



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

Parecer n.º 287 COBED/COGPI/SEAE/MF

Rio de Janeiro, 11 de outubro de 2001

Referência: Ofício SDE/GAB N.º 184, de 15/01/2001

Assunto: ATO DE CONCENTRAÇÃO N.º 08012.000216/2001-37

Requerentes: Diageo PLC, Pernod Ricard S/A e Vivendi Universal S.A.

Operação: aquisição, pela Diageo PLC e Pernod Ricard S.A., da empresa The Seagram Company Ltd., no setor de bebidas.

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 n.º 8.884/94, Parecer Técnico referente à aquisição empresa The Seagram Company Ltd. pelas empresas Diageo PLC e Pernod Ricard S.A.

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.

I. DAS REQUERENTES

I.1 GRUPO DIAGEO

O Grupo britânico Diageo, cuja área de atuação é a do setor de bens de consumo, foi criado em dezembro de 1997 a partir da fusão entre as empresas Guinness e GrandMet. O Grupo, cujo maior acionista é a BNY, possui um grande portfólio de marcas de bebidas e alimentos, dentre as quais destacam-se Smirnoff, Johnnie Walker, J & B, Gordon's, Pillsbury, Haagen-Dazs, Burger King. O faturamento mundial do Grupo Diageo, no exercício de 1999, foi da ordem de £ 11,8 bilhões.

No âmbito do Mercosul, excetuando-se o Brasil, o Grupo encontra-se representado pelas seguintes empresas, cujo faturamento, no último exercício, foi da ordem de £ 128 milhões:

- ◆ Bdega Navarro Correias S/A – Argentina
- ◆ Burger King
- ◆ CINB S/A Destiladora Internacional S/A – Argentina
- ◆ Cinter International Brans
- ◆ Gilbery S/A – Uruguai
- ◆ Haägen Dazz
- ◆ Kenston Sales and Serices Inc. S/A – Uruguai
- ◆ Pillsbury Alimentos
- ◆ UDV Carrau S/A - Uruguai
- ◆ UDV Paraguai S.R.L. – Paraguai
- ◆ United Distillers & Vintners Paraguay S.R.L. – Paraguai

No Brasil, o Grupo encontra-se representado pelas seguintes empresas, que lhe renderam um faturamento da ordem de £ 127 milhões, no exercício financeiro de 1999:

- ◆ B.K. do Brasil Ltda.
- ◆ Cinter International Brands Indústria e Comércio Ltda.
- ◆ Dreher S/A Vinhos e Champanhas
- ◆ Forno de Minas
- ◆ Frescarini
- ◆ Haägen Dazz
- ◆ UDV Holdings Brasil Ltda.
- ◆ UDV Indústria e Comércio Ltda.
- ◆ UDV Marketing e Serviços Ltda.
- ◆ United Distillers & Vintners Brasil Ltda.

Vale ressaltar que no decorrer dos últimos três anos, o Grupo Diageo promoveu as seguintes aquisições com reflexos no mercado nacional:

- Aquisição da Forno de Minas pela Pillsbury
- Alienação da Pillsbury para a General Mills
- Aquisição da participação de 30% detida pela Pernod Ricard no capital social da UDV Indústria e Comércio
- Alienação da UDV Indústria e Comércio para a Campari

1.2 GRUPO PERNOD-RICARD

O Grupo Pernod-Ricard foi criado em 1975, fruto da fusão de dois fabricantes de bebidas de anis, Pernod e Ricard. Atualmente, o Grupo, presente em 45 países, atua no mercado de bebidas destiladas e vinhos. Seus maiores acionistas são a S.A. Paul Ricard e a Société Immobilière et Financière pour l'Alimentation, com 11,6% e 10,2% de seu capital social, respectivamente. No ano de 1999, o Grupo registrou um faturamento mundial de aproximadamente US\$ 3,8 bilhões.

No Brasil, o Grupo registrou um faturamento da ordem de £ 102 milhões e encontra-se representado pela empresa Pernod-Ricard, criada no ano 2000. No Mercosul, o Grupo está representado pelas empresas Pernod Ricard, na Argentina e Pramsur, no Uruguai.

Segundo informações prestadas pelas requerentes, a única operação realizada pelo Grupo Ricard Pernod foi aquela referente à alienação de 30% do capital social da UDV Indústria e Comércio para a Selviac (Grupo Diageo), ocorrida em 26/10/2000 e que encontra-se em fase de análise no âmbito do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência.

1.3 GRUPO VIVENDI

Vivendi Universal S/A é uma sociedade de capital aberto - originada pela fusão da Vivendi, Seagram e Canal +, e cujas ações estão listadas na Bolsa de Valores de Paris. Dentre os seus mais de 600 mil acionistas nenhum detém participação superior a 5% de seu capital social.

Criada em 1853 em Paris para atuar no mercado de distribuição de água, a empresa ampliou, com o passar dos anos, sua área de atuação, diversificando para os setores de comunicação no início da década de 80, através do sistema de TV paga (Canal +), telefonia móvel (SFR), publicação, multimídia, Internet, etc.

Atualmente, o Grupo tem atividades operacionais em mais de 100 países, conta com um quadro de funcionários de cerca de 250 mil pessoas e registrou um faturamento de aproximadamente EUR 41,6 bilhões, no exercício financeiro de 1999.

No Brasil, o Grupo Vivendi, cujo faturamento obtido no último exercício financeiro foi de aproximadamente EUR 23,4 milhões, encontra-se representado pelas seguintes empresas:

- ◆ CIC Vídeo Ltda.
- ◆ Fonobras – Distribuidora Fonográfica Brasileira Ltda.
- ◆ Geral ISV Brasil Ltda.
- ◆ MCA do Brasil Editora Musical Ltda.
- ◆ MusiClub
- ◆ Phoninvest Participações Ltda.
- ◆ PolyGram do Brasil Ltda.
- ◆ Sanepar
- ◆ Seagram do Brasil Indústria e Comércio Ltda.
- ◆ Telecine Programação de Filmes Ltda.
- ◆ United International Pictures Distribuidora de Filmes Ltda.

- ◆ Universal TV Filmes do Brasil Ltda.
- ◆ USA Brasil Programadora Ltda.

No âmbito do Mercosul, excetuando-se o Brasil, o Grupo Vivendi registrou um faturamento da ordem de EUR 64,2 milhões e encontra-se presente através das seguintes empresas:

- ◆ Seagram de Argentina S.A.I.C. – Argentina
- ◆ United Internacional Pictures S. de RL – Argentina
- ◆ Universal Music Argentina S/A – Argentina
- ◆ Universal Music Publishing S/A
- ◆ Valentin Biachi S.A.I.F. – Argentina
- ◆ Seagram del Uruguay – Uruguai
- ◆ Universal Music Uruguay S/A – Uruguai

No decorrer dos últimos três anos, o Grupo Vivendi promoveu as seguintes operações com reflexos no mercado nacional:

- Aquisição da Intranscol pela CGEA Brasil Participações Ltda.
- Aquisição de participação nas editoras Ática e Scipione, pela Havas S/A
- Aquisição da Seagram
- Aquisição da totalidade das ações da Polygram NV pela Seagram Company Ltd.

II. DA OPERAÇÃO

Trata-se da aquisição, realizada em âmbito mundial pelas empresas Diageo PLC e Pernod Ricard S/A, da empresa The Seagram Company Ltd., controlada pelo Grupo Vivendi.

De acordo com informações prestadas pelas requerentes, Diageo PLC e Pernod Ricard assinaram em 19 de dezembro de 2000 o Contrato de Compra e Venda pelo qual adquiriram os negócios de bebidas destiladas e vinhos da empresa The Seagram Company Ltd., pelo valor de R\$ 15,9 bilhões (US\$ 8,15 bilhões)¹. Desta forma, segundo ainda as requerentes, Diageo e Pernod ficarão com o negócio de bebidas do portfólio da Seagram e acordaram trabalhar conjuntamente para a venda dos demais negócios. O “Framework Ageement” (Acordo) entre Diageo e Pernod Ricard regula tanto a divisão das marcas entre as empresas adquirentes como a administração provisória das marcas que serão posteriormente vendidas.

A estrutura societária da The Seagram Company Ltd. antes e depois da operação encontra-se configurada no Quadro I a seguir.

Tabela I
Estrutura Societária
The Seagram Company Ltd.

Controlador	Antes da Operação	Depois da Operação
Vivendi	100%	

¹ Taxa de câmbio para compra em 19/12/00=1,9548. Fonte: BACEN

Diageo	-	61,3%
Pernod Ricard	-	38,7%

Fonte: Requerentes

Para a Diageo, a aquisição dos negócios de bebidas destiladas e vinhos da Seagram é parte do processo de transformação de um grupo de bebidas e alimentos com quatro divisões em um participante mundial na indústria de bebidas alcoólicas. As marcas adquiridas – que incluem Crown Royal, VO Canadian Whiskies, Captain Morgan Rum e 7 Crown American Whisky – irão complementar e diversificar as marcas já oferecidas pela Diageo. Para a Pernod Ricard, a aquisição permitirá ampliar o alcance geográfico de seu portfólio de produtos com a adição de certas marcas bem conhecidas da Seagram.

Cumpra-se destacar que, segundo informações prestadas pelas requerentes e conforme o estabelecido no Framework and Implementation Agreement, apesar da Pernod Ricard e a Diageo terem adquirido em conjunto o negócio de bebidas alcoólicas da Seagram, elas permanecem como sociedades totalmente independentes e que não há participação societária cruzada entre elas e que as mesmas pertencem a grupos econômicos distintos.

Ainda, de acordo com as requerentes e as cláusulas do *FIA*, o negócio de bebidas alcoólicas da Seagram não será administrado em conjunto pela Pernod Ricard e Diageo em nenhum país do mundo. No caso específico do Brasil, o negócio de bebidas da Seagram será inteiramente transferido para a Pernod Ricard – cuja participação no mercado nacional de bebidas alcoólicas é extremamente reduzida – sem absolutamente nenhuma interferência da Diageo.

O presente ato, submetido ao Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência em 11/01/01, em cumprimento ao disposto no § 3º do art. 54 da Lei 8.884/94, também foi apresentado as jurisdições da África do Sul, Argentina, Canadá, Colômbia, Comissão Européia, Coréia, Eslováquia, Estados Unidos da América, México, Polônia, Turquia e Venezuela.

III DEFINIÇÃO DO MERCADO RELEVANTE

III.1 Dimensão Produto

A atuação das empresas requerentes se dá através da fabricação, comercialização e distribuição de bebidas alcoólicas.

O mercado de bebidas alcoólicas é dividido em dois principais segmentos: o de bebidas destiladas (whisky, vodka, gin, conhaque, aguardente, tequila, rum, licor, etc.) e o de bebidas fermentadas (vinho, cerveja, champanhe, etc.), que, pelo lado da oferta, diferem essencialmente em relação aos seus respectivos processos de produção e características físicas.

Do ponto de vista da demanda, numa análise preliminar, as bebidas alcoólicas podem ser substituídas entre si. Porém, a diferenciação dos produtos a partir dos respectivos preços de comercialização, a forma de uso (local, clima, horário, etc.), a importância da qualidade do produto em relação ao *status* do indivíduo e a escolha por gosto, são elementos que

poderão indicar várias subdivisões desse mercado e permitirão restringir a identificação do conjunto de agentes que influenciarão as decisões econômicas que se deseja analisar.

Imperativo frisar que em relação a bebida alcoólica denominada whisky, há que se considerar a diferenciação por conta da qualidade, sinalizada especialmente pelo tempo de envelhecimento e, portanto, refletida nas diferentes faixas de preço. Essas diferenças de preços entre os whiskies envelhecidos por 3 anos aqueles envelhecidos por 8 ou 12 anos é de, no mínimo, 150%, podendo chegar até a 800%.

Conforme restará demonstrado na Tabela II, a seguir, as empresas requerentes atuam nos mercados de bebidas destiladas e de bebidas fermentadas. Entretanto, elas atuam ao mesmo tempo apenas nos mercados de vinho, licor, gin, rum, tequila, aguardente, vodka, whisky nacional e whisky importado (standard e de luxe).

Tabela II
Produtos Ofertados pelas Requerentes no mundo

Produto	Seagram	Diageo	Pernod Ricard
Vinho	x	x	x
Champagne	x		
Conhaque	x		
Aguardente	x	x	
Licor	x	x	x
Tequila	x	x	
Rum	x	x	x
Vodka	x	x	
Gin		X	
Tequila		X	
Whisky Nacional	x	x	
Whisky Importado (standard)	x	x	x
Whisky Importado (de luxe)	x	x	

Fonte: Requerentes

Com base nas considerações acima, poder-se-ia definir, inicialmente, os mercados relevantes dos produtos como sendo os de vinho, licor, rum, aguardente, vodka, whisky nacional, whisky importado (standard) e whisky importado (de luxe).

As marcas de bebidas alcólicas ofertadas pelos Grupos das três empresas requerentes são as seguintes:

	Rum	Vodka	Licor
Diageo	Malibu	Sminorff Sminorff Black	Drambuie Sheridans
Pernod Ricard	Havana Club	-----	Liqueur Suze Liqueurs

Seagram	Montila	Orloff Orloff DC	Cusenier Liqueur Pernod Liqueur Ricard Godiva
---------	---------	---------------------	--------------------------------------------------------

VINHO			
	Diageo	Blossom Hill João Pires Periquita Casillero Del Diabo Baron Philippe Mouton Cadet	
	Pernod Ricard	Etchart, Terra Andina Jacob's Creek Alexis Lichine	
	Seagram	Bg Beaujolais Nouveau Bg Beaujolais Village Bianchi Chablis Bg Saint Emillion Bg Shateau Magnol Bg Sauterne Bg Cotes Du D'Anjou Bg Merlot Bg Chat Du Pape Sauvignon Blanc Bg Pinot Noir	

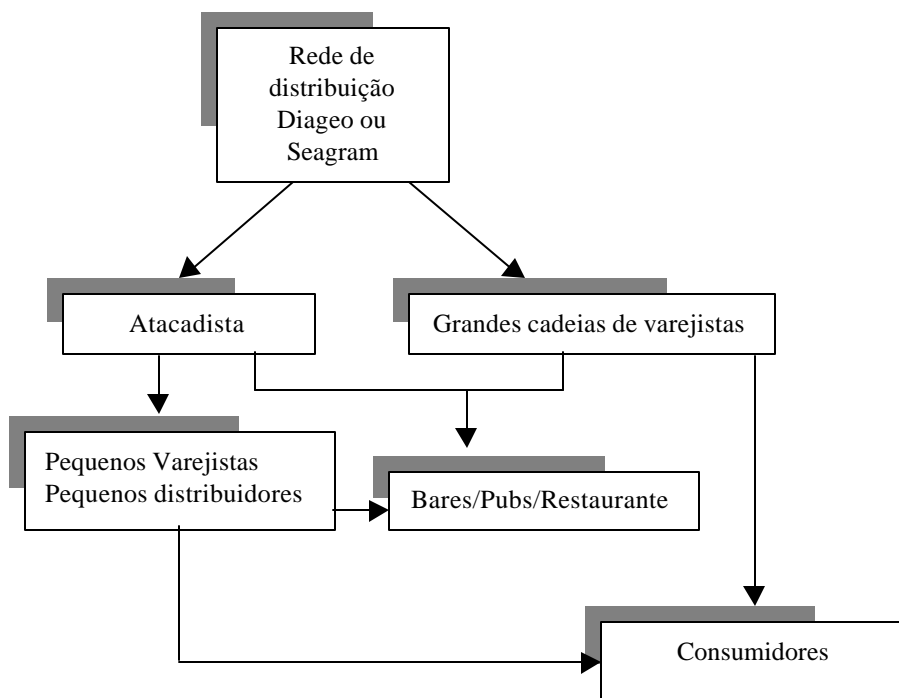
Whisky		
	Diageo	Gold Cup J&B Johnnie Walker Logan White Horse Old Parr Talisker Glenkinchie Cardhu Cragganmore Dalwhinnie Oban
	Pernod Ricard	Clan Campbell Jameson
	Seagram	The Glenlivet Longmom Strathisla Glen Keith Benriach Royal Salute

Chivas Regal
 Passport
 Black Jack
 Blender's Pride
 Natu Nobilis
 Queen Anne
 100 Pipers

III.2 Dimensão Geográfica

Preliminarmente, torna-se necessário explicitar a forma pela qual ocorre a distribuição de bebidas alcoólicas. A prática usual do sistema de distribuição neste segmento² ocorre através de centros de distribuição, em geral dois ou três, espalhados pelo país, os quais são designados para cumprir as necessidades dos clientes. Tais centros vendem e entregam os produtos tanto para os atacadistas quanto para grandes cadeias varejistas, denominadas “mercado quente” ou canal normal. Apenas uma pequena parte dos produtos é vendida diretamente para pequenos varejistas e para restaurantes, bares e pubs, denominados “mercado frio” ou canal dose.

Exemplificando, o organograma abaixo demonstra a forma pela qual ocorre o processo de distribuição dos diversos tipos de bebidas alcoólicas da Diageo³ e da Seagram⁴.

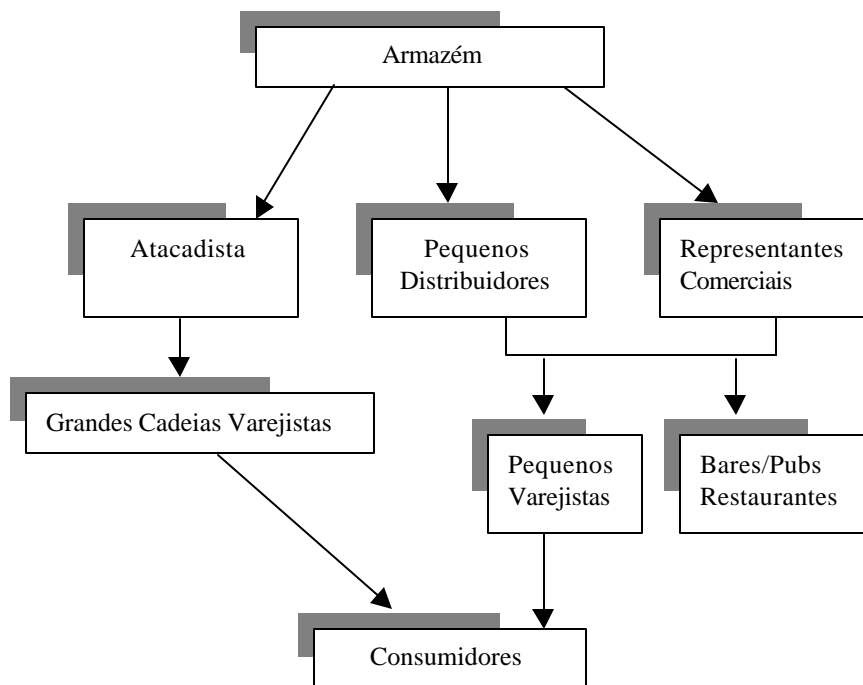


² É possível importar bebidas diretamente de negociadores localizados fora do país, isto é, de distribuidores não oficiais. Porém, o grau de insegurança em relação a qualidade e ao certificado de garantia do produto fazem com que este tipo de importação seja bastante diminuto.

³ Não possui nenhuma fábrica instalada no Brasil, apenas uma rede de distribuição.

⁴ Possui fábrica e rede de distribuição no Brasil.

Com relação à Pernod Ricard⁵, o seu sistema de distribuição funciona da seguinte forma: um pequeno armazém, pertencente à terceiros, localizado em São Paulo, é destinado a armazenar sua linha de produtos. Ocorrem vendas diretas para os atacadistas e também são realizados negócios com pequenos distribuidores e através de representantes comerciais.



Dadas as considerações acima, considerar-se-á, para fins da presente análise, o mercado relevante na dimensão geográfica como sendo a totalidade do território nacional.

Ademais, há que se considerar, na análise do presente parecer técnico, que (i) o negócio de bebidas alcoólicas da Seagram não será administrado em conjunto pela Pernod Ricard e Diageo em nenhum país do mundo e (ii) em relação ao Brasil, o negócio de bebidas da Seagram será inteiramente transferido para a Pernod Ricard, sem nenhuma interferência por parte da Diageo. Assim, depreende-se que no mercado nacional há sobreposição de atividades somente nos segmentos de vinho, rum, licor e whisky importado (standard e de luxe).

Tabela III
Produtos Ofertados pelas Requerentes no Brasil

Produto	Seagram	Pernod Ricard
Vinho	X	X
Licor	X	X
Rum	X	X
Whisky Importado (standard)	X	X

Fonte: Requerentes

⁵ Não possui nenhuma fábrica instalada no Brasil.

IV. POSSIBILIDADE DO EXERCÍCIO DO PODER DE MERCADO

IV.1 Determinação da Parcela de Mercado das Requerentes

No mercado de rum, a realização do negócio proporcionará à Seagram e à Pernod Ricard um *market share* conjunto da ordem de no máximo 66,7%, dado que antes da operação a Seagram detinha 66,0% e a Pernod Ricard pouco menos de 0,7%.

Tabela IV
Mercado de Rum - Estrutura da Oferta

Empresas	1997	1998	1999	2000
Seagram	55,90%	57,80%	66,30%	66,00%
Diageo	5,10%	3,90%	2,40%	1,50%
Bacardi-Martini	38,20%	37,60%	30,80%	31,80%
Outros	0,80%	0,70%	0,50%	0,70%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fonte: Requerentes

Em relação ao mercado de licores a participação de mercado das empresas requerentes é extremamente diminuta. De fato, do volume total do segmento de licores comercializado, estimado pelas requerentes entre 16 milhões e 16,5 milhões de litros, o Grupo Pernod Ricard detém somente 0,2%, e a Seagram cerca de 0,1%, o que totaliza um *market share* conjunto de 0,3%. Vale destacar que as requerentes informaram não dispor dos dados específicos do mercado de licores, ou seja, todos os seus ofertantes e suas respectivas participações de mercado.

No mercado de vinho, a realização do negócio proporcionará à Seagram e à Pernod Ricard um *market share* conjunto da ordem de 8,83%, dado que antes da operação a Seagram detinha 8,80% e a Pernod Ricard 0,03%.

Tabela V
Mercado de Vinho
Estrutura da Oferta

Empresas	1997	1998	1999	2000
Seagram	19,20%	16,50%	13,30%	8,80%
Diageo	4,60%	4,10%	2,50%	2,20%
Aurora	10,9%	11,1%	15,6%	16,1%
Salton	9,9%	9,0%	7,9%	9,0%
Bacardi Martini	8,5%	9,7%	8,5%	6,6%
Schwarze Katz	ND	ND	0,0	0,0
Miolo	ND	ND	0,4%	1,6%
Outros(imp./nac.)	46,%8	49,5%	51,6%	55,8%

Fonte: Requerentes

Quanto ao mercado de whisky importado, há que se frisar inicialmente que a Tabela VI configura as participações de mercado dos ofertantes, segmentadas pelos dois tipos, standard e de luxo, pelas razões expostas no item III.1 do presente parecer técnico (especialmente o diferencial de preço), totalizando 100% para o universo de whisky importado.

Isto posto, depreende-se, através da referida tabela, que no mercado de whisky importado dos tipos standard e de luxo, a concretização da operação proporcionará um *market share* conjunto da ordem de 6,2%, uma vez que a Seagram detém 5,9% e a Pernod Ricard, incluída no item outros, detém 0,3%.

Tabela VI
Mercado de Whisky Importado – Standard e De Luxe
Estrutura da Oferta

Empresa	1997		1998		1999		2000	
	Standard	De luxe	Standard	De luxe	Standard	De luxe	Standard	De luxe
Seagram ⁶	20,7%	7,0%	18,3%	6,4%	0,3%	7,5%	0,1%	5,8%
Diageo	32,7%	5,8%	35,5%	7,0%	47,5%	7,1%	54,0%	7,7%
Aurora	0,9%	-	1,3%	-	1,8%	-	1,8%	-
Mac Gregor	2,8%	-	2,3%	-	1,8%	-	1,4%	-
A Domecq	8,6%	2,9%	9,1%	3,5%	10,7%	3,9%	10,1%	3,6%
Chabdon	3,8%	2,5%	4,9%	1,7%	4,0%	2,1%	3,9%	2,0%
Dewar's	ND	-	ND	-	0,6%	-	0,6%	-
Glenfiddich	ND	-	ND	-	0,1%	-	0,1%	-
Grant's	8,5%	-	5,6	-	6,7%	-	7,4%	-
H. Ledader	ND	-	ND	-	0,1%	-	0,0%	-
Jim Beam	ND	-	ND	-	0,3%	-	0,3%	-
Muller	ND	-	ND	-	0,0%	-	0,0%	-
R Citation	0,0%	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%	-
WLawson's	ND	-	ND	-	1,5%	-	1,1%	-
Outros	3,9%	0,9%	4,3%	0,7%	3,2%	0,1%	3,0%	0,1%
Total	100%		100%		100%		100%	

Fonte: Requerentes

Isto posto, conclui-se que nos mercados de licor, vinho e whisky importado (standard e de luxo) o *market share* conjunto das empresas Seagram e Pernod Ricard é suficientemente pequeno em relação ao total ofertado no mercado. De fato, as participações conjuntas das empresas naqueles mercados alcançam respectivamente 0,3%, 8,83% e 6,2%, não ultrapassando, portanto, os percentuais considerados aceitáveis pelo Guia para Análise Econômica de Atos de Concentração desta SEAE e o estabelecido na Lei nº 8.884/94.

Em relação ao segmento de rum, vale destacar que a Seagram já era líder do segmento com 66% e, portanto, o acréscimo de 0,7% não provocará alterações significativas na estrutura do mercado para tornar viável o exercício do poder de mercado das empresas concentradas.

Cumprido destacar que a empresa Bacardi Martini do Brasil Ind. e Com. Ltda. solicitou vistas do presente ato de concentração, em resposta ao Ofício SEAE nº 1.070, de 14/03/01, ocasião em que esta Secretaria solicitou àquela empresa que se posicionasse sobre os aspectos positivos e negativos do novo processo de concorrência no mercado de bebidas

⁶ Segundo informações prestadas pelas requerentes, “a participação de mercado de whisky importado *standard* da Seagram apresentou uma redução porque até 1998 a marca Passport era importada e, portanto, seu volume era indicado como whisky importado. Entretanto, a partir de 1999 ele passou a ser engarrafado no Brasil e, portanto, não pode ser enquadrado como whisky importado”.

alcoólicas destiladas e fermentadas, bem como formulou outras questões de ordem estritamente técnica que pudessem auxiliar a análise.

Deferido o pedido de vistas e a conseqüente dilação do prazo para o atendimento do ofício acima referenciado, a Bacardi Martini do Brasil Ind. e Com. Ltda., informou, em 14/05/01, que da operação realizada entre The Seagram Company Ltd., Diageo PLC e Pernod Ricard S.A. “poderia advir efeitos anti-concorrenciais a afetar os mercados relevantes em questão”. Ainda em resposta ao referido ofício, a Bacardi Martini do Brasil Ind. e Com. Ltda. requereu a esta SEAE que expedisse ofícios aos distribuidores e pontos de venda mencionados nos Anexos I e II, bem como para as empresas requerentes no sentido de informarem se elas mantêm ou já mantiveram contratos de exclusividade de distribuição de bebidas alcoólicas com qualquer dos distribuidores e pontos de venda mencionados nos Anexos I e II.

Como esta SEAE já havia, anteriormente, oficiado todos os distribuidores e pontos de venda, listados nos Anexos I e II, que se posicionaram no sentido de que da operação não resultariam efeitos anticompetitivos, esta Secretaria decidiu por solicitar somente às empresas requerentes esclarecimentos sobre a existência de contratos de exclusividade com distribuidores. Em resposta ao Ofício SEAE nº 2.495, as empresas requerentes informaram “que nunca celebraram contratos de exclusividade com quaisquer distribuidores e que na verdade não existe nenhuma exclusividade com os distribuidores de bebidas alcoólicas fermentadas e/ou destiladas”.

Em 6 de julho p.p, a Bacardi Martini do Brasil Ind. e Com. Ltda., por meio de seus representantes legais, solicitou novo pedido de vistas para extração de cópia de documentos constantes nos autos, no que foi prontamente atendida. Em visita realizada a esta SEAE, em 14 de setembro p.p., os representantes legais da Bacardi informaram que o Grupo UDV mantém contratos de exclusividade com o canal dose e entregaram somente duas cópias de documentos denominados “propostas de acordo de parceria comercial” supostamente emitidas pelo Grupo UDV, os quais, todavia, não apresentavam nenhuma prova de autenticação e tão pouco os nomes dos estabelecimentos comerciais envolvidos, uma vez que os próprios representantes legais da Bacardi Martini do Brasil Ind. e Com. Ltda. informaram que haviam retirado de tais documentos seus nomes por questões de confidencialidade.

Esta SEAE decidiu, então, solicitar à Bacardi Martini do Brasil Ind. e Com. Ltda., através do Ofício nº 4.197, de 17/09/01, que fossem protocolados até o dia 24 setembro os documentos comprobatórios da existência de contratos de exclusividade do Grupo UDV com o chamado mercado dose. Na data estipulada por esta Secretaria, os representantes legais da referida empresa solicitaram dilação de prazo de 8 (oito) dias para a apresentação dos documentos, no que foi prontamente atendida, através do Ofício nº 4.317, de 25/09/01, que determinou o dia 02/10/01 para seu devido cumprimento. No dia 02/10/01, os representantes legais da Bacardi solicitaram nova dilação de prazo de 8 (oito) dias para a apresentação dos documentos. Igualmente, foi atendida através do Ofício SEAE nº 4.412, que concedeu a prorrogação do prazo até o dia 10/10/01, ocasião em que a Bacardi solicitou nova dilação de prazo de 8 (oito) dias para a apresentação dos documentos.

Como da presente operação não resultam ou se potencializam os possíveis efeitos danosos no mercado dose, alegados pela Bacardi, entendemos que, a partir dos elementos trazidos à

análise até este momento e apresentados neste parecer, a operação realizada entre a Diageo PLC, Pernod Ricard S/A e The Seagram Company Ltd. pode ser aprovada sem restrições.

VI. RECOMENDAÇÃO

De todo o exposto acima, conclui-se que a operação, na forma apresentada – em que cláusulas do Framework and Implementation Agreement estabelecem que o negócio de bebidas alcoólicas da Seagram não será administrado em conjunto pela Pernod Ricard e Diageo e que no caso específico do Brasil, o negócio de bebidas da Seagram será inteiramente transferido para a Pernod Ricard – não gera o controle de parcelas de mercado suficientemente altas que possam resultar em efeitos anticompetitivos nos respectivos mercados relevantes. Desta forma, esta SEAE recomenda sua aprovação sem restrições.

Esta SEAE frisa, entretanto, que no caso de haver alterações no Framework and Implementation Agreement, especialmente no que diz respeito ao mercado nacional, a presente operação deverá submeter-se à nova apreciação por parte do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência.

Por último, cabe salientar que esta SEAE decidiu instaurar um procedimento administrativo com o objetivo de investigar a existência de uma possível conduta anticoncorrencial - fechamento do mercado dose - por parte do Grupo UDV e demais ofertantes de bebidas alcoólicas destiladas e ou fermentadas.

À apreciação superior.

ILMAR GAZÉ HOLGUIN VELEZ
Técnica

CLAUDIA VIDAL MONNERAT DO VALLE
Coordenadora COBED

CRISTIANE ALKMIN JUNQUEIRA SCHMIDT
Coordenadora Geral

De Acordo.

CLAUDIO MONTEIRO CONSIDERA
Secretário de Acompanhamento Econômico