

# Pepsi recorre à SDE contra a Coca

Empresa questiona a compra da Leão Júnior, dona da Matte Leão

**Marili Ribeiro**

A Pepsi recorreu à Secretaria de Direito Econômico (SDE), do Ministério da Justiça, para questionar a operação de compra da empresa Leão Júnior, dona da marca de chás Matte Leão, pela Coca-Cola.

Com essa aquisição, anuncia-se há uma semana, a Coca passará a deter uma participação de cerca de 70% do mercado de chás prontos para beber. A Pepsi, que comercializa a marca Lipton, da Unilever, é a segunda colocada nesse mercado, com 24,7%.

“Como competidor, quero entender como foram feitas as análises de mercado envolvidas nesse processo”, diz José Talarico, vice-presidente jurídico da Pepsi para o Brasil e América Latina. “Do nosso ponto de vista, haverá alta concentração de mercado, o que é ruim para o segmento de chás em si e péssimo para o consumidor, que poderá vir a ser prejudicado por

**NÚMEROS**

**70%** do mercado de chás prontos para beber é o que passou a deter a Coca-Cola após a compra da Leão Júnior, dona da marca Matte Leão

**24,7%** de participação de mercado é o que detém a Pepsi, que comercializa a marca Lipton, da Unilever

**R\$ 158,9 milhões** foi o faturamento da Leão Júnior no ano passado

preços maiores no futuro, devido à falta de concorrência”.

No processo encaminhado aos órgãos de defesa da concorrência – a SDE, que faz análise jurídica, a Secretaria de Acompanhamento Econômico (Seae), que faz análise econômica, e o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade), que julga a concentração



**LÍDER** - A Matte Leão tem participação de 45% no mercado de chás

de mercado –, a Coca-Cola alega que essa compra vai acrescentar apenas 1% de participação ao seu portfólio de bebidas não alcoólicas.

Na opinião de Talarico é exatamente aí que mora o perigo. “Quem quer tomar chá, não vai beber refrigerante ou sucos”, argumenta. Logo, para ele, haverá sim concentração. “Quero

entender esse índice de 1% que a Coca usa na sua argumentação. Eles dizem que vão expandir o mercado de bebidas não alcoólicas. Mas vão mesmo é promover concentração no mercado de chá prontos para beber”, diz.

A marca Matte Leão é líder do segmento de chás com 45% de participação de mercado, se-

gundo as últimas aferições do instituto ACNielsen. E vem traçando um rota de crescimento nos últimos anos, em decorrência do desenvolvimento dos segmentos de bebidas mais saudáveis.

Como a Coca já possuía a marca Nestea, em sociedade com a Nestlé, pulou para cerca de 70% do mercado após a compra. Procurada, a companhia informou que prefere não se manifestar neste momento em que o processo está em julgamento pelo Cade.

No mercado de bebidas, comenta-se que a Coca entrou com uma consulta prévia ao Cade pedindo justamente que fosse dado caráter de confidencialidade ao seu processo de aquisição da Leão Júnior, justamente para evitar interpelações da eterna rival.

Ao comprar a Leão Júnior, a Coca adquiriu uma empresa saudável, com um portfólio de 60 produtos e três fábricas em operação. A Leão faturou R\$ 158,9 milhões em 2006, 18,4% mais que no ano anterior, e teve um lucro de R\$ 25,3 milhões, 125% maior que o registrado em 2005.

No Brasil, o mercado de chás prontos para beber ainda é pequeno. Movimenta algo em torno de R\$ 150 milhões por ano, mas tem revelado potencial de crescimento. Segundo a consultoria Euronitor, esse segmento cresceu 9,5%, em média, na última década, enquanto o de refrigerantes, bem mais maduro, teve alta de 2,4%. Há pouco mais de dois anos a Coca-Cola mundial vem expandindo seu portfólio para além dos refrigerantes. A compra da Leão Junior dá continuidade à diversificação da linha de produtos. ●