



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

Parecer nº 190/SEAE/COGPI/RJ

Rio de Janeiro, 11 de julho de 2000

Referência: Ofício SDE/GAB Nº 3157/2000

**Assunto:** Consulta SDE/GAB Nº 08012.000994/2000-45

**Requerentes:** REXAN PLC e AMERICAN NATIONAL CAN GROUP, INC.

**Operação:** Aquisição indireta, por Rexan plc, do controle acionário da American National Can do Brasil Ltda.

**Recomendação:** Aprovação sem restrições.

**Versão:** Pública.

A Secretaria de Direito Econômico, do Ministério da Justiça, solicita a esta SEAE, nos termos do Art. 54 da lei nº 8.884/94, parecer técnico referente ao ato de concentração entre as empresas REXAN PLC e AMERICAN NATIONAL CAN GROUP, INC.

**O presente parecer técnico destina-se à instrução de processo constituído na forma a 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 Econômica – 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.**

## **1 – DAS REQUERENTES**

### **1.1 – Rexan plc.**

Sociedade britânica, conglomerado de empresas, que tem por atividade principal (*core business*) a indústria de embalagens para bens de consumo final (*consumer packaging*), além de produzir e comercializar papéis e filmes revestidos. O seu *core business* é composto de diversos setores, sendo eles embalagens para bebidas, embalagens para alimentos especiais, embalagens para produtos médicos e embalagens para cosméticos.

As vendas da Rexan são predominantemente voltadas para grandes empresas internacionais fabricantes de bens de consumo não-durável, empresas estas que vêm expandindo seus negócios em escala global. Tal movimento de expansão, associado às características estruturais das relações entre fabricantes de embalagens e indústria de bens de consumo final, estimula relações de parceria dentro dessa cadeia e exigem que os fabricantes de embalagens se instalem próximos ao centro consumidor. Suas subsidiárias brasileiras atuam somente nos mercados de embalagens plásticas e de borracha e no mercado de papel. Em 1999 o grupo faturou R\$24milhões no mercado brasileiro, enquanto que, no mercado mundial, registrou um faturamento de R\$ 6,9 bilhões.

### **I.2 – American National Can Group Inc.**

A ANC, sociedade norte-americana, detém a liderança na fabricação de latas e tampas “*easy open*” de alumínio voltadas para o acondicionamento de bebidas tais como cerveja, chá, refrigerantes e sucos. O grupo atua exclusivamente no fornecimento de latas e tampas para a indústria de bebidas, em suas trinta e três plantas espalhadas pelo mundo.

O grupo apresentou um faturamento, no Brasil, de R\$ 244 milhões. No mercado mundial, o Grupo obteve um faturamento de US\$ 2.328 bilhões (R\$ 4,213 bilhões).

## **II – DA OPERAÇÃO**

O Grupo Rexan Plc, por intermédio de sua subsidiária integral Rexan Acquisition Subsidiary Inc, pretende adquirir o controle da American National Can Group com previsão da posterior fusão entre a Rexan e a ANC, conforme se depreende na análise do Contrato de Aquisição e Plano de fusão assinado entre as requerentes em 31 de março de 2000. De acordo com o referido Contrato de Aquisição e Plano de Fusão, a Rexan, condicionada à aprovação da Comissão de Valores Mobiliários dos Estados Unidos, deverá iniciar oferta pública para a aquisição das ações ordinárias da ANC em todo o território norte-americano, incluindo as ações em circulação de propriedade do acionista controlador da ANC (“Péchiney”). Tal aquisição dependerá, todavia, do preenchimento das condições de Oferta Pública com

previsão de posterior fusão entre a Rexan e a ANC e incorporação das subsidiárias, em caso de sucesso da Oferta.

No Brasil, a presente notificação é feita a partir da constatação da existência de subsidiárias brasileiras de ambas as requerentes. Dessa forma a operação no Brasil é mero reflexo da operação realizada no exterior. Não existe ainda um valor firmado para a transação, posto que esta ainda não foi concluída. Considerando o valor oferecido pela Rexan por cada ação da ANC, US\$ 18,00 e os compromissos financeiros da ANC, o valor que se calcula é de US\$ 2,1 bilhões.

### III - DEFINIÇÃO DO MERCADO RELEVANTE

#### III.1 – Dimensão do Produto

A definição dos mercados relevantes deve considerar as interseções entre as linhas das empresas. A seguir, far-se-á uma análise mais detalhada dos produtos produzidos pelas requerentes. Na tabela I, torna-se mais clara a visualização dos produtos.

**Tabela I – Averiguação da Interseção de Linhas Produtivas**

<b>Produtos</b>	<b>Rexan</b>	<b>ANC</b>
<b>Embalagens para bebidas</b>	X	X
Embalagens para alimentos especiais	X	
Embalagens médicas	X	
Embalagens para cosméticos	X	
Filmes e papéis revestidos	X	
Produtos para engenharia e construção	X	

Fonte: Requerentes.

Para a definição do mercado relevante da presente operação há de se considerar as características dos produtos de uma maneira ampla. Esta análise mais sofisticada do mercado relevante em questão ocorre em decorrência da identificação do conjunto de agentes econômicos participantes deste mercado, bem como do estudo dos possíveis produtos substitutos, considerando-se a estrutura da demanda e as destinações dos produtos em questão.

O setor de embalagens para alimentos especiais produz recipientes de plástico para sorvetes e margarinas, embalagens flexíveis de alta performance para estender a vida útil dos alimentos nas prateleiras, e embalagens de cartão especial para acondicionamento de líquidos frescos e submetido ao sistema UHT. Já o setor de embalagens médicas fabrica embalagens esterilizadas para a atividade médica e hospitalar, além de embalagens flexíveis para a indústria farmacêutica. A produção de embalagens de cosméticos envolve a fabricação de

recipientes para batons, sistemas de *spray* e outros sistemas de borrifadores em miniatura, assim como tampa de perfumes, cosméticos e demais produtos de beleza. No setor de filmes e papéis revestidos são fabricados produtos para imagem, papel metalizado, coberturas decorativas e outros. Quanto aos produtos relacionados à engenharia e construção destaca-se a produção de placas conectoras de metal e o fornecimento de *softwares* de engenharia para a indústria de construção. Como as duas últimas atividades não compõem o *core business* da Rexan, esta anunciou recentemente sua intenção de vendê-las. Finalmente, o setor de embalagens de bebidas que compreende a fabricação de latas, garrafas de vidro, recipientes plásticos (garrafas PET).

Pela observação da tabela I, verifica-se que, nos segmentos embalagens para bebidas, há uma interseção entre as linhas das duas empresas. Portanto, para a definição do mercado relevante, torna-se necessário desagregar ainda mais esse segmento.

**Tabela II – Mercado de Embalagem para Bebidas**

Embalagem para bebidas	EMPRESAS	
	Rexan	ANC
Latas de alumínio	X	X
Garrafas de vidro	X	
Recipientes plásticos (PET)	X	

Fonte: Requerentes

Como pode-se observar na tabela II, o mercado em que ambas atuam de forma sobreposta em nível global é o de latas para acondicionamento de bebidas. Latas de bebidas são utilizadas no acondicionamento de bebidas carbonatadas, isotônicas, chá, águas e sucos. Dessa forma, são insumos utilizados na fabricação de bens de consumo não duráveis (bebidas enlatadas).

Cabe ressaltar que, no Brasil, a Rexan atua no mercado de embalagens plásticas e de borracha e no mercado de impressos em papel, enquanto que o mercado da subsidiária brasileira da ANC constitui-se no de latas de alumínio para bebidas (notadamente, para cervejas e refrigerantes).

### III.2 - Dimensão Geográfica

O aspecto geográfico está representado pela área em que o produto é comercializado e na qual se dá a concorrência. As latas para bebida apresentam grande volume em relação ao seu valor e, portanto, não é economicamente viável transportá-las para longas distâncias. Teoricamente, a lata de alumínio poderia ser importada, por exemplo, dos Estados Unidos, como anteriormente era feito por uma parcela da indústria de bebidas, incorrendo nos seguintes custos aproximados:

**Tabela III – Preço Internado das Latas de Bebidas (EUA – US\$/mil unidades)**

Produto	Fob/Mil (a)	Frete/Mil (b)	Seguro/Mil (c)	Cif/Mil (d=a+b+c)	Imposto de importação (e=d x 19%)	AFRMM (f=b x 25%)	Despesas portuárias (g)	Preço internado (d+e+f+g)
Latas para bebidas (1999)	67	7,14	0,34	74,48	14,15	1,785	0,37	90,78

Fonte: Requerentes

Como pode ser observado na tabela III o preço da lata importada seria de R\$165,22/mil cerca de 25% mais alto que os R\$ 132,00/mil considerados para 1999. Em função da magnitude dos custos de transporte, não se encontra justificativa para compradores brasileiros importarem latas de bebidas das fábricas de latas de bebidas da Requerente. Soma-se a este quadro o tempo necessário médio para a importação de latas, que gira em torno de 50 dias. Cabe ressaltar que, no ano de 1999, não foram registradas importações do produto em questão. Dessa forma, a dimensão geográfica considerada foi a nacional. Na tabela IV pode-se observar a evolução das importações brasileiras de latas de alumínio, tornando-se clara a nacionalização deste mercado.

**Tabela IV – Importações de latas de Alumínio (Bebidas)**

Anos	Latas/Bilhões de litros
1995	1,00
1996	1,60
1997	0,45
<b>1998</b>	<b>0,00</b>
<b>1999</b>	<b>0,00</b>

Fonte: Requerentes

Dada a dimensão geográfica nacional, a presente operação não gera qualquer concentração econômica horizontal ou vertical uma vez que, somente a ANC possui plantas industriais no Brasil, enquanto a Rexan possui plantas na Europa (cinco plantas) e em Moscou (uma planta).

#### **IV – RECOMENDAÇÃO**

A operação em análise é passível de aprovação, dentro de um ponto de vista estritamente econômico, uma vez que esta não resulta em uma concentração econômica horizontal ou vertical do mercado nacional de latas para bebidas, conforme argumentado no item III. Ressalta-se ainda que, esta operação não gera uma conglomeração econômica.

À apreciação superior

FLÁVIO BORGES BARROS  
Técnico

JOSÉ LUIZ RAMOS DUARTE  
Coordenador de Bens Não Duráveis

CRISTIANE ALKMIN JUNQUEIRA SCHIMIDT  
Coordenadora Geral de Produtos Industriais

De acordo

PAULO GUILHERME CORRÊA  
Secretário Adjunto

CLÁUDIO MONTEIRO CONSIDERA  
Secretário de Acompanhamento Econômico