საქართველოს კონკურენციისა
და მომხმარებლის
დაცვის სააგენტო

საინფორმაციო ფურცელი

მსოფლიოში კონკურენციის უწყებების მიერ განხორციელებული აქტივობები

ივლისი, 2025

იტალიის კონკურენციის უწყება

იტალიის კონკურენციის უწყებამ META-ს წინააღმდეგ მოკვლევა დაიწყო, ბაზარზე დომინანტური მდგომარეობის სავარაუდო ბოროტად გამოყენების გამო

იტალიის კონკურენციის უწყებამ ევროკომისიის შესაბამის დეპარტამენტებთან მჭიდრო თანამშრომლობით, დაიწყო გამოძიება Meta Platforms Inc.-ის, Meta Platforms Ireland Limited-ის, WhatsApp Ireland Limited-ისა და Facebook Italy S.r.l.-ის (ერთობლივად — Meta) წინააღმდეგ, ევროკავშირის ფუნქციონირების შესახებ ხელშეკრულების (TFEU) 102-ე მუხლის შესაძლო დარღვევის — კერძოდ, ბაზარზე დომინანტური მდგომარეობის სავარაუდო ბოროტად გამოყენების გამო.

2025 წლის მარტიდან, კომპანია Meta, რომელიც დომინანტურ პოზიციას იკავებს საკომუნიკაციო აპლიკაციების ბაზარზე, WhatsApp-ის აპლიკაციაში მომხმარებლის წინასწარი თანხმობის გარეშე აქტიურად ათავსებს საკუთარ ხელოვნური ინტელექტის

სერვისს-Meta AI. აღნიშნული ჩატბოტი/ვირტუალური ასისტენტი აშკარად ჩანს აპლიკაციის მთავარ ეკრანზე და ინტეგრირებულია ძიების ზოლში, რაც, სავარაუდოდ, მომხმარებლებს ასტიმულირებს ან უქმნის საჭიროებას მის გამოყენებაზე.

Meta AI-ს დანიშნულებაა სხვადასხვა ტიპის შეკითხვებზე პასუხის გაცემა და ვირტუალური ასისტენტის ფუნქციონალის შეთავაზება. სერვისის WhatsApp-თან ინტეგრირებით, Meta-ს, სავარაუდოდ, შეუძლია საკუთარი მომხმარებლები გადაჰყვანოს განვითარებად ხელოვნური ინტელექტის ბაზარზე არა კონკურენციის, არამედ უკვე არსებულ სერვისებზე წვდომის გზით, რაც შეიძლება ზიანს აყენებდეს კონკურენტებს.

იტალიის კონკურენციის უწყების შეფასებით, აღნიშნულმა პრაქტიკამ შესაძლოა მომხმარებლების Meta AI-ზე ფუნქციური დამოკიდებულება გამოიწვიოს, განსაკუთრებით იმის გათვალისწინებით, რომ დროთა განმავლობაში სერვისი აგროვებს მომხმარებელზე ინფორმაციას და პასუხები მეტად პერსონალიზებული და სასარგებლო ხდება.

2025 წლის 29 ივლისს, კონკურენციის ორგანოს თანამშრომლებმა იტალიის ფინანსური პოლიციის სპეციალურ ანტიმონოპოლიურ განყოფილებასთან (Guardia di Finanza) ერთად ჩაატარეს საგამოძიებო მოქმედებები და ადგილზე შეამოწმეს Meta-ს იტალიური წარმომადგენლობის — Facebook Italy S.r.l.-ის ოფისი.

[წყარო:]

2

იტალიის კონკურენციის უწყება

იტალიის კონკურენციის უწყებამ, კომპანიას 3 მილიონი ევროს ჯარიმა დააკისრა არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკისთვის

იტალიის უწყებამ 3 მილიონი ევროს ოდენობის ჯარიმა დააკისრა Emme Group S.p.A.-ს - Materassi Marion-ის სავაჭრო ნიშნის მფლობელს მომხმარებელთა მიმართ გატარებული არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკისთვის, რომელიც მოიცავდა შეცდომაში შეყვანასა და აგრესიულ მიდგომებს ბრენდის ლეიბების პოპულარიზაციასა და გაყიდვაში.

კომპანია ტელე-შოპინგის გადაცემების მეშვეობით, რომლებიც გადაიცემოდა წამყვან ეროვნულ და ადგილობრივ სატელევიზიო არხებზე, ავრცელებდა მცდარ ინფორმაციას პროდუქციის ფასებზე, სავარაუდო დანაზოგებსა და საგადასახადო შეღავათების ხელმისაწვდომობაზე, რათა მომხმარებლები დაერწმუნებინა, დაენიშნათ

სახლში ვიზიტი Marion-ის გაყიდვების წარმომადგენელთან. ფაქტობრივად, გადაცემებში რეკლამირებული „სპეციალური შეთავაზებები“ და „მნიშვნელოვანი ფასდაკლებები“ ეფუძნებოდა ფასებს (ე.წ. საბაზრო ფასებს), რომლებიც რეალურად არასოდეს გამოიყენებოდა. გარდა ამისა არ იყო მითითებული ბოლო 30 დღის განმავლობაში გამოყენებული ყველაზე დაბალი ფასი.

სახლში ვიზიტისას, გაყიდვების წარმომადგენლები, მათ შორის ხანდაზმულ მომხმარებლებზე, ხშირად ახორციელებდნენ ზეწოლას ალტერნატიული ლეიბების შესაძენად, რომელთა ღირებულება 3,000 ევროს აღემატებოდა. ამ პროცესში ისინი იყენებდნენ როგორც შეცდომაში შემყვან, ისე დამამცირებელ განცხადებებს პროდუქციის ხარისხისა და მიწოდების ვადების შესახებ.

მიუხედავად იმისა, რომ აღნიშნული პრაქტიკა 2024 წლიდან გრძელდება, კომპანიამ რეკლამაში შეტანილი ცვლილებებით ვერ უზრუნველყო დარღვევების აღმოფხვრა.

წყარო:

1

BUNDESKARTELLAMT

LUFTHANSA-მ შესაძლოა AIRBALTIC-ის მცირე წილი შეიძინოს

გერმანიის ფედერალურმა კარტელის ოფისმა დაამტკიცა კომპანია Deutsche Lufthansa AG-ის (Lufthansa) მიერ ლატვიური ავიაკომპანია airBaltic Corporation AS-ში (airBaltic) მცირე წილის შეძენის განზრახვა, შერწყმის კონტროლის შესახებ ეროვნული კანონმდებლობის შესაბამისად.

აღნიშნული გარიგება უკავშირდება მარშრუტებს გერმანიის აეროპორტებსა და ბალტიის ქვეყნებს შორის, სადაც ორივე კომპანია პირდაპირ კონკურენციაშია და ალტერნატიული ავიაგადამზიდავები თითქმის არ არსებობს. მიუხედავად ამისა, ტრანზაქცია დამტკიცდა, ვინაიდან ეს მარშრუტები მიეკუთვნება ე.წ. *de minimis* ბაზრებს, სადაც წლიური შემოსავალი 20

მილიონ ევროს არ აღემატება. ასეთ შემთხვევებში კარტელის ოფისს ჩარევის უფლება არ აქვს.

მიღებული გადაწყვეტილებით, Lufthansa-ს airBaltic-ში 10%-იანი წილის ფლობა შესაძლებელს გახდის მონაწილეობა მიიღოს კომპანიის გადაწყვეტილებების მიღების პროცესში. მიუხედავად ამ კავშირებისა, ორივე კომპანია სამართლებრივად დამოუკიდებლად რჩება, და ნებისმიერი სახის ანტიკონკურენტული შეთანხმება ან კოორდინაცია დაუშვებელია, რადგან შესაძლოა, შეფასდეს როგორც კარტელური ქცევა.

ფედერალურმა კარტელის ოფისმა დეტალურად შეისწავლა Lufthansa-სა და airBaltic-ის კონკურენცია იმ მარშრუტებზე, რომლებიც აკავშირებს გერმანიას ბალტიის ქვეყნებთან. მიუხედავად კონკურენციის პოტენციური პრობლემებისა, ბაზრებმა, რომლებზეც ეს კონკურენცია ვლინდება, არ გადააჭარბა *de minimis* ზღვარს, რაც გადაწყვეტილების აკრძალვის შესაძლებლობას გამორიცხავს. სხვა მარშრუტებზე კი კონკურენციის შეზღუდვის რისკი არ გამოვლენილა.

აღნიშნული გარიგება შეფასდა მხოლოდ გერმანიის შერწყმის კონტროლის სამართლებრივი ჩარჩოს ფარგლებში, რადგან Lufthansa-ს არ გადაეცა airBaltic-ის კონტროლი. იმ შემთხვევაში, თუ მომავალში Lufthansa გაზრდის წილს და მიაღწევს გავლენიან პოზიციას, ტრანზაქციის განხილვა შესაძლოა ევროკომისიამ განახორციელოს.

წყარო:

1

THE NEW YORK TIMES

FCC დაამტკიცა SKYDANCE-ის და PARAMOUNT-ის 8 მილიარდი დოლარის ღირებულების შერწყმა

აშშ-ის ფედერალურმა კომუნიკაციების კომისიამ (FCC) განაცხადა, რომ Paramount-ს და ჰოლივუდის სტუდია Skydance-ს შერწყმის ნება დართო, რითაც მწვანე შუქი მისცა ერთ-ერთ ყველაზე თვალსაჩინო მედია გარიგებას ბოლო ათწლეულის განმავლობაში. მარეგულირებელმა Skydance-ს Paramount-ის შესყიდვის უფლება იმ პირობით მისცა, რომ ის თანამშრომლების დაქირავების, დაწინაურების, განვითარებისა და სახელფასო მიმართულებით DEI-პოლიტიკას გააუქმებს.

ბრენდან კარის (აშშ-ის ფედერალური კომუნიკაციების კომისიის თავმჯდომარის) განმარტებით, Skydance-ის მიზანი დივერსიფიცირებული ახალი ამბებისა და გასართობი პროგრამების შექმნაა, რისთვისაც კომპანია Paramount-ის ოპერაციებში, მათ შორის ადგილობრივ მაუწყებლობაში $1.5-მილიარდიან ინვესტიციას განახორციელებს.

კომპანიების შეწყმას აშშ-ის ფედერალური კომუნიკაციების კომისიის სამეთვალყურეო საბჭომ 2 ხმით დაუჭირა მხარი, ერთის წინააღმდეგ, რომელიც ჯო ბაიდენის დანიშნულ წარმომადგენელ ანა გომესს ეკუთვნოდა. მისი განმარტებით, ერთ დროს თავისუფალი კომუნიკაციების კომისია აშშ-ის ახალი ადმინისტრაციის გავლენის ქვეშ მოექცა და კომპანიების შერწყმის უფლება გასცა, რაც პრესის თავისუფლებას კიდევ უფრო შეზღუდავს. ანა გომესის განცხადებით, აღნიშნული გარიგებისათვის ნებართვის მიცემა მხოლოდ დასაწყისია აშშ-ის ახალი ადმინისტრაციის კონსტიტუციის პირველ შესწორებაზე თავდასხმისა.

[წყარო:]

1

პოლონეთის კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის კომისია

მაღაზიები, ყალბი პოლონური ბრენდები, არაკეთილსინდისიერი გადამყიდველები

პოლონეთის მომხმარებელთა დაცვის ოფისი (UOKiK) იღებს საჩივრებს არაკეთილსინდისიერი ონლაინ მაღაზიების შესახებ, რომლებიც ყიდიან ტანსაცმელს, ფეხსაცმელსა და ტყავის ნაწარმს. აღნიშნული მაღაზიები, პოლონური ბრენდების იმიტაციით, იზიდავენ მომხმარებლებს დიდი ფასდაკლებებით, თუმცა პროდუქცია ხშირად მოდის აზიიდან, უმეტესად კიჩინეთიდან.

არაკეთილსინდისიერი მოვაჭრეები ატყუებენ მომხმარებლებს საქონლისა და ბიზნესის წარმომავლობის შესახებ, რაც აზიანებს როგორც მომხმარებელთა ინტერესებს, ასევე იმ კომპანიების რეპუტაციას, რომლებსაც ისინი იმიტირებენ. მნიშვნელოვანია, მომხმარებლებმა იცოდნენ, როგორ აირიდონ ფინანსური ზარალი.

ყალბი ონლაინ მაღაზიები იზიდავენ მყიდველებს დაბალი ფასებით, მიმზიდველი ფოტოებითა და სანდო ვებსაიტებით, თუმცა ფრთხილად უნდა იყოთ შემდეგზე:

- ძალიან დაბალი ფასები, სტილისტური შეცდომები, არასრული კომპანიის მონაცემები;
- დაბრუნების პოლიტიკის ან მისამართის არქონა, ხშირად მითითებული აზიური ქვეყანა;
- გადახდის შემდეგ პროდუქტი შეიძლება არ ჩამოვიდეს ან განსხვავდებოდეს აღწერისგან.

მომხმარებლები ხშირად მხოლოდ შეძენის შემდეგ ხვდებიან, რომ ჩინურ კომპანიასთან ჰქონდათ საქმე. საქონლის დაბრუნება რთულია, რადგან ხშირად ის აზიაში უნდა გაიგზავნოს, რაც დიდ ხარჯებთან და რისკებთანაა დაკავშირებული. ამიტომ მომხმარებელმა უნდა შეამოწმოს ვინ არის გამყიდველი და რა პასუხისმგებლობა ეკისრება შუამავალს, თუ შუამავალი ევროკავშირის ტერიტორიაზეა, მომხმარებელმა უნდა მიმართოს ევროპის მომხმარებელთა ცენტრს.

წყარო:

2

პოლონეთის კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის კომისია

თანხის დაბრუნება და კომპენსაცია PAYPAL-გან

პოლონეთის კონკურენციისა და მომხმარებელთა დაცვის ოფისის (UOKiK) პრეზიდენტმა PayPal-ის მიმართ ორი სავალდებულო გადაწყვეტილება მიიღო. საქმე ეხებოდა ხელშეკრულებაში ცვლილების პუნქტის არაკეთილსინდისიერად გამოყენებასა და საფასურების ცვლილებების შესახებ მომხმარებლებისთვის ინფორმაციის არასათანადო შეტყობინებას. PayPal-მა იკისრა ვალდებულება, შეწყვიტოს აღნიშნული პრაქტიკა,

აუნაზღაუროს მომხმარებლებს დაკისრებული საფასური და გადაუხადოს მათ კომპენსაცია.

PayPal, როგორც ერთ-ერთი უდიდესი ონლაინ გადახდების სერვისი, იყენებდა ხელშეკრულების ცალმხრივი ცვლილების უფლებას. მაგალითად, 2020 წელს კომპანიამ შემოიღო ინაქტივობის საფასური და გაზარდა სხვა არსებული გადასახადები. UOKiK-ის შეფასებით, 2019 წლის 11 დეკემბრიდან მოქმედი ხელშეკრულების პუნქტი, რომელიც კომპანიას აძლევდა უფლებას დროდადრო შეეტანა ცვლილებები, არაკეთილსინდისიერი იყო. ამას გარდა, PayPal ცვლილებების შესახებ მომხმარებლებს არ ატყობინებდა.

გადაწყვეტილების თანახმად, PayPal-მა შეწყვიტა აღნიშნული პრაქტიკის გამოყენება. ასევე გაუქმდა 2019 წლის 1 იანვრიდან შემოღებული შემდეგი საფასურები:

- ინაქტივობის საფასური,
- აშშ-ის საბანკო ანგარიშებზე გადარიცხვების საფასურები,
- გაზრდილი ვალუტის კონვერტაციის საფასურები.

პოლონელი მომხმარებლები, რომლებსაც აღნიშნული პუნქტების საფუძველზე დაეკისრათ საფასურები, მიიღებენ ანაზღაურებას გადახდილი თანხის 150%-ის ოდენობით.

გადაწყვეტილება არ არის საბოლოო და შესაძლოა გასაჩივრდეს სასამართლოში.

[წყარო:]

1

ხორვატიის კონკურენციის უწყება

212,500 ევროს ჯარიმა, არაკეთილსინდისიერი სავაჭრო პრაქტიკისთვის

ხორვატიის კონკურენციის უწყებამ (CCA) კომპანია *TOMMY d.o.o.*-ს 212,500 ევროს ოდენობის ჯარიმა დააკისრა სურსათის მიწოდების ჯაჭვში არაკეთილსინდისიერი სავაჭრო პრაქტიკის შესახებ კანონის სერიოზული დარღვევისთვის.

ადმინისტრაციული წარმოება CCA-ს ინიციატივით დაიწყო მას შემდეგ, რაც სააგენტოს წერილობით აცნობეს, რომ *TOMMY*-მ გარკვეული პროდუქტები საბოლოო

მომხმარებლებზე გაყიდა ფასებში, რომლებიც დაბალი იყო მომწოდებლებისთვის გადახდილ შესყიდვის ფასზე (დღგ-ის ჩათვლით).

2023 წლის 4 ოქტომბერს *TOMMY*-მ 12 სასურსათო პროდუქტი გაყიდა ფასდაკლებით, რომლის შედეგადაც საცალო ფასები დაეცა. ეს ფასები განისაზღვრა მომხმარებელთა სარგებლის პროგრამის საფუძველზე, რომელიც გარკვეულ ჯგუფს 10%-იან დამატებით ფასდაკლებას სთავაზობდა, რაც სარეკლამო ფასებთან ერთად საერთო ფასის დრამატულ შემცირებას იწვევდა.

კანონი კრძალავს სასოფლო-სამეურნეო ან სასურსათო პროდუქტების გაყიდვას შესყიდვის ფასზე დაბალ ფასად (დღგ-ის ჩათვლით), გარდა სამი გამონაკლისისა:

- ვადის გასვლის მოახლოებული პროდუქტების რეალიზაცია
- ასორტიმენტის განახლების მიზნით მარაგის გასუფთავება
- მაღაზიის დახურვასთან დაკავშირებული სრული ლიკვიდაცია

CCA-მ დაადგინა, რომ ზემოაღნიშნული გამონაკლისები *TOMMY*-ს შემთხვევაში არ ვრცელდებოდა. ფასდაკლებით გაყიდვა, როგორც გამართლება, კანონით დაუშვებელია.

მიუხედავად იმისა, რომ პირდაპირი ფინანსური ზიანი არც მომხმარებლებისთვის და არც მომწოდებლებისთვის არ დადგინდა, უწყებამ ხაზი გაუსვა ამ პრაქტიკის სისტემურ ზიანს:

- კონკურენტული თანასწორობის დარღვევა ბაზარზე
- მომწოდებლებზე ზეწოლა ფასების/ფასდაკლებების შემცირების თვალსაზრისით
- მცირე ფერმერებისა და ოჯახური მეურნეობებისთვის ზიანის მიყენება
- კონკურენციის დამახინჯება და ბაზრის დესტაბილიზაცია
- მომხმარებლების შეცდომაში შეყვანა არამდგრადი დაბალი ფასებით, რაც საფრთხეს უქმნის არჩევანის მრავალფეროვნებას
- სურსათის მიწოდების ჯაჭვის რღვევის რისკი და წარმოების სიცოცხლისუნარიანობის დაქვეითება

წყარო:

2

ხორვატიის კონკურენციის უწყება

ხორვატიის უმაღლესმა ადმინისტრაციულმა სასამართლომ უარყო SPAR-ის საჩივარი

ხორვატიის რესპუბლიკის უმაღლესმა ადმინისტრაციულმა სასამართლომ უარყო გადამყიდველი *SPAR HRVATSKA d.o.o.*-ს საჩივარი და ძალაში დატოვა ზაგრების ადმინისტრაციული სასამართლოს 2024 წლის 19 აპრილის გადაწყვეტილება, რომლითაც

უარყოფილ იქნა ხორვატიის კონკურენციის სააგენტოს (CCA) 2021 წლის 22 ივლისის გადაწყვეტილების გაუქმების მოთხოვნა. სასამართლომ ასევე არ დააკმაყოფილა სასამართლო ხარჯების ანაზღაურების მოთხოვნა.

ზაგრების ადმინისტრაციულმა სასამართლომ, როგორც პირველი ინსტანციის ორგანომ, სრულად უარყო *SPAR*-ის სარჩელი *CCA*-ს წინააღმდეგ, რომლის მიზანი იყო დარღვევის შესახებ მიღებული 2021 წლის 22 ივლისის გადაწყვეტილების გაუქმება და ხარჯების ანაზღაურება. კონკურენციის სააგენტომ დაადგინა, რომ *SPAR*-მა გაავრცელა არაკეთილსინდისიერი სავაჭრო პრაქტიკა სასოფლო-სამეურნეო და სასურსათო პროდუქტების გაყიდვისას — პროდუქტები საბოლოო მომხმარებლებს მიეწოდებოდა იმ ფასად, რომელიც დაბალი იყო მიწოდების ჯაჭვის ნებისმიერ შესყიდვის ფასზე (დღგ-ის ჩათვლით).

უმაღლესი ადმინისტრაციული სასამართლოს გადაწყვეტილებით, *CCA*-ს 2021 წლის 22 ივლისის გადაწყვეტილება საბოლოო და სამართლებრივად სავალდებულო გახდა.

წყარო:

1

COMPETITION POLICY INTERNATIONAL

რძის კომპანიები 34.4 მილიონი აშშ დოლარის ჯარიმას გადაიხდიან ფასების მანიპულირების საქმეში

ორი მსხვილი რძის კომპანია - *Dairy Farmers of America (DFA)* და *Select Milk Producers* შეთანხმდნენ, გადაიხადონ ჯამში 34.4 მილიონი აშშ დოლარი, რათა მოგვარდეს ჯგუფური სარჩელი, რომელიც უკავშირდება რძის ფასების მანიპულირების ბრალდებებს აშშ-ის სამხრეთ-დასავლეთ რეგიონში.

შეთანხმების ფარგლებში, DFA გადაიხდის 24.5 მილიონ აშშ დოლარს, ხოლო Select Milk Producers 9.9 მილიონ დოლარს. სარჩელი 2022 წელს რძის მწარმოებლების ჯგუფის მიერ იქნა შეტანილი და კომპანიებს ადანაშაულებდა რძის ფასების მიზანმიმართულ შემცირებასა და ამ გზით მწარმოებლებისთვის ანაზღაურების დაკლებაში. მოსარჩელეთა

განცხადებით, კომპანიებმა შეთქმულებით შეამცირეს A კლასის ნედლი რძის ფასები ტეხასში, ნიუ-მექსიკოში, არიზონაში, ოკლაჰომასა და კანზასში. ბრალდების თანახმად, ეს ქმედებები არღვევდა აშშ-ის ანტიმონოპოლიურ კანონმდებლობას და მოიცავდა ფასებთან დაკავშირებული ინფორმაციის უკანონო გაზიარებას, რაც საბოლოოდ ნეგატიურად აისახა რძის მწარმოებლების შემოსავლებზე.

შეთანხმება ვრცელდება ყველა იმ რძის მწარმოებელზე, ვინც 2015 წლის იანვრიდან 2025 წლის ივნისამდე პერიოდში ზემოხსენებულ შტატებში ამარაგებდა A კლასის რძეს. კომპენსაციის მიზანია იმ ზარალის ანაზღაურება, რომელიც ფასების ხელოვნური შემცირების შედეგად მიადგათ მწარმოებლებს.

წყარო:

1

ლიეტუვის მომხმარებელთა დაცვის სახელმწიფო უწყება

სანქცია NMN-ის რეკლამასთან დაკავშირებით

ლიეტუვის მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სახელმწიფო უწყებამ (SCPS) განიხილა საქმე, რომელიც ეხებოდა *Longevita lab, UAB*-ის მიერ გავრცელებულ NMN-ის **(nicotinamide mononucleotide)** რეკლამას, რომელშიც საუბარი იყო პრეპარატის თერაპიულ და პრევენციულ თვისებებზე ადამიანის დაავადებებთან დაკავშირებით.

საკანონმდებლო მოთხოვნების თანახმად, საკვები დანამატები განიხილება როგორც ჩვეულებრივი დიეტის დამატება, რომელიც შეიცავს საკვები ან ფიზიოლოგიური ნივთიერებების კონცენტრირებულ წყაროს. მათ არ გააჩნიათ სამკურნალო ან პრევენციული ეფექტი, შესაბამისად, მათი მარკირება, წარდგენა ან რეკლამირება არ უნდა შეიცავდეს დაავადებების მკურნალობასთან ან პრევენციასთან დაკავშირებულ მტკიცებებს.

მოკვლევის შედეგად დადგინდა, რომ ონლაინ მაღაზიაში www.Lcell.lt-ზე, კომპანია *Longevita lab, UAB* ავრცელებდა NMN-ისა და სხვა საკვები დანამატების (ფისეტინი, ბერბერინი) რეკლამას, რომელიც შეიცავდა ჯანმრთელობასთან დაკავშირებულ შემდეგ მტკიცებებს:

- შეუძლია შეამციროს დაბერების სიმპტომები და შეანელოს ასაკთან დაკავშირებული დაავადებების პროგრესი, როგორიცაა კიბო და გულ-სისხლძარღვთა დაავადებები;
- ფისეტინი ხელს უწყობს ანთების შემცირებას ორგანიზმში;
- ფისეტინს შეუძლია დადებითი გავლენა მოახდინოს ტვინის ჯანმრთელობაზე, დაიცვას ნერვული უჯრედები ოქსიდაციური სტრესისგან, რაც ასოცირდება ალცჰაიმერისა და პარკინსონის დაავადებებთან;
- ბერბერინს აქვს ძლიერი ანთების საწინააღმდეგო თვისებები, რაც ხელს უწყობს ორგანიზმის ჯანმრთელობას.

უწყების შეფასებით, *Longevita lab, UAB*-მა NMN-ის ფხვნილი არასწორად წარადგინა როგორც საკვები დანამატი, მიუხედავად იმისა, რომ პროდუქტი ასეთ სტატუსს არ ფლობს და მისი გავრცელება ლიეტუვის ბაზარზე აკრძალულია.

მიღებული გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს სასამართლოში, გადაწყვეტილების მიღებიდან 30 კალენდარული დღის განმავლობაში, ადმინისტრაციული პროცესების შესახებ კანონით გათვალისწინებული წესების შესაბამისად.

წყარო:

გამოყენებული ინფორმაცია ეყრდნობა უწყებების/ორგანიზაციების ოფიციალურ საიტებზე არსებულ ინფორმაციებს.

გადამოწმდა, იტალიის, გერმანიის, ლიეტუვას, პოლონეთის და ხორვატიის კონკურენციის უწყებების ოფიციალური გვერდები, ასევე გადამოწმდა Competition Policy Internationa-ის და The New York Times-ის 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"