



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria de Acompanhamento Econômico
Coordenação-Geral de Comércio e Serviços

Parecer nº MF/SEAE/COGSE

Brasília, de maio de 2000.

Referência: Ofício nº 900/00/SDE/GAB, de 25.2.00.

Assunto: *ATO DE CONCENTRAÇÃO* nº
08012.001612/00-75

Requerentes: HAVAS ADVERTISING DO BRASIL
LTDA. e AGE COMUNICAÇÕES S.A.

Operação: Contrato de *Joint Venture* entre as empresas
HAVAS ADVERTISING DO BRASIL Ltda. e AGE
COMUNICAÇÕES S.A.. Enquadrável no § 3º do art. 54, da
lei nº 8.884/94, em função do faturamento do Grupo HAVAS
ADVERTISING DO BRASIL, passível de aprovação, sob o
ponto de vista da concorrência.

A Secretaria de Direito Econômico, do Ministério da Justiça, solicita à SEAE, nos termos do art. 54 da Lei nº 8.884/94, parecer técnico referente ao ato de concentração entre as empresas HAVAS ADVERTISING DO BRASIL LTDA. e AGE COMUNICAÇÕES S.A.

I. DAS REQUERENTES

I.1. HAVAS ADVERTISING DO BRASIL LTDA.

2. A HAVAS ADVERTISING DO BRASIL Ltda., empresa *holding* criada especialmente para a operação, em janeiro de 2000, com sede na Av. das Nações Unidas 12.995, 18º andar, 181 e 182, sala “U” – São Paulo - SP, é controlada pelo Grupo HAVAS ADVERTISING S.A., sociedade devidamente organizada e existente sob as leis da França, com sede à 84 Rue de Viliers, Levallois-Peret – França.

3. O Grupo HAVAS atua no segmento de publicidade e propaganda. No Brasil, atua com uma de suas divisões chamada EURO RSGC, também no segmento de publicidade e propaganda. O Grupo HAVAS ADVERTISING pretende entrar com mais uma de suas divisões no mercado brasileiro, a divisão CAMPUS. No entanto, conforme consulta feita através de ofício nº 1351/SEAE/COGSE, datado em 26.4.00, a requerente esclarece que as divisões da HAVAS ADVERTISING foram sendo criadas de acordo com o crescimento e necessidades do Grupo e que, suas divisões possibilitam a representação de clientes com produtos e serviços que competem entre si. Assim sendo, fornecem serviços semelhantes aos oferecidos por uma ou outra divisão do mesmo grupo.

4. O faturamento anual, do Grupo HAVAS, em 1999, no mundo, foi de R\$ xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx. No Mercosul, foi de xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx e no Brasil, xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx.

I.2. AGE COMUNICAÇÕES S.A.

5. A AGE COMUNICAÇÕES S.A., sociedade brasileira, com sede na Av. Brigadeiro Faria Lima 2055, 12º andar, Jardim Paulistano, São Paulo – SP, atua no mercado de publicidade e propaganda.

6. Esclarece-se, que a AGE COMUNICAÇÕES S.A. é a nova razão social da TDA PUBLICIDADE E PROPAGANDA S.A. Em novembro de 1999, os Srs. TOMAS LORENTE ALVIRA, CARLOS ALBERTO DOMINGOS e ANA LÚCIA SERRA MADEIRA, constituíram a TDA Publicidade e Propaganda S.A. Em fevereiro de 2000, por ocasião do presente contrato de *joint venture* firmado com a HAVAS ADVERTISING DO BRASIL, foi mudada a razão social da TDA PUBLICIDADE E PROPAGANDA S.A. para AGE COMUNICAÇÕES S.A. Sendo assim, tendo em vista a recente criação da empresa AGE, não houve faturamento no exercício financeiro do ano de 1999.

II. DA OPERAÇÃO

7. Consoante o “Contrato de *Joint Venture*”, datado em 1.2.2000, a operação tem por objetivo à associação entre HAVAS ADVERTISING DO BRASIL Ltda. e AGE COMUNICAÇÕES S.A., no mercado de publicidade e propaganda, na razão de xxxxx para a AGE COMUNICAÇÕES S.A. e xxxxxxx para HAVAS ADVERTISING DO BRASIL Ltda. O valor global para a operação foi de xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx.

8. A operação está sendo submetida aos órgãos de defesa da concorrência, conforme art. 54 § 3º da Lei nº 8.884 de 11.6.94, frente ao faturamento total, no exercício financeiro de 1999, do Grupo HAVAS que ultrapassa os R\$ 400 milhões anuais.

9. O ato foi informado à Secretaria de Direito Econômico, do Ministério da Justiça, em 21.2.2000, dentro do prazo legal, conforme prazo estipulado no § 4º do art. 54 da Lei 8.884/94.

III. DEFINIÇÃO DE MERCADO RELEVANTE

III.1. MERCADO RELEVANTE DO PRODUTO

10. O mercado relevante do produto é a prestação de serviços de publicidade e propaganda. Esta atividade diz respeito a HAVAS ADVERTISING DO BRASIL e a AGE COMUNICAÇÕES, e consiste, basicamente em: a) desenvolvimento de campanhas publicitárias; b) propagandas em revistas; c) programas de televisão; d) “outdoors”; e) desenho e *marketing* esportivo; e etc., ou seja, todas as atividades típicas de uma agência de publicidade. No entanto, ressaltamos que a AGE foi criada em função da associação (*joint venture*), não tendo nenhuma atuação no mercado brasileiro até então.

11. No mercado de publicidade e propaganda brasileiro, além das empresas nacionais, existe uma forte presença de empresas estrangeiras, aumentando, dessa forma, a oferta e a competitividade no referido mercado.

12. A HAVAS ADVERTISING DO BRASIL teve como motivação principal o grande potencial do mercado de publicidade brasileiro, aliado ao talento, criatividade e reconhecimento que os acionistas da AGE tem dentro deste mercado.

III.2. MERCADO RELEVANTE GEOGRÁFICO

13. O consumidor poderá contratar uma agência de publicidade e propaganda localizada em qualquer parte do país, haja vista que o contato com as agências de publicidade e propaganda poderá se dar via telefone, fax, internet ou qualquer outro meio de comunicação ao qual o consumidor tem acesso. Desta forma, o serviço de publicidade e propaganda estará disponível em qualquer localidade do território nacional.

IV. RECOMENDAÇÃO

14. Como visto acima, a operação em análise consiste basicamente na associação de profissionais com grande experiência no mercado de publicidade. Um dos agentes econômicos envolvidos, a AGE COMUNICAÇÕES S.A., não atua no mercado brasileiro, não havendo, portanto, concentração.

15. Sendo assim, entendemos que a operação não é passível de gerar qualquer dano à concorrência e recomendamos a sua aprovação sem restrições.

À consideração superior.

LÚCIA MENDES SMIDT
Auxiliar

CLEVELAND PRATES TEIXEIRA
Coordenador-Geral

De acordo.

PAULO CORRÊA
Secretário-Adjunto

CLAUDIO MONTEIRO CONSIDERA
Secretário de Acompanhamento Econômico