



**PLENUL
CONSILIULUI CONCURENȚEI**



**DECIZIE
mun. Chișinău**

din 30.10.2023

Nr. CN-29/21-47

Plenul Consiliului Concurenței,

acționând în temeiul art. 41 alin. (1) lit. h) al Legii concurenței nr. 183 din 11.07.2012 (în continuare - Legea concurenței), Hotărârii Parlamentului nr. 331 din 30.11.2018 privind numirea în funcție a membrilor Plenului Consiliului Concurenței,

analizând raportul de investigație asupra cazului inițiat prin Dispoziția Plenului Consiliului Concurenței nr. 29 din 19 august 2021 privind presupusa încălcare a prevederilor 11 alin. (2) lit. c) și art. 15 lit. b) din Legea concurenței nr. 183 din 11.07.2012 de către întreprinderile „O.O.H. Media” S.R.L., „Trendseter” S.R.L., „Varo-Inform” S.R.L., „Media Gallery” S.R.L., SC „Vendostar” S.R.L., „Megaradio” S.R.L., „Casa Radio Vînzări” S.R.L., A.O. „Triactiv-Transparență Publică, Ambianță de Afaceri, Societate Civilă” în raport cu întreprinderea ÎCS „Epamedia” S.R.L., materialele acumulate în cadrul investigației

A CONSTATAT:

1. La data de 08.07.2021, în adresa Consiliului Concurenței a parvenit plângerea cu nr. 3301 (*în continuare – plângere*) (**f.d. 4, vol. I**), depusă de către întreprinderea ÎCS „Epamedia” S.R.L. privind presupusele acțiuni de concurență neloială și abuz de poziție dominantă realizate de către întreprinderile „O.O.H. Media” S.R.L., „Trendseter” S.R.L., „Varo-Inform” S.R.L., „Media Gallery” S.R.L., SC „Vendostar” S.R.L., „Megaradio” S.R.L., „Casa Radio Vînzări” S.R.L.

și A.O. „Triactiv-Transparență Publică, Ambianță de Afaceri, Societate Civilă” (în continuare – întreprinderile reclamate).

2. Potrivit celor invocate în plângere, presupusele acțiuni anticoncurențiale îl constituie comportamentul abuziv al întreprinderilor reclamate, precum și răspândirea informațiilor false despre activitatea întreprinderii ÎCS „Epamedia” SRL, acțiuni interzise prin prevederile art. 11 alin. (2) lit. c) și art. 15 din Legea concurenței. În opinia reclamantului, prin aceste acțiuni a fost prejudiciată imaginea întreprinderii ÎCS „Epamedia” S.R.L., fiind aplicate inclusiv unele condiții inegale la prestații echivalente în raport cu partenerii comerciali, creând în acest fel dezavantaj concurențial.

3. Urmare a examinării preliminare a plângerii, în conformitate cu prevederile art. 41 alin. (1) lit. f) și art. 55 alin. (1) din Legea concurenței, Plenul Consiliului Concurenței, prin Dispoziția nr. 29 din 19.08.2021, a dispus inițierea investigației privind presupusa încălcare a prevederilor art. 11 alin. (2) lit. c) și art. 15 lit. b) din Legea concurenței de către întreprinderile „O.O.H. Media” S.R.L., „Trendseter” S.R.L., „Varo-Inform” S.R.L., „Media Gallery” S.R.L., SC „Vendostar” S.R.L., „Megaradio” S.R.L., „Casa Radio Vînzări” S.R.L. și A.O. „Triactiv-Transparență Publică, Ambianță de Afaceri, Societate Civilă”.

II. Cadrul legal și informațiile în baza cărora au fost efectuate constatările și concluziile din prezenta decizie

4. Constatările și concluziile din prezenta decizie au fost efectuate în baza:

- Legii concurenței nr. 183/2012
- Codului administrativ nr. 118/2018
- Legii nr. 1227/1997 cu privire la publicitate
- Plângerii cu nr. 3301 din 08.07.2021 înaintată de ÎCS „Epamedia” S.R.L.
- Informațiilor parvenite din partea întreprinderilor „O.O.H. Media” S.R.L., „TRENDSETER” S.R.L., „VARO-INFORM” S.R.L., „MEDIA GALLERY” S.R.L., SC „VENDOSTAR” S.R.L., „MEGARADIO” S.R.L.,

„Casa Radio Vînzări” S.R.L. și A.O. „Triactiv-Transparență Publică, Ambianță de Afaceri, Societate Civilă”, AAPM;

- Informației parvenite de la Primăria municipiului Chișinău.

III. Părțile implicate

Reclamant:

5. **ÎCS „Epamedia” S.R.L.** – IDNO 1006600051065, adresa juridică: MD – 2005, mun. Chișinău, str. Feredeului, nr. 4. Administratorul întreprinderii Bodrug Artur. Întreprinderea ÎCS „Epamedia” S.R.L. prestează servicii de publicitate exterioară prin intermediul a 300 de stații de așteptare a transportului public, având dreptul să plaseze publicitatea pe acest spațiu.

Reclamați:

6. **„TRENDSETER” S.R.L.** – IDNO 1009600010478, adresa juridică: MD – 2001, mun. Chișinău, str. Tudor Gheorghe, nr. 2B. Administrator și fondator unic Andrei Jicol.

Întreprinderea „TRENDSETER” S.R.L. este o agenție locală de publicitate, cu profil divers, prestează servicii de publicitate radio, led/indoor, outdoor, imprimare. Conform Clasificatorului Activităților Economice din Republica Moldova (în continuare – CAEM), genul principal de activitate constituie *„Activități ale agențiilor de publicitate” – cod M 7311.*

7. **„VARO-INFORM” S.R.L.** – IDNO 1003600158022, adresa juridică: MD – 2001, mun. Chișinău, str. Tudor Gheorghe, nr. 2B. Administratorul societății - Hasanov Serghei, fondatori sunt Hasanov Serghei (☞☞☞☞%), Jicol Andrei (☞☞☞☞%), și Hasanov Artiom (☞☞☞☞%).

8. **SC „VENDOSTAR” S.R.L.** – IDNO 1006600023778, adresa juridică: MD – 2001, mun. Chișinău, str. Tudor Gheorghe, nr. 2B. Administrator și fondator unic - Andrei Jicol. Conform CAEM, genul principal de activitate al S.C.

„VENDOSTAR” SRL constituie „*Activități ale agențiilor de publicitate*” – cod M 7311.

9. **„MEDIA GALLERY” S.R.L.**– IDNO 1015600016912, adresa juridică: MD – 20 , mun. Chișinău, str. Tudor Gheorghe, nr. 2B. Administratorul societății - Hasanov Oleg, fondatori sunt Hasanov Oleg (989898%), Jicol Andrei (989898%) și Hasanov Artiom (989898%).

„MEDIA GALLERY” S.R.L. desfășoară activitate economică ce constă în amplasarea publicității pe panouri stradale.

10. **„O.O.H. Media” S.R.L.**, IDNO 1010600038566, adresa juridică: MD – 2001, mun. Chișinău, str. Tudor Gheorghe, nr. 2B. Administrator și fondator unic - Andrei Jicol.

„O.O.H. Media” S.R.L. desfășoară activități de difuzare a programelor radio.

11. **„MEGARADIO” S.R.L.** – IDNO 1011600038219, adresa juridică: MD – 2001, mun. Chișinău, str. Tudor Gheorghe, nr. 2B. Administrator și fondator unic - Jicol Andrei.

„MEGARADIO” S.R.L. desfășoară activități de difuzare a programelor radio.

12. **„Casa Radio Vînzări” S.R.L.** – IDNO 1012600027908, adresa juridică: MD – 2001, mun. Chișinău, str. Tudor Gheorghe, nr. 2B. Administrator și fondator unic - Jicol Andrei.

„Casa Radio Vînzări” S.R.L. este operator de panotaj și deține dispozitive publicitare.

13. **A.O. „Triactiv-Transparență Publică, Ambianță de Afaceri, Societate Civilă”** – IDNO 1019620007480, adresa juridică: MD – 2001, mun. Chișinău, str. Tudor Gheorghe, nr. 2B. Administratorul asociației - Lilia Burakovschi.

Genul principal de activitate, conform CAEM constituie „*Activități ale altor organizații*” – cod 9499. Potrivit pct. 1.7 din „Statutul A.O. „Triactiv-Transparență Publică, Ambianță de Afaceri, Societate Civilă”, asociația are scop nelucrativ.

IV. Piața relevantă: piața relevantă a produsului și piața geografică relevantă

14. **Piața relevantă** este piața în cadrul căreia se evaluează o anumită problemă de concurență și care se determină prin raportarea pieței relevante a produsului la piața geografică relevantă.

15. **Piața relevantă a produsului.** Conform art. 4 din Legea concurenței, piața relevantă a produsului cuprinde toate produsele considerate de consumatori ca interschimbabile sau substituibile datorită utilizării date acestora, caracteristicilor fizice, funcționale și a prețului.

16. Luând în considerare că întreprinderea reclamantă invocă comportamentul abuziv al întreprinderilor reclamate, precum și răspândirea informațiilor false despre activitatea întreprinderii ÎCS „Epamedia” S.R.L. în domeniul publicității exterioare, piața relevantă a produsului, în sensul cazului investigat, se definește ca piața publicității exterioare.

17. **Piața geografică relevantă.** Conform art. 4 din Legea concurenței, piața geografică relevantă se referă la zona în care întreprinderile sunt implicate în oferta sau cererea de pe piața relevantă a produsului, în care condițiile de concurență sunt suficient de omogene și care poate fi deosebită de zonele geografice învecinate prin condiții de concurență ce diferă în mod apreciabil.

18. Ținând cont că întreprinderea reclamantă prestează servicii de publicitate exterioară pe teritoriul mun. Chișinău, precum și că presupusele acțiuni de concurență neloială s-au materializat prin răspândirea informațiilor false despre activitatea întreprinderii ÎCS „Epamedia” S.R.L. pe teritoriul mun. Chișinău, piața relevantă geografică o constituie teritoriul mun. Chișinău.

19. **Piața relevantă este *pieța prestării serviciilor de publicitate exterioară pe teritoriul mun. Chișinău.***

20. Perioada de timp supusă examinării: septembrie 2017- septembrie 2022.

Perioada de timp supusă examinării a fost determinată de momentul în care au fost realizate presupusele acțiuni de discreditare a întreprinderii ÎCS „Epamedia” S.R.L. și momentul recepționării scrisorii de la întreprinderea „Juniarts” S.R.L cu nr. de intrare 2906 din 29.09.2022.

V. Acte și fapte constatate

21. Potrivit celor invocate în plângere, „Trendseter” S.R.L. distribuie informații false despre „Epamedia” S.R.L., prin care este adus prejudiciu imaginii întreprinderii în cauză.

22. În același timp, reclamantul susține că comportamentul întreprinderii „Trendseter” S.R.L. pe piață este unul abuziv.

23. ÎCS „Epamedia” S.R.L. comunică faptul că, întreprinderile afiliate dlui Ț&Ț&Ț încearcă să discrediteze și administrația publică locală invocând aspecte de ilegalitate, chiar în contextul în care el singur face parte din grupul de lucru pentru schimbarea Regulamentului de publicitate în mun. Chișinău.

24. Întreprinderea reclamantă susține că „Trendseter” S.R.L. a răspândit informații false despre compania „Epamedia” S.R.L. prin intermediul informațiilor publicate în mass-media, cum ar fi știri, interviuri și alte moduri de răspândire a informațiilor. Acesta afirmă că, în sursele mass-media au fost publicate mai multe articole cu referire la publicitatea stradală și modificările care au loc actualmente pe această piață, care în opinia sa conțin insinuări despre faptul că „Epamedia” S.R.L. ar fi favorizată de APL din mun. Chișinău și ar tinde să monopolizeze piața.

25. Astfel, „Epamedia” S.R.L. afirmă că la data de 16 februarie 2021, pe site-ul www publica.md a fost publicat un articol în care, unul din președinții AAPM, face referire la compania „Epamedia” S.R.L. într-un context denigrant, și anume: *„Pot să spun că, în calitate de director al unei agenții de publicitate, deja proprietarii acestor construcții se comportă ca și cum ar deține monopolul pe piață și dictează condițiile.”* În aceeași perioadă, tot de către AAPM, a fost

publicată scrisoarea adresată Consiliului municipal Chișinău, în care se invocă *„tendința viitoare monopolizării a pieței”*.

26. Întreprinderea reclamantă informează că acțiunile de denigrare a imaginii „Epamedia” S.R.L. au și un istoric: la data de 21.09.2017, compania „Media Gallery” S.R.L., care face parte din același grup, în sensul Legii concurenței, cu compania „Trendsetter” S.R.L., a depus o plângere la Consiliul Concurenței împotriva Direcției Generale Transport Public și Căi de Comunicație a Consiliului municipal Chișinău (*în continuare - DGTPCC*), în care se face referire la anumite presupuse privilegii acordate întreprinderii „Epamedia” S.R.L. față de alți actori de pe piață. Acesta susține că în decizia Plenului Consiliului Concurenței nr. CN-33/17-04 din 24.01.2019 §<§<§<, s-a constatat că: „Epamedia” S.R.L. nu deține careva drepturi de construcție/reconstrucție în scopul amplasării ulterioare a publicității asupra tuturor stațiilor de așteptare”. Astfel, în opinia reclamantului nu s-a stabilit încălcarea legii concurențiale din partea „Epamedia” S.R.L. Acesta consideră că „Media Gallery” S.R.L., în mod intenționat, a pătat imaginea companiei „Epamedia” S.R.L., aducând acuzații nefondate că aceasta ar fi privilegiată în raport cu alte companii de pe piață. „Epamedia” S.R.L. susține că în articolele care comentează schimbările ce au loc pe piața publicității exterioare, urmare a introducerii regulamentului nou de către Autoritatea publică locală, de fiecare dată este menționată compania „Epamedia” S.R.L. drept presupusă beneficiară și intenția acesteia de a monopoliza piața, ceea ce este fals, și declarativ, care în consecință defăimează imaginea companiei.

28. Acesta menționează că pe site-ul oficial al AAPM a fost publicat articolul în care se face referire la faptul că în anii 2006 - 2007 a avut loc o încercare de a monopoliza piața publicității exterioare prin introducerea companiei internaționale EPA MEDIA pe piață, care a obținut dreptul de a amplasa publicitate pe stațiile de așteptare (link:http://www.aapm.md/rus/naruzhnaya-reklama-i-bor_ba-protiv-sobstvennih-grazhdan.html). Tot în acest articol, se menționează că: „internațională

a fost doar denumirea, iar interesele au fost locale, iar acțiunile „Epamedia” S.R.L. erau îndreptate spre distrugerea businessului pe aceasta piață”.

29. Întreprinderea reclamantă informează că dl ȚȚȚȚ, fiind membru al consiliului de administrare AAPM, dar și dl ȚȚȚȚ, care este în calitate de cofondator al companiilor care fac parte din grupul deținut de dl ȚȚȚȚ, influențează activitatea asociației și deciziile acesteia și pot cu ușurință să facă uz de ele, în scopuri personale.

30. Compania „Epamedia” S.R.L. informează că deține ȚȚȚȚ de stații de așteptare a transportului public care, inclusiv au posibilitatea de amplasare a formatului pentru publicitate. Aceasta nici nu poate intra în concurență directă cu marile companii, care dețin panouri publicitare de diferite formate, mai ales ecrane LED, care sunt cele mai căutate de către clienți. Preferințele clienților sunt îndreptate, în special spre formatele mari de panouri publicitare, iar pe cele din stațiile de așteptare le aleg în calitate de format adițional. Astfel, urmărind acțiunile companiei „Trendseter” S.R.L. este vădit că de fapt acesta are interese ascunse de acaparare totală a pieței (odată ce deja deține o cotă impunătoare de piață) și drept metodă de discreditare folosește acțiunile de informare eronată în sursele mass-media, pentru a denigra public imaginea și a păta buna reputație a companiei „Epamedia” S.R.L.

31. „Epamedia” S.R.L. susține că după cum este prezentat și pe pagina web a AAPM (<http://www.aapm.md/rus/naruzhku-unichtozhayut.html>), agenții economici care practică activitatea de publicitate exterioară și AAPM au trimis un apel oficial Consiliului municipal Chișinău, Comisiei parlamentare și Consiliului Concurenței în legătură cu scoaterea panourilor de publicitate din capitală care este în curs. În plângere, APL este învinuită de încercarea monopolizării pieței de publicitate exterioară și favorizarea publicității amplasate pe stațiile de așteptare.

32. Reclamantul relatează că din 11 companii care au semnat plângerea, 5 companii sunt deținute de același fondator, fapt ce confirmă apartenența

„Trendseter” S.R.L. la un grup, care prin dimensiune deține putere de influență asupra pieței de publicitate exterioară.

33. „Epamedia” S.R.L. menționează că la data de 06.05.2021, pe site-ul politics.md a fost publicat un articol în care în detaliu este descrisă influența de piață pe care o deține compania „Trendseter” S.R.L. În articol este făcută o analiză a datelor Direcției Generale de Arhitectură, Urbanism și Relații Funciare, potrivit cărora „cele mai multe autorizații de construire și amplasare a publicității exterioare le dețin companiile: „Standart”, „Art Market”, „Cașalot”, „Media Gallery”, „Trendseter”, „Varo-Inform”, „Casa Radio Vanzări”, „Epamedia”, „Aquarelle”, „Neorama” și „Vendostar”.

34. AAPM, la rândul său, a comunicat că în anul 2020, Primăria municipiului Chișinău a început elaborarea Regulamentului privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate și afișaj în mun. Chișinău și a unui proiect pilot „Regulament de organizare, autorizare și amplasare a mijloacelor de publicitate pe bd. Ștefan cel Mare și Sfânt, mun. Chișinău”. Pentru elaborarea proiectului, viceprimarul de ramură a creat un grup de lucru în componența căruia a fost inclus și reprezentantul AAPM – <<<<<.

35. AAPM susține că nu adoptă decizii sub presiunea factorilor externi sau personali și nu a întreprins careva acțiuni împotriva întreprinderii „Epamedia” S.R.L. Aceasta afirmă că nu a distribuit informații false despre întreprinderea nominalizată, iar informația expusă de AAPM se referea la Autoritățile publice locale și la reprezentanții acestora, precum și la activitatea celor din urmă în domeniul publicității exterioare.

36. Asociația a comunicat că toată informația publicată conține fapte care au sau au avut loc în situații și împrejurimi concrete – în mun. Chișinău, pe piața publicității exterioare, veridicitatea cărora poate fi probată. Aceasta afirmă că informația expusă de AAPM constituie o judecată de valoare care se bazează pe un substrat factologic suficient. AAPM relatează că începând cu luna iunie 2020, pe teritoriul mun. Chișinău, au loc acțiuni ilegale de demontare a construcțiilor

publicitare ce aparțin agenților economici, care își desfășoară activitățile comerciale în domeniul producției și plasării de publicitate exterioară în mun. Chișinău, cu excepția întreprinderii „Epamedia” S.R.L. Totodată, AAPM a accentuat că faptele expuse în articolele anonime, din internet, nu pot fi analizate în mod serios.

37. Prin scrisoarea nr. 05/174-1317 din 04.08.2021, Consiliul Concurenței a informat autorul plângerii despre lipsa temeiurilor rezonabile pentru a suspecta încălcarea prevederilor art. 11 alin. (2) lit. c) și art. 15 din Legea concurenței, deoarece nu au fost prezentate probe care ar indica asupra corespunderii dintre prevederile normelor specificate și semnele identificate în contextul acțiunilor întreprinderilor reclamate.

38. În context, „Epamedia” S.R.L. a menționat că de fapt, „Trendester” S.R.L. și grupul din care face parte, prin AAPM, întreprind acțiuni de concurență neloială. Acesta susține că în calitate de membri ai Consiliului de administrare al AAPM se regăsesc și co-fondatorii grupului de companii menționat, care influențează activitatea AAPM și deciziile acesteia și pot cu ușurință să facă uz de ele, în scopuri personale.

39. Drept urmare, prin Dispoziția Plenului Consiliului Concurenței nr. 29 din 19.08.2021, s-a inițiat investigația privind presupusa încălcare a prevederilor art. 11 alin. (2) lit. c) și art. 15 lit. b) din Legea concurenței de către întreprinderile reclamate.

40. Prin scrisoarea nr. 3906 din 22.09.2021, întreprinderea reclamantă a comunicat că informațiile false despre „Epamedia” S.R.L. au fost distribuite în mass-media prin intermediul articolelor scrise sau video postate pe diferite surse de știri, conferințe de presă cât și pe rețele de socializare. Drept exemplu, acesta menționează că pe pagina web www.privesc.eu, la data de 24.02.2021, în cadrul conferinței de presă organizate de AAPM, dl ȚȚȚȚ insinuează că „Epamedia” S.R.L. este singura companie privilegiată pe piață și că regulamentul nou ar favoriza pretinsul viitor monopol al acesteia pe piață.

41. Reclamantul susține că filmul realizat și postat de AAPM pe Facebook la data de 22 februarie 2021, în mod direct, acuză întreprinderea „Epamedia” S.R.L. de monopolizarea pieței, fapt care nu corespunde adevărului și ponegrește imaginea companiei pe piață, iar articolele publicate pe site-ul www.mediagloba.com, dar și pe site-ul și pagina de Facebook al AAPM conțin aceeași tematică, și anume pretinsa monopolizare a pieței de către „Epamedia” S.R.L.

42. Întreprinderea „Epamedia” S.R.L. susține că dl Ț&Ț&Ț este membru al Consiliului de administrare al AAPM, iar dl Ț&Ț&Ț are calitatea de co-fondator al companiilor care fac parte din grupul deținut de dl Ț&Ț&Ț. Astfel, în opinia reclamantului persoanele respective, făcând parte din bordul de control al asociației influențează asupra activității AAPM, deciziilor luate, informațiilor publicate și afirmațiilor acesteia. Acesta afirmă că urmare a defăimării companiei prin nenumăratele articole cu informații negative la adresa „Epamedia” S.R.L. distribuite în mass-media, compania a suferit și din punct de vedere economic, întrucât contractele aflate în proces de negociere în ultimă fază au fost anulate de clienți. Acesta susține că a primit mai multe refuzuri de la clienți, la etapa în care ar fi trebuit să semneze deja un acord, iar refuzurile primite de la clienții nominalizați au parvenit în perioada când în presă au apărut articolele cu informații negative despre „Epamedia” S.R.L.

43. Reclamantul susține că la semnarea contractelor cu întreprinderile mici și mijlocii, imaginea „Epamedia” S.R.L. a fost supusă, în mod repetat, unui studiu detaliat al departamentelor juridice, departamentelor de securitate economică a potențialilor parteneri. Ca urmare, acesta afirmă că a primit răspunsuri verbale de la potențialii clienți că „Epamedia” S.R.L. a fost menționată repetat în presă, la televizor și în alte surse mass-media într-o lumină nefavorabilă și, din acest motiv, clienții au pus la îndoială cooperarea cu reclamantul.

44. Întreprinderile „Varo-Inform” S.R.L. și „Media Gallery” S.R.L. au comunicat că nu au întreprins nici o acțiune în detrimentul întreprinderii

reclamante și nu fac parte din grupul de întreprinderi „Trendseter” S.R.L. Suplimentar, acestea au menționat că sunt membri ai AAPM, însă nu influențează deciziile și acțiunile acesteia, luând în considerare structura și mecanismul de luare a deciziilor de către asociație.

45. De asemenea, întreprinderile O.O.H. Media” S.R.L., „Varo-Inform” S.R.L., „Vendostar” S.R.L., „Megaradio” S.R.L. și „Casa Radio Vînzări” S.R.L., au comunicat că nu au încălcat Legea concurenței și nu sunt parte componentă a unui „Sales House”. Întreprinderile reclamate au menționat că nu au distribuit informații false despre „Epamedia” S.R.L. și nu au întreprins careva acțiuni în vederea monopolizării publicității exterioare în mun. Chișinău.

46. Prin scrisoarea cu nr. de intrare 4224 din 26.10.2021, întreprinderea „Trendseter” S.R.L. a relatat că aceasta reprezintă o agenție locală de publicitate, cu profil divers, specializată în media buying. Acesta susține că „Trendseter” S.R.L. nu este operator de panotaj și nu a deținut vreodată dispozitive de publicitate, menționând faptul că prestează servicii de publicitate radio, tv, led/indoor, outdoor, imprimare și nu este un „Sales House”. Acesta afirmă că un Sales House se distinge printr-un contract de exclusivitate cu deținătorul resurselor de publicitate, care prin contract de exclusivitate cedează dreptul asupra procesului de vânzări Sales House-ului, iar „Trendseter” S.R.L. nu deține contracte valabile de exclusivitate.

47. „Trendseter” S.R.L. afirmă că fiind membru AAPM, acesta nu influențează deciziile și acțiunile asociației în defavoarea întreprinderii „Epamedia” S.R.L.

48. Întreprinderea reclamată nominalizată relatează că dl Ț&Ț&Ț, în calitate de reprezentant al AAPM, a fost inclus în grupul de lucru pentru elaborarea unui nou regulament pentru publicitatea exterioară în mun. Chișinău. Toate acțiunile întreprinse, dar și părerile expuse de către dl Ț&Ț&Ț în cadrul acestui proiect, au fost făcute în strictă corespundere cu cadrul legal.

49. „Trendseter” S.R.L. informează că nu a răspândit în mass-media informații false despre reclamant. Acesta susține că, AAPM s-a referit la autoritatea publică locală și reprezentanții acesteia în partea ce ține de activitatea acestora în domeniul publicității exterioare. Reclamatul afirmă că toată informația conține fapte, care au sau au avut loc în situații și împrejurimi concrete - în municipiul Chișinău, în piața publicității exterioare, veridicitatea cărora poate fi probată. Acesta relatează că informația expusă de AAPM constituie o judecată de valoare, care se bazează pe un substrat factologic suficient, iar dl ȚȚȚȚ nu este membru al Consiliului de administrare și nu influențează activitatea AAPM și deciziile acesteia.

50. Aceasta informează că din surse deschise (infodebit.md) se poate vedea că fondatorul de bază al întreprinderii „Epamedia” S.R.L. este acea întreprindere care deține cota de ȚȚȚȚ% și care este fondatoarea altor companii ce dețin resurse media sau produc produse publicitare. Totodată, „Trendseter” S.R.L. susține că însăși „Moldpresa Grup” S.R.L. este un jucător pe piața de publicitate exterioară, având circa ȚȚȚȚ de dispozitive amplasate pe acoperișul gheretelor „Moldpresa” în mun. Chișinău.

51. Reclamatul informează că în anul 2020, întreprinderea „Moldpresa Grup” S.R.L. a organizat o conferință de presă unde la fel critică decizia Primăriei municipiului Chișinău și dorința acesteia de a demonta gheretele.

52. Astfel, în baza celor expuse mai sus, „Trendseter” S.R.L. consideră ca nefondată plângerea depusă de „Epamedia” S.R.L. pe marginea presupuselor acțiuni anticoncurențiale.

53. Prin intermediul scrisorii nr. CN-06/152-1205 din 04.08.2023, Consiliul Concurenței a expediat întreprinderii „Epamedia” S.R.L. raportul de investigație ce conține concluziile și propunerile raportorului în urma finalizării investigației, pe cazul respectiv, pentru prezentarea observațiilor. La data de 04.08.2023, ora 18:06, întreprinderea reclamantă a confirmat prin e-mail, recepționarea raportului de investigație fiind înregistrat cu nr. de intrare 71/2023 din 04.08.2023.

Concomitent, prin scrisorile nr. CN-06/158-1211, CN-06/153-1206, CN-06/155-1208, CN-06/151-1204, CN-06/154-1207, CN-06/156-1209, CN-06/157-1210, CN-06/159-1212 din 04.08.2023, Consiliul Concurenței a expediat raportul de investigație inclusiv întreprinderilor reclamate.

54. În termen de 30 zile lucrătoare de la data recepționării raportului de investigație, întreprinderile reclamate și întreprinderea „Epamedia” S.R.L. nu au prezentat observații asupra raportului respectiv și nu au solicitat audieri în conformitate cu prevederile art. 64 alin. (1) din Legea concurenței.

55. Astfel, în ceea ce privește presupusa încălcare a prevederilor art. 15 lit. b) din Legea concurenței menționăm că, în vederea calificării presupuselor acțiuni de concurență neloială este imperioasă întrunirea următoarelor condiții: a) defăimarea sau punerea în pericol a reputației/credibilității unui concurent; b) acțiunea specificată să fie realizată prin răspândirea unor informații ce poartă caracter fals despre produsele concurentului; d) informațiile cu caracter fals să fie de natură a dăuna activității concurentului discreditat. Respectiv, se impune ca prin atare acțiuni se fie pusă în pericol reputația întreprinderii reclamante și a produselor acesteia și în calitate de efect, să genereze riscul de migrare a clientelei întreprinderii reclamante la întreprinderile reclamate, fapt care este susceptibil a provoca pierderi substanțiale în ceea ce privește principalii indicatori economici ai acesteia abordați în coraport.

56. La caz, referitor la pretențiile invocate de către reclamant precum că pe portalul de știri „Publika”¹ a fost publicat un articol ce conținea declarațiile administratorului AAPM, care a menționat că *„Pot să spun că, în calitate de director al unei agenții de publicitate, deja proprietarii acestor construcții se comportă ca și cum ar deține monopolul pe piață și dictează condițiile”*, urmează a fi evidențiat faptul că informația publicată pe portalul de știri nominalizat se referă la acțiunile autorității administrației publice locale și nu avea drept scop

¹https://www.publika.md/apps-panourile-de-publicitate-amplasate-in-statii-ar-avea-autorizatiile-expirate_3096046.html

răspândirea unor afirmații false despre activitatea întreprinderii „Epamedia” S.R.L. Această constatare rezultă din conținutul articolului publicat pe portalul de știri „Publika”, în care este stipulat că *„Reprezentanții Asociațiilor din domeniu au declarat, într-o conferință de presă, că majoritatea autorizațiilor pentru panourile amplasate pe stațiile de așteptare a transportului public, ar fi expirate. Totuși, acestea nu sunt demontate. Astfel, agenții economici susțin că primarul general, ȚȚȚȚ, ar favoriza compania care gestionează stațiile de așteptare din oraș. Însă aceste acuzații au fost negate de edilul Capitalei.”* De asemenea, în articolul menționat, președintele Asociației Patronale de Publicitate Stradală, a invocat că *„Pe stațiile de transport public sunt instalate dispozitive publicitare, care, după informațiile noastre, sunt cu autorizațiile expirate de mai mult de cinci ani. Solicităm primarului să întreprindă urgent măsurile necesare pentru a demonta dispozitivele publicitare fără autorizații, amplasate pe stațiile de așteptare a transportului public”*. Respectiv, articolul publicat pe portalul de știri „Publika” nu a defăimat și nu a pus în pericol reputația întreprinderii reclamante, întrucât acesta se referă strict la acțiunile Primăriei municipiului Chișinău și conține opiniile reprezentanților Asociației Patronale de Publicitate Stradală și AAPM, ce nu pot fi imputate întreprinderilor reclamate.

57. Suplimentar, referitor la scrisoarea semnată de către întreprinderile reclamate adresată Consiliului municipal Chișinău, se reține că aceasta a fost publicată pe pagina web <https://aapm.md/rus/naruzhku-unichtozhayut-81ae7a56a003819e6c387763adc2ba57.html>, fiind însoțită de următorul mesaj *„Экономические агенты, занимающиеся рекламным бизнесом, и Ассоциация AAPM направили официальное обращение Муниципальному совету Кишинэу, Парламентским комиссиям и Совету по конкуренции в связи с продолжающимся варварским уничтожением наружной рекламы в столице.”*. Analizând conținutul scrisorii nominalizate, se atestă că întreprinderile reclamate și celelalte întreprinderi care sunt membri ai ȚȚȚȚ și care au semnat scrisoarea (vol. II, pag. 167), s-au adresat autorităților publice vizate în vederea

stopării acțiunilor administrației publice locale din mun. Chișinău privind respingerea cererilor de eliberare a autorizației pentru plasarea publicității exterioare, iar sintagma *„tendința viitoare monopolizări a pieței”*, menționată de către reclamant nu poate fi calificată drept o informație falsă, ci reprezintă o opinie a întreprinderilor din cadrul asociației care nu este de natură să aducă un prejudiciu întreprinderii „Epamedia” S.R.L. Chiar din conținutul mesajului postat pe pagina web a AAPM, se atestă că scrisoarea în cauză se referă la acțiunile autorității administrației publice locale privind refuzul eliberării autorizațiilor pentru plasarea publicității exterioare, precum și a deciziei de demolare a construcțiilor pe care era plasată publicitatea exterioară și nu are nici o legătură cu defăimarea reclamantului.

58. În ceea ce privește argumentele întreprinderii reclamante precum că acțiunile de denigrare a imaginii „Epamedia” S.R.L. au început în momentul în care la data de 21.09.2017, „Media Gallery” S.R.L. a depus o plângere la Consiliul Concurenței, în care a făcut trimitere la anumite presupuse privilegii ale întreprinderii „Epamedia” S.R.L. în raport cu alți concurenți pe piață, menționăm că art. 49 din Legea concurenței reglementează dreptul persoanelor fizice sau întreprinderilor afectate de presupusa încălcare a legii să depună o plângere la Consiliul Concurenței. Astfel, depunerea unei plângeri de către „Media Gallery” S.R.L. la Consiliul Concurenței, în legătură **cu presupusele** acțiuni de restrângere, împiedicare și denaturare a concurenței realizate de către Direcția Generală Transport Public și Căi de Comunicație a Consiliului municipal Chișinău, nu constituie în mod implicit o acțiune de denigrare a întreprinderii reclamate, ci reprezintă un drept al întreprinderii al cărei interese legitime au fost sau pot fi afectate.

59. La fel, nu pot fi reținute argumentele reclamantului precum că *„Media Gallery” S.R.L. în mod intenționat a prejudiciat imaginea întreprinderii „Epamedia” S.R.L., aducând acuzații nefondate că aceasta ar fi privilegiată în raport cu alte întreprinderi concurente, pe când în Decizia Plenului Consiliului*

Concurenței nu s-a constatat încălcarea din partea „Epamedia” S.R.L. a prevederilor Legii concurenței, or prin Decizia nr. CN-33/17-04 din 24.01.2019, Consiliul Concurenței a constatat că „...„Epamedia” S.R.L. în temeiul Contractului de parteneriat public-privat, a beneficiat de dreptul la construirea a doar circa 8% din stațiile mun. Chișinău, celelalte stații aflându-se în regim liber de construcție/reconstrucție și amplasare a publicității cu respectarea rigorilor legale. ...Reieșind din faptul că Î.C.S. „Epamedia” S.R.L. nu deține careva drepturi de construcție/reconstrucție în scopul amplasării ulterioare a publicității asupra tuturor stațiilor de așteptare, DGTPCC nu a justificat temeinic refuzul de construcție/reconstrucție a acestor stații. Respectiv, DGTPCC a împiedicat concurența pe piața publicității exterioare difuzate la stațiile de transport public pe teritoriul municipiului Chișinău prin acordarea de privilegii neprevăzute de lege.² ... Refuzul motivat pe prioritatea Contractului de parteneriat–public privat cu Î.C.S. “Epamedia” S.R.L. a condus la împiedicarea accesului pe piață și, respectiv, limitarea concurenței, actul juridic menționat nestabilind careva drepturi exclusive de gestiune în privința tuturor stațiilor de așteptare a transportului public din mun. Chișinău. Totodată, având în vedere stabilirea relației de parteneriat public-privat numai cu un singur partener privat pe piața relevantă, se consideră oportun deblocarea pieței și asigurarea accesului și pentru alți ofertanți pe piața respectivă, în vederea asigurării concurenței.”.³

60. Astfel, prin decizia nominalizată, autoritatea de concurență s-a expus pe marginea acțiunilor/inacțiunilor DGTPCC, iar autorul plângerii („Media Gallery” S.R.L.), nici nu a invocat pretenții față de „Epamedia” S.R.L. Prin urmare, plângerea întreprinderii „Media Gallery” S.R.L. nu poate fi considerată drept o acțiune de concurență neloială în raport cu întreprinderea „Epamedia” S.R.L. Întrucât, pe de o parte, aceasta a vizat acțiunile DGTPCC, iar, pe de altă parte, pretențiile invocate în această plângere au fost apreciate drept întemeiate de către Plenul Consiliului Concurenței, fiind constată încălcarea prevederilor art. 12 alin.

² Decizia Plenului Consiliului Concurenței Nr. CN-33/17-04 din 24.01.2019, pag. 6

³ Decizia Plenului Consiliului Concurenței Nr. CN-33/17-04 din 24.01.2019, pag. 7

(1) lit. b) din Legea concurenței de către DGTPCC a Consiliului municipal Chișinău.

61. Cu referire la articolul publicat pe pagina oficială a AAPM⁴, urmează a fi menționat că autoarea acestei informații a fost indicată ✂✂✂, ce deținea funcția de administrator al AAPM. La fel, după cum a specificat și reclamantul în articolul nominalizat a fost invocat faptul că: *„2006-2007 годы – попытка монополизировать рынок наружной рекламы через внедрение в него международного игрока, известного в мире как EPA MEDIA, который получил право на размещение рекламы на остановках общественного транспорта. Международным было только название, так как за ним были местные интересы. Было понятно, что действия людей, принимающих решение в стенах Примэрии, были абсолютно нелегальными, а последствия данных действий могли разрушить внутренний сектор бизнеса и оставить на дороге тысячи людей. Не будем вдаваться в детали, эпопея с EPA MEDIA на сегодня близится к концу, у инвестиций и у способов управления остановками общественного транспорта отсутствует долгосрочность и экономическая ответственность.”*.

62. La caz, analizând conținutul articolului publicat, se atestă că acesta reprezintă opinia autorului în raport cu piața publicității exterioare și nu există probe ce ar demonstra legătura acestui articol cu întreprinderile reclamate, precum și faptul că administratorul AAPM a avut intenția de a discredita întreprinderea „Epamedia” S.R.L. Este important de a evidenția că, AAPM reprezintă o asociație obștească din care fac parte nu doar reclamantii, ci și alte întreprinderi, respectiv publicarea unui articol de către administratorul asociației nu poate fi imputată în mod direct tuturor membrilor acesteia. Suplimentar, urmează a fi remarcat că asociația în cauză nu este concurent în raport cu întreprinderea reclamantă, prin urmare aceasta nu poate fi sancționată pentru încălcarea prevederilor art. 15 din

⁴ https://web.archive.org/web/20220627184435/https://aapm.md/rus/naruzhnaya-reklama-i-bor_ba-protiv-sobstvennih-grazhdan.html
https://web.archive.org/web/20220812173539/http://logos.press.md/1333_09_5/

Legea concurenței. De asemenea, menționăm că nu există circumstanțe și probe ce demonstrează caracterul fals al articolului publicat pe pagina web a AAPM și pe pagina web <http://logos.press.md> și care ar indica la consecințele negative ale acestor articole, asupra activității întreprinderii reclamante.

63. Referitor la declarațiile făcute de către administratorul întreprinderii „Trendseter” S.R.L. - dl Ț&Ț&Ț, în cadrul conferinței de presă organizată de AAPM și difuzată pe pagina web www.privesc.eu⁵, se atestă că în intervalul de timp, minutele 8:00-14:00, la care a făcut trimitere reclamantul, administratorul întreprinderii reclamate a comunicat următoarele: *„Suntem într-o neclaritate și mai mare atunci când pe piață există un agent economic căruia i se permite modernizarea anul împrejur și acel agent economic are viziune de business pentru viitor, acelui agent economic nu i se întrerupe activitatea economică și atunci următoarea întrebare dlui Ț&Ț&Ț: Putem noi numi asta un monopol care îl creează dumnealui cu acțiunea sau inacțiunea sa? Atunci când propunerile noastre de modernizare a construcțiilor dispozitivelor de publicitate nu au avut răspuns noi am mers mai departe înțelegând că un oraș modern este un oraș cu un mobilier urban modern, am depus solicitări să instalăm stații de așteptare și vreau să vă spun că din zecile de cereri nu avem nici un răspuns. Deci, întrebarea instalării de stații este una taboo pentru oraș, dar și mai mare a fost mirarea noastră când la televiziune se jonglează atât de feeric că agenții economici au dreptul să instaleze stații. Nu, agenții economici sunt sabotati în această dorință și nu că doar se interzice, dar nici nu se dă explicații de ce noi nu putem amplasa stații ca să ne putem reorienta în activitatea noastră de zi cu zi. A treia întrebare către dl Ț&Ț&Ț este pot agenții economici să instaleze stații sau doar un singur agent economic își are acest privilegiu să activeze în domeniul publicității pe stații? În activitatea noastră am încercat să venim cu propuneri care nu țin neapărat de domeniu nostru. Noi am venit cu propuneri de modernizare a fațadelor de pe bd. Ștefan cel Mare și acest proiect care îl țin eu în mână și de care*

⁵ <https://www.privesc.eu/Arhiva/93845/Conferint-de-presa-cu-tema-->

dl ȚȚȚ Țtie - este din anul 2016 și în anul 2019, imediat ce a devenit viceprimar, a semnat o dispoziție prin care a creat un grup de lucru pentru implementarea acestor proiecte de modernizare a fațadelor de pe bd. Ștefan cel Mare interval Pușkin, Tighina, care iată astăzi împlinește cred că un an, acest grup de lucru și nu s-a scris o buchie pe acest segment pentru că grupul de lucru s-a concentrat pe elaborarea unui nou regulament care în media se vehiculează că noi ne opunem lui și aici vreau să dau o clarificare: Agenții economici nu se opun regulamentului în sine, agenții economici se opun condițiilor regulamentului care spune că imediat ce el intră în vigoare în această piață la care noi nu avem acces și întrebarea mea se repetă: Este asta oare un document care favorizează un monopol sau nu? De ce dreptul de activitate în domeniu publicității astăzi este unul preferențial pentru un singur agent economic este de-a dreptul preferențial și cum a spus dna ȚȚȚ, noi reprezentanții industriei suntem demontați pe un capăt cu autorizații care tot primăria nu le prelungește chiar a doua zi după ce expiră autorizația, în timp ce agentul economic cu autorizație neprelungită din anul 2015 nu a avut demontat nici măcar un dispozitiv publicitar. Cu toate acestea noi nu avem regrete că din oraș au plecat construcțiile depășite de timp, noi avem regrete sau mai bine temeri ce facem noi antreprenorii? Orice business are nevoie de previzibilitate. Astăzi această previzibilitate este o chestie preferențială, noi nu suntem companie de stat și nu ne permitem finanțări externe”.

64. Analizând declarațiile administratorului „Trendseter” S.R.L., se atestă că acestea nu au un caracter defăimător față de întreprinderea reclamată. În intervalul de timp la care a făcut trimitere reclamantul, administratorul întreprinderii reclamate s-a referit la acțiunile autorităților administrației publice locale și impactul acestora asupra activității întreprinderilor ce prestează servicii de publicitate exterioară. Chiar dacă reprezentantul „Trendseter” S.R.L. a menționat că prin acțiunile sale autoritățile nominalizate favorizează o singură întreprindere, această afirmație nu este de natură să afecteze activitatea întreprinderii „Epamedia” S.R.L. și nu poate fi calificată drept o informație falsă atât timp cât există decizia

Plenului Consiliului Concurenței, prin care s-a constatat că DGTPCC i-a acordat întreprinderii „Epamedia” S.R.L. privilegii neprevăzute de lege.

65. De asemenea, în secvențele video postate de către AAPM prin intermediul rețelei de socializare „Facebook”⁶, s-a făcut referire la întreprinderea „Epamedia” S.R.L., însă după cum s-a menționat supra, aceste înregistrări video critică, în primul rând, acțiunile/inacțiunile administrației publice locale privind neprelungirea autorizațiilor pentru publicitatea exterioară și demontarea panourilor publicitare, iar declarațiile ce se referă la favorizarea întreprinderii „Epamedia” S.R.L. nu constituie o discreditare în sensul prevederilor art. 15 lit. b) din Legea concurenței, din moment ce acțiunile DGTPCC au privilegiat întreprinderea reclamantă și nu există probe care să pună la îndoială veridicitatea acestor declarații.

66. Mai mult, nu există probe ce ar demonstra modalitatea în care a fost afectată activitatea întreprinderii reclamante, urmare a acțiunilor întreprinderilor reclamate. Trebuie de menționat că argumentele întreprinderii „Epamedia” S.R.L. cu privire la faptul că în urma articolelor publicate, aceasta a primit mai multe refuzuri de la clienți la etapa în care ar fi trebuit să semneze acordurile (*vol. I, pag. 226*), nu pot fi reținute, or, din probele atașate la dosarul investigației nu rezultă că întreprinderile care au refuzat să încheie acorduri cu „Epamedia” S.R.L. au întreprins aceste acțiuni ca urmare a informațiilor difuzate de către AAPM/întreprinderile reclamate. La fel, după cum a relatat însuși reclamantul, motivul refuzului a fost comunicat, verbal, respectiv nu există nici o probă ce ar demonstra existența legăturii cauzale între declarațiile reprezentanților întreprinderilor reclamate și consecințele invocate de către „Epamedia” S.R.L. De asemenea, în refuzul primit, în scris, de către reclamant de la întreprinderea „Publicis (Visa branding)” este indicat că, la moment, aceștia sunt nevoiți să renunțe la proiect, fără a indica motivul refuzului, respectiv nici acest document nu probează faptul că

⁶ <https://www.facebook.com/aapm.md/videos/1641823269350291/>
<https://www.facebook.com/aapm.md/videos/1580552962136921>

refuzul semnării acordului a survenit ca urmare a publicării presupuselor informații defăimătoare despre întreprinderea „Epamedia” S.R.L.

67. Astfel, presupusele acțiuni de discreditare a întreprinderii „Epamedia” S.R.L. de către întreprinderile reclamate, manifestate prin publicarea în mass-media a afirmațiilor false cu un presupus caracter denigrator în adresa acestuia nu pot fi calificate în sensul art. 15 lit. b) din Legea concurenței.

68. În ceea ce privește investigația inițiată privind presupusa încălcare a prevederilor art. 11 alin. (2) lit. c) din Legea concurenței, specificăm că art. 53¹ alin. (4) din legea nominalizată prevede că „pentru eficientizarea activității Consiliului Concurenței, Plenul Consiliului Concurenței este în drept să dispună, prin înscriere protocolară, disjungerea unei investigații”. Respectiv, reieșind din faptul că termenul de prescripție privind examinarea practicilor abuzive este mai mare comparativ cu termenul aplicabil acțiunilor de concurență neloială, fiind oportun de a separa investigația în partea ce ține de pretențiile privind abuzul de poziție dominantă și elaborarea unei decizii, distincte în acest sens, după elucidarea tuturor circumstanțelor și colectarea probelor necesare stabilirii existenței/lipsei încălcării prevăzute la articolul nominalizat.

69. Reieșind din cele menționate mai sus, se conchide că acțiunile întreprinderilor „O.O.H. Media” SRL, „Trendseter” SRL, „Varo-Inform” SRL, „Media Gallery” SRL, SC „Vendostar” SRL, „Megaradio” SRL, „Casa Radio Vînzări” SRL și A.O. „Triactiv-Transparentă Publică, Ambianță de Afaceri, Societate Civilă” nu pot fi calificate în sensul art. 15 lit. b) din Legea concurenței, deoarece nu au fost identificate probe suficiente pentru a constata încălcarea.

VI. Prevederi legale relevante

70. Art. 4 din Legea concurenței definește concurența neloială drept „*orice acțiune, realizată de întreprinderi în procesul concurenței, care este contrară uzanțelor oneste în activitatea economică*”.

71. Conform art. 14 alin. (1) din Legea concurenței – „se interzice întreprinderilor să realizeze acțiuni de concurență neloială” și alin. (2) „acțiunile de concurență neloială interzise prin prevederile art. 15-19 se examinează de către Consiliul Concurenței, la plângerea privind presupusele acțiuni de concurență neloială depusă de către întreprinderea ale cărei interese legitime au fost lezate, în condițiile stipulate la art. 49 alin. (2) – (4)”.

72. Condiția existenței unui interes legitim (condiția afectării participanților la piață), este necesar să se arate că practicile comerciale ale întreprinderilor în cauză (care contravin uzanțelor oneste și principiului general al bunei-credințe), produc sau pot produce pagube oricăror participanți pe piață, adică practica de concurență neloială afectează sau este de natură să afecteze participanții la piață.

73. Potrivit prevederilor art. 2 din Legea nr. 64/2010 cu privire la libertatea de exprimare se consideră „*judecată de valoare – opinie, comentariu, teorie sau idee care reflectă atitudinea față de un fapt, a cărei veridicitate este imposibil de dovedit*”. În același timp, art. 24 alin. (1) lit. d) din legea menționată stabilește obligația reclamantului de a dovedi că „*judecata de valoare nu se bazează pe un substrat factologic suficient*”.

74. În conformitate cu prevederile art. 15 lit. b) din Legea concurenței „este interzisă discreditarea concurenților, adică defăimarea sau punerea în pericol a reputației sau credibilității acestora prin răspândirea de către o întreprindere a unor afirmații false despre activitatea unui concurent sau despre produsele acestuia, afirmații ce dăunează activității concurentului”.

75. În concluzie, pentru angajarea răspunderii prevăzute de art. 15 lit. b) din Legea concurenței trebuie întrunite cumulativ următoarele condiții: discreditarea concurentului să fie efectuată prin răspândirea de către o întreprindere a unor afirmații false despre activitatea altei întreprindere-concurent sau despre produsele acestuia, afirmații ce dăunează activității concurentului.

76. Astfel, având în vedere actele și faptele constatate, acțiunile întreprinderilor O.O.H. Media” SRL, „Trendseter” SRL, „Varo-Inform” SRL,

„Media Gallery” SRL, SC „Vendostar” SRL, „Megaradio” SRL, „Casa Radio Vînzări” SRL, și A.O. „Triactiv-Transparență Publică, Ambianță de Afaceri, Societate Civilă” examinate, pe parcursul prezentei investigații nu pot fi calificate în sensul art. 15 lit. b) din Legea concurenței, deoarece nu au fost identificate probe suficiente pentru constatarea încălcării prin răspândirea afirmațiilor false despre activitatea întreprinderii ÎCS „Epamedia” S.R.L.

77. Reieșind din circumstanțele de fapt și de drept expuse, în temeiul prevederilor art. 39 lit. e), art. 65 alin. (1) lit. a) ale Legii concurenței nr. 183 din 11 iulie 2012, Plenul Consiliului Concurenței

DECIDE:

1. A înceta investigația inițiată prin Dispoziția Plenului nr. 29 din 19.08.2021, în baza art. 15 lit. b) din Legea concurenței nr. 183 din 11 iulie 2012.

2. Prezenta decizie poate fi contestată, în termen de 30 de zile calendaristice de la primirea acesteia, la Judecătoria Chișinău, sediul Râșcani, specializat în materie de contencios administrativ (mun. Chișinău, str. Kiev, nr. 3).

3. Decizia intră în vigoare la data adoptării și va fi adusă la cunoștința părților.

**Președintele Plenului
Consiliului Concurenței**

Alexei GHERȚESCU