



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria de Acompanhamento Econômico
Coordenação de Produtos Industriais

Parecer nº 117/CONDU/COGPI/SEAE/MF

Rio de Janeiro, 10 de maio de 2001

Referência: Ofício SDE/GAB nº 5565/00, de 20 de outubro de 2000.

Assunto: ATO DE CONCENTRAÇÃO nº
08012.005447/2000-56

Requerentes: Davide Campari-Milano
S.p.A. e Selviac Nederland BV.

Operação: Aquisição pela Davide
Campari-Milano da totalidade das quotas
da empresa brasileira UDV Indústria e
Comércio Ltda. pertencente à Selviac.

Recomendação:

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 DAVIDE CAMPARI-MILANO S.p.A. e SELVIAC NEDERLAND BV.

“O presente parecer técnico destina-se à instrução de processo constituído na forma da 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 – Davide Campari-Milano S.p.A.

Davide Campari-Milano S.p.A., doravante "Campari", é uma empresa de origem italiana, pertencente ao Grupo Campari. Atua na indústria de bebidas, oferecendo em seu portfólio uma vasta gama de produtos, que inclui vinhos espumantes, destilados e águas, dentre outros. O portfólio da Campari inclui diversas marcas conhecidas, tais como a própria bebida conhecida como Campari, o licor Cynar e o vermute Cinzano, distribuídos em cerca de 190 países.

A empresa requerente Campari não atua no país. Faturou US\$87.785.000,00 (oitenta e sete milhões, setecentos e oitenta e cinco mil dólares) no mundo, o equivalente a R\$159.329.000,00 (cento e cinquenta e nove mil, trezentos e vinte e nove mil reais). No Brasil, o Grupo Campari atua na produção, engarrafamento e distribuição dos produtos oferecidos pelas demais empresas do grupo. O Grupo Campari faturou, em 1999, US\$17.412.000,00 (dezessete milhões, quatrocentos e doze mil dólares), cerca de R\$31.602.000,00 (trinta e um milhões, seiscentos e dois mil reais) no Brasil. Faturou na Mercosul¹ US\$521.000,00 (quinhentos e vinte um mil dólares), cerca de R\$945.000,00 (novecentos e quarenta e cinco mil reais) e US\$463.131.000,00 (quatrocentos e sessenta e três milhões, cento e trinta um mil) no mundo, o equivalente a R\$840.582.000,00 (oitocentos e quarenta milhões, quinhentos e oitenta e dois mil reais)².

Quadro I - Acionista da Campari

ACIONISTA	PARTICIPAÇÃO NO CAPITAL SOCIAL (%)
Alicros S.r.l.	50,9
Wessanen Europa B.V.	35,0
Gioch S.A.	14,0
Outros	0,1
TOTAL	100,0

Fonte: Requerentes.

I.2 – Selviac Nederland BV

A Selviac Nederland BV, doravante "Selviac", é uma companhia sediada na Holanda que não exerce quaisquer atividades operacionais. Com efeito, corresponde a uma *holding*, controlada pelo Grupo Diageo, cuja nacionalidade é britânica, e detentora da UDV Indústria e Comércio Ltda., doravante "UDVIC", objeto da presente operação.

O Grupo Diageo tem atuação em nível mundial, apresentando atividades na indústria de bebidas - vinho, destilados, cerveja, águas e outros -, bem como na administração de cadeias de restaurantes. Dentre as marcas presentes em seu portfólio encontram-se as conhecidas Smirnoff, Johnnie Walker, Guinness e Burger King.

A UDVIC, por sua vez, é uma empresa brasileira, atuante no ramo de bebidas, sendo responsável pela produção e distribuição de diversos produtos, tais como misturas para

¹ Exceto Brasil.

² Taxa de conversão média do ano de 1999: R\$/US\$ = 1,815

coquetéis, aguardente, cerveja, uísque, malte, conhaque, vodca, gim, rum, licor, tequila e vinhos de diversas nacionalidades. É importante frisar que diversas das marcas produzidas pela UDVIC pertencem a terceiros, sendo que esta responsabiliza-se apenas pelo seu processo produtivo. Conseqüentemente, apenas as marcas pertencentes à UDVIC serão transferidas à Campari por força da presente operação.

O Grupo Diageo faturou, no último exercício³, £127.000.000,00 (cento e vinte e sete milhões de libras esterlinas)⁴ no Brasil, cerca de R\$349.390.000,00 (trezentos e quarenta e nove milhões, trezentos e noventa mil reais), £255.000.000,00 (duzentos e cinquenta e cinco milhões de libras esterlinas) no Mercosul, aproximadamente R\$701.532.000,00 (setecentos e um milhões, quinhentos e trinta e dois mil reais) e £11.870.000.000,00 (onze bilhões, oitocentos milhões de libras esterlinas) no mundo.

II – Da Operação

De acordo com o Contrato de Compra, celebrado no exterior com efeitos no território brasileiro, entre Selviac e Campari, em 26 de setembro de 2000, a Selviac concordou em vender à Campari todas as quotas da empresa UDVIC, bem como as ações da Gilbey S.A., uma sociedade constituída no Uruguai, e a marca registrada de uísque "Gold Cup", pelo valor total de US\$85.000.000,00 (oitenta e cinco milhões de dólares), o equivalente a R\$156.995.000,00 (cento e cinquenta e seis milhões, novecentos e noventa e cinco mil reais)⁵.

A presente operação está condicionada ao cumprimento de uma série de condições precedentes, expressamente previstas no referido contrato, a qual determina que, uma vez completadas as etapas condicionais, o efetivo fechamento da transação deverá ocorrer em 31 de março de 2001, ou em qualquer outra data desde que assim acordado por escrito entre as partes.

Assim é que a transação somente poderá ser considerada perfeita e acabada a partir da conclusão de uma série de modificações estruturais dentro da UDVIC, que se traduzirão na reestruturação referente aos seus quadros empregatícios, aos dividendos, ao resgate de capital, a determinados acordos com terceiros e aos ativos e equipamentos dessa empresa.

No Quadro II, demonstra-se a estrutura societária antes e após a operação.

ACIONISTAS	(%) Antes da operação	(%) Após a operação
Campari	-	99,99
Campari do Brasil Ltda.	-	0,01
Empresas do Grupo Diageo	100,0	-
TOTAL	100,0	100,0

Fonte: Requerentes

III – Definição Do Mercado Relevante

³ Terminado em 30/06/00

⁴ Taxa de conversão média do ano de 1999: R\$/£ = 2,7511 (£ = Libra Esterlina)

⁵ Taxa de conversão do dia 26/09/00: R\$/US\$ = 1,847

Como pode ser observado no Quadro III, há sobreposição horizontal indicando o mercado relevante afetado.

Quadro III - Linha de Produtos Ofertados pelas requerentes no Brasil

Setor de Atividade/Linha de Produtos	GRUPO CAMPARI	UDVIC
Indústria de Bebidas - Vinhos		X
Indústria de Bebidas - Destilados		
Whisky	X	X
Drinque Alcoólico Amargo	X	
Licor	X	
Conhaque		X
Vodca		X
Rum		X
Gin		X
Indústria de Bebidas - Diversos (Vermute)	X	

Fonte: Requerentes.

III.1 – Dimensão Do Produto

Conforme identificado no Quadro III, a interseção envolve os produtos produzidos pelas requerentes na Indústria de Bebidas Destiladas, mais especificamente, no mercado de Whisky.

No Quadro IV, relaciona-se o mercado de Whisky, afetado pela presente operação.

Quadro IV - Mercado de WHISKY

PRODUTOS GRUPO CAMPARI	CÓDIGO DA SITUAÇÃO(*)	PRODUTOS UDVIC
GRANT'S (8 anos)	2	
GLENFIDDICH (8 anos)	2	
ROBBIE DHU (12 anos)	2	
CLAN MacGREGOR (8 anos)	2	
	1	OLD EIGHT (3 anos)
	1	DRURY'S (3 anos)
	3	GOLD CUP (3 anos)

Fonte: Requerentes.

(*) Código da Situação: (1) Produzido e ofertado no Brasil;

(2) Importado e distribuído pela Campari do Brasil Ltda.;

(3) Apenas marca registrada

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

A partir da distinção entre bebidas destiladas e bebidas fermentadas, em razão de processos de fabricação diferenciados, dos respectivos teores alcoólicos (que indicam diferentes graus de tolerância a cada produto pelo consumidor), da forma de consumo de cada um, vinculado ao clima, hábito etc., e até dos diversos níveis de preço que envolvem a comercialização desses dois tipos de produtos, a presente análise não considerará as bebidas alcoólicas destiladas e fermentadas como substitutas.

Entretanto, do ponto de vista da demanda as bebidas destiladas podem não ser substitutas entre si, assim como as bebidas fermentadas. 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 podem determinar várias subdivisões desse mercado e permitem restringir a identificação do conjunto de fatores que influenciam a decisão de consumo.

Existem fatores que limitam a capacidade de substituição entre as bebidas pelos ofertantes. No caso específico do whisky, temos altos custos em marketing devido a necessidade de se estabelecer uma marca, mas ao mesmo tempo existem restrições legais para a publicidade. Além disso, existe ainda a necessidade de envelhecimento das bebidas. Os equipamentos para maturação são caros e o investimento tem prazo longo de maturação (no mínimo três anos).

Mais ainda, mesmo entre os diferentes whiskys existe certa diferenciação por conta da diferença na qualidade, sinalizada pelo tempo de envelhecimento e refletida nas diferenças de preço. Essa diferença de preço entre os whiskys envelhecidos por 3 anos e os envelhecidos por 8 ou 12 anos é de, no mínimo, 150% podendo chegar a 800%.

IV - Recomendação

Como o presente ato não provoca concentração horizontal ou integração vertical, conclui-se, do ponto de vista estritamente econômico, pela sua aprovação, sem restrição.

À apreciação superior.

MARCELO SOUZA AZEVEDO
Técnico

THOMPSON DA GAMA MORET SANTOS
Coordenador da CONDU

CRISTIANE ALKMIN JUNQUEIRA SCHMIDT
Coordenadora-Geral

De acordo.

CLÁUDIO MONTEIRO CONSIDERA
Secretário de Acompanhamento Econômico