



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria de Acompanhamento Econômico

Parecer nº MF/SEAE/COGSE

Brasília, de dezembro de 2000.

Referência: Ofício nº 5455/00/SDE/GAB, de 10.10.00

Assunto: *ATO DE CONCENTRAÇÃO nº 08012.005187/2000-19*

Requerentes: *EUROCAP PARTICIPAÇÕES LTDA.; PASCHOAL FABRA NETO e FERNANDO MARTINS DE MACEDO SOARES QUINTEIRO.*

Operação: *Associação entre as partes com o objetivo de constituir uma nova empresa por meio de contrato de “Joint Venture”, no setor de publicidade e propaganda.*

Recomendação: *Aprovação sem restrições.*

Versão: *Pública.*

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 EUROCAP PARTICIPAÇÕES LTDA., PASCHOAL FABRA NETO (“FABRA”) e FERNANDO MARTINS DE MACEDO SOARES QUINTEIRO (“QUINTEIRO”).

1. DAS REQUERENTES

1.1. EUROCAP PARTICIPAÇÕES LTDA.

2. A EUROCAP PARTICIPAÇÕES LTDA. sociedade constituída segundo as leis brasileiras em 25.8.2000, com sede na Av. das Nações Unidas 11.857 – São Paulo – SP, tem como acionistas a HAVAS ADVERTISING INTERNATIONAL, empresa francesa, com sede na Rue de Villiers, 84, com participação aproximada de xxxxx; CLÁUDIO CONDE CARILLO e DALTON PASTORE JÚNIOR, brasileiros, cada um com participação de aproximadamente xxxxxx. A EUROCAP PARTICIPAÇÕES LTDA. tem por objeto participar de outras empresas e do capital de quaisquer outras sociedades, na qualidade de sócia, quotista ou acionista; bem como a administração de bens próprios.

3. O grupo HAVAS atua no mercado brasileiro de publicidade e propaganda através das empresas Carillo Pastore Euro RSCG Comunicação Ltda., AGE Comunicações S.A. e EURO RSCG Interaction Tecnologia da Informação Ltda.

4. O faturamento anual do Grupo HAVAS, em 1999, no mundo, foi de xxxxxxxx. No Mercosul, foi de xxxxxxxxxxxx, e, no Brasil, xxxxxx.

1.2. PASCHOAL FABRA NETO e FERNANDO MARTINS DE MACEDO SOARES QUINTEIRO

5. PASCHOAL FABRA NETO, brasileiro, publicitário, residente e domiciliado em São Paulo, Estado de São Paulo, na Rua Dr. Serafico de Assis Carvalho 103, Aptº 31-B8 e FERNANDO MARTINS DE MACEDO SOARES QUINTEIRO, brasileiro, publicitário, residente e domiciliado em São Paulo capital, na Rua Samia Haddad 150, aptº 171, ambos tem por objetivo a associação, junto com a EUROCAP, em uma nova empresa a ser denominada FABRA QUINTEIRO THE SALES MACHINE COMUNICAÇÕES LTDA.

6. Segundo as requerentes os Srs. PASCHOAL e FERNANDO não estão associados em nenhuma empresa dentro de mercado brasileiro.

2. DA OPERAÇÃO

7. A presente operação, conforme “Contrato de Constituição de uma *Joint Venture* no Brasil” com data de 18 de setembro de 2000, trata da constituição de uma sociedade por quotas, de responsabilidade limitada, denominada FABRA QUINTEIRO THE SALES MACHINE COMUNICAÇÕES LTDA. (“TSM”). O valor da operação foi de xxxxxxxx na data de assinatura (informação contida no item II.5., do anexo I, da Resolução 15/98 do CADE).

8. O capital social, a ser totalmente integralizado, em moeda corrente nacional, no prazo de até um ano a partir da data de arquivamento deste contrato, na junta Comercial do Estado de São Paulo, é de xxxxxxxxxxxxxx, dividido em xxxxxxxx quotas, no valor nominal unitário de xxxxxxxx cada, sendo xxxxxxxx quotas da classe A e xxxxxxxx quotas da classe B. Estas quotas são distribuídas entre os quotistas da seguinte forma:

a) EUROCAP PARTICIPAÇÕES LTDA. possui xxxxxxxxxxxx, no valor de xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx;

b) PASCHOAL FABRA NETO possui xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx, no valor de xxxxxxxxxxxxxx; e

c) FERNANDO MARTINS DE MACEDO SOARES QUINTEIRO possui xxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx, no valor de xxxxxxxxxxxxxx.

9. 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 do grupo HAVAS, no exercício financeiro de 1999, que ultrapassa os R\$ 400 milhões anuais.

10. O ato foi informado à Secretaria de Direito Econômico, do Ministério da Justiça, em 6.10.2000, obedecendo o prazo legal, conforme prazo estipulado no § 4º do art. 54 da Lei 8.884/94.

3. DEFINIÇÃO DE MERCADO RELEVANTE

3.1. MERCADO RELEVANTE DO PRODUTO

11. O objetivo primordial da publicidade e da propaganda é fornecer instrumentos de marketing para que seus clientes atinjam seus mercados consumidores, por meio de divulgação de seus produtos, valorização e diferenciação de suas marcas. É possível alterarem-se as preferências e hábitos dos consumidores através dos serviços oferecidos no ramo da publicidade e da propaganda.

12. Conforme informações coletadas em matérias publicadas¹ sobre o setor, há necessidade das agências se atualizarem quanto aos recursos e técnicas que atinjam diretamente o consumidor, como exemplo, a internet e a telefonia. A busca incessante de aprofundamento na relação com clientes, na relação com o mercado e mesmo com a sociedade, levam tais agências a ampliar a gama de serviços oferecidos ou, pelo contrário, especializarem-se em uma única atividade.

13. No que tange às atividades das subsidiárias do grupo HAVAS no mercado brasileiro, estão segmentadas em dois setores dentro do mercado de publicidade e propaganda como um todo, quais sejam: a) serviços típicos de uma agência de publicidade, ou seja, criação; planejamento; produção e compra de espaço publicitário na mídia, promoção e intermediação em jornais, revistas, rádio, televisão, elaboração de desenhos, produção gráfica, promoção, “merchandising”, “design”, etc.; e, b) marketing direto, que visa atingir o consumidor diretamente utilizando-se de ferramentas tais como o telemarketing, mala direta (catálogo) e mesmo a utilização de meios de comunicação por computadores, como a Internet, BBS e outras. Por marketing direto entende-se a disciplina de marketing interativo cuja comunicação se utiliza de uma ou mais mídias para obter uma resposta ou transação mensurável junto a públicos específicos. Uma agência de marketing direto é uma empresa de prestação de serviços regida pelas mesmas leis aplicáveis às agências de publicidade, com o diferencial de dedicar-se, com especialidade, ao planejamento, elaboração, implementação e análise de resultados de projetos, programas e ações de marketing direto.

14. Existe uma variedade de agências especializadas em marketing direto. O telemarketing atualmente é uma ferramenta muito utilizada em empresas de todos os setores da economia e destina-se, basicamente, às aplicações como: SAC – Serviços de Atendimento ao Consumidor; televendas; help desk; cobrança (ativa e receptiva).

15. Segundo informações prestadas pelas requerentes, o objeto principal da constituição da sociedade (FABRA QUINTEIRO THE SALES MACHINE COMUNICAÇÕES LTDA.) é a prestação de serviços de publicidade e propaganda e marketing direto, com a intenção de que a mesma possa atuar como base para uma planejada expansão no Mercosul.

¹ Revista Meio&Mensagem; www.terravista.pt; “A dinâmica da publicidade transnacional” – Dênis de Moraes.

16. Portanto, conforme descrito acima, o mercado relevante do produto, definido na presente análise, é a prestação de serviço de agência típica de publicidade e a prestação de serviços de marketing direto.

3.2. MERCADO RELEVANTE GEOGRÁFICO

17. O mercado relevante, na sua dimensão geográfica, é considerado como de âmbito nacional, tendo em vista que o consumidor poderá contratar uma agência de publicidade e propaganda localizada em qualquer parte do país. 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. O mesmo é válido para a atividade de marketing direto, pois o contato com os clientes e vice versa se dá por meio dos mesmos recursos.

18. Por ocasião de análises feitas anteriormente sobre o setor, os profissionais que prestam estes serviços podem facilmente deslocar-se até o local onde o cliente se encontra. Além disso, todos os veículos de mídia estão distribuídos pelo país, não havendo, portanto, nenhuma dificuldade para a prestação dos serviços em longas distâncias.

4. POSSIBILIDADE DE EXERCÍCIO DE PODER DE MERCADO

19. Considerando-se que a operação é uma associação regida por contrato de *joint venture* e que somente uma das partes é atuante no mercado brasileiro de publicidade, não existe, portanto, concentração de mercado ou a possibilidade de exercício unilateral de poder de mercado. No entanto, ressalta-se, a título de informação e conhecimento da atuação do grupo HAVAS no Brasil, que segundo o ranking de agências de publicidade e propaganda divulgado pela Revista Meio & Mensagem para o ano de 1999, a empresa Carillo Pastores Euro RSCG Comunicações Ltda., uma das subsidiárias do grupo HAVAS, figura em 9º lugar, o que significa uma participação de xxxxx no mercado brasileiro de publicidade e propaganda.

20. A ABT – Associação Brasileira de Telemarketing elaborou ranking de agências do setor de telemarketing, publicada pela Revista Tema (Ano VII, nº 28, Set/Out/99), contendo as principais empresas do setor e não encontramos participação de nenhuma das subsidiárias do grupo HAVAS.

6. RECOMENDAÇÃO

21. Como visto acima, a operação em análise consiste basicamente na associação de profissionais com grande experiência no mercado de publicidade. No entanto, os Srs. PASCHOAL FABRA NETO e FERNANDO MARTINS DE MACEDO SOARES QUINTEIRO, ambos publicitários, não estão associados a empresa alguma dentro do referido mercado. Portanto, a análise da operação permite concluir que não houve concentração, ou seja, trata-se de uma substituição de agentes econômicos.

À consideração superior.

LÚCIA MENDES SMIDT
Auxiliar

CLEVELAND PRATES TEIXEIRA
Coordenação-Geral de Comércio e Serviços

De acordo.

CLAUDIO MONTEIRO CONSIDERA
Secretário de Acompanhamento Econômico