



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

Parecer Técnico n.º 108 COINP/COGPI/SEAE/MF

Rio de Janeiro, 08 de abril de 2002.

Referência: Ofício nº 5030/01 SDE/GAB, de 10 de dezembro de 2001.

Assunto: ATO DE CONCENTRAÇÃO nº 08012.007578/01-59

Requerentes: EASTMAN KODAK COMPANY, KODAK BRASILEIRA COMÉRCIO e ENCAD, INC.

Operação: aquisição da Encad pela Kodak.

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 nº 8.884/94, parecer técnico referente ao ato de concentração entre as empresas EASTMAN KODAK COMPANY, KODAK BRASILEIRA COMÉRCIO e ENCAD, INC.

O presente parecer técnico destina-se à instrução de processo constituído na forma a Lei nº 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 – EASTMAN KODAK COMPANY e KODAK BRASILEIRA COM. IND. LTDA.

A EASTMAN KODAK COMPANY (Kodak) é uma empresa norte-americana pertencente ao Grupo Kodak que atua mundialmente na área fotográfica. O faturamento do grupo, em 2000, foi de R\$ 522 milhões no Brasil e R\$ 25 bilhões no mundo¹.

O grupo atua no Brasil através da KODAK BRASILEIRA COM. IND. LTDA. (Kodak Brasileira), Kodak da Amazônia Indústria e Comércio Ltda., FCT Produções Artísticas Ltda., New Copy Comércio de Copiadoras Ltda. e Kodak Polychrome Graphics Brasil Ltda.

Nos últimos três anos o grupo participou da *joint-venture* entre a Kodak Brasileira e a Sun Chemical (AC nº 08012.003393/99-07), da aquisição dos negócios de imagem da Bell & Howell pela Kodak (AC nº 08012.006225/00-51), da aquisição pela Paparazzi do negócio da Laboratório Procolor, do grupo Kodak (AC nº 08012.005133/01-34), aquisição dos ativos da Kodak pela Roper Industries (AC nº 08012.011489/99-21) e aquisição da Curt e Alex no Brasil, empresa pertencente à Kodak Brasileira pela Indústrias Audiovisuales Argentinas S.A. (AC nº 08012.004467/01-91).

1.2 – ENCAD, INC.

A ENCAD, INC. (Encad) é uma empresa norte-americana que faz parte do Grupo Encad que atua no mercado de impressão digital, dedicando-se ao projeto, desenvolvimento, fabricação e comercialização de impressoras profissionais à jato de tinta de amplo formato, seus acessórios e insumos (tintas). O faturamento do grupo, em 2000, foi cerca de R\$ 2 milhões no Brasil e R\$ 170 milhões no mundo².

O Grupo não possui nenhuma subsidiária no Brasil, seus produtos são ofertados no Brasil através de exportações, intermediadas por distribuidores locais. O único acionista com mais de 5% das ações ordinárias da Encad é a Dimensionall Fund Advisors Inc., com 7,19%. O Grupo não participou de nenhuma fusão/aquisição nos últimos três anos.

2 - Da Operação

Trata-se da futura aquisição mundial da Encad pela Kodak. A Kodak deseja incorporar todos os ativos e direitos envolvendo o negócio de impressoras a jato de tinta de amplo formato da Encad, de acordo com os termos e sujeito às condições

¹ Convertido pela taxa de câmbio R\$/Dólar comercial (venda), média de 2000 (US\$ 1.00 = R\$ 1,8287).

Fonte: www.bcb.gov.br - Site do Banco Central do Brasil, elaboração da SEAE.

² Idem

previstas no Contrato, firmado aos 14 de novembro de 2001, pelo valor de R\$ 59 milhões³. Após a operação, a Encad será uma subsidiária integral da Kodak.

Este ato foi enquadrado no Art. 54 da Lei n.º 8.884/94, pelo fato do faturamento dos grupos das requerentes serem superiores a R\$ 400 milhões. O presente ato de concentração também foi submetido na Alemanha e Itália.

Segundo as requerentes, a presente operação possibilita expandir as atividades da Kodak no mercado de infoimagem, ampliando sua gama de produtos. Para a Encad, a presente operação possibilita a distribuição dos produtos por todos os canais de venda da Kodak de forma mais rápida.

3 – Definição do Mercado Relevante

3.1- Dimensão Produto

Conforme indicado no quadro I, observa-se sobreposição horizontal no mercado de impressoras profissionais à jato de tinta de amplo formato de 300 e 600 dpi⁴ e mídia.

Quadro I - Produtos e Serviços Ofertados pelas Requerentes em Âmbito Mundial

Produtos	KODAK⁵	ENCAD
Impressoras profissionais de 300 e/ou 600 dpi	X	X
Impressoras profissionais 1440 dpi	X	
Tintas para impressoras profissionais da Kodak	X	
Tintas para impressoras profissionais da Encad		X
Mídia (papéis, filmes e medias <i>indoor</i> e <i>outdoor</i>)	X	X

Fonte: Requerentes. Ver ofícios nº 0028 e nº 0299 COINP/COGPI/SEAE/MF

As impressoras profissionais à jato de tinta de amplo formato são destinadas à impressão de *displays*, *posters*, *banners*, mapas e plantas de construção civil, entre outros. Estes equipamentos são avaliados pelos consumidores segundo especificações de largura máxima de impressão, modos de impressão, velocidade, número de cores e capacidade de armazenamento de tintas, além da disponibilidade e qualidade da assistência técnica e garantia.

Existem basicamente três tipos de impressoras profissionais à jato de tinta de amplo formato que, para efeito de definição do produto relevante são classificadas segundo a resolução, a saber: impressoras de 300 dpi ou de baixa resolução ideais para escritórios de arquitetura, pequenas gráficas e pequenos laboratórios de imagem; impressoras de 600 dpi ou de média resolução utilizada por gráficas por gerarem

³ Convertido pela taxa de câmbio R\$/Dólar comercial (venda), média de 2000 (US\$ 1.00 = R\$ 1,8287).
Fonte: www.bcb.gov.br - Site do Banco Central do Brasil, elaboração da SEAE.

⁴ Dpi (*dot per inch* ou pontos por polegada) é a unidade de medida da resolução da imagem produzida pela impressora.

⁵ A Kodak oferta outros produtos, além dos que foram listados no quadro. Contudo, preferiu-se listar apenas os produtos ligados ao segmento em que ocorreu o Ato notificado.

banners que exigem qualidade superior; e impressoras de 1440 dpi ou de alta resolução demandada por grandes gráficas, agências de propaganda e laboratórios fotográficos que as utilizam para produzir gráficos de pré-impressão rápida.

A escolha entre as impressoras é feita conforme as necessidades do consumidor e o seu interesse na definição da imagem impressa por ela e os preços variam entre US\$ 3.000 (para impressoras de baixa resolução) e US\$ 23.000 (para impressoras de alta resolução), por isso não podem ser consideradas como substituíveis entre si.

No entanto, pelo lado da oferta o volume necessário de investimentos ao ajuste da produção de impressoras de 300 e 600 dpi é baixo, uma vez que a maquinaria e a mão de obra utilizadas na elaboração de impressoras de 300 dpi é a mesma para a produção da impressora de 600 dpi. O único item a ser modificado é a cabeça de impressão e este é pouco custoso e rápido de ser trocado.

Porém, com referência às adaptações da linha de produção de impressoras de 300 e 600 dpi para 1400 dpi, estas necessitam de maiores investimentos em pesquisa e maquinaria, além do treinamento da mão de obra especializada. Isto ocorre por que a tecnologia empregada é distinta.

Por estas razões supracitadas, juntamos num mesmo mercado relevante as impressoras de 300 e 600 dpi e deixamos em separado as impressoras de 1400 dpi.

O segundo mercado comum das requerentes é o de tintas para estas impressoras profissionais. As tintas são acondicionadas em cartuchos especialmente projetados para o perfeito encaixe no equipamento de impressão de mesma marca. Assim sendo, um cartucho de tinta para impressão de um fabricante não pode ser utilizado em uma impressora do outro e vice-versa. Ou seja, Encad e a Kodak produzem tintas destinadas apenas às impressoras por elas comercializadas⁶. Desta forma, a concorrência no mercado de tintas para impressão profissional está necessariamente atrelada aos instrumentos de competição no mercado de impressoras. Vale ressaltar, contudo, que há disponibilidade no mercado de cartuchos de tinta de segunda linha (sem marca), com preços mais baixos, como opção ao usuário, que podem ser utilizadas em impressoras de qualquer origem. Estas respondem por aproximadamente 15% do mercado de tintas para impressoras profissionais de amplo formato, exercendo em certa medida, pressão competitiva sobre os demais participantes. Portanto, não há concentração horizontal neste mercado de tintas para impressoras.

O terceiro mercado comum entre as requerentes se dá em mídia. Mídia engloba papéis, filmes e medias *indoor* e *outdoor*. Neste segmento, impressoras de qualquer marca admitem indistintamente o uso de materiais de mídia de qualquer origem ou fornecedor, caracterizando, desta forma, uma relação de complementariedade entre as mídias e as impressoras.

⁶ Ver resposta ao ofício 0028 COINP/COGPI/SESE/MF

3.2- Dimensão Geográfica

Passamos agora para a análise da dimensão geográfica com o percentual de importação independente de cada produto, cuja sobreposição foi verificada.

Quadro II – Importação Independente

Produtos	Participação das importações independentes
Impressoras profissionais de 300 e 600 dpi	2,5%
Mídia (papéis, filmes e medias <i>indoor</i> e <i>outdoor</i>)	2,1%

Fonte: requerentes. Ver ofícios nº 0489 e nº 0299 COINP/COGPI/SEAE/MF

Analizando o quadro II acima, podemos observar que todos os produtos listados possuem taxa importação independente inferior a 30%, isto é um indício de que as importações são feitas através de subsidiárias brasileiras, corroborando o fato de que a dimensão geográfica dos mercados considerados pode ser nacional.

De acordo com as requerentes a aquisição de pequenos volumes destes produtos é economicamente ineficiente devido à preferência dos clientes por empresas estabelecidas no Brasil que possam prestar assistência técnica.

Somando-se ao fato acima, os clientes esclareceram que não importam tais produtos devido a facilidade de se adquirir nacionalmente e a garantia e suporte local oferecidos pelas empresas brasileiras.

4. - Possibilidade do exercício do poder de mercado

4.1 – Estrutura dos Mercados Relevantes

Os quadros III e IV abaixo apresentam a participação de mercado das empresas ofertantes de impressoras e mídia no mercado nacional.

Quadro III - Participação nacional de mercado de Impressoras profissionais de 300 e 600 dpi (2000)

Empresas	Participação de Mercado
Kodak	2,5%
Encad	20,0%
Outros	77,5%
Total	100%

Fonte: requerentes

Por uma questão de dificuldade de obtenção dos dados a respeito da participação detalhada das concorrentes no mercado de impressoras de 300 e 600 dpi, optou-se por deixar a estimativa de *outros*, já que de qualquer maneira esta

sobreposição não possibilita o exercício unilateral e/ou coordenado do poder de mercado

Quadro IV - Participação nacional de mercado de Mídia (2000)

Empresas	Participação de Mercado
Rexxan	45,0%
SIHL	35,0%
Kodak	2,0%
Encad	1,0%
Outros	17,0%
Total	100%

Fonte: requerentes

Com base nos quadros acima, observa-se que o *market share* atingido não pode possibilitar o exercício unilateral e/ou coordenado do poder de mercado.

5 - Recomendação

Da análise da operação, esta SEAE conclui que, sob um ponto de vista estritamente econômico, a operação é passível de aprovação, pois não acarreta concentração horizontal e nem integração vertical que gere efeitos anti-competitivos.

À consideração superior

LUISA CARVALHO NOVAES
Técnica

MAURÍCIO CANEDO PINHEIRO
Técnico

CLAUDIA VIDAL MONNERAT DO VALLE
Coordenadora Geral

De acordo.

CLAUDIO MONTEIRO CONSIDERA
Secretário de Acompanhamento Econômico