



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria de Acompanhamento Econômico - SEAE

Parecer n.º 490/00/COGSE/SEAE/MF

Brasília, 06 de dezembro de 2000.

Referência: Ofício n.º 4157/00/GAB/SDE/MJ, de 25/07/2000

Assunto: Ato de Concentração n.º 08012.003026/2000-91

Requerentes: BW TV Und Film Verwaltungs GmbH, Groupe Bruxelles Lambert S.A., Electrafina, Compagnie Luxembourgeoise Pour L'audiovisuel et la Finance, e Pearson PLC.

Operação: Reestruturação societária da Audiofina e da CLT-UFA, resultante da troca de ações de subsidiárias da Pearson por 22% do capital da Audiofina. Operação realizada no setor de produção e distribuição de programas de televisão.

Recomendação: aprovação, sem restrições.

Versão: Pública

=====

“O presente parecer técnico destina-se à instrução de processo constituído na forma da Lei nº 8.884, de 11 de junho de 1994, em curso perante o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência – SBDC.

Não encerra, por isso, 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 do 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 – SDE, do Ministério da Justiça – MJ, solicita à SEAE, nos termos do Art. 54 da Lei n.º 8.884/94, parecer técnico referente ao ato de concentração entre as empresas BW TV Und Film Verwaltungs GmbH, Groupe Bruxelles Lambert S.A., Electrafina, Compagnie Luxembourgeoise Pour L'audiovisuel et la Finance, e Pearson PLC.

1. DAS REQUERENTES

1.1. Participante A

A BWTV Und Film Verwaltungs GmbH (“BWTV”), com sede em Gütersloh, Alemanha, atua nas áreas de comunicação e entretenimento. Ela pertence ao Grupo Bertelsmann/BWTV, de nacionalidade alemã, um dos principais grupos mundiais de entretenimento, com atuação em vários segmentos de mídia como, por exemplo, livros, jornais, revistas, música, rádio, televisão, produção de filmes, dentre outros. O Grupo Bertelsmann/BWTV detém participação em sete empresas com atuação no Brasil, quais sejam: BMG Brasil Ltda., BMG Music Publishing Brasil Ltda., Code Distribuidora de Entretenimento Ltda., Fieldzz Discos Ltda., Sonopress-Rimo da Amazônia Indústria e Comércio Fonográfica Ltda., e Ricordi Brasileira S.A. Todas essas empresas atuam nas áreas de CDs e vídeos de música e de livros e revistas.

2. O faturamento bruto do Grupo Bertelsmann/BWTV no Brasil, no exercício financeiro de 1999, foi de DM\$ 244,3 milhões (R\$ 202.128.689,00). No Mercosul, o Grupo obteve um faturamento de DM\$ 350,7 milhões (R\$ 290.161.815) e, no mundo, um faturamento de DM\$ 25,9 bilhões (R\$ 21.429.116.100,00).¹

3. A BWTV pertence ao Bertelsmann AG (80% das ações) e ao WAZ E. Brost & Funke GmbH (20% das ações).

4. Nos últimos três anos o Grupo Bertelsmann não realizou nenhuma operação no Brasil. Na Argentina foram realizadas cinco operações, sendo uma no setor de música (joint venture entre a BMG Ariola Argentina e a Warner Argentina na criação da Distribuidora de Entretenimientos S.A.), e quatro no mercado editorial

¹ Informações prestadas no Anexo I da Resolução CADE nº 15/98 e em resposta ao Ofício nº 2642/00. De acordo com as requerentes, foi utilizada a taxa de câmbio divulgada em 18/08/2000 (O Banco Central informa, através de seu site, a taxa de US\$ 1,00 = R\$ 1,81 para esse dia).

(compra de participação acionária em algumas empresas do setor).

1.2. Participante B

5. A Groupe Bruxelles Lambert S.A. (“GBL”), é uma empresa belga, com sede em Bruxelas, Bélgica. A GBL é uma holding de investimentos, cujo atual portfólio inclui cinco investimentos de longo prazo: CLT-UFA, TotalFina, Suez Lyonnaise des Eaux, Imerys e Rhodia, empresas controladas diretamente ou através de suas duas companhias intermediárias, a Electrafina e a Audiofina.² A GBL forma, juntamente com sua subsidiária Electrafina, o Grupo GBL/Electrafina, que atua nas áreas de comunicação e entretenimento, serviços essenciais de infra-estrutura e extração mineral. No Brasil, o Grupo GBL/Electrafina possui participação apenas na empresa Química Industrial Barra do Piráí – Quimbearra.

6. O Grupo GBL/Electrafina informou que não obteve faturamento no Brasil nem no Mercosul no último exercício. No mundo, o faturamento bruto do Grupo foi de R\$ 561.005.996,00.³

7. A GBL tem como principal acionista a Pargesa, com 49,7% das ações. A Electrafina, por sua vez, tem como acionista majoritário a GBL, com 90,1% das ações.

8. Nos últimos três anos, o Grupo GBL/Electrafina realizou apenas uma operação no Brasil, em 26/05/2000, que foi a compra de ações da empresa Química Industrial Barra do Piráí – Quimbearra, antes pertencentes ao Grupo White Martins. Ainda com relação a essa operação, foram adquiridas ações de empresas do mesmo grupo na Argentina (Quimbearra Argentina) e México (Liquid Química Mexicanas).

² Informações obtidas no site: www.pearson.com/press/2000/jrel.htm.

³ Ver nota nº 1. (De acordo com a taxa de câmbio mencionada, o faturamento bruto do Grupo, em dólares, importou em, aproximadamente, US\$ 309.948.060,00).

1.3. Participante C

9. A Compagnie Luxembourgeoise Pour L'audiovisuel et la Finance ("Audiofina"), com sede em Luxemburgo, é uma holding que possui como maior ativo sua participação na Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion (CLT-UFA), e atua nas áreas de comunicação e entretenimento. A Audiofina também possui 28% de participação no Grupo francês Jean-Claude Darmon, que atua na comercialização de direitos esportivos.⁴ A Audiofina, juntamente com a CLT-UFA, forma o Grupo Audiofina/CLT-UFA, de nacionalidade luxemburguesa. A CLT-UFA tem participação em 22 canais de televisão e 18 estações de rádio na Europa. Entretanto, o Grupo Audiofina/CLT-UFA não possui nenhuma empresa em atividade no Brasil.

10. O faturamento bruto do Grupo Audiofina/CLT-UFA no Brasil, no exercício financeiro de 1999, foi de US\$ 39.000,00. No Mercosul, o Grupo não obteve faturamento e, no mundo, obteve um faturamento de US\$ 60.991 milhões.⁵

11. A Audiofina tem como principal acionista o Grupo GBL/Electrafina, com 72,9% do seu capital social. Os outros 27,1% são negociados em bolsas de valores.

12. Nos últimos três anos o Grupo Audiofina/CLT-UFA não realizou nenhuma operação no Brasil nem no Mercosul.

1.4. Participante D

13. A Pearson plc ("Pearson"), com sede em Londres, Inglaterra, atua nas áreas de comunicação e entretenimento. Ela pertence ao Grupo Pearson, de

⁴ Informações prestadas pelas requerentes no Apêndice 5 – Anúncio à Imprensa Aprovado – anexado às respostas ao Ofício nº 2642/00.

⁵ Ver nota nº 1. (O faturamento do Grupo foi obtido através de exportação de programas para televisão para clientes no Brasil).

nacionalidade inglesa. A Pearson Television é considerada uma das líderes mundiais no mercado de produção independente para televisão, atualmente com 160 programas de televisão em produção em 35 países por todo o mundo.⁶ O Grupo Pearson detém participação em duas empresas com atuação no Brasil, quais sejam: Pearson Television Brasil Ltda. (inativa) e Pearson Educação do Brasil Ltda.

14. O faturamento bruto do Grupo Pearson no Brasil, no exercício financeiro de 1999, foi de R\$ 22,09 milhões. No Mercosul, o Grupo obteve um faturamento de R\$ 21,78 milhões e, no mundo, um faturamento de R\$ 9,64 bilhões.⁷

15. Conforme as requerentes, o capital social da Pearson é extremamente pulverizado, não havendo nenhum acionista com participação societária superior à 5%.

16. Nos últimos três anos o Grupo Pearson realizou apenas uma operação no Brasil, qual seja, a aquisição do negócio de “educational publishing” antes pertencente à Viacom.⁸

2. DA OPERAÇÃO

17. A operação consiste, em síntese, na reestruturação societária da Audiofina e da CLT-UFA, com a reorganização das participações de suas maiores acionistas, a GBL/Electrafina e a BWTV. Nesta reestruturação, a Pearson TV transfere sua divisão de produção de programas para televisão para a Audiofina, em troca de uma participação nesta empresa de 22% do seu capital social com direito a voto. A operação seguiu os seguintes passos: (informação confidencial).

18. A presente operação contempla uma operação internacional, com ênfase no mercado europeu e, segundo as requerentes, cria o maior grupo europeu integrado

⁶ Ver nota nº 2.

⁷ Ver nota nº 1. (Conforme as requerentes em resposta ao Anexo I da Resolução 15/98 do CADE, os faturamentos são valores aproximados).

de transmissão e produção, abrangendo transmissão de rádio e televisão, produção para a televisão, direitos sobre esportes e negócios on-line. Dentre os motivos apresentados para a realização da fusão, as requerentes apontaram a importância do conteúdo da PTV para os canais de transmissão da CLT-UFA, bem como desses para a expansão da comercialização da produção da PTV. O novo grupo terá a mais importante rede de distribuição da Europa, e combinará suas potencialidades de produção e promoção em televisão e rádio, o que possibilitará a construção de uma das maiores presenças on-line e de nova mídia na Europa.⁹ Como se vê, a operação visa, sobretudo, ao mercado europeu, com a presença de relações verticais entre as empresas envolvidas. Contudo, no Brasil, o único reflexo será no mercado de comercialização de programas para televisão, pois não há ativos relevantes no país do novo grupo formado. A Audiofina e a Pearson comercializam, através de exportação, programas de televisão com clientes brasileiros.

19. A operação foi formalizada em 30 de junho de 2000, através de carta-contrato celebrada entre as partes. As requerentes informaram que não há como precisar o valor da operação, tendo em vista que a mesma foi realizada através de uma troca de ações entre as participantes.¹⁰

20. O ato de concentração em questão foi apresentado pela adquirente à Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça em 21/07/2000, de forma tempestiva, *dentro do prazo legal previsto pelo artigo 54 da Lei nº 8.884/94.*

21. A submissão do presente ato aos órgãos integrantes do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência ocorreu, segundo as requerentes, em virtude do disposto no parágrafo 3º do art. 54 da Lei nº 8.884/94, tendo em vista os faturamentos mundiais dos Grupos envolvidos na operação terem sido superiores a R\$ 400 milhões no exercício financeiro de 1999.

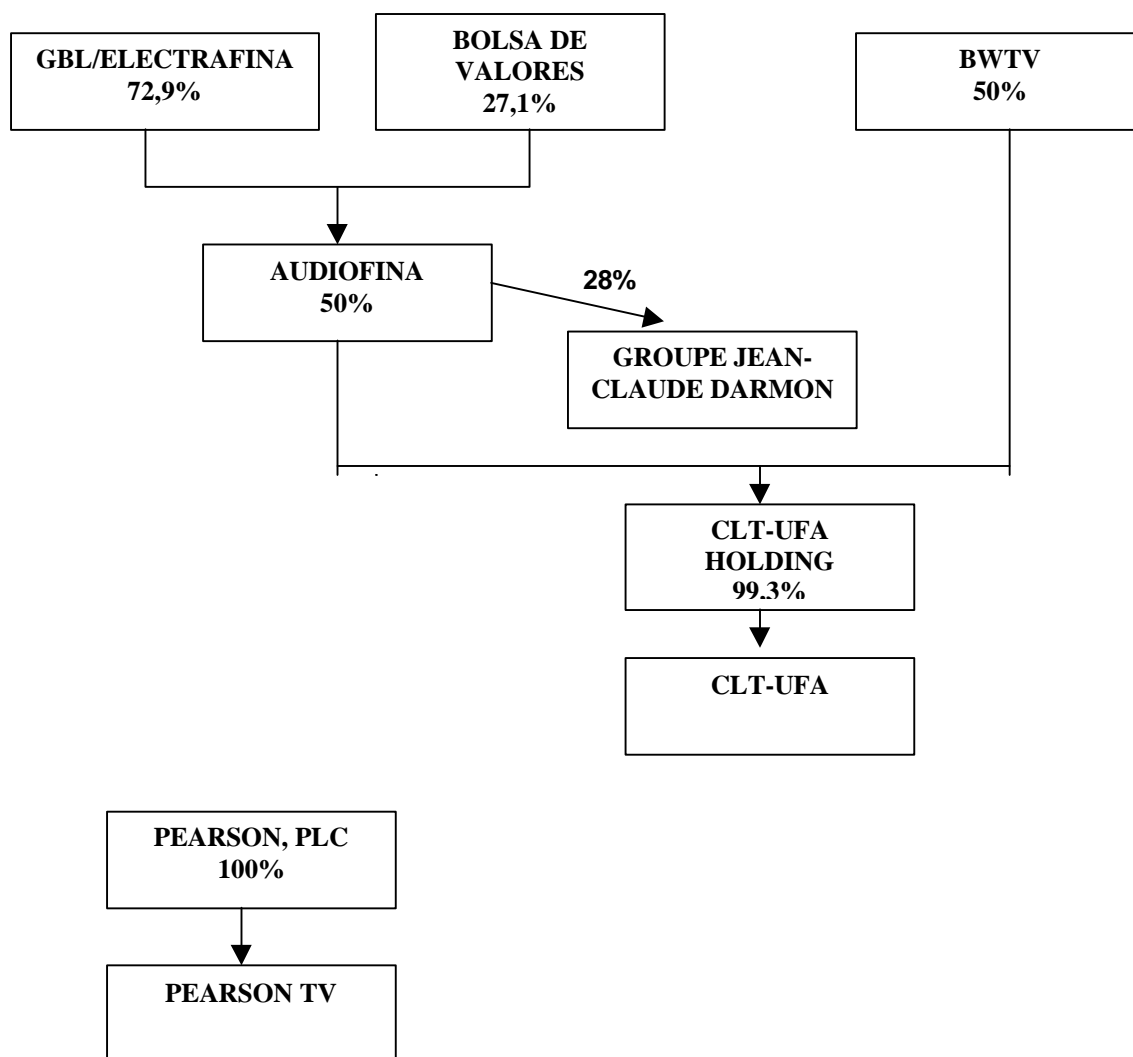
⁸ Ato de Concentração nº 08012.10025/98-44, de 18/12/98, aprovada sem restrições pelo CADE em 08/12/99.

⁹ Ver nota nº 4.

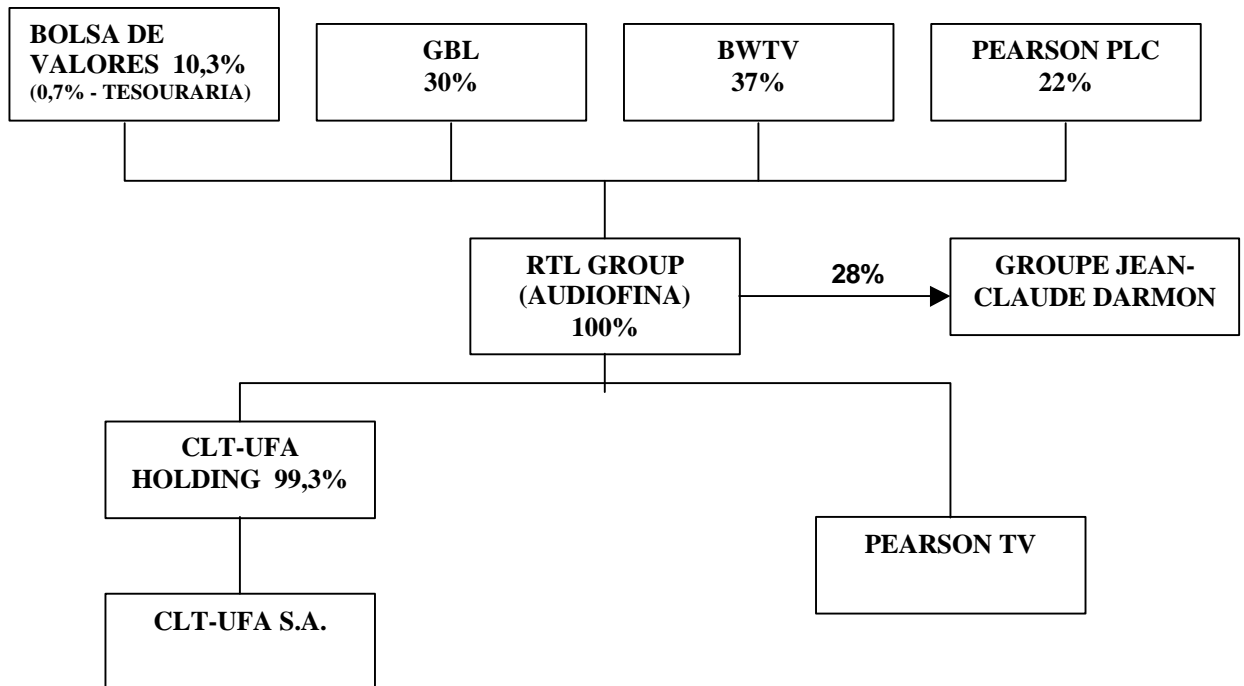
¹⁰ Informações prestadas no Anexo I da Resolução CADE nº 15/98.

22. Por fim, seguem as estruturas societárias das requerentes representando a situação encontrada antes e após a conclusão da operação:

ESTRUTURA SOCIETÁRIA ANTERIOR À OPERAÇÃO



ESTRUTURA SOCIETÁRIA POSTERIOR À OPERAÇÃO



3. DEFINIÇÃO DO MERCADO RELEVANTE

3.1. Mercado Relevante do Produto

23. Dentre os mercados de atuação das empresas envolvidas na presente operação, há sobreposição de atividades, no Brasil, apenas na venda de programas de televisão. Além desses produtos, as empresas dos grupos envolvidos ofertam, no Brasil, CDs e vídeos de música (Grupo Bertelsmann), e recursos minerais (Grupo GBL/Electrafina). A Pearson vendeu a clientes brasileiros, em 1999, vários gêneros de programas, como filmes, séries de comédia, drama, educacionais, documentários, desenhos animados, entre outros. Já a CLT-UFA (Audiofina) comercializou apenas 9

títulos, sendo 7 filmes (longa metragens) e 2 séries infantis. Sendo assim, definimos o mercado relevante de produto como comercialização de programas de televisão diversos.

24. Podemos citar como substitutos dos programas comercializados pela Pearson e pela Audiofina no Brasil os produzidos por grandes redes internacionais como, por exemplo, a *Viacom (Paramount Pictures)*, a *Warner Bros (Time Warner)*, a *The Walt Disney Co.*, a *Twentieth Century Fox*, e a *Universal City Studios Inc*, além de outras empresas independentes que atuam no mesmo mercado das requerentes. Esta condição de substitutibilidade foi confirmada pelos principais clientes das empresas, já consultados em outro processo similar.¹¹ Conforme estes clientes, existe uma lista muito grande de empresas que possuem filmes, séries, musicais, desenhos animados, documentários, etc., que podem ser considerados substitutos dos programas comercializados pelas requerentes.

3.1. Mercado Relevante Geográfico

25. A única atividade das empresas envolvidas na operação que pode vir a produzir efeitos no mercado brasileiro é o fornecimento de programação para redes de televisão, pois tanto a Pearson quanto a Audiofina (CLT-UFA) comercializam seus programas com clientes brasileiros. Entretanto, as empresas não atuam no mercado nacional, mas apenas através de exportação de seus programas para o Brasil.¹² A Audiofina não possui subsidiárias no Brasil e a Pearson, apesar de possuir duas empresas no país, a Pearson Educação do Brasil Ltda. e a Pearson Television Brasil Ltda., ainda não produz receita no mercado de programação para televisão. De acordo com as requerentes¹³, a Pearson Television Brasil Ltda. ainda não iniciou suas atividades no país, encontrando-se inativa. Contudo, há a expectativa de que a empresa produza, até o final deste ano, uma novela para a televisão brasileira e que, no futuro, outros programas venham a ser produzidos. Mas as requerentes frisaram que

¹¹ Ato de concentração n.º 08012.009071/99-45, envolvendo as empresas Viacom Inc. e CBS Corporation.

¹² Ver nota n.º 10.

¹³ Ver nota n.º 1.

esses planos encontram-se em discussão na Pearson, não havendo nada de concreto quanto a esse aspecto até o momento.

26. Quanto à forma de comercialização adotada pela Pearson e pela Audiofina, as requerentes informaram que a venda é realizada diretamente com clientes com os quais já mantêm relacionamento ou com novos.¹⁴ Alguns dos principais clientes indicados pelas requerentes tanto no Anexo I do CADE quanto em resposta ao Ofício nº 2.642/00, já questionados em outro ato de concentração similar¹⁵ sobre a forma de comercialização utilizada nesse mercado, ratificaram as informações prestadas com relação à aquisição direta de programas no exterior, tanto diretamente das empresas distribuidoras de programação quanto em festivais de programação realizados regularmente. Apenas a título de ilustração, a NATPE (*National Association of Television Program Executives*), realiza todo mês de janeiro uma conferência, onde são comercializados programas diversos. Segundo o seu "Guia dos Programadores 2000", na conferência realizada neste ano em *New Orleans*, Estados Unidos, participaram centenas de produtores e distribuidores de várias partes do mundo, ofertando diversos programas para televisão.

27. Entretanto, cumpre salientar que, de acordo com a regulamentação da ANATEL para os serviços de TV a cabo, formalizada através do Decreto nº 2.206/97, a contratação de programação gerada no exterior deverá ser obrigatoriamente realizada através de empresa localizada no território nacional. Sendo assim, apesar de não haver limitações de ordem técnica para a aquisição de programação diretamente no exterior por parte de redes de televisão aberta e por assinatura, há uma limitação legal para as operadoras de TV a cabo. Esta limitação, todavia, não se mostra relevante neste ato de concentração em particular, haja vista que não há, dentre os clientes das requerentes em 1999, nenhuma operadora de TV a cabo, mas sim redes de televisão aberta, empresas programadoras e distribuidoras de programação, entre outras.

¹⁴ Informações prestadas em resposta ao Ofício nº 2.642/00.

¹⁵ Ver nota nº 11.

28. Sendo assim, definimos como mercado relevante geográfico desse processo o mundial, por não existirem barreiras técnicas nem jurídicas para a comercialização desses produtos internacionalmente.

4. POSSIBILIDADE DE EXERCÍCIO DE PODER DE MERCADO

29. As requerentes não apresentaram dados de suas participações no mercado definido, apenas afirmaram não possuir informações sobre o mesmo, pois não atuam diretamente no Brasil. Contudo, estimaram, sem base científica, os market shares da Pearson e da Audiofina inferiores a 1%, devido ao valor reduzido de suas receitas em 1999. Sendo assim, dada a dificuldade em se obter dados oficiais acerca deste setor, e como o mercado relevante desse processo foi definido como sendo venda de programas diversos para televisão, e o mercado geográfico mundial, passamos a expor algumas características desse mercado, baseados em informações obtidas de pesquisas em sites especializados e em ato de concentração similar.¹⁶

30. Segundo informações obtidas na Internet¹⁷, a Time Warner é a principal companhia de mídia do mundo em faturamento (US\$ 26.8 bilhões), com a Disney em segundo (US\$ 23.0 bilhões) e a Viacom em terceiro (US\$ 18.9 bilhões). Entretanto, esses faturamentos englobam todas as áreas de atuação dessas empresas, não se referindo apenas ao mercado relevante definido neste processo. A Pearson Television é uma das principais companhias de produção independente do mundo, com mais de 160 programas em produção em mais de 35 países e possui um acervo de mais de 10.000 horas de programação para televisão. A CLT-UFA, por sua vez, é a maior produtora de programas de televisão da Alemanha, produzindo mais de 1.000 horas de programação por ano.¹⁸

31. Como não temos dados que atestem com fidelidade a distribuição de

¹⁶ Ver nota nº 11.

¹⁷ Ver site : www.newsweek.com/nw-srv/printed/us/bz/viacom_1.htm. Os faturamentos são referentes ao ano de 1998.

¹⁸ Ver nota nº 2.

mercado entre os diversos participantes, passamos para a próxima etapa de análise.

5. PROBABILIDADE DE EXERCÍCIO DE PODER DE MERCADO

5.1. Efetividade da Rivalidade

32. Como foi demonstrado nos parágrafos anteriores, existe uma lista muito grande de distribuidores de programas para televisão em todo o mundo, que competem entre si, sendo eles independentes ou grandes estúdios. Essa competição envolve uma combinação de diversos fatores, incluindo preço e qualidade do produto. O grande diferencial entre eles é o seu portfólio mais atraente, mais popular, de títulos em determinada época. A dinâmica desse mercado é muito grande, pois títulos novos vão sendo produzidos continuamente, com o intuito de desenvolver programas de sucesso e, assim, atingir altos índices de audiência. Quando esses índices são atingidos, a demanda pelos direitos de transmissão do programa aumenta, resultando em maiores ganhos para o produtor/distribuidor responsável pelo mesmo. Por outro lado, reduções de preços de programas pouco populares têm pouco impacto. Assim, concluímos que a competição nesse mercado se dá, principalmente, pela inovação do produto, haja vista que a demanda por programas pouco populares é relativamente inelástica em relação a preço.¹⁹

33. Quanto à possibilidade de substituição dos programas comercializados pelas requerentes, em consulta já realizada²⁰, todos os clientes foram unânimes em afirmar que não há grandes empecilhos para tal procedimento, haja vista a grande quantidade de programas disponíveis no mercado, e que estudariam a substituição de algum programa caso a caso, especialmente se fosse notado aumentos de preços e quedas na qualidade dos mesmos.

34. Finalmente, verificando a lista de programas vendidos a clientes

¹⁹ Informações coletadas em pesquisas realizadas no ato de concentração n.º 08012.009071/99-45, envolvendo as empresas Viacom Inc. e CBS Corporation.

²⁰ Idem.

brasileiros em 1999 pela Pearson e pela Audiofina²¹, nota-se a pouca relevância dos mesmos para as empresas apontadas como principais clientes. Apenas como exemplo, naquele ano a TVA adquiriu apenas dois títulos da Pearson, no gênero “Situações de comédia”, enquanto a TV Globo adquiriu cinco títulos, todos classificados como filmes; a HBO adquiriu quatro programas, todos filmes; e a Rede Bandeirantes adquiriu apenas um programa, classificado como série dramática. Com relação à Audiofina, esta comercializou no Brasil em 1999 apenas nove programas, distribuídos entre quatro clientes, todos classificados como longa metragens e séries infantis. Apesar de não possuímos dados acerca do peso relativo de cada programa nas grades de programação dos clientes citados, certamente, dado o tamanho destas empresas, podemos inferir a pouca importância dos produtos da Pearson e da Audiofina para as mesmas.

6. RECOMENDAÇÃO

35. Tendo em vista todas as informações contidas nos parágrafos anteriores, dando conta da efetiva rivalidade existente nesse mercado, não temos razão para acreditar que a nova empresa criada (RTL Group) possa exercer, no Brasil, poder de mercado devido ao incremento no seu *market share* mundial. Como as empresas atuantes nesse mercado são muitas e o nº de programas para televisão é bastante elevado, os clientes da Pearson TV e da CLT-UFA (Audiofina) têm diversas opções para desviarem sua demanda para os outros ofertantes de programas substitutos. A nova empresa dificilmente aumentará seus preços em decorrência da presente operação, e muito mais improvável seria a redução no número de programas produzidos e quedas de qualidade nos mesmos, sob pena de perda de mercado para seus concorrentes.

36. A presença de muitos concorrentes no mercado relevante definido inibe qualquer hipótese de exercício de poder de mercado por parte da empresa concentrada. Alia-se a esse fato a pouca relevância dos programas dessa empresa nas

²¹ Ver nota nº 14.

programações das redes televisivas brasileiras, e a facilidade de substituição desses programas por outros semelhantes. Em resumo, há quantidade e qualidade suficiente de competidores, nesse mercado, para inibir qualquer hipótese de utilização do poder de mercado, por parte da nova empresa, que implique um efeito líquido negativo no bem estar econômico dos consumidores brasileiros.

37. Sendo assim, entendemos que a presente operação não acarreta restrição ou prejuízo à concorrência, sendo, portanto, passível de aprovação.

À apreciação superior.

MÁRIO SÉRGIO ROCHA GORDILHO JÚNIOR
Assistente Técnico

CLEVELAND PRATES TEIXEIRA
Coordenador-Geral de Comércio e Serviços

De acordo.

CLÁUDIO MONTEIRO CONSIDERA
Secretário de Acompanhamento Econômico