



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria de Acompanhamento Econômico
Coordenação Geral de Produtos Industriais

Parecer Técnico n.º. 056 MF/SEAE/COGPI/RJ

Rio de Janeiro, 28 de março de 2000

Referência: Ofício SDE/GAB nº 6170/99, de 16 de dezembro de 1999

Assunto: *Ato de Concentração* n.º
08012.012223/99-60

Requerentes: WL Cumbica LLC, Warner-Lambert
Indústria e Comércio Ltda. e Kraft Lacta Suchard
Brasil S.A.

Operação: Aquisição pela Warner-Lambert Ind. e
Comércio Ltda. de todos os ativos pertinentes na
operação do negócio de confeitos da Kraft Lacta
Suchard Brasil S.A.

Recomendação: Aprovado, sem restrição

Versão: Pública

O presente parecer técnico destina-se à instrução de processo constituído na forma da Lei n.º 8.884, de 11 de junho de 1994, em curso, perante o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência – SBDC.

Não encerra, por isto, conteúdo decisório ou vinculante, mas apenas auxiliar ao julgamento, pelo Conselho Administrativo de Defesa da Concorrência – CADE, dos atos e condutas de que trata a Lei.

A divulgação de seu teor atende ao propósito de conferir publicidade aos conceitos e critérios observados em procedimentos da espécie pela Secretaria de Acompanhamento Econômico – SEAE, em benefício da transparência e uniformidade de condutas.

A Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça solicita à SEAE, nos termos do artigo 54 da Lei n.º 8.884/94, parecer técnico referente à aquisição pela Warner-Lambert Ind. e Comércio Ltda. de todos os ativos pertinentes na operação do negócio de confeitos da Kraft Lacta Suchard Brasil S.A.

I. DAS REQUERENTES

A – KRAFT LACTA SUCHARD BRASIL S/A

É afiliada brasileira do grupo americano Philip Morris, representado pela Philip Morris Companies Inc., atuando no mundo, direta ou indiretamente, através de suas controladas, nos setores de cerveja, tabaco, refrescos em pó, confeitos, balas, chicletes e chocolates. Possui empresas subsidiárias instaladas em mais de 100 países, englobando todos os continentes.

Dentre suas principais empresas controladas destacam-se a Kraft General Foods Corporation, a Oscar Maier Foods Corporation, a Jacobs Schard AG. e, ainda, sua relevante participação na Rothmans International PLC. O grupo apresenta um faturamento bruto anual, considerando o resultado de todas as empresas ligadas, da ordem de R\$ 85,7 bilhões.

No Brasil, tem negócios em diversos segmentos da economia, sendo que no ano passado apresentou um faturamento consolidado de quase R\$ 1,2 bilhões. Dentre as empresas subsidiárias com atividades industriais, instaladas no Brasil, pode-se relacionar entre outras, as seguintes:

- Philip Morris Marketing S/A, Jurubatuba (SP)
Prod.(s)/Serv.(s): Fabricação e comercialização de cigarros
- Jacobs Suchard Alimentos do Brasil Ltda., São Paulo (SP)
Prod.(s)/Serv.(s): Refresco em pó (Tang, Fresch, Ki-suco Wacky, Q-Refresco-Ko), confeti, balas soft, linhas sugus (jujuba, delicado, jelly ursinhos, etc.), chicles e gomas de mascar.
- Kraft Lacta Suchard do Brasil Ltda., São Paulo (SP)
Prod.(s)/Serv.(s): Bombons, Tabletes de Chocolate, Waffle e Candy Bar.

B - WL CUMBICA LLC

É afiliada do grupo norte-americano Warner-Lambert, que atua no ramo de produtos farmacêuticos, toucador, cosméticos, higiene bucal e alimentícios, mais especificamente nas linhas de mercado de biscoitos, drops, balas, gomas de mascar e confeitos.

Na América Latina, o grupo está representado pelas seguintes empresas:

- Chile - Warner Lambert S.A.;
- Uruguai - Warner Lambert Del Uruguay S/A;

- Argentina- Adams S/A Argentina e Quantum Investments S/A.

No Brasil, o grupo controla a empresa **Warner-Lambert Indústria e Comércio Ltda.** (CNPJ nº 45.948.395/0001-97), sediada na Rua Estrella D'Oeste, 701 – Vila Barros – Guarulhos, São Paulo, que atua desde 1945 no ramo alimentício, na industrialização e comercialização da linha Adams, e no ramo farmacêutico, na qual a sua linha é produzida e comercializada pela **Aché Labs. Farmacêuticos S/A.**

Em 1998, o grupo Warner-Lambert apresentou um faturamento consolidado de R\$ 11,8 bilhões, com cerca de R\$ 310,0 milhões de faturamento da empresa no Brasil e, aproximadamente, R\$ 81,0 milhões o faturamento no restante do Mercosul, incluindo o Chile.

O grupo mantém sob análise dos órgãos do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, as seguintes consultas:

1. **AC nº 08012.0061590/99-11** - em 22 de junho de 1999, a VAN MELLE INTERNACIONAL TRUST B.V (HOLANDA) e a WARNER-LAMBERT COMPANY (EUA) celebraram um *Contrato de Distribuição Exclusiva*, no qual a primeira nomeou e constituiu a segunda para proceder a venda, distribuição e promoção dos produtos das linhas "Mentos" e "Fruit-Tella" nos seguintes países: Argentina, Brasil, Chile, Paraguai e Uruguai
2. **AC nº 08012.011527/99-19** - em dia 3 de novembro de 1999, os grupos AMERICAN HOME PRODUCTS CORPORATION (EUA) e WARNER LAMBERT COMPANY (EUA) formalizaram um acordo de fusão em suas atividades, através da assinatura do "Agreement and Plan of Merger", o que se deu origem a uma nova empresa denominada "American Warner Inc."

O tradicional grupo American Home tem suas atividades econômicas voltadas para a Indústria Química e Petroquímica e Indústria Farmacêutica e de Higiene. Os produtos da área de saúde abrangem tanto os produtos farmacêuticos quanto os veterinários (14.01 - Indústria de Produtos Farmacêuticos e de Higiene – Produtos Farmacêuticos e Veterinários). Já os produtos do setor agrícola abrangem os produtos de proteção às plantas (12.16 - Indústria Química e Petroquímica – Pesticidas).

No Brasil, o grupo AHP atua mediante as seguintes empresas:

- Cyanamid Química do Brasil Ltda.
- Laboratórios Wyeth-Whitehall Ltda.
- Fort-Dodge Saúde Animal Ltda.

II – DA OPERAÇÃO

Trata-se de uma operação de aquisição, na qual as empresas do grupo Warner Lambert, isto é, a WL CUMBICA LLC e a WARNER-LAMBERT INDÚSTRIA E

COMÉRCIO LTDA., adquiriram todos os direitos, titularidades e bens ativos tangíveis e intangíveis da KRAFT LACTA SUCHARD BRASIL S/A, constantes da linha de produção de parte do *negócio de confeitos*, incluindo os ativos tangíveis e intangíveis relacionados à linha de produção de confeitos de açúcar “marca Frumelo”, localizada em São Paulo, os quais serão transferidos para outra fábrica, consoante o disposto no Contrato de Fabricação sob Encomenda para o Frumelo, sendo o valor da operação da ordem de R\$ 75 milhões.

A presente operação excluiu os ativos tangíveis e intangíveis relacionados à linha de produção do produto marca Confeti, localizada em Bauru, que permanecerão de propriedade da KRAFT. Posteriormente, serão transferidos para outra fábrica, consoante o disposto no Contrato de Fabricação sob Encomenda para o Confeti e para os demais produtos derivados de chocolate.

Os bens e direitos relacionados a acordos e contratos de distribuição ou de representação comercial não fazem parte dessa operação, bem como os demais instrumentos relacionados à linha de produção para o Confeti ou outros ramos de atividade da KRAFT; e, também, outros ativos descritos no item 1.3 do Contrato de Compra e Venda.

Em decorrência da aquisição do segmento de confeitos da KRAFT, o grupo Warner-Lambert pretende ampliar seu potencial de participação no Mercosul e, em curto prazo, reduzir ou eliminar as necessidades de importação de produtos acabados de unidades estrangeiras do grupo para o atendimento independente do mercado interno.

O grupo Philip Morris permanecerá com operações nas áreas de tabaco, chocolates e bebidas em pó, restringindo seu *core-business*, uma vez que não possui essas atividades em qualquer outro país do mundo.

III – ANÁLISE ECONÔMICA

III.1 - Definição do Mercado Relevante

A – Dimensão do produto

No Brasil, por meio de sua subsidiária Warner-Lambert Indústria e Comércio Ltda., a **Warner-Lambert** comercializa as seguintes marcas:

• GOMA DE MASCAR (*)	• DROPS (*)
- Azedinho	- Clorets
- Clorets – 20’S e 56’S	- Halls
- Bubbalo	- Halls Sugar Free
- Chiclets – 20’S e 100’S	- Vita-C

-	Freshen-up	-	Fruit-Tella (Van Melle)
-	Mini-Chiclets	-	Mentos (Van Melle)
-	Trident	-	

(*) LINHA ADAMS

O grupo **Philip Morris**, através da empresa Kraft Lacta Suchard do Brasil Ltda., comercializa bebidas em pó das marcas “Fest”, “Fresh”, “Tang”, “Ki-Suco” e “Q-Refres-Ko”, bem como balas, gomas de mascar, confeitos e chocolates, nas seguintes marcas:

LINHA A SER TRANSFERIDA PARA WARNER	LINHA QUE PERMANECERÁ NA KRAFT
BALAS	CONFETI
- Soft	
- Bala do Tchan	
BALA MASTIGÁVEL	CHOCOLATES
- Frumelo	- Milka
	- Milka Leger
GOMA DE MASCAR	- Lacta
- Ping Pong Splash	- Krot
- Ping Pong	- Diamante Negro
- Ploc Diversão	- Laka
- Big Bol	- Laka Cereais
- Plets	- Sonho de Valsa
- Suchard	- Ouro Branco
CONFEITOS	- Mirabel
- Jujuba	- Bis
- Delicado	- Amandita
- Jelly	- Toblerone
- Luv’S	- Brek
- Ursinhos	- Fricote
	- Lancy

Há coincidência de atuação das duas empresas no segmento de goma de mascar. Entretanto, ao considerar que os setores das balas se confundem com os dos drops, que concorrem em preços com as gomas de mascar e os chiclets de bola, além de merecerem espaço e tratamento equivalentes aos dos bombons e chocolates, devido ao interesse que despertam nos consumidores, define-se a dimensão produto como o mercado dessas guloseimas.

Tal conclusão é reforçada pelo estudo de Análise Econômica de Pesquisa de Elasticidade para Definição de Mercado Relevante, apenas à documentação e apresentado pelos requerentes, vindo, também, a corroborar com o parecer anterior ao demonstrar que, a despeito do reconhecimento de diversas categorias de produtos alocados em faixas de preços, o consumidor reage a qualquer alteração desses preços que por ventura venha a ocorrer. Dessa forma, todas as categorias que conjugam os produtos (1) Balas; (2) Drops; (3) Gomas de mascar; (4) Chicle de

bola; (5) Barras de chocolate; (6) Chocolate de biscoito; (7) Lanchinho; (8) Bombons tipo Sonho de Valsa; (9) Bombons tipo Ferrero Rocher; (10) *Gummies*; (11) Batons; (12) Pirulitos; (13) Balas Toffe; (14) *Mints*; (15) Caramelos; e (16) Paçoca são potencialmente substituíveis entre si. Excluindo do mercado relevante as barras de cereais, em razão da diferença de comportamento da demanda por esta categoria em relação às demais, conforme pesquisa “*Share of Stomach*”, concluem as requerentes que “... o ato de concentração em análise ocorre no mercado de guloseimas em geral”.

A Associação Brasileira da Indústria de Chocolate, Cacau, Balas e Derivados, por se ligar aos padrões internacionais, ao designar os produtos compõe o setor nos seguintes termos: “CANDIES” para designar a categoria geral dos chamados “sugar candies” (abrangendo balas cozidas, medicinais e toffees, caramelos, gomas de mascar, *drops*, pastilhas, pirulitos e outros confeitos do gênero) e “CHOCOLATES” para a outra categoria e “CONFECTIONERY” para designar o somatório de ambas as categorias “candies” e “chocolates”,

Visto que o termo guloseima abrangeria outras iguarias que não as consideradas nos padrões mundiais, a dimensão do produto da operação será a do mercado de “confectionery”.

B - Dimensão Geográfica

A dimensão geográfica da operação é a nacional por considerar o seguinte:

- a característica físico-química possibilita o fácil deslocamento do produto, com a manutenção do mesmo padrão de apresentação/sabor, através dos vários canais de distribuição, o que propicia a colocação dos Confectionery nos principais pontos de comercialização do país;
- os Confectionery têm nas padarias, bares, lanchonetes e cantinas de escolas seus principais canais de comercialização, por serem consumidos basicamente por crianças e jovens; adquiridos por impulso pelo atrativo de suas cores, embalagens e sabores e terem preços acessíveis a todas as camadas sociais da população. Existe, ainda, comercialização expressiva nas lojas de auto-serviços;

Assim, conclui-se que o mercado relevante da operação é o mercado nacional de Confectionery.

III.2 – Determinação da Parcela de Mercado das Requerentes

Para uma melhor visualização, uma matriz contendo informações quanto ao **faturamento** das principais empresas que atuam no mercado de “confectionery” foi estruturada. Assim, possibilitou a identificação da parcela de mercado relevante das requerentes em relação as demais concorrentes, e a conseqüente capacidade de exercício de poder de mercado.

Distribuição de Mercado		
Brasil – 1998		
Empresa	Vendas em R\$ Milhões	Participação
Warner-Lambert	443	8,2%
Kraft Suchard (Philip Morris)-1	366	6,7%
Van Melle-2	25	0,5%
	834	15,4%
Garoto	816	15,0%
Nestlé	1.550	28,6%
Lacta (Philip Morris)-3	689	12,7%
Ferrero	114	2,1%
Arcor	93	1,7%
Todeschini	112	2,1%
Outros	1.078	19,9%
Importações	137	2,5%
C4	3.889	71,7%
Total	5.423	100,0%

Fonte: Requerentes (Datamonitor)

- Notas: 1- todos os produtos objeto da operação
2- A Kraft Suchard distribui toda linha Van Melle desde 22/06/99
3- demais produtos, não objeto da operação

Com a efetivação do ato, o grupo Warner-Lambert concentrará 15,4% do mercado nacional de “Confectionery”, ou seja, 8,7% (considerando 0,5% da Van Melle) que já possuía, mais 6,7% de parte da linha da Kraft Lacta.

O “market-share” do mercado relevante resultante da operação apresenta um C4 de 71,7%, coeficiente este que é perfeitamente contestado face a rivalidade que será mantida, e que funciona como elemento impeditivo do exercício de poder de mercado coordenado. Ademais, observa-se que a Nestlé detém maior parcela desse mercado, com participação de 28,6%, seguida de empresas tradicionais do setor, como a Garoto, Todeschini, Arcor, Ferrero, bem como da própria Philip Morris, já que sua atuação no mercado de Confectionery permanecerá.

IV - CONCLUSÃO

Diante do exposto, esta SEAE entende que a operação sob consulta não gerou preocupações com relação à probabilidade do exercício de poder de mercado unilateral. Da mesma forma não há risco de exercício coordenado de poder de mercado, na medida em que o coeficiente C4 foi inferior a 75%. Sendo, assim, passível de aprovação dentro de um ponto de vista estritamente econômico.

À sua consideração.

SORAYA MARTI DA SILVA
Técnica

JOSÉ LUIZ RAMOS DUARTE
Coordenador de Bens Não Duráveis

CRISTIANE ALKMIN JUNQUEIRA SCHMIDT
Coordenadora Geral

PAULO GUILHERME CORRÊA
Secretário - Adjunto

De acordo.

CLAUDIO MONTEIRO CONSIDERA
Secretário