გამო, შეიძლება გამოიწვიოს ჯარიმის დაკისრება საწარმოს წინა წლის შემოსავლის 10%-ის ოდენობით.

წყარო:



ნიდერლანდების მომხმარებლისა და ბაზრების უწყება

ევროპის მომხმარებელთა უწყებამ უპირისპირდებიან Meta-ს ფასიანი ანგარიშების თაობაზე

ევროპის მომხმარებელთა უწყებები, მათ შორის ნიდერლანდების მომხმარებელთა და ბაზრების უწყება Meta დაუპირისპირდა სამომხმარებლო კანონმდებლობის შესაძლო დარღვევის გამო. ევროკომისია კოორდინაციას უწევს უწყებების ამ ერთობლივ მოქმედებას. Meta ახორციელებს ზეწოლას მომხმარებლებზე, რათა აირჩიონ ფასიანი და

სავარაუდოდ „უფასო“ ვერსია Facebook-სა ან Instagram-ზე, ისე, რომ მომხმარებელს არ ჰქონდეს ინფორმირებული გადაწყვეტილების მიღების შესაძლებლობა. სავარაუდოდ „უფასო“ ვერსიის არჩევასა, მომხმარებლებმა Meta-ს მისცეს ნებართვა, წარედგინა პერსონალიზებული რეკლამები მათი მონაცემების საფუძველზე (მათ შორის, მათი პირადი მონაცემები).



მოკვლევა დაიწყო ამ მოდელის დანერგვისთანავე, ნაწილობრივ BEUC-ის მიერ შეტანილი საჩივრის შემდეგ, რომლის წევრია ჰოლანდიის მომხმარებელთა ასოციაცია (Consumentenbond). ხოლო საფრანგეთის მომხმარებელთა უწყება ხელმძღვანელობს ამ საკითხს ევროკავშირის მასშტაბით.

უწყებები იკვლევენ მისცა თუ არა Meta-მ მომხმარებლებს საკმარისად ზუსტი და მკაფიო ინფორმაცია წინასწარ, რათა მათ შეეძლოთ შეეფასებინათ მათი არჩევანი ფასიან ან "უფასო" ანგარიშებს შორის.

მომხმარებლების შეცდომაში შეყვანა სიტყვა „უფასო“ გამოყენებით. Meta მოითხოვს, რომ მომხმარებლები, რომლებიც იყენებენ Facebook/Instagram-ს უფასოდ, უნდა დაეთანხმონ, რომ Meta შოულობს ფულს მათი მონაცემების (მათ შორის პერსონალური მონაცემების) გამოყენებით მათთვის პერსონალიზებული რეკლამის წარდგენით. ძნელია იპოვოთ ინფორმაცია, რომელიც განმარტავს, თუ როგორ იყენებს Meta მომხმარებელთა პრეფერენციებსა და მონაცემებს (მათ შორის პერსონალურ მონაცემებს) პერსონალიზებული რეკლამებისთვის. მხოლოდ აპში ან ვებსაიტზე მრავალჯერადი დაწკაპუნების შემდეგ მომხმარებლები შეძლებენ ინფორმაციის მოძიებას ზოგად წესებსა და პირობებში და Meta-ს კონფიდენციალურობის პოლიტიკაში.

Meta-მ მიეცა ვადა 2024 წლის 1 სექტემბრამდე, თუ მეტა ვერ მიიღებს აუცილებელ ზომებს, CPC შეიძლება მიმართოს აღსრულების სხვა ზომებს.

მონაცემთა დაცვის ევროპულმა საბჭომ 2024 წლის აპრილში გამოაქვეყნა გადაწყვეტილება, რომელშიც ნათქვამია, რომ ძალიან დიდი ონლაინ პლატფორმები ვერ აიძულებენ მომხმარებლებს დაუშვან მათი ონლაინ თვალყურის დევნება.

წყარო:





უნგრეთის კონკურენციის უწყება

რეკორდული ჯარიმა 400 მილიონამდე HUF Booking-ს

რეკორდული ჯარიმა: GVH-მა დააჯარიმა Booking თითქმის 400 მილიონი HUF

უნგრეთის კონკურენციის უწყებამ (GVH) დაადგინა, რომ booking სრულად არ ასრულებდა თავის ვალდებულებებს. GVH-მ გამოავლინა, რომ ერთ-ერთი უმსხვილესი გლობალური ონლაინ დაჯავშნის პლატფორმა განაგრძობდა ჩართვას უკანონო კომუნიკაციის პრაქტიკაში და მომხმარებლების ფსიქოლოგიურ მანიპულირებაში. უწყებამ კომპანია 382,5 მილიონი HUF-ით დააჯარიმა აღმოჩენილი დარღვევებისთვის.

2018 წელს უნგრეთის კონკურენციის უწყებამ დაიწყო მოკვლევა Booking.com B.V.-ის წინააღმდეგ. მოკვლევის პროცესის დროს GVH-მ დაადგინა, რომ კომპანია ჩართული იყო რამდენიმე უსამართლო კომერციულ პრაქტიკაში.

თავის რეკლამებში კომპანიამ ხაზი გაუსვა საცხოვრებლის „უფასო გაუქმებას“, მაგრამ მომხმარებლებს ჰქონდათ შეზღუდული დრო, რომ გამოეყენებინათ ეს ვარიანტი და გადაიხადეს უფრო მაღალი ფასი, ვიდრე იმავე საცხოვრებელში „უფასო გაუქმების“ გარეშე.

Booking-მა ასევე გამოაქვეყნა გადაუდებელი ხასიათის ინფორმაცია, რომელიც, მთლიანობაში, მომხმარებელს უქმნიდა შთაბეჭდილებას, რომ საცხოვრებელი, რომელსაც ის ეძებდა, პოპულარული იყო, შესაბამისად შეზღუდული ხელმისაწვდომობა ქმნიდა გარემოს შესაფერისი ფსიქოლოგიური ზეწოლისთვის.

საბოლოოდ, კომპანიამ შეცვალა სადავო კომერციული პრაქტიკა GVH-ის ვალდებულებების შესასრულებლად და მომხმარებელთა ლეგიტიმური ინტერესების დასაცავად. ეს მოიცავდა უნგრელი მომხმარებლებისთვის იაფი საცხოვრებლის შეთავაზებების ხელახლა შემოღებას, რომელთა გაუქმება შეუძლებელია თანხის დაკარგვის გარეშე.

GVH-მა Booking.com-ს დაუწესა რეკორდული ჯარიმა 382.5 მილიონი HUF-ის ოდენობით აღმოჩენილი დარღვევებისთვის. თანხის დადგენისას უწყებამ გაითვალისწინა, რომ კომპანიამ უარი თქვა გასაჩივრების უფლებაზე, მაგრამ არ აღიარა დარღვევები, ამასთან, კომპანიამ შეწყვიტა დამრღვევი ქცევა პროცედურის დასკვნით ეტაპზე.

წყარო:



ავსტრალიის კონსერვაციისა და მოხმარებელთა კომისია

DG Institute-ს დაეხმარა მოხმარებლებისთვის 14,7 მილიონი დოლარის დაბრუნება და 5 მილიონი დოლარის ჯარიმა სტუდენტების უმცლრეაში უმყანისთვის

ფედერალურმა სასამართლომ დაავალა Master Wealth Control Pty Ltd (DG Institute) გადაიხადოს \$5 მილიონი ფულადი ჯარიმა ცრუ ან შეცდომაში შემყვანი წარმომადგენლობისთვის, ორი საგანმანათლებლო პროგრამის პოპულარიზაციასა და გაყიდვაში, სახელწოდებით Real Estate Rescue (RER) და Master Wealth Control. (MWC) და გადაუხადოს სამომხმარებლო ანაზღაურება 14,7 მილიონი აშშ დოლარის ოდენობით MWC პროგრამაში ჩარიცხულ 2100-ზე მეტ სტუდენტს, რომლებიც ჩაირიცხნენ MWC პროგრამაში 2017 წლის აპრილიდან 2022 წლის ნოემბრამდე პერიოდში.

DG Institute-ის ერთპიროვნულ დირექტორს, დომინიკ გრუბისას, ასევე დაეკისრა 1 მილიონი დოლარის გადახდა და დისკვალიფიცირებული იქნა კორპორაციების მართვისგან ხუთი წლით.

DG Institute მოხმარებლებს სთავაზობდა კურსებს და მენტორულ პროგრამებს, მათ შორის RER და MWC პროგრამებს, რომლებიც დაკავშირებულია ქონებასთან და ბიზნეს ინვესტიციებთან, ასევე აქტივების დაცვის სტრატეგიებთან.

სასამართლომ დაადგინა, რომ შემდეგი კონკრეტული განცხადებები პროგრამების შესახებ იყო მცდარი ან შეცდომაში შემყვანი - RER პროგრამის სტუდენტებს შეეძლოთ დაეხმარებოდნენ სახლის მესაკუთრეებს, გაეყიდათ საკუთარი სახლი და ამავდროულად შეენარჩუნებინათ კაპიტალი, ხოლო თუ იპოთეკარი დაისაკუთრებდა ქონებას, სახლის მესაკუთრე დაკარგავდა ქონებაში დარჩენილ კაპიტალს. ხოლო MWC პროგრამის სტუდენტებს შეეძლოთ სრულად დაეცვათ მთელი თავიანთი აქტივები კრედიტორებისგან სპეციალური ნდობის ინსტრუმენტის შექმნით, სახელწოდებით "Vestey Trust" DG Institute-ის მიერ მოწოდებული ტრანზაქციის დოკუმენტების გამოყენებით. ხოლო აღნიშნული გარიგების დოკუმენტები არ უზრუნველყოფდა კრედიტორებისგან დაპირებული დაცვის დონეს.

2017-დან 2022 წლამდე ათასზე მეტი სტუდენტი ჩაირიცხა პროგრამებში და თითოეულმა გადაიხადა \$4,500-დან \$9,200-მდე მონაწილეობის მისაღებად.

წყარო:





ალბანეთის კონკურენციის უწყება

კონკურენციის კანონის უხეში დარღვევისთვის კომპანია ANTEA CEMENT 97 700 736 ლევით დაჯარიმდა

2022 წლიდან ალბანეთის კონკურენციის უწყება ახორციელებდა ცემენტის წარმოება/იმპორტისა და საბითუმო ბაზრის მონიტორინგს, რათა დაედგინათ იყო თუ არა ამ ბაზარზე კონკურენციის შეზღუდვის, დამახინჯების ან დაბრკოლების ნიშნები. მონიტორინგის დასასრულების შემდეგ უწყებამ მიიღო მოკვლევის დაწყების გადაწყვეტილება ნაცრისფერი და თეთრი ცემენტის წარმოებისა და საბითუმო ბაზარზე 2019 წლის 1 იანვრიდან 2023 წლის 31 მარტამდე პერიოდში.

მოკვლევის შედეგად დადგინდა, რომ კომპანიის საბაზრო წილის, ბაზარზე შესვლის ბარიერების, ეკონომიკური და ფინანსური სიმძლავრის, პოტენციური კონკურენციის, მყიდველების კონკურენტუნარიანობისა და პროდუქციის ერთგვაროვნების საფუძველზე, კომპანია Antea Cement აქვს დომინანტური მდგომარეობა ნაცრისფერი ცემენტის საბითუმო ვაჭრობის ბაზარზე ქვეყნის შიგნით, კერძოდ ცემენტზე 32,5 R პაკეტებში, 2019-2022 წლებში და ცემენტზე 42,5 R, 2021-2022 წლებისთვის.

კომპანია Antea Cement Albania JSC-ის გაყიდვების ფასების ანალიზიდან ნაცრისფერი ცემენტის პროდუქციაზე 32.5 R პარკებით და 42.5 R და საშუალო გასაყიდი ფასის შედარება ქვეყნის შიგნით და მის ფარგლებს გარეთ გვაძლევს, რომ კომპანია Antea Cement Albania JSC პროდუქციას ყიდდა ფასნამატით, რომელიც არ არის გონივრულ კავშირში პროდუქტის ეკონომიკურ ღირებულებასთან. 2020 წელს პროდუქტის საშუალო გასაყიდი ფასი გაიზარდა, თუმცა შემცირდა ცემენტის წარმოების საშუალო ღირებულება. საზღვარგარეთ ცემენტის გასაყიდი ფასი დაბალია, ვიდრე შიდა გასაყიდი ფასი. კომპანია Antea Cement გამოიყენა უფრო დაბალი ფასი მისი ერთ-ერთი კლიენტი კომპანიისთვის, იმავდროულად, სხვა კომპანიისთვის მან ცალმხრივად დააწესა უსამართლო და არათანაბარი პირობები.

წყარო:



მოლდოვის რესპუბლიკის კონკურენციის საბჭო

მოლდოვის კონკურენციის საბჭომ ანტიკონკურენტული შეთანხმებების ბაშო დააჯარიმა 6 ნავთობკომპანია, ჯამში 480 მილიონი ლევით

მოლდოვის უწყებამ 2021 წელს დაწყებული და უკვე დასრულებული მოკვლევის შედეგად დადგინა, რომ ნავთობპროდუქტების საცალო ბაზარზე მყოფმა ექვსმა კომპანიამ გააფორმა ანტიკონკურენტული ხელშეკრულება პროდუქციის სარეალიზაციო ფასების

კოორდინაციის მიზნით. ესენი არიან კომპანიები Lukoil-Moldova, Bemol Retail, Datario, Petrom-Moldova, Rompetrol Moldova და Tired Petrom.

საგამოძიებო პერიოდი მოიცავდა 2019 წლის მარტიდან 2021 წლის იანვრის ინტერვალს, რომლის დროსაც ექვსმა სამიზნე კომპანიამ განახორციელა ფასების ცვლილებების რამდენიმე რაუნდი. ეს ცვლილებები მოხდა როგორც თანმიმდევრულად (როდესაც ერთმა ან რამდენიმე კომპანიამ შეცვალა ფასები და მოგვიანებით სხვა კომპანიებმა განახორციელეს მსგავსი ცვლილებები) და ერთდროულად (როდესაც უმეტესობამ ან თუნდაც ყველა კომპანიამ მიიღო მსგავსი გადაწყვეტილებები ფასების შეცვლაზე ერთდროულად).

მხარეებმა უარყვეს მათ შორის შეთანხმებული პრაქტიკის არსებობა. კომპანიების მიერ მოყვანილი არგუმენტები კონკურენციის საბჭომ არ გაითვალისწინა, რადგან მათ მიერ მოწოდებული დასაბუთებები ვერ ხსნიდა აღნიშნულ ქცევას, ამიტომ საბჭომ დაადგინა, რომ ასეთი ქცევა შეუძლებელი იქნებოდა კონკურენტებს შორის ურთიერთშეთანხმების არარსებობის შემთხვევაში.

აღსანიშნავია, რომ დარღვევის დადგენისა და სანქციის დადგენისას საბჭომ გაითვალისწინა ის ეპიზოდები, რომლებშიც დანამდვილებით დადგინდა შეთანხმების შემდგომი პარალელური ქცევა.

მოკვლევის დროს დაგროვილი მასალების ანალიზისა და მონაწილე მხარეების მიერ მოყვანილი არგუმენტების საფუძველზე, საბჭოს დაადგინა კონკურენციის კანონმდებლობის დარღვევა და შესაბამის კომპანიებს დაუწესა ჯარიმები:

- **"Bemol Retail" - 29 მილიონი ლეუ**
- **"Datario" - 1,1 მილიონი ლეუ**
- **"Lukoil Moldova" - 180,2 მილიონი ლეუ**
- **"Petrom Moldova" - 77,8 მილიონი ლეუ**
- **"Rompetrol Moldova" - 191,8 მლნ ლეუ**
- **"Tired Petrol" - 1,5 მილიონი ლეუ**

გადაწყვეტილება სანქცირებული კომპანიების მიერ შეიძლება გასაჩივრდეს სასამართლოში 30 დღის ვადაში.

წყარო:



გამოყენებული ინფორმაცია ეყრდნობა უწყებების/ორგანიზაციების
ოფიციალურ საიტებზე არსებულ ინფორმაციებს.

გადამოწმდა ნიდერლანდების, უნგრეთის, იტალიის, ალბანეთის,
მოლდოვის, პოლონეთის, ესტონეთის და ავსტრალიის კონკურენციის
უწყებების ოფიციალური გვერდები.



598 05 44 22



info@gcca.gov.ge



www.gcca.gov.ge



<https://bit.ly/3nhBoYp>



<https://bit.ly/3rZdxvL>



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

მადლობა ყურადღებისათვის



საქართველოს კონკურენციისა
და მომხმარებლის
დაცვის სააგენტო