



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria de Acompanhamento Econômico - SEAE

Parecer n. 488 /COGSE/SEAE/MF

Brasília, 20 de dezembro de 2001.

Referência: Ofício n.º 3606/2001/GAB/SDE/MJ, de 23 de agosto de 2001.

=====

Assunto: Ato de Concentração n.º 08012.005133/2001-34

Requerentes: Kodak Brasileira Comércio e Indústria Ltda. e
Papparazzi Estúdio Fotográfico Ltda.

Operação: Aquisição pela Papparazzi do Laboratório Procolor
Da empresa Kodak.

Recomendação: aprovação, sem restrição

Versão: pública

=====

"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 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 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."

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 **Kodak Brasileira Comércio e Indústria Ltda. e Papparazzi Estúdio Fotográfico Ltda.**

1. DAS REQUERENTES

1.1. Adquirente

1. A **Paparazzi Estúdio Fotográfico Ltda.**, doravante “Paparazzi”, é uma empresa brasileira com sede na cidade de São Paulo¹, que atua no mercado de serviços de revelação, duplicação e ampliação de filmes, relativos à fotografia amadora. O mercado de fotografia amadora caracteriza-se por oferecer produtos simples como revelação de fotos no formato 10 x 15 cm, comércio de filmes, pilhas, porta retratos e álbuns, assim como pequenas ampliações, atendendo a consumidores que possuem máquina fotográfica amadora.

2. A Paparazzi não pertence a nenhum grupo e não atua fora do país. A composição acionária da empresa é dividida entre seus dois sócios quotistas como segue:

Tabela 1
Estrutura societária da Paparazzi em 2000.

Quotistas (pessoas físicas)	Porcentagem detida (%)
Carlo Cirenza	50 %
José Rafael Nunes Lisboa	50 %
Total	100 %

Fonte: Requerentes.

3. A Paparazzi apresentou no ano 2000 um faturamento bruto no valor de R\$1.000.000,00 (um milhão de reais)². Segundo as requerentes, nos últimos três anos a empresa não realizou fusões, aquisições, associações ou constituições de novas empresas no país e no Mercosul.

¹ Av. Pedroso de Moraes nº 89, conj.1, Pinheiros, São Paulo-SP.

² Em resposta ao Ofício nº2853/01 COGSE/SEAE/MF.

1.2 Adquirida

4. O **Laboratório Procolor**, doravante “Procolor”, é uma empresa consolidada há 30 anos, situada na cidade de São Paulo, que atua na prestação de serviços fotográficos de revelação, ampliação e duplicação de filmes, voltada para o mercado profissional. O mercado de fotografia profissional caracteriza-se por oferecer produtos especializados como revelação de filmes slides e filmes em preto e branco, com formatos maiores (de 1,2 x 3.0m por exemplo), processamento de imagens e textos contidos em meio digital, confecção de painéis em PVC, além de um rol de outros produtos destinados à clientes do setor de publicidade e propaganda.

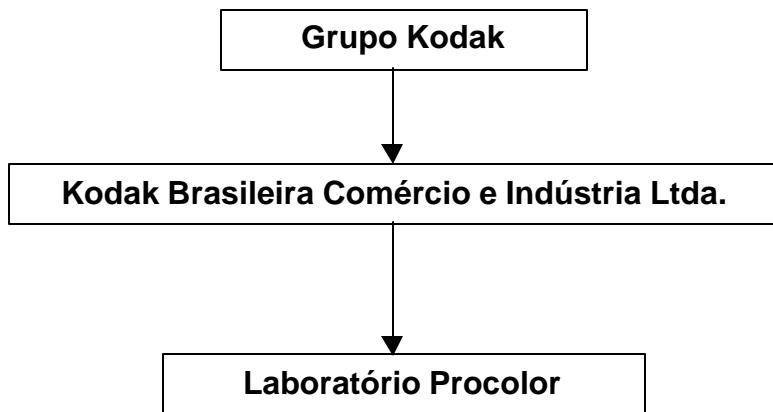
5. A Procolor é uma filial da empresa Kodak Brasileira Comércio e Indústria Ltda. Segundo as requerentes, o laboratório possui um elevado padrão de qualidade, fazendo parte de um programa mundial de controle chamado “Q-LAB”, o qual avalia a consistência no processamento de filmes reversíveis em cores.

6. A Kodak Brasileira Comércio e Indústria Ltda., doravante “Kodak Brasileira”, é uma sociedade com sede na cidade de São José dos Campos³, que atua na compra, venda e distribuição de produtos relacionados à indústria gráfica e fotográfica profissional, comercializando materiais para imagem como câmaras fotográficas, filmes negativos para fotografia, papéis para impressão, fitas de vídeo, impressoras para gravação de imagens médicas e produtos químicos para revelação e fixação.

7. A empresa faz parte do Grupo Kodak, de nacionalidade norte-americana, que atua também no ramo de materiais fotográficos, desenvolvendo e comercializando novos produtos referentes a artes gráficas, filmes digitais para gravação de imagens médicas, impressoras para finalizar resultados de ressonância magnética, tomografia computadorizada e outras imagens, além de produtos fotoquímicos reveladores e fixadores.

³ Rod. Presidente Dutra, km 154,7 – Prédio7, São José dos Campos, SP.

Organograma 1
Estrutura Parcial do Grupo Kodak



8. O Grupo detém participação societária, direta ou indiretamente, em outras empresas que atuam no Brasil e no Mercosul:

- No Brasil:
- Kodak da Amazônia Indústria e Comércio Ltda.;
 - FTC Produções Artísticas Ltda.; New Copy Comércio de Copiadoras Ltda.;
 - Kodak Polychrome Graphics Brasil Ltda.
- No Mercosul:
- Kodak Americas Ltda;
 - Kodak Argentina Saic;
 - Kodac Polichrome Graphics Argentina;
 - Kodak Polichrome Graphics Cono Sur S/A.

9. O capital social da Kodak Brasileira é dividido de forma que a Eastman Kodak Holdings BV, empresa holandesa, é sua principal acionista, detendo 99,99% das quotas. O faturamento da empresa no último exercício foi de R\$ 489.814.453,20 no Brasil. O Grupo Kodak, por sua vez, faturou R\$ 521.846.580,00 no Brasil, R\$80.669.436,00 no Mercosul (excluindo-se o Brasil) e R\$ 25.602 milhões no mundo⁴.

Tabela 2**Faturamento do Grupo Kodak no Brasil e no Mundo em 2000.**

Localidade	R\$
Brasil	R\$ 521.846.580,00
Mercosul	R\$ 80.669.436,00
Mundo	R\$ 25.602.000,00

Fonte: Requerentes

10. Nos últimos 3 anos a Eastman Kodak Company esteve envolvida em 3 operações analisadas por esta Secretaria, referentes a duas aquisições e uma constituição de *joint venture*, e aprovadas sem restrições pelo CADE. São elas:

- Ato de concentração nº08012.010024/98-81, que trata da aquisição dos negócios de produtos de imagem para saúde da Imation Brasil pela Kodak Brasileira Indústria e Comércio Ltda.;
- Ato de concentração nº08012.011489/99-21, que trata da aquisição dos ativos da Eastman Kodak Company relativos à Divisão de Motin Analysis System pela Roper Industries;
- Ato de concentração nº08012.003393/99-07, que trata da constituição de uma *joint venture* entre a Kodak Brasileira e a Sun Chemical, referente à venda dos negócios de artes gráficas da Kodak Brasileira para a Kodak Polycrome Graphics Brasil Ltda.

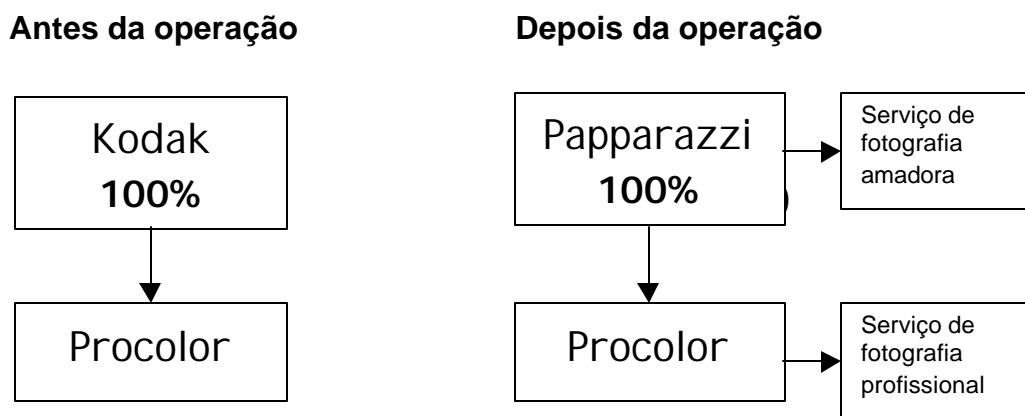
11. A empresa submeteu ainda duas operações que encontram-se em análise no Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência. São elas:

- Ato de concentração nº08012.006225/00-51, que trata da aquisição mundial dos negócios de imagem da Bell & Howell pela Eastman Kodak Company;
- Ato de concentração nº08012.4467/01-91, que trata da aquisição da Curt e Alex no Brasil, empresa pertencente à Kodak Brasileira Indústria e Comércio Ltda., pela Audiovisuales Argentinas S/A.

⁴ Dados fornecidos pelas requerentes com valores convertidos à taxa de câmbio média de 31 de dezembro 2000, de 1US\$/R\$1,829499.

2. DA OPERAÇÃO

12. A operação em análise trata-se da venda, por parte da Kodak Brasileira, de sua filial denominada **Laboratório Procolor**, alienando à Paparazzi Estúdio Fotográfico a linha de negócios da empresa objeto e todas as suas atividades (ativos fixos, linhas telefônicas, contratos, direitos sobre a marca "Procolor" e conteúdo na página da Internet).



13. A operação aconteceu em 31 de julho de 2001, quando as requerentes assinaram o ‘Contrato de Venda e Compra de Ativos, Cessão e Transferência de Direitos e de Marca, Fiança e Outras Avenças’. O valor da operação foi R\$ 1.047.840,30 (um milhão, quarenta e sete mil, oitocentos e quarenta reais e trinta centavos).

14. A submissão do presente ato aos órgãos integrantes do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência ocorreu, conforme informaram as requerentes na petição inicial, em virtude do disposto no parágrafo 3º do art. 54 da Lei n.º 8.884/94, tendo em vista o faturamento do Grupo envolvido na operação no exercício financeiro de 2000. A comunicação do ato à Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça se deu em 21 de agosto de 2001.

3. DEFINIÇÃO DO MERCADO RELEVANTE

3.1. Mercado Relevante do Produto

15. O mercado de fotografia divide-se em duas categorias: profissional e amadora. Ambas são disputadas, em geral, por empresas de médio porte, no caso dos serviços profissionais e por empresas de pequeno porte voltadas para o segmento amador.⁵ Estes serviços diferem-se fundamentalmente porque destinam-se a grupos de consumidores absolutamente distintos. O segmento profissional é voltado para os serviços de revelação, duplicação e ampliação de filmes de caráter comercial, como os serviços de publicidade e moda, por exemplo. Já o segmento amador destina-se à revelação, ampliação e duplicação de filmes caseiros, obtidos com uma simples câmera fotográfica.

16. Outro fator que distingue as duas categorias de serviços fotográficos é o montante de investimento inicial para que se ingressasse nesse mercado. Segundo informou um laboratório concorrente, para que um agente ingressasse no mercado de fotografia amadora, precisará despesar cerca de R\$ 100.000,00 (cem mil reais), adquirindo uma máquina do tipo "minilab", que possibilita revelar determinados tipos de filmes, ampliar fotos chamadas automáticas e de tamanho pequeno.⁶ Já no mercado profissional, apesar não ter sido informado pelos concorrentes da Papparazzi o montante de investimento inicial para ingressar nesse mercado, é sabido que essa atividade exige mais esmero, mais tecnologias e, consequentemente, investimentos mais volumosos. Tanto as requerentes quanto o laboratório Labtec, concorrente da Papparazzi, informaram que os mercados de fotografia amadora e profissional se diferem, entre outras coisas, pelos investimentos iniciais necessários.

⁵ Informações prestadas em resposta ao ofício COGSE/SEAE/MF n.º 2684/01.

⁶ Ver nota 5.

17. Para um empresário que queira atuar em qualquer um dos mercados, não se faz necessário o registro de profissional responsável ou credenciamentos especiais, sendo tais atividades normalmente desempenhadas por empresas formadas ou dirigidas por pessoas com habilidades no ramo, como fotógrafos, gráficos ou laboratoristas.⁷

18. As requerentes informaram e vários clientes e concorrentes consultados confirmaram, que estes serviços não são substituíveis dado que, tanto pela ótica da demanda quanto da oferta, ambos serviços possuem caráter distinto.⁸ A prestação de serviços de fotografia profissional demanda elevados custos, pois requer mais tecnologia, apresenta em geral maior nível de qualidade e exige mais investimentos em equipamentos para atender seu público que é mais específico (agências de propaganda, editoras de revistas e profissionais de moda, por exemplo). Já a prestação de serviços de fotografia amadora requer menos investimentos e tecnologias, isso permite que seus serviços sejam disponibilizados a preços mais acessíveis aos consumidores comuns, seu público alvo.

19. Desse modo, para os serviços relativos à fotografia profissional, objeto dessa operação, não há outras opções no mercado e por isso não podem ser considerados passíveis de substituição por outros serviços, além daqueles ofertados pelos concorrentes diretos, quais sejam as outras empresas que atuam no segmento de fotografia profissional.

20. Sendo assim, definimos o mercado relevante de produto como sendo a área de atuação da Procolor, qual seja, a prestação de serviços fotográficos de revelação, ampliação e duplicação de filmes para o mercado profissional.

⁷ Ver nota 5.

⁸ Informações prestadas pelas requerentes e por clientes em resposta aos ofícios COGSE/SEAE/MF n.º 2684/01, 2852/01, 2853/01 e 3207/01.

3.2. Mercado Relevant Geográfico

21. Apesar da afirmação das requerentes de que o mercado de revelação está restrito ao território nacional, pois é viável a contratação de empresas de um estado por agências de propaganda de outro, todos os clientes consultados informaram que não é factível contratar serviços de concorrentes em outra cidade, pois esse procedimento envolveria muito tempo e o prazo de entrega é um fator fundamental para o bom funcionamento desse serviço.⁹ Eles explicam que um aumento de preços não é incentivo suficiente para que procurem outro concorrente localizado em outra cidade. Assim, no caso de um aumento de preços e diante da impossibilidade de negociação com a empresa prestadora do serviço, os clientes buscariam outros concorrentes na própria cidade de São Paulo.

22. A empresa SKY informa que há dificuldade em contratar serviços fotográficos em outra cidade porque, além do dispêndio de tempo, poderiam haver dúvidas com relação ao serviço a ser executado, dificultando e atrasando ainda mais os serviços contratados.¹⁰ Do mesmo modo, a empresa INFORMARE explica quão inviável é contratar serviços em outra cidade, posto que a qualidade do serviço bem como o prazo de entrega prevaleceriam em uma decisão sobre o que deve ser priorizado. Além disso, a contratação de serviços em outras localidades implicaria maiores custos com transporte.¹¹

23. Sendo assim, por todas as razões expostas anteriormente, o mercado relevante geográfico definido nesse processo é o local, consistindo na cidade de São Paulo, onde estão sediadas as empresas Procolor e Papparazzi.

⁹ Informações prestadas pelos clientes em resposta aos ofícios COGSE/SEAE/MF n.º 3191/01, 2852/01 e 3488/01.

¹⁰ Informação prestada em resposta ao ofício COGSE/SEAE/MF n.º 3191/01

¹¹ Informação prestada em resposta ao ofício COGSE/SEAE/MF n.º 3488/01

4. RECOMENDAÇÃO

24. Embora as empresas requerentes atuem no mesmo mercado geográfico, a cidade de São Paulo, vimos que não há concentração horizontal. A empresa adquirente, Papparazzi, não atuava previamente na prestação de serviços relativos à fotografia profissional da adquirida, Procolor, caracterizando a presente operação como uma entrada da adquirente nesse mercado.

25. Ante todo o exposto, entendemos que a operação não acarreta restrição ou prejuízo à concorrência, sendo, portanto, passível de aprovação, sem restrições.

À apreciação superior.

VERÔNICA PAULINO DA CRUZ
Assistente Técnico

MARCELO DE MATOS RAMOS
Coordenador-Geral de Comércio e Serviços

De acordo.

CLÁUDIO MONTEIRO CONSIDERA
Secretário de Acompanhamento Econômico