



Ministerio de Economía
 Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA

OSCAR TRONCETTI DE MATINE
 DIRECCIÓN DESPACHO

8

BUENOS AIRES, - 8 FEB 2000

VISTO el Expediente N° 064-020040/99 del Registro del ex MINISTERIO DE ECONOMÍA Y OBRAS Y SERVICIOS PUBLICOS, y

CONSIDERANDO:

Que el artículo 58 de la Ley N° 25.156 faculta a la Autoridad de Aplicación de la Ley N° 22.262 a intervenir en las causas que se inicien durante la vigencia de la primera de las normas legales citadas, subsistiendo sus funciones hasta que se constituya y se ponga en funcionamiento el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA en el ámbito del MINISTERIO DE ECONOMÍA.

Que, en consecuencia, las operaciones de concentración económica en las que intervengan empresas cuya envergadura determine que deban realizar la notificación prevista en el artículo 8° de la Ley N° 25.156, procede su presentación y tramitación por los obligados ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, en virtud de lo dispuesto y por la integración armónica de los artículos 6 a 16 y 58 de la Ley N° 25.156.

Que las presentes actuaciones dan cuenta de la notificación presentada en los términos del referido artículo 8° de la Ley N° 25.156 y con relación a la operación de concentración económica llevada a cabo, consistente en la adquisición de la totalidad del paquete accionario y toma de control de LAUTREC PUBLICIDAD S.A. por parte de HAVAS ADVERTISING INTERNATIONAL S.A..

Que la operación notificada encuadra en los artículos 3° y 6°, inciso c), de la Ley N° 25.156, debido a que la adquirente participa en la REPUBLICA ARGENTINA con un

M.E. ROESGRALD N°
99

CW
 D.F.
 W.E.



Ministerio de Economía
Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES CORIA
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCION DESPACHO

84

porcentaje mayoritario en las empresas EURO RSCG S.A., en ICONOS COMUNICACIONES S.A. y en EURO RSCG LATINO AMERICA S.A., en este último caso a través de la empresa española EURO RSCG S.A., y a que, mediante la operación descrita, adquiere el control de LAUTREC PUBLICIDAD S.A..

Que la operación de concentración económica que se notifica no altera las condiciones de competencia que se registran en el mercado de la publicidad y por lo tanto no infringe en forma alguna el artículo 7° de la Ley N° 25.156 al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

Que el suscripto comparte los términos del Dictamen emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA dependiente de la SECRETARÍA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR al cual cabe remitirse en honor a la brevedad, y cuya copia autenticada se incluye como ANEXO I y es parte integrante de la presente.

Que el infrascripto resulta competente para el dictado del presente acto en virtud de lo establecido en los artículos 13 y 58 de la Ley N° 25.156.

Por ello,

EL SECRETARIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Autorizar la operación de concentración económica notificada consistente en la adquisición del paquete accionario y toma de control de LAUTREC PUBLICIDAD por parte de HAVAS ADVERTISING INTERNATIONAL S.A., de acuerdo a lo previsto en el

M.E. PROESGRALD N°
99

CW
D.F.
S.D.E.



Ministerio de Economía
 Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ESCORIA

 OSCAR ROBERTO DEMATINE
 DIRECCION DESPACHO

artículo 13, inc. a), de la Ley N° 25.156.

ARTÍCULO 2°.- Considérese parte integrante de la presente al Dictamen emitido por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA de fecha 24 de enero del año 2000, que en SEIS (6) copias autenticadas se agrega como Anexo I.

ARTÍCULO 3°.- Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCIÓN N° 8

CW
 S. J. E.

M.E. PROESGRALD N°
99

Dr. CARLOS WINOGRAD
 Secretario de Defensa de la
 Competencia y del Consumidor



Ministerio de Economía
Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
[Handwritten signature]
OSYAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCION DESPACHO

8 :

M.E. PROESGRALD N°
99

Expte. N° 064-020040/99

DICTAMEN CONCENT. N° 13

BUENOS AIRES, 10 DE ENERO DE 2000

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica por la cual HAVAS ADVERTISING INTERNATIONAL S.A. adquiere la totalidad del paquete accionario y toma el control de LAUTREC PUBLICIDAD S.A. Debido a que en nuestro país la empresa adquirente controla a EURO RSCG S.A., ICONOS COMUNICACIONES S.A. y EURO RSCG LATINO AMÉRICA S.A., la operación notificada encuadra en el artículo 6°, inciso c), de la Ley N° 25.156, no estando alcanzada por la exención del artículo 10, inciso c), de dicha ley.

Las empresas involucradas dieron cumplimiento en tiempo y forma a lo dispuesto en el artículo 8° de la norma legal precitada, notificando en forma satisfactoria la operación a la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC) el día 9 de diciembre de 1999. De acuerdo a lo informado en las presentaciones, el volumen de negocios total en el ámbito mundial del conjunto de empresas afectadas supera el umbral establecido en dicho artículo, pesos dos mil quinientos millones (\$ 2.500.000.000), al computar la facturación de HAVAS ADVERTISING INTERNATIONAL S.A. correspondiente a diciembre de 1998, según surge de su balance consolidado (fs. 830).

[Handwritten notes: cn, J.P., S.N.E., J.P., W, 9]

- I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES
1. La operación de concentración económica que se notifica consiste en la compra del 100% del paquete accionario de LAUTREC PUBLICIDAD S.A. (en adelante LAUTREC) por parte de la empresa HAVAS ADVERTISING INTERNATIONAL S.A. (en adelante HAVAS).



Ministerio de Economía
Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
[Handwritten Signature]
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCION DESPACHO

8

2. HAVAS es una sociedad anónima constituida de conformidad con las leyes de Francia, que se dedica a la producción de servicios de publicidad.¹ La empresa participa en 202 sociedades en todo el mundo, sobre las cuales ejerce un control directo o indirecto. En la Argentina, HAVAS participa con un porcentaje mayoritario en las empresas EURO RSCG S.A. (99%), en ICONOS COMUNICACIONES S.A. (99%) y en EURO RSCG LATINO AMERICA S.A., en este último caso a través de EURO RSCG S.A de España. Tanto EURO RSCG S.A. como ICONOS COMUNICACIONES S.A. son empresas productoras de servicios de publicidad (agencias de publicidad), mientras que EURO RSCG LATINO AMERICA S.A. no ha desarrollado hasta la fecha actividad alguna.
3. Por su parte, LAUTREC, una sociedad anónima constituida de conformidad con las leyes de la República Argentina, se dedica también a la producción de servicios de publicidad. Cinco de los accionistas de la firma son personas físicas, mientras que el restante es una sociedad extranjera, INVERSIONES PUBLITRI S.A., constituida en Panamá. La empresa no posee sociedades controlantes ni controladas.
4. El importe total de la operación se convino en U\$S 10.350.000; la suscripción de los contratos se realizó el día 20 de octubre de 1999, mientras que la efectiva transferencia de las acciones y el pago del importe mencionado se llevó a cabo el 9 de noviembre del mismo año.

II. PROCEDIMIENTO

5. El 16 de noviembre de 1999 las empresas intervinientes notificaron la operación conforme a lo establecido en el artículo 8° de la Ley N° 25.156.
6. Tras analizar la información suministrada por las empresas en ocasión de la notificación, la CNDC comprobó que la misma no satisfacía los requerimientos establecidos en el formulario F1, haciéndoselo saber a las partes involucradas el 24 de noviembre. El día 9 de diciembre, HAVAS y LAUTREC presentaron la

¹ Hasta mayo de 1999, su denominación societaria era EURO INTERNATIONAL RSCG S.A.



Ministerio de Economía
 Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
 [Signature]
 OSCAR ROBERTO DEMATINE
 DIRECCION DESPACHO

8 1

información solicitada, completando satisfactoriamente la notificación correspondiente. De acuerdo a ello, el plazo de 45 días establecido en el artículo 13 de la ley N° 25.156 se cumple el día 14 de febrero de 2000.

III. EVALUACIÓN DE LOS EFECTOS DE LA OPERACIÓN DE CONCENTRACIÓN SOBRE LA COMPETENCIA

7. Los servicios de publicidad (o publicitarios) abarcan, entre otros, los siguientes aspectos: la elaboración de una estrategia de comunicación, la creación de mensajes, la planificación de los medios de comunicación y la compra de espacios en los mismos y las promociones de venta.
8. El mercado argentino de servicios publicitarios se encuentra atomizado entre un número importante de empresas. El ingreso a este mercado no presenta restricciones cuantitativas ni cualitativas por el tipo de actividad que se desarrolla, ya que el insumo fundamental es la creatividad. Por lo tanto, no se hace necesario montar una infraestructura onerosa, adquirir costosos bienes de capital o contar con gran cantidad de personal dependiente.
9. Este mercado tiene una dimensión nacional, ya que los usuarios de estos servicios pueden contratar con una empresa localizada en cualquier parte del país. Si bien existen empresas que brindan sus servicios publicitarios a firmas de dimensión nacional, por un lado, y otras que lo hacen a empresas cuya actividad es de orden local o regional, esta separación no es rígida, ya que es posible que alguna de las agencias "locales" realicen campañas publicitarias a escala nacional. Cabe señalar que estos servicios son demandados en general por empresas medianas y grandes, que tienen la posibilidad de elegir entre un amplio espectro de proveedores.
10. Sobre la base de los datos de la ASOCIACIÓN ARGENTINA DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD (AAP) brindados por las empresas intervinientes en la operación, se puede estimar el mercado nacional de servicios publicitarios para 1998 en una cifra próxima a los 430 millones de pesos. Esta cifra se obtiene a partir de la inversión publicitaria que en el mismo año fue de 3.269,5 millones de pesos.

M.E. ROESGRALD N°
99

[Handwritten initials and signatures]

S.N.E.

[Signature]

[Signature]



Ministerio de Economía
 Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
 OMCAR ROBERTO DEMATINE
 DIRECCION DESPACHO

8 1

11. Esta última cifra incluye básicamente el valor del espacio en los medios, la producción de los mensajes y el valor agregado de las empresas de servicios publicitarios. Sin embargo, para obtener el tamaño del mercado de servicios de publicidad, sólo se debe considerar el valor agregado de las agencias. Para estimarlo, se consideró que sólo el 75% de la inversión publicitaria se realiza a través de empresas productoras de servicios de publicidad² y que el valor agregado de estas firmas es aproximadamente equivalente al 17,5% de dicha inversión. De esta manera se obtienen los 430 millones de pesos como el volumen del mercado de servicios publicitarios para el año 1998.³

12. Considerando la facturación correspondiente a 1998 de las empresas involucradas en la notificación y sobre la base del tamaño del mercado nacional estimado anteriormente, se advierte que previo a la operación de adquisición la cuota de mercado de LAUTREC es de 3,2%, mientras que la participación conjunta de las firmas controladas por HAVAS es del 1,4% (EURO, 1,2%, e ICONOS, 0,2%). Como consecuencia de la adquisición la participación del grupo será, según datos de 1998, del 4,6%.

M.E. PROESGRALD N°
99

13. Es interesante señalar que, como consecuencia de esta operación, el grupo resultante ocuparía el primer lugar del ranking de facturación de la AAAP para el año 1998 (LAUTREC ocupaba el séptimo lugar), seguida de la firma McCANN ERICKSON ARGENTINA que poseía una participación del 3,8%.

14. Por todo lo expuesto se puede concluir que la operación de concentración que se notifica no generará restricciones o limitaciones a la competencia, ya que no se afecta de manera significativa el grado de concentración en un mercado atomizado y sin barreras de ingreso.

15. No obstante lo expuesto, resta por analizar la cláusula de "no competencia" que se encuentra en el contrato de compra venta de acciones de la operación notificada.

² Esto se debe a que algunas empresas cuentan con servicios publicitarios propios dentro de su organización, y existen otros rubros, como los avisos clasificados, que no necesitan de asesoramiento publicitario.

³ Esta metodología es utilizada por la AAAP para elaborar el ranking que publica regularmente.

Handwritten notes:
 J.P.
 S.N.E.
 J.P.
 [Signature]



Ministerio de Economía
Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
[Handwritten signature]
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCION DESPACHO

8

Como ya se ha sido observado por esta Comisión en otros casos de concentraciones económicas, las cláusulas o "restricciones accesorias", cuando son cláusulas usuales que no causan detrimento a terceros, deben considerarse conjuntamente con la misma operación de concentración. En cuanto a la duración máxima generalmente aceptada de estas cláusulas, ella asciende aproximadamente a cinco años para el caso de transferencia de existencias y conocimiento de los procesos.

16. Antes de analizar las restricciones accesorias en este caso en particular, se debe recordar, por un lado, que el 100% del capital de LAUTREC es propiedad de cinco personas físicas que en conjunto son dueñas del 69% del paquete accionario y una persona jurídica, la empresa INVERSIONES PUBLITRI S.A., que cuenta con el 31% restante; y por el otro, que tres de estas cinco personas son además empleados de la sociedad a ser adquirida por HAVAS.

17. Estas aclaraciones se vuelven necesarias para evaluar la cláusula de "no competencia" que aparece en el contrato de compra-venta de acciones. Esta cláusula distingue entre los dueños actuales de LAUTREC que son propietarios-empleados de los que sólo son propietarios. A estos últimos se les exige que por un plazo de 24 meses no presten servicios vinculados a la publicidad, marketing y comunicaciones en general a clientes o "prospectos"⁴ de LAUTREC, ni contraten empleados o personas que se desempeñen como empleados de la empresa adquirida. En caso de incumplimiento se prevé una multa que será equivalente a dos años del margen bruto generado por el cliente para el caso de la primera restricción; y equivalente a la remuneración bruta de 24 meses del empleado contratado, para la segunda de ellas.

18. A los tres propietarios-empleados, se les impone las mismas restricciones pero, en este caso, éstas comienzan a operar luego de dejar de tener la calidad de empleados de LAUTREC.

⁴ Se establece en el contrato que, por "prospecto" debe entenderse cualquier persona o sociedad a la cual se haya hecho una presentación de la agencia durante los doce meses anteriores a la fecha de la firma del contrato.



Ministerio de Economía
Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
[Signature]
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCION DESPACHO

8

19. Dado que el plazo de duración de estas restricciones es de dos años y además no se les restringe a los sujetos vendedores la posibilidad de trabajar en el mismo rubro, sólo se les limita la posibilidad de trabajar con los clientes que operaban con la empresa adquirida y contratar personal de la misma, se considera que estas restricciones son accesorias de la operación que se notifica y que las mismas no tienen por objeto o efecto restringir o limitar la competencia de forma que se pueda afectar el interés económico general.

IV. CONCLUSIONES

20. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica que se notifica no altera las condiciones de competencia que se registran en el mercado nacional de servicios publicitarios, y por lo tanto no infringe en forma alguna el artículo 7° de la Ley N° 25.156 al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

21. Por ello, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR aconseja al Señor. SECRETARIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR autorizar la operación de concentración económica consistente en la adquisición del 100% del paquete accionario de LAUTREC PUBLICIDAD S.A por HAVAS ADVERTISING INTERNATIONAL S.A., de acuerdo a lo previsto en el artículo 13, inc. a), de la Ley N° 25.156.

M.E.
PROESGRALD N°
99

[Handwritten initials]

[Signature]
Dra. MARIA VIVIANA QUEVEDO
VOCAL

[Signature]
LIC. LUIS ALBERTO SOTO
VOCAL

[Signature]
Dr. DIEGO PETRECOLLA
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia
PRESIDENTE

[Signature]
LIC. KARINA BUSTO

Planilla resumen de la operación de concentración respectiva

RUBRO DATO Tachar lo que no corresponda

I. INFORMACIÓN REFERIDA A LAS EMPRESAS Y LA OPERACIÓN		
<u>Expediente</u>	Nro.064-020040/99	
<u>Fecha de Notificación</u>	9 / 12 / 99	
<u>Fecha Inicio cómputo plazo</u>	14 / 02 / 00	
<u>Empresa Compradora</u>	Havas Advertising International S.A.	
<u>Actividad Económica de la Empresa Compradora</u>	Producción de servicios de publicidad	
<u>Volumen de Negocios de la Empresa Compradora</u>	+2.500 millones	(en el país / en el mundo)
<u>Empresa Vendedora</u>	Lautrec S.A	
<u>Volumen de Negocios de la Empresa Vendedora</u>	S/d	(en el país / en el mundo)
<u>Actividad económica de la Empresa Vendedora</u>	Producción de servicios de publicidad	
<u>Empresa Transferida</u>	Lautrec S.A.	
<u>Monto de la Operación</u>	US\$ 10.350.000	(en el país / en el mundo)
<u>Tipo de Concentración (art. 6° de la Ley N° 25.156)</u>	Inc. c)	
II. INFORMACIÓN REFERIDA AL MERCADO Y LA CONCENTRACIÓN		
<u>Mercado afectado</u>	Servicios de publicidad	(def. preliminar / definitiva)
<u>HHI antes de la operación</u>	S/d	(volumen / ventas)
<u>HHI post operación</u>	S/d	(volumen / ventas)
<u>Part. conjunta</u>	4,6 %	(volumen / ventas)
III. INFORMACIÓN REFERIDA A LA DECISIÓN DE LA CNDC Y LA SICyM		
<u>N° dictamen CNDC</u>	Nro.13/00	
<u>Fecha</u>	24 / 01 / 00	
<u>Decisión (autoriza / no autoriza / condiciona)</u>	Autoriza	
<u>N° Resolución SICyM</u>	Nro.8/00	
<u>Fecha</u>	8 / 02 / 00	