

În primul rând, trebuie să menționăm că în «Raportul de Investigație al Consiliului Concurenței» am depistat mai multe inexactități. Noi nu suntem de acord cu concluziile Raportului și decizia emisă și respectiv vom face uz de toate drepturile noastre pentru a o contesta pe cale legală.

Totodată, atragem atenția tuturor asupra unui moment contradictoriu, dar și "ironic" – în urma investigației Consiliu Concurenței a depistat o dovadă clară a înțelegerii de cartel între autorii plângerii, și anume - "*anexe la contract, care prevăd că publicitatea va fi plasată doar la posturile de televiziune administrate de către autorii plângerii*", fapt despre care noi am și comunicat atât pe durata investigației cât și în cadrul audierilor la care, de altfel, ne-am prezentat doar noi (celelalte părți nu au manifestat nici un interes pentru audieri).

De asemenea, considerăm că Consiliul Concurenței s-a lăsat manipulat de presiunile politice și atacurile mediatic, această concluzie fiind bazată pe logica evenimentelor care s-au produs, anume:

1. Atacul mediatic, preponderent prin mecanismul fake-news (așa zisa „investigație jurnalistică” apărută pe 16 ianuarie 2018.
2. Depunerea plângerii către Consiliu Concurenței din 19.01.2018.
3. Scrisori semnate de unii autori ai plângerii, adresate către majoritatea Agențiilor și Clienților, în care se solicită să nu fie semnate contracte cu CASAMEDIA.
4. „Motivarea și convingerea” Clienților/Agențiilor să plaseze publicitate doar la posturile administrate de către autorii plângerii.

Deci, un scenariu clar de practica anticoncurențială concertată agresivă, menținută prin practicarea de prețuri de ruinare și alte instrumente, deci o înțelegere de cartel pe durata anului 2018, cu o componenta clară constituită din semnatarii plângerii către Consiliu Concurenței din 19.01.2018. Constatăm cu regret că o instituție de stat care ar fi trebuit să vegheze asupra respectării Legii Concurenței a ajuns instrument în lupta contra concurenților.

Această investigație a început prin presiune, având un scop clar care s-a dezvoltat în timp, dovadă fiind faptul că rezultatul investigației propriu zise nu îl interesează pe nimeni, nici măcar pe autorii plângerii.

Culmea absurdului, la final, CASAMEDIA este învinuită în abuz de poziție dominantă pe o piață relevantă determinată arbitrar de către experții Consiliului Concurenței - "piața de publicitate comercială TV" – premieră în practica internațională, fără a folosi cel puțin un test SSNIP (Small but Significant and Non-transitory Increase in Price) folosit în SUA sau Europa în situații similare sau testul folosit preponderent în Rusia și CSI – PC (Pairwise Comparison) și argumentând poziția sa prin noțiuni de bază despre caracteristicile funcționale ale diferitor mijloace mass-media spicuite din manuale.

Aceasta decizie a fost contestată la data de 10 septembrie 2020 în instanță de judecată în procedura contenciosului administrativ.