



WICADE

I Competição de
Direito Concorrencial

CASO 2021

ESCLARECIMENTOS E
RETIFICAÇÃO DE INFORMAÇÕES

VERSÃO MODIFICADA DO CASO



ESCLARECIMENTOS E RETIFICAÇÃO DE INFORMAÇÕES VERSÃO MODIFICADA DO CASO

Após examinar os pedidos de esclarecimentos, a comissão responsável pela elaboração do Caso WICADE 2021 decidiu pela realização de algumas alterações no hipotético, conforme versão abaixo (modificações em destaque). Adicionalmente, a comissão entendeu por bem elucidar os pontos especificados a seguir, esclarecendo que os tópicos que não foram objeto de adendos ou explicações foram considerados como suficientemente esclarecidos na versão original, permitindo às equipes desenvolver seus argumentos de maneira satisfatória e isonômica.

1. De acordo com o quanto consta da cláusula 4.1. do Edital, complementada pelos itens 'a' e 'b' da Retificação ao Edital, as equipes devem apresentar 3 memoriais escritos, sendo um pelo Ministério Público Federal, contendo entre 15 (quinze) e 25 (vinte e cinco) páginas, um pela **Bubbles**, contendo entre 10 (dez) e 20 (vinte) páginas, e, finalmente, um memorial em nome da **Inova**, contendo entre 10 (dez) e 20 (vinte) páginas. Todos esses documentos devem obedecer aos parâmetros de formatação e prazos estabelecidos no Edital. Outras peças processuais e estratégias distintas de atuação que não estejam contempladas nas diretrizes do edital e do **caso não serão consideradas**.

2. Conforme consta do item 5.5. da Retificação ao Edital, cada equipe deve indicar até dois oradores para a competição, observando as regras de conflito do caso concreto.

3. O resumo do caso (itens 1 a 29) é, como indicado, apenas uma síntese. O detalhamento necessário para o desenvolvimento dos argumentos pelas equipes encontra-se na Nota Técnica (Anexo 1), cujas informações sobre fatos estão corretas e não devem ser contestadas nas peças das equipes. Quando dados e afirmações da Nota Técnica forem mais específicos do que o resumo, o conteúdo da Nota Técnica prevalece sobre a apresentação genérica do resumo.

4. Cópias de contratos, documentos e informações constantes de precedentes do LalaCADE, algumas datas e outros documentos e informações demandados pelas equipes nos respectivos pedidos de esclarecimentos constituem **informação/documentação sigilosa** (usualmente inacessível para as partes nos casos concretos da realidade). Todas as informações relevantes sobre os temas centrais do caso, que viabilizam às equipes trabalharem e desenvolverem os seus argumentos, já estão disponíveis na Nota Técnica (Anexo 1). É importante lembrar que o LalaCADE e as partes trabalham em um cenário de assimetria de informações, tal como ocorre na realidade.

5. Todas as informações constantes da Nota Técnica são acessíveis a todas as partes, deixando de haver informações indicadas como de acesso restrito. Desse modo, os representantes do Ministério Público Federal, da **Bubbles** e da **Inova** poderão utilizar abertamente todos os dados do caso em seus memoriais e sustentações orais.



6. A legislação brasileira e a jurisprudência do CADE e do Poder Judiciário brasileiros (e eventualmente de outras jurisdições) podem ser aplicadas em Lalaland, nos limites e medidas aplicáveis à sua utilização no Brasil, jurisdição em que, a exemplo de Lalaland, o sistema de direito consuetudinário não é adotado.

7. A **Inova** ingressou em processo de recuperação judicial por falta de liquidez e incapacidade de pagar fornecedores, sendo tais informações suficientes para que as equipes desenvolvam seus argumentos.

CASO WICADE 2021¹

VERSÃO FINAL A SER CONSIDERADA PELAS EQUIPES, MODIFICADA EM 30.07.2021

1. Em 2018, Lalaland tornou-se um país independente e, como estratégia de legitimação do novo regime, seus governantes criaram significativos incentivos à atração de empresas para se instalarem no país, principalmente aquelas da área de tecnologia.

2. A fim de garantir um ambiente de negócios amigável e com segurança jurídica, os governantes iniciaram um intenso processo de **inovação** legislativa e, dada sua proximidade geográfica com o Brasil - bem como os laços históricos que ligavam ambas as nações e o fato de comungarem a mesma língua - os líderes de Lalaland decidiram criar sua autoridade de defesa da concorrência com base na Lei 12.529/2011, fazendo apenas alterações cosméticas no texto legal.

3. Em 2019, as empresas **Bubbles** e **Inova** - grandes plataformas de tecnologia, que atuam, dentre outras atividades, na distribuição de eventos culturais (óperas) e espetáculos circenses *on demand* - lançaram seus serviços em Lalaland.

4. A **Bubbles** foi a pioneira na oferta desses produtos, lançando os serviços da plataforma em fevereiro de 2019, seguida, cerca de seis meses depois, pelo ingresso da **Inova** no mercado. No modelo de negócios da **Bubbles**, usuários finais utilizam-se da plataforma (disponível nas versões desktop e mobile) gratuitamente, mas pagam pelo conteúdo que decidem adquirir (*pay-per-view*). Alguns eventos, especialmente óperas, estão disponíveis para compra por pacote (com aplicação de desconto) ou por espetáculo individual.

5. Estes eventos incluem conteúdo original produzido pela **ProduBubbles**, pertencente ao mesmo grupo econômico da **Bubbles** (destacando-se a controvertida encenação da “Paixão de Cristo”, adaptada da obra de José Saramago), assim como o conteúdo produzido por produtores - terceiros.

1 Esta é uma obra de ficção e qualquer semelhança com pessoas e fatos reais é mera coincidência. Participaram da elaboração deste caso Ana Sofia Monteiro, Camila Pires da Rocha, Felipe Roquete, Gabriel Mattioli de Miranda, Natália Figueiredo, Priscila Brolio Gonçalves, Renata Gonzalez de Souza e Sílvia Fagá de Almeida. Como revisores, participaram Leonor Cordovil e Sílvia Fagá de Almeida. Nas discussões que precederam a redação do caso, participou também Edson Dias.



6. Em geral, o conteúdo produzido por produtores-terceiros seria ofertado sem exclusividade à **Bubbles**, já que a maioria deles (não verticalizados à **Bubbles**) possuem seus próprios aplicativos e serviços – como é o caso da ópera “Hamlet na Savana”, disponibilizada tanto na Inova, quanto no serviço próprio de streaming da **Dinar**, detentora dos direitos e conhecida empresa de entretenimento de grande influência cultural.

7. As compras realizadas junto a produtores-terceiros por intermédio da plataforma **Bubbles** são feitas mediante o pagamento de uma comissão. Assim, a plataforma da **Bubbles** recebe o valor dos usuários que acessam o conteúdo através do regime *pay-per-view* e realiza o abatimento do valor da comissão – retido pela plataforma. O valor remanescente é então repassado aos produtores-terceiros.

8. O valor da comissão praticado variava de 10 (dez) a 20% (vinte por cento) da transação, conforme o volume de transações realizado e a atratividade do conteúdo. Ou seja, as produtoras com maior quantidade de peças disponibilizadas através da plataforma pagariam uma comissão reduzida. Outro fator que também era levado em conta no cômputo destes descontos era a popularidade do conteúdo entre os usuários da plataforma.

9. Além deste serviço, a **Bubbles**, aproveitando-se do grande volume de usuários decorrente do sucesso de sua plataforma, oferecia serviços de publicidade, por meio de *banners* na navegação dos produtos e inserções durante determinados pontos da transmissão, com remuneração da **Bubbles** baseada em tarifas fixas pelos espaços mais nobres, e valores de sucesso “por clique”.

10. Algumas produtoras de conteúdo detentoras de plataformas concorrentes utilizavam-se deste espaço de publicidade para anunciar seus produtos. Por exemplo, a **Dinar** e a própria Inova chegaram a anunciar na plataforma da **Bubbles**. Os anúncios da **Dinar**, contratados com frequência, incluíam referência expressa às vantagens de contratação direta dos conteúdos na plataforma da empresa, inclusive em relação aos preços praticados e promoções relacionadas aos conteúdos proprietários da **Dinar**.

11. Contudo, após conquistar milhões de usuários e se consolidar como a maior agregadora de conteúdos culturais (óperas) e espetáculos circenses *on line*, a **Bubbles** passou a expressamente proibir anúncios de produtos e plataformas de terceiros concorrentes. Ademais, proibiu que detentores de títulos listados em seu catálogo informassem, por qualquer meio, durante o evento ou notificações constantes da plataforma da **Bubbles**, sobre a possibilidade de adquirir os títulos diretamente na plataforma da detentora dos direitos.

12. Com a pandemia de COVID-19, o tráfego na plataforma da **Bubbles** triplicou, e o valor da comissão, que antes variava entre 10 (dez) e 20% (vinte por cento) do valor da operação, conforme o volume de transações realizadas, aumentou para 30% (trinta por cento), ainda no início de abril de 2020, sem a possibilidade de descontos.



13. Ademais, a **Bubbles** passou a demandar de todos os terceiros detentores de conteúdo em sua plataforma o compromisso de não oferecer, em suas respectivas plataformas próprias, condições de aquisição de produtos mais favoráveis do que as oferecidas aos consumidores na plataforma da **Bubbles**.

14. A **Inova**, concorrente da **Bubbles**, ingressou nas mesmas atividades de distribuição de conteúdo 6 (seis) meses depois da incumbente, adotando um modelo de remuneração distinto para suas atividades como agregadora. Quando do lançamento de sua plataforma, apostando majoritariamente em conteúdos originais (e ofertando conteúdo de terceiros de forma residual), a **Inova** cobrava pela assinatura mensal de seus serviços, além de auferir verbas de publicidade de anunciantes em sua plataforma (de forma semelhante à auferida pela **Bubbles**). Os conteúdos de terceiros configuravam custo para sua atividade e eram remunerados mediante contratos de licenciamento não-exclusivo.

15. Com o crescimento da **Inova**, muitos proprietários de conteúdos passaram a procurar sua plataforma, como alternativa para distribuição de eventos. Por isso, a **Inova** elevou o valor da sua assinatura e aumentou o conteúdo de terceiros ofertado através da plataforma.

16. Com a pandemia, que se instalou poucos meses após os aumentos dos valores de assinaturas realizados pela **Inova**, a empresa teve uma queda de 15% (quinze por cento) em sua base de assinantes. Isso fez com que a **Inova** decidisse abandonar seu modelo, passando a adotar forma de remuneração idêntica àquela adotada pela **Bubbles**, com extinção da assinatura e oferecimento dos conteúdos exclusivamente pelo modelo *pay-per-view*, com valor da comissão paga pelos terceiros detentores dos direitos sobre o conteúdo no mesmo percentual de 30% (trinta por cento) que passou a ser cobrado por sua concorrente.

17. A **Inova** também incorporou aos seus contratos com os proprietários dos conteúdos cláusulas que estabeleciam o compromisso de que estes proprietários não poderiam oferecer condições de aquisição de produtos mais favoráveis do que as oferecidas em suas plataformas em comparação às condições que eram oferecidas aos consumidores da **Inova**, iniciativa igualmente idêntica àquela adotada pela **Bubbles**.

18. Ademais, a partir de 2020, surgiram novas empresas, focadas em segmentos específicos do mercado - como a **Sieste**, que oferecia apenas conteúdo de óperas em francês, a **Nickerchen**, de óperas em alemão, e a **Risu**, que trabalhava exclusivamente com espetáculos de *clowns* - que também adotaram o modelo de *pay-per-view*, mas com valores significativamente inferiores àqueles cobrados por **Bubbles** e **Inova**. Ainda que trabalhando com nichos do mercado, tais empresas tiveram um crescimento significativo ao longo de 2020, elevando seu faturamento em mais de 700% (setecentos por cento), principalmente em razão do crescimento na quantidade dos usuários finais.



19. No início de 2021, a autoridade antitruste de Lalaland (Lalacade) recebeu as seguintes denúncias:

a) Uma associação de produtores de conteúdo – Produtores Unidos Jamais serão Vencidos S/C, capitaneada pela gigante do entretenimento **Dinar**, questionou as alterações contratuais realizadas unilateralmente pela **Bubbles**, destacando-se (a) a proibição de anúncios de produtos concorrentes em seu serviço de publicidade; (b) proibição de qualquer informação sobre a possibilidade de aquisição direta dos conteúdos na plataforma dos detentores dos direitos; e (c) a imposição de cláusula de nação mais favorecida (MFN) em benefício da **Bubbles**. A **Inova** também foi citada na representação, por adotar cláusula MFN;

b) Uma associação de consumidores – Consumidores Online – questionou o aumento (que qualificou como abusivo) da verba de comissão implementada pela **Bubbles** e seguida pela **Inova**, acusando as duas empresas de cartel tácito; e

c) A empresa **Sieste** relatou que diversos produtores terceiros, detentores dos direitos sobre o conteúdo distribuído por intermédio da plataforma **Bubbles**, teriam entrado em contato para solicitar a elevação dos valores cobrados pela empresa no *pay-per-view* (sugerindo que os valores atuais eram “demasiadamente” baixos e que tal fato estava prejudicando o “mercado” e, por isso, um “alinhamento” era visto como urgente). Estas empresas avisaram-lhe ainda que, caso não fosse realizado tal aumento, deixariam de disponibilizar novos conteúdos para a **Sieste**. A empresa acredita que tais produtores estariam sendo pressionados pelas empresas **Bubbles** e **Inova**, líderes do mercado.

20. Todas estas denúncias foram reunidas e processadas pela Superintendência-Geral do Lalacade, que, após entender tratar-se de matéria concorrencial, bem como que havia indícios suficientes de infração à ordem econômica, decidiu pela instauração de um Processo Administrativo em face da **Bubbles** e da **Inova** em meados de 2021, procurando averiguar a existência de infrações à ordem econômica por parte das Representadas.

21. Diante das denúncias apresentadas, o enquadramento das condutas a serem investigadas foi recebido como abuso de posição dominante com base no art. 36, incisos I a IV, c.c §3º, incisos III, IV, V e IX da Lei Antitruste de Lalaland. Em relação a **Bubbles** também foram invocados os incisos X, XI e XVIII.

22. De acordo com o conteúdo das representações, as condutas unilaterais imputadas à **Bubbles** foram descritas como:



- (I) Criação de dificuldades à entrada e ao funcionamento de concorrentes por meio da proibição de anúncios de produtos concorrentes em seu serviço de publicidade e da proibição de qualquer informação sobre a possibilidade de aquisição direta dos conteúdos na plataforma dos detentores dos direitos;
- (II) Discriminação, recusa de contratar e *self-preferencing*, como resultado das mesmas condutas; e
- (III) Imposição de cláusula de nação mais favorecida (MFN).

23. Quanto à **Inova**, por sua vez, foi-lhe imputada apenas a acusação de imposição de cláusula de nação mais favorecida (MFN).

24. Para além das condutas unilaterais descritas acima, **Bubbles** e **Inova** também foram acusadas de combinar preços e condições comerciais (infração tipificada no art. 36, inciso I, §3, inciso I, 'a'), em razão do alinhamento quanto ao percentual de comissão cobrado de terceiros produtores de conteúdo e quanto à adoção de cláusula MFN, e de promover, obter ou influenciar a adoção de conduta comercial uniforme ou concertada entre concorrentes (art. 36, inciso I, §3, inciso II) por incentivar o suposto boicote dos produtores à **Sieste**.

25. A Exma. representante do Ministério Público Federal, Scarlet Bergman, Procuradora da República, com forte background concorrencial e consumerista, atuante junto à autoridade antitruste de Lalaland desde 2020, acompanhou o caso com interesse. Ao final de 2021, a **Inova** ingressou em processo de recuperação judicial.

26. Ao final de 2022, após as defesas da **Inova** e da **Bubbles**, de movimentada instrução processual e das alegações finais, a Superintendência Geral emitiu Nota Técnica (ANEXO I), com as seguintes recomendações:

- a) Arquivamento do feito em relação às condutas de combinar preços e condições comerciais, para ambas as Representadas, por falta de provas de ajuste entre elas, não configurando o paralelismo como evidência suficiente para a condenação;
- b) Arquivamento do feito em relação às condutas que motivaram o aumento de barreiras à entrada de seus concorrentes, criando dificuldades ao seu funcionamento, em razão de discriminação, recusa de contratar e *self-preferencing*, no caso da **Bubbles** e **ProduBubbles**;
- c) Condenação da **Bubbles** pela adoção de cláusula MFN. A **Inova** teve decisão de arquivamento em relação à mesma prática de MFN, por entender a SG que a **Inova** não seria detentora de posição dominante; e
- d) Condenação da **Bubbles** e da **Inova** por adoção de conduta comercial uniforme, ao incentivar terceiros a boicotar a **Sieste**.



27. O processo foi remetido ao Tribunal da autoridade antitruste de Lalaland para julgamento. Passados 9 (nove) meses, o Tribunal pautou o caso para julgamento, o que deverá ocorrer entre os dias 14 e 16 de outubro de 2023.

28. As equipes devem embarcar para Lalaland, viajar no tempo para 2023, e:

- I. **Pela acusação (“Representante”)**, apresentar memoriais pelo **Ministério Público Federal**, requerendo a condenação de todas as práticas²; e
- II. **Pela defesa (“Representadas”)**: apresentar memoriais separados, pela **Bubbles** e pela **Inova**, requerendo o arquivamento de todas as práticas³.

29. Na data do julgamento, as equipes terão oportunidade de sustentar oralmente, pelo tempo regimental de 30 (trinta) minutos. Sempre que a sustentação for realizada em representação das **Representadas**, o tempo deverá dividido entre os seus oradores, devendo, necessariamente, cada uma das empresas ser representada por um orador diferente, observando-se a distinção entre as duas representações⁴.

2 Este documento deverá conter entre 15 (quinze) e 25 (vinte e cinco) páginas, conforme as diretrizes trazidas no edital da competição.

3 Cada um destes documentos deverá conter entre 10 (dez) e 20(vinte) páginas, conforme as diretrizes trazidas no edital da competição.

4 O fato de Bubbles e Inova precisarem ser representadas por procuradores distintos diz respeito ao potencial conflito de interesses entre as duas empresas. Tal como ocorre na prática, as equipes poderão optar por estratégias de defesa cooperativas ou não cooperativas com relação a cada uma das acusações formuladas.

**ANEXO 01**

República Federativa de Lalaland
Processo no 12345.678901/2021

LalaCADE

Rua da Livre Concorrência, LalaCADE District

NOTA TÉCNICA No 02/2022/SG/LalaCADE

Ementa: Distribuição de eventos culturais (óperas) e espetáculos circenses em plataformas online, on demand, pelo sistema pay-per-view. Restrições verticais diversas (exclusividade de fato, imposição de condições comerciais, recusa de contratar). Cláusula MFN. Aumento de preços. Paralelismo de condutas. Boicote. Recomendação da condenação parcial.

Versão Pública**I. RELATÓRIO**

1. Trata-se de Processo Administrativo instaurado em **06.07.2021** por esta Superintendência-Geral de LalaCADE com o objetivo de apurar denúncia feita por **Consumidores Online, Sieste e Produtores Unidos Jamais serão Vencidos S/C** contra a **Bubbles** e a **Inova**, por supostas infrações à ordem econômica ao prejudicar a livre concorrência e exercer posição dominante de forma abusiva no mercado de distribuição de eventos culturais (óperas) e espetáculos circenses, nos termos dos art. 36, incisos I a IV, c.c §3º, **incisos I, 'a', III, IV, V e IX** da Lei Antitruste de Lalaland. Em relação a **Bubbles**, acrescente-se os incisos X, XI e XVIII.

2. A instauração do Processo Administrativo foi motivada pelas razões contidas na **Nota Técnica n. 02/2021**, referendada pelo **Despacho n. 03/2021**.

3. Anteriormente, foi instaurado Procedimento Preparatório em **09.02.2021**, em que foram autuadas inicialmente as denúncias recebidas de **Consumidores Online** e da **Sieste**.

4. Nestas denúncias, a **Consumidores Online** questionou o aumento da verba de comissão implementado pela **Bubbles**, em 1º de abril de 2020, e posteriormente pela **Inova**, em 11 de agosto de 2020. A **Consumidores Online** qualificou os aumentos como abusivos, acusando as duas empresas de cartel tácito. Segundo restou consignado quando da apresentação da denúncia, esses valores não seriam públicos, o que indicaria um ajuste entre as duas maiores concorrentes.



5. Por seu turno, a empresa **Sieste** relatou que diversos produtores terceiros, detentores dos direitos sobre o conteúdo distribuído por intermédio da plataforma **Bubbles**, teriam entrado em contato para solicitar a elevação dos valores cobrados pela empresa no *pay-per-view* (sugerindo que os valores atuais eram “demasiadamente” baixos e que tal fato estava prejudicando o “mercado” e, por isso, um “alinhamento” era visto como urgente). Estas empresas avisaram-lhe ainda que, caso não fosse realizado tal aumento, deixariam de disponibilizar novos conteúdos para a **Sieste**. A empresa acredita que tais produtores estariam sendo pressionados pelas empresas **Bubbles** e **Inova**, líderes do mercado. Não foram apresentados documentos nesta representação.

6. Em **17.03.2021**, foi recebida a denúncia apresentada por **Produtores Unidos Jamais serão Vencidos S/C**. Nesta manifestação, a associação questionou as alterações contratuais realizadas unilateralmente pela **Bubbles**, destacando-se (a) a proibição de anúncios de produtos concorrentes em seu serviço de publicidade; (b) proibição de qualquer informação sobre a possibilidade de aquisição direta dos conteúdos na plataforma dos detentores dos direitos; e (c) a imposição de cláusula de nação mais favorecida (MFN) em benefício da **Bubbles**. A **Inova** também foi citada na representação, por adotar cláusula MFN.

7. Considerou-se que os fatos descritos na denúncia da **Produtores Unidos Jamais serão Vencidos** guardavam relação com o quanto reportado pela **Consumidores Online** e **Sieste** e que os elementos apresentados configuravam matéria de natureza concorrencial. Dessa forma foi instaurado Inquérito Administrativo em **30.03.2021**, de acordo com a **Nota Técnica n. 01/2021**, acolhida pelo **Despacho n. 02/2021**, para apurar condutas passíveis de enquadramento no art. 36, incisos I a IV, c.c §3º, incisos III, IV, V e IX da Lei Antitruste de Lalaland, e incisos X, XI e XVIII em relação à **Bubbles**.

8. Em **08.04.2021**, as Representadas foram incitadas a prestar esclarecimentos por meio dos **Ofícios n. 01/2021 e 02/2021** para a **Bubbles** e a **Inova**. Em **19.05.2021**, foi expedido novo ofício (**Ofício n. 03/2021**) para a **Bubbles**. Na mesma data, foram enviados os **Ofícios n. 04/2021, 05/2021, 06/2021, 07/2021, 08/2021, 09/2021, 10/2021, 11/2021, 12/2021, 13/2021, 14/2021, 15/2021, 16/2021 e 17/2021**, respectivamente, **Dinar, Macies, Loretto, Solelo, Baccio, Operrá, French Toast, Madeleine, Felicce, Der Ring, Salomé, Carmen, La Traviata e ProduBubbles**. As respostas foram recebidas até **23.06.2021**.

9. Em **19.05.2021**, também foi expedido o **Ofício n. 18/2021** à **Sieste**, sua resposta foi oferecida em **28.06.2021**, apresentando diversos documentos para corroborar suas alegações iniciais. A **Sieste** originalmente solicitou sigilo quanto a tais documentos, porém posteriormente autorizou esta Superintendência-Geral do LalaCADE a publicizá-los para permitir o devido contraditório e a ampla defesa.



Estes documentos são tratando em detalhe ao longo desta Nota Técnica.

10. Foi realizada uma análise pormenorizada de todas as respostas recebidas, detalhada ao longo desta Nota Técnica, que levou à conclusão da instauração do presente Processo Administrativo, conforme referido acima.

11. Quando da instauração do Processo Administrativo, as Representadas foram devidamente notificadas para a apresentação de suas defesas. Os Avisos de Recebimento retornaram em **03.08.2021** e as defesas apresentadas em **02.09.2021** pela **Bubbles**, e em **03.09.2021**, pela **Inova**.⁵

12. Em **Despacho n. 04/2021 de 27.09.2021**, o Processo Administrativo foi saneado, sendo certo que não foram arguidas questões preliminares, tampouco requerida a produção de provas pelas **Representadas, que solicitaram julgamento antecipado do processo e seu arquivamento no mérito**.

13. A instrução probatória foi marcada por intensa atuação por esta Superintendência-Geral de LalaCADE e foi encerrada em **27.10.2022**. Os atos realizados, e que embasam as conclusões ao final esposadas, são analisados pormenorizadamente ao longo desta Nota Técnica.

14. As Representadas apresentaram suas alegações finais em **01.11.2022**. A **Sieste** juntou aos autos petição com documentos instrutórios complementares em **04.11.2022**. Tendo em vista o final da instrução probatória, considerando esta Superintendência-Geral como suficientemente instruído o processo, as alegações contidas na referida petição da **Sieste** não foram consideradas para a presente análise.

15. Este é o relatório.

II. ANÁLISE

II.1 DA ALEGADA CRIAÇÃO DE DIFICULDADES À ENTRADA E AO FUNCIONAMENTO DE CONCORRENTES, DISCRIMINAÇÃO, RECUSA DE CONTRATAR E SELF-PREFERENCING PELA BUBBLES

16. Considerando as acusações apresentadas com relação à **Bubbles** no que diz respeito à possível criação de dificuldades à entrada e funcionamento de seus concorrentes mediante a proibição de anúncios sobre seus produtos e sobre a possibilidade de aquisição direta dos detentores de direitos, a **Bubbles** foi oficiada (Ofício n. 01/2021) a fim de que apresentasse informações sobre:

⁵ O quanto alegado em sede de defesa pelas Representadas não será abordado nesta Nota Técnica, uma vez que a determinação desses argumentos faz parte do trabalho das equipes.



- i. A lista das 5 (cinco) principais produtoras de conteúdo cadastradas hoje na plataforma;*
- ii. Cópias dos contratos comerciais celebrados entre a plataforma e estas produtoras;*
- iii. A quantidade anual de peças cadastradas na plataforma nos anos de 2019, 2020 e 2021;*
- iv. A quantidade de usuários finais cadastrados na plataforma hoje;*
- v. O Faturamento Bruto anual da Bubbles nos anos de 2019, 2020 e o Faturamento Bruto referente ao primeiro trimestre de 2021, segregados de acordo com*
 - (a) a receita advinda da remuneração pay-per-view por parte dos usuários finais;*
 - (b) a receita advinda da comissão recebida dos produtores de conteúdo, recentemente fixada no patamar de 30% (trinta por cento); e*
 - (c) a receita recebida dos anúncios publicitários veiculados através da plataforma.*

17. De acordo com as respostas apresentadas pela **Bubbles**, as 5 (cinco) principais produtoras cadastradas em sua plataforma eram a **Inova, Dinar, ProduBubbles, Macies** e **Loretto**. As cópias dos contratos foram disponibilizadas. Com relação à quantidade de peças cadastradas na plataforma, a **Bubbles** indicou que eram aproximadamente 278 (duzentas e setenta e oito) em 2019, 324 (trezentas e vinte e quatro) em 2020 e, até a data da resposta ao ofício, seriam aproximadamente 365 (trezentas e sessenta e cinco). Com relação à quantidade de usuários, em 2019, eram 1.245.000 (um milhão, duzentos e quarenta e cinco mil) usuários; em 2020, 2.890.000 (dois milhões, oitocentos e noventa mil); e, até a data da resposta do ofício, o número havia estacionado em 3.050.000 (três milhões e cinquenta mil) usuários. Com relação à distribuição em percentual de seu faturamento, em 2019, 85% em (i), 13% em (ii) e 2% em (iii). Em 2020, 42% em (i), 35% em (ii) e 22% em (iii). Com relação ao ano de 2021, ainda não era possível apresentar esta informação em função de receitas de recebimento diferido e que deveriam ser inclusas no período em razão de seu fato gerador.

18. Nos contratos celebrados entre a **Bubbles**, e dois de seus principais clientes (**Macies** e **Loretto**) foi possível verificar a existência da seguinte cláusula-padrão:

“Cláusula 15.1. O CLIENTE se compromete a não instituir parceria com outra empresa que gere concorrência direta ou indireta na negociação da reprodução de seus conteúdos durante a vigência deste contrato e pelo prazo de 1 (um) ano após o término contratual”.

19. Dando continuidade à instrução, a **Bubbles** é novamente oficiada (Ofício n. 03/2021) com o objetivo de apresentar informações a respeito da existência de outros contratos celebrados com produtores-terceiros que contivessem a mesma cláusula de exclusividade verificada nos casos da **Macies** e **Loretto**.



20. Em resposta, a Representada informou que apenas esses contratos possuíam a referida cláusula e que sua inclusão havia sido motivada por uma parceria publicitária realizada por ocasião do lançamento da plataforma, com elevados investimentos em marketing realizados pela **Bubbles**, o que incluía festas de gala com a presença de renomadas estrelas de óperas produzidas pela Macies e Loretto, sempre com amplíssima cobertura midiática.

21. Por seu turno, o ofício enviado à Representada **Inova** (Ofício n. 02/2021), continha as seguintes perguntas:

- i. A lista das 5 (cinco) principais produtoras de conteúdo cadastradas hoje na plataforma;*
- ii. Cópias dos contratos comerciais celebrados entre a plataforma e estas produtoras;*
- iii. A quantidade anual de peças cadastradas na plataforma nos anos de 2019, 2020 e 2021; e*
- iv. A quantidade de usuários finais cadastrados na plataforma hoje.*

22. Em resposta, a **Inova** apontou como seus principais clientes as **produtoras Dinar, Solelo, Macies, Baccio, French Toast, Der Ring e Felicce**. As cópias dos contratos foram igualmente disponibilizadas. Com relação à quantidade de peças cadastradas na plataforma, indicou que eram aproximadamente 78 (setenta e oito) em 2019, 124 (cento e vinte e quatro) em 2020 e, até a data da resposta ao ofício, seriam aproximadamente 204 (duzentas e quatro). Com relação à quantidade de usuários, em 2019, eram 630.000 (seiscentos e trinta mil) usuários; em 2020, 940.000 (novecentos e quarenta mil); e, até a data da resposta do ofício, 1.220.000 (um milhão, duzentos e vinte mil) usuários.

23. Em 19/05/2021, foram oficiadas também as seguintes produtoras de conteúdo: **Dinar** (Ofício n. 04/2021), **Macies** (Ofício n. 05/2021), **Loretto** (Ofício n. 06/2021), **Solelo** (Ofício n. 07/2021), **Baccio** (Ofício n. 08/2021), **Operrá** (Ofício n. 09/2021), **French Toast** (Ofício n. 10/2021) **Madeleine** (Ofício n. 11/2021), **Felicce** (Ofício n. 12/2021), **Der Ring** (Ofício n. 13/2021), **Salomé** (Ofício n. 14/2021), **Carmen** (Ofício n. 15/2021), **La Traviata** (Ofício n. 16/2021) e **ProduBubbles** (Ofício n. 17/2021), representando a totalidade das produtoras atuantes no mercado de ópera de Lalaland. Os ofícios eram idênticos e traziam as seguintes perguntas:

- i. Quais os principais meios publicitários utilizados para a divulgação do conteúdo produzido por sua produtora?*
- ii. Considerando as agregadoras de conteúdos culturais operantes hoje no mercado de Lalaland, presente, em termos percentuais, como o conteúdo produzido por sua empresa está distribuído hoje entre estas plataformas.*
- iii. Qual foi o impacto da Bubbles na operação da sua produtora?*



24. As respostas trazidas nestes ofícios foram sumarizadas na tabela a seguir:

TABELA 01*

Produtora	(i)	(ii)	(iii)
Dinar	Costumávamos utilizar a Bubbles , até a plataforma restringir de forma repentina e abusiva a sua utilização para veicular propaganda de peças distribuídas em outras plataformas. Dessa forma, restringimos o uso da Bubbles apenas para as peças que distribuímos lá e mantivemos uma tímida divulgação através das redes sociais e da nossa própria plataforma (que ampliamos recentemente e encontra-se em fase de testes).	35% Bubbles 65% Dinar	A Bubbles vem prejudicando completamente nossa operação e também todo o mercado artístico de Lalaland. Além de vedar a publicidade das peças distribuídas em outras plataformas, também criou barreiras para que divulgássemos qualquer outro tipo de informação que remetesse a utilização de outra plataforma, inclusive nossa própria. Isso tem causado imensos prejuízos a nossa operação, contudo, estamos completamente vendidos porque, como se trata da principal distribuidora de óperas de Lalaland, não temos a opção de simplesmente sair da plataforma.
Macies	Utilizamos a plataforma Bubbles como principal canal de divulgação. [ACESSO RESTRITO]	100% Bubbles [ACESSO RESTRITO]	A entrada da Bubbles alterou completamente a nossa operação e conseguimos alavancar a produção do nosso conteúdo de forma substancial, mesmo em tempos de pandemia. Além da possibilidade de realizar uma divulgação em massa, recebemos uma série de incentivos para melhorar o conteúdo produzido, capacitar nossos artistas e, de fato, profissionalizar a produção do nosso conteúdo. [ACESSO RESTRITO]



Loretto	Geralmente divulgamos as peças através da plataforma Bubbles, o que tem tido bastante retorno no sentido de cativar a audiência para as peças. Em paralelo, utilizamos também das principais redes sociais, como Instagram e Facebook. [ACESSO RESTRITO]	100% Bubbles. [ACESSO RESTRITO]	A Bubbles ajudou bastante a alavancar nossas operações, com a parceria realizada na sua inauguração. Com isso conseguimos enfrentar tempos difíceis para este mercado quando fomos surpreendidos pela pandemia da Covid-19. Não fosse pela iniciativa da Bubbles em iniciar o serviço de distribuição de conteúdo através da plataforma, o mercado nacional de ópera haveria sido ainda mais afetado. [ACESSO RESTRITO]
Solelo	Normalmente, nossa divulgação se dava de forma bastante tímida através das redes sociais da produtora. Mais recentemente, contudo, começamos a utilizar os serviços da Inova como meio de divulgação das nossas peças. Chegamos a utilizar a Bubbles , mas como ela não permite divulgação de conteúdos veiculados através de outras plataformas, optamos por descontinuar a veiculação.	80% Inova 20% Bubbles	Não estamos muito satisfeitos com o serviço da Bubbles , por isso decidimos migrar boa parte do conteúdo para a Inova .
Baccio	Nosso conteúdo é divulgado em teatros. Com relação às peças que não estão sendo apresentadas ao vivo, inclusive em função dos efeitos da pandemia do Covid-19, realizamos a divulgação através do GoogleAds e também começamos agora a divulgar através da Bubbles.	40% Inova 60% Bubbles	A Bubbles revolucionou o mercado de ópera em Lalaland, aumentando o interesse da audiência nacional neste tipo de produto artístico e possibilitando que produtoras como nós pudessem enfrentar as barreiras comerciais geradas em razão da pandemia.



<p>Operrá</p>	<p>Antigamente nosso conteúdo era especialmente divulgado por canais próprios como Facebook e Instagram. Hoje também utilizamos o espaço disponibilizado na plataforma Bubbles, mas como esse espaço está restrito apenas para divulgar o conteúdo veiculado na própria plataforma, continuamos investindo em outros canais para divulgar as peças distribuídas na Sieste, nossa principal plataforma.</p>	<p>70% Sieste 28% Bubbles 2% Inova</p>	<p>A Bubbles é uma boa plataforma, mas hoje temos nos utilizado da Sieste, especializada no nosso nicho.</p>
<p>French Toast</p>	<p>Temos utilizado redes sociais e o apoio da embaixada francesa.</p>	<p>55% Sieste 25% Bubbles 20% Inova</p>	<p>Logo após decidirmos entrar na Bubbles, a Sieste lançou sua plataforma. De maneira geral, gostamos do serviço, mas temos preferência pela Sieste em função de sua especialização no nosso nicho de consumidores.</p>
<p>Madeleine</p>	<p>Divulgamos nossos trabalhos através de diferentes canais. Os mais utilizados são rádio e TV aberta.</p>	<p>60% Sieste 35% Bubbles 5% Inova</p>	<p>A Bubbles nos ajudou a enxergar melhor como funcionava a distribuição do nosso produto e a entender melhor o comportamento dos nossos consumidores.</p>
<p>Felicce</p>	<p>Plataformas agregadoras, redes sociais e internet de uma forma geral.</p>	<p>100% Inova 70% Bubbles</p>	<p>A Bubbles, com quem trabalhamos no início das operações, nos abriu os olhos para as plataformas que distribuem o nosso conteúdo. Hoje, já utilizamos outras plataformas para fazê-lo e isto tem ajudado a manter a nossa operação mesmo em tempos tão difíceis para o nosso mercado.</p>



Der Ring	Minha produtora se utiliza de divulgação em suas redes sociais (Facebook e Instagram). Também investimentos na divulgação através do Google Ads e nos espaços de anúncio disponibilizados nas plataformas agregadoras.	60% Bubbles 25% Inova 15% Nickerchen	A Bubbles alavancou as vendas do conteúdo da minha produtora.
Salomé	Toda a publicidade dos conteúdos produzidos pela empresa é realizada através das detentoras de direitos de transmissão – nós não nos dedicamos a divulgar nosso próprio conteúdo.	40% Bubbles 15% Inova 30% Nickerchen 15% Risu	A chegada da Bubbles contribuiu na distribuição do conteúdo que produzimos, contudo, hoje, novas plataformas também têm contribuído, como é o caso da Inova, Nickerschen e Risu . Temos notado, contudo, que estas últimas possuem nichos de clientes com preferências por tipos de conteúdo específicos.
Carmen	Não realizamos nenhum tipo de iniciativa publicitária. Nosso conteúdo é divulgado no “boca a boca”.	48% Bubbles 22% Inova 30% Sieste	A Bubbles decidiu realizar a veiculação do nosso conteúdo em sua plataforma simplesmente pelo fato de ser um conteúdo de ótima qualidade. Teríamos obtido o mesmo resultado mesmo sem a existência da plataforma.
La Traviata	Minha produtora tem a publicidade do conteúdo produzido principalmente focada em mídia impressa: folhetos, outdoors e revistas.	15% Inova 85% Risu	Nunca contratamos com a Bubbles . Optamos por outras plataformas em função do perfil do nosso público-alvo.
ProduBubbles	A publicidade se dá através da agregadora Bubbles, do Google Ads e das redes sociais detidas pela plataforma. [ACESSO RESTRITO]	100%Bubbles. [ACESSO RESTRITO]	A Bubbles é a razão da nossa existência. [ACESSO RESTRITO]

(*) Elaboração própria, com base nas respostas recebidas das empresas oficiadas. Algumas empresas produtoras informaram que comercializam seus próprios conteúdos diretamente aos usuários finais, embora não operem plataformas agregadoras de conteúdo. Essas vendas não foram computadas para fins das participações incluídas na tabela.



25. Considerando que foram enviados ofícios para a totalidade dos produtores-terceiros atuantes no mercado de óperas, o recebimento das respostas acima subsidiou o exercício para a determinação da dimensão-produto do mercado relevante.

26. Neste sentido, já que a **Bubbles** é uma plataforma digital agregadora de conteúdo, a definição de mercado relevante, embora possível, encontra desafios práticos elucidados pela literatura. Em especial, os mercados de atuação da empresa estão em constante mudança, com ameaça frequente da entrada de novos players e mudança do escopo de atuação de seus concorrentes, sendo desafiador estabelecer um limite preciso no que diz respeito às fronteiras da concorrência neste. Exemplo disso são as entradas recentes que já afetaram a dinâmica competitiva do mercado. Deve-se considerar também que, sendo uma plataforma, de dois lados, os instrumentos mais tradicionais de análise não menos conclusivos. Por exemplo, os testes de substituíbilidade e elasticidade-preço trazem resultados menos acurados e a ausência de uma jurisprudência consolidada, em razão da contemporaneidade da discussão.

27. Em razão destas e tantas outras variáveis que interfeririam e prolongariam a discussão, procurou-se simplificar tal definição, que deve ser entendida não como um fim em si mesma, mas como um instrumento que atualmente subsidia a análise desta instituição. Assim sendo, entendeu-se por bem optar pela definição de dois mercados-relevantes, sendo eles

(i) o mercado de distribuição de eventos culturais (óperas) e espetáculos circenses, em que os usuários finais remuneram as plataformas agregadoras por utilização do conteúdo específico (*on demand*, modelo pay-per view) ou através do pagamento de uma remuneração periódica para ter acesso a todo o conteúdo por ela disponibilizado (assinatura); e

(ii) o mercado das produtoras de conteúdo, que necessitam da plataforma para distribuir o conteúdo entre os usuários do outro lado, sendo remuneradas através de um rebate da remuneração pelos direitos autorais por elas detido.

28. No que diz respeito ao serviço oferecido pela **Bubbles** para a veiculação de conteúdo publicitário, entendeu-se que, em função das respostas trazidas pelos produtores-terceiros aos ofícios, este serviço ainda não está consolidado o suficiente, havendo várias outras opções de canais para a divulgação dos conteúdos produzidos.

29. Ademais, conforme recente Ato de Concentração 12345.190876/2021, analisado pelo LalaCADE sob o rito ordinário, o mercado de publicidade online consolidou-se como um mercado autônomo em relação à publicidade offline (mídias tradicionais), porém, a segmentação deste mercado não é justificável, conforme opinião majoritária do Tribunal do LalaCADE, por segmentos de atuação online.



30. Naquele precedente, o LalaCADE apurou que o mercado de publicidade online (segundo dados do ano de 2020) é liderado por empresas como Facebook e Google, sendo que os demais ofertantes não possuem, individualmente, mais que 5% (cinco por cento) deste mercado. Assim sendo, entendeu-se por irrisória (inferior à 2%) a posição da **Bubbles** neste mercado de publicidade online em Lalaland.

31. Ademais, diferentemente do que se poderia pensar, os ofícios mostraram que a **Bubbles** não é mais a única ofertante do serviço de publicidade online em plataformas agregadoras de conteúdo de eventos culturais (óperas) e espetáculos circenses, tendo a **Inova** e a **Dinar** recentemente iniciado a oferta deste espaço publicitário. Caso considerado esse mercado restrito, a **Bubbles** teria cerca de 75%, seguida pela **Inova**, com 15% e pela **Dinar**, com 10%, em 2020. Em 2019, a **Bubbles** registrou *market share* de 95% nesse segmento e a **Inova** 5%. Com isso verifica-se a dinamicidade neste mercado.

32. As alegações de imposição de barreiras à entrada em função da discriminação prescindem de uma análise sob o ponto de vista do lado da oferta, ou seja, o lado da plataforma que inclui o cadastramento de produtores-terceiros interessados em distribuir suas produções artísticas através da plataforma.

33. Neste sentido, em posse das respostas trazidas nos ofícios resumidos na **TABELA 01**, chegou-se à conclusão de que a distribuição do mercado de produtores-terceiros cadastrados nas diferentes plataformas agregadoras de conteúdo dava-se de acordo com os seguintes percentuais, sumarizados na tabela a seguir:

TABELA 02

Bubbles	Dinar	Inova	Nickerchen	Sieste	Risu	Total
47,92%	5% ⁶	19%	3,46%	16,92%	7,69%	100,00%

34. Tomando-se como base a distribuição dos produtores-terceiros entre as agregadoras operantes em Lalacade – em que pese as dificuldades previamente ventiladas no que diz respeito à delimitação das fronteiras deste mercado relevante – a participação da **Bubbles** em, aproximadamente, 48% (quarenta e oito por cento) do mercado é mais do que suficiente para presumir, com base no disposto no § 2º do Art. 36 da Lei de Defesa da Concorrência da Lalacade (LDLC) sua posição dominante.

35. Como se sabe, a presença de posição dominante em um mercado implica em responsabilidades distintas com relação ao agente detentor, vez que suas iniciativas podem afetar substancialmente a configuração daquele mercado e, conseqüentemente, implicar em conseqüências importantes sob o ponto de vista

6 Os 5% (cinco por cento) de participação do produtor-terceiro Dinar representam apenas seu próprio conteúdo, vez que sua plataforma não distribui conteúdo de outros produtores-terceiros.



do bem-estar do consumidor (bem jurídico tutelado pela LDLC).

36. Contudo, analisando-se a possível criação de dificuldades à entrada de novos concorrentes por parte da **Bubbles**, a existência de uma concorrência em potencial e de um efetivo *multi-homing* (considerando que hoje o consumidor de óperas em LalaCADE parece estar se utilizando de mais de uma plataforma agregadora para acessar este conteúdo – especialmente considerando nichos de atuação detidos por algumas plataformas) são indícios importantes com relação ao eventual impacto que as iniciativas da **Bubbles** representariam com relação ao mercado.

37. Assim, ainda que a posição destacada da **Bubbles** no mercado de distribuição de eventos culturais fosse suficiente para que a plataforma estivesse em condições de adotar práticas anticompetitivas, há indícios suficientes para entender que este não viria a ser o caso, vez que apenas 3 (três) das 14 (quatorze), ou seja, 21% (vinte e um por cento) das produtoras atuantes no mercado de ópera de Lalaland, possuem exclusividade com relação à utilização da **Bubbles** e que não existe qualquer barreira com relação às demais distribuidoras que desejem veicular seu conteúdo através da plataforma.

38. No que diz respeito à alegação de *self-preferencing* em relação à **ProduBubbles**, esta Superintendência-Geral entendeu que o fato de a **Bubbles** possuir um *Market Share* irrisório em termos de publicidade online prejudicou a configuração da conduta.

II.2. DA ALEGADA ADOÇÃO DE CLÁUSULA MFN EM FACE DA BUBBLES E DA INOVA

39. Nos ofícios enviados em 08.04.2021, esta Superintendência-Geral solicitou que a **Bubbles** e a **Inova** apresentassem cópias dos contratos comerciais que foram celebrados com as respectivas empresas. Dentre as cláusulas identificadas nestes contratos, encontrou-se a seguinte cláusula-padrão utilizada pela plataforma **Bubbles** com relação a 4 (quatro) das 5 (cinco) principais produtoras cadastradas em sua plataforma – com a exceção da **ProduBubbles**, que, por ser uma subsidiária integral da **Bubbles**, possuía um contrato de fornecimento diferente dos demais:

“Cláusula 15.2. O CLIENTE comunicará imediatamente à BUBBLES qualquer condição comercial mais favorável que seja oferecida em sua própria plataforma (quando aplicável) ou em plataformas de terceiros que façam concorrência direta ou indireta à BUBBLES no que diz respeito aos PRODUTOS, devendo estender referida oferta mais favorável aos usuários da plataforma BUBBLES”.

40. Já nos contratos celebrados formalizados entre a **Inova** e seus principais clientes não foi encontrada qualquer cláusula contratual semelhante. No entanto, conforme será demonstrado a seguir, a partir da análise das respostas de clientes



da **Inova**, é possível perceber que havia uma espécie de “acordo de cavalheiros” ou acordo informal entre as empresas para que os clientes da **Inova** praticassem na plataforma desta empresa as mesmas vantagens comerciais, preços e promoções que aquelas oferecidas a terceiros ou em suas próprias plataformas.

41. Foram, então, enviados novos ofícios às cinco principais clientes da **Bubbles** (ofícios n. 19/2021, n. 20/2021, n. 21/2021, n. 22/2021 e n. 23/2021) para responder as seguintes questões:

“Nos termos da cláusula 15.2 do contrato celebrado com a Bubbles, o cliente é obrigado a estender condições de aquisição de produtos mais favoráveis oferecidas em sua plataforma ou a plataforma de terceiros àquela pertencente à Bubbles. (i) Há algum tipo de sanção no caso de descumprimento dessa regra contratual? (ii) Sua empresa já chegou a oferecer condições mais benéficas em sua própria plataforma ou na plataforma de terceiros em detrimento de ofertas anunciadas na plataforma Bubbles; (iii) caso tenha respondido afirmativamente à questão (ii), informe quais foram as consequências.”

42. Já os clientes da **Inova** foram novamente oficiados (ofícios n. 24/2021, n. 25/2021, n. 26/2021, n. 27/2021 e n. 28/2021) e questionados acerca das possíveis consequências junto à esta empresa caso oferecessem condições comerciais mais favoráveis em suas próprias plataformas ou de terceiros que aquelas oferecidas à **Inova**.

43. Com relação à **Bubbles**, a **Dinar** respondeu que o contrato continha uma cláusula geral prevendo uma multa contratual de 5% (cinco por cento) do valor dos produtos comercializados no caso de violação a qualquer cláusula do contrato. Desse modo, em sua opinião, caso houvesse violação à cláusula 15.2¹ do contrato, entende que a **Bubbles** poderia cobrar referida multa. A **Dinar** afirmou, ainda, que nunca descumpriu referida regra.

44. A **Macies** e a **Solelo** reportaram, por sua vez, que em uma única ocasião, em datas distintas, acabaram oferecendo uma promoção em suas próprias plataformas e não reproduzindo a oferta na plataforma da **Bubbles**. Ao tomar conhecimento da prática, a reação da **Bubbles** foi a mesma nos dois casos: notificou essas empresas, ameaçando rescindir o contrato com elas caso elas não oferecessem as mesmas condições na plataforma **Bubbles** no prazo de 72 horas.

45. A **Loretto**, por sua vez, informou que acredita que a cláusula 15.2, embora constante do contrato, seja ineficaz, já que a **Bubbles** não tem um monitoramento eficiente das plataformas de seus clientes que garanta que ela tome conhecimento tempestivo das ofertas e promoções realizadas em cada um desses ambientes. Deixou, ainda, de responder às questões (ii) e (iii) do ofício de forma mais



específica.

46. A **Inova** informou, assim como a **Dinar**, que a violação à cláusula 15.2 do contrato poderia resultar na aplicação de uma multa de 5% do valor do contrato assim como daria direito à **Bubbles** de rescindir automaticamente o contrato com aquele que o violasse. Reportou, ainda, que, dado o grande ônus em caso de descumprimento contratual, nunca cogitou infringir tal regra.

47. No que tange às condições estipuladas pela **Inova**, seus clientes apresentaram, em resumo, as seguintes respostas.

48. A **Der Ring Dinar** informou que não havia nenhuma disposição contratual no instrumento celebrado com a **Inova** que a obrigasse a estender suas ofertas aos consumidores finais de sua plataforma para a **Inova**. No entanto, a **Inova** era bastante “insistente” em exigir, informalmente, paridade de condições comerciais entre o que era ofertado diretamente na plataforma da **Dinar** e o que era oferecido na plataforma **Inova** com relação aos produtos da **Der Ring Dinar**.

49. A **French Toast Macies**, por sua vez, informou que uma vez o diretor comercial da **Inova** ligou para uma de suas gerentes “berrando” porque eles estavam oferecendo promoções por meio de um canal que não eram ofertadas na plataforma **Inova** com relação aos mesmos produtos. Em última instância, a **French Toast** teve de desistir de promover referida oferta para não perder o contrato com a **Inova**.

50. **Solelo** e **Baccio** informaram receber constantemente avisos por e-mail da **Inova** lembrando que as condições comerciais oferecidas à **Inova** deveriam refletir aquelas ofertadas em outros canais.

51. **Felicce**, por sua vez, informou que somente oferecia seus conteúdos à **Inova** com exclusividade, não os oferecendo em qualquer outra plataforma ou canal.

52. De acordo com os fatos narrados acima, é possível perceber que tendo em vista a adoção, via contrato, de cláusula de paridade, a **Bubbles** influenciou a adoção de conduta comercial uniforme por parte dos seus clientes, sobretudo considerando sua posição dominante no mercado relevante. Dessa forma, opina-se pela condenação da **Bubbles** por prática comercial tendente a promover, obter ou influenciar a adoção de conduta comercial uniforme ou concertada, limitando a concorrência no mercado relevante.

53. No que tange à **Inova**, embora adote de maneira informal políticas de paridade, a ausência de poder de mercado da **Inova** faz com que sua conduta não produza efeitos significantes no mercado relevante. Assim, decide-se pelo arquivamento do processo com relação à **Inova** no que tange à conduta investigada com relação à cláusula MFN.



II.3. DA ALEGADA COMBINAÇÃO DE PREÇOS E CONDIÇÕES COMERCIAIS ENTRE BUBBLES E INOVA E AVENTADO BOICOTE A TERCEIROS

II.3.1. DAS ALEGAÇÕES DE COMBINAÇÃO DE PREÇOS E CONDIÇÕES COMERCIAIS

54. Tendo sido verificada similitude em relação ao percentual de comissão cobrado de terceiros produtores de conteúdo e à adoção de cláusula MFN, passa-se a analisar a acusação de que as empresas teriam efetivamente coordenado os seus comportamentos. Para tanto, procedeu-se a uma meticulosa instrução probatória.

55. A denúncia da **Consumidores Online**, questionando o aumento da verba de comissão implementado pela **Bubbles**, em 1º de abril de 2020, e posteriormente pela **Inova**, em 11 de agosto de 2020, não trouxe aos autos qualquer evidência de conluio, exceto pela informação de que os valores pagos pelos produtores para as plataformas são seriam públicos, sendo que o percentual idêntico praticado indicaria um ajuste entre as duas maiores concorrentes.

56. A fim de identificar possíveis foros de comunicação entre as partes, foi realizado mapeamento das instituições e associações das quais **Bubbles** e **Inova** são parte. Foram identificadas as seguintes entidades: **Instituto dos Mercados Digitais – IMD; Associação das Plataformas de Streaming de Lalaland; e Entidade das Plataformas Digitais.**

57. Ato contínuo, foram enviados os **ofícios n. 29/2021, n. 30/2021 e n. 31/2021**, respectivamente, em 12.10.2021, pedindo que descrevessem suas atividades, incluindo listagem de seus participantes e apontando eventos ou reuniões ocorridos entre 2019 e 2021, especificando temas e participantes. Todas as entidades confirmaram o recebimento no dia seguinte e responderam dentro do prazo de 10 dias inicialmente proposto.

58. A **Associação das Plataformas de Streaming** respondeu, em apertada síntese, que tem como principal finalidade apoiar as empresas que ofertam serviços de streaming, por meio da promoção de eventos, seminários, e da articulação com a sociedade civil e com as autoridades. Dentre os anexos da resposta, constou lista de membros que demonstra que **Inova** e **Bubbles** fazem parte do quadro de associadas. A associação esclareceu que, por ter sido criada apenas em outubro de 2019, ainda não estava completamente estruturada quando do início da pandemia de COVID-19 e, por isso, suas atividades ficaram completamente paralisadas desde março de 2020.

59. De acordo com a resposta da **Entidade das Plataformas Digitais**, seus objetivos



são muito semelhantes aos da **Associação das Plataformas de Streaming**, no entanto, ela congrega uma gama mais diversificada de participantes. Conforme esclarecido em sua petição, apenas a **Inova** está dentre os membros. A entidade também esclareceu que foi formada há apenas 6 meses e que só realizou duas reuniões para discussão de sua finalidade e estrutura e que a **Inova** não teria participado, pois ainda em trâmite a determinação de quem será seu representante nesse foro.

60. O **IMD** esclareceu que foi criado em 2015 e é uma entidade privada sem fins lucrativos que tem como atividades a realização de eventos, como seminários e feiras, pesquisas e estudos sobre ampla gama de assuntos relacionados a mercados digitais, de forma a promover a difusão de conhecimento sobre esse setor, *“tornando a atuação dos agentes econômicos a ela associados mais profícua, competitiva e eficiente, sempre em consonância à legislação aplicável”*.

61. A lista dos membros do **IMD** que acompanhou a resposta é extensa, contando com agentes diversos relacionados aos mercados digitais, dentre eles plataformas de *streaming*, *marketplaces*, empresas atuantes no mercado de meios de pagamento, dentre outros. Vê-se que o instituto congrega agentes econômicos que concorrem entre si, mas que também mantêm relações de fornecimento, dentre eles, a **Bubbles** e a **Inova**.

62. O **IMD** destacou ainda que, com o advento da pandemia de COVID-19, suas atividades foram integralmente migradas para o ambiente digital, dentre elas, feiras, eventos e reuniões de seus grupos de trabalho. Na resposta ao ofício, foi incluída listagem dos seminários realizados, reuniões dos GTs e informações sobre a Feira Bienal de Mercados Digitais.

63. Das informações apresentadas, verificou-se que todas as palestras mais recentes foram realizadas após a data da suposta conduta coordenada, qual seja, 25.08.2020. Em relação aos GTs, verificou-se que funcionam simultaneamente três grupos de discussão que realizam reuniões mensais, por meios digitais durante a pandemia, todas elas com atas e pautas. A análise de tais documentos não demonstrou discussão de nenhum tópico considerado sensível ou inadequado.

64. Por fim, verificou-se, pelas informações apresentadas pela IMD, que a Feira Bienal de Mercados Digitais ocorreu entre 4 e 6 de agosto de 2020, terminando 5 (cinco) dias antes da alteração dos percentuais cobrados dos produtores de conteúdo para valores muito similares. O evento já é tradicional no setor e congrega leque amplo de agentes econômicos que atuam em mercados digitais.

65. De acordo com as explicações fornecidas pelo **IMD**, *“a feira possui um viés educacional, mas também business, propiciando aos participantes aprender sobre o setor e conhecer as novidades, bem como encontrar oportunidades de bons negócios”*. A última edição da feira teve como tema Tendências em Mercados



Digitais e incluía, além de stands de vendas, diversos painéis, alguns deles realizados simultaneamente, com grandes nomes, como Helen Musk e Jeff Beijos.

66. A feira, em formato integralmente digital, teve duração de 3 dias (de terça a quinta-feira).

67. Palestrantes e participantes acessaram o evento por meio da plataforma **Squads**. Além dos painéis, os participantes conseguiam criar salas de bate-papo privadas e paralelas para que tivessem oportunidade de fazer network, conversar em grupos menores e fechar negócios.

68. Diante desses esclarecimentos, foi expedido o **Ofício n. 32/2021** em 29.10.2021, em que foi demandada a lista de todos os que participaram da feira. A sua resposta foi apresentada tempestivamente em 12.11.2021, oportunidade em que informou que possuía apenas a lista de inscritos no evento. A **IMD** ressaltou em sua petição que não tinha como garantir que todos os que realizaram inscrição teriam, efetivamente, participado do evento.

69. Em análise à lista do evento, foi possível identificar dois funcionários da **Inova** e três da **Bubbles** dentre os inscritos, sendo um deles também palestrante.

70. Na impossibilidade de determinar a participação efetiva desses indivíduos, foi enviado o **ofício n. 33/2021** à **Squads** para que ela fornecesse lista de todos os logins que foram realizados ao longo do evento, especificando as salas paralelas criadas e os seus participantes, bem como a duração de cada uma delas.

71. Após diversas tentativas frustradas de envio de ofício, o endereço mais atualizado da **Squads** foi obtido por meio de compartilhamento de informações com a Receita Federal de Lalaland. A confirmação de recebimento ocorreu em 10.12.2021.

72. Tendo em vista a complexidade do pedido, foi dado prazo de 15 dias para a apresentação da resposta. Ao final do prazo, representante da **Squads** apresentou pedido de 30 dias adicionais que foi parcialmente concedido, autorizando-se extensão de 15 dias.

73. O prazo adicional não foi observado. Passados 5 dias do final do prazo concedido, a empresa foi oficiada novamente, **via Ofício n. 34/2022**, alertando que o não cumprimento do quanto demandado em até 5 dias seria considerado como violação do quanto disposto no art. 40, da LDCL, e aplicada multa de R\$ 5.000,00.

74. Passados 4 dias do recebimento do segundo ofício, a **Squads** apresentou petição com a listagem dos logins realizados durante o evento, atestando que três funcionários da **Bubbles**, **Tina Chef (Diretora de Novos Negócios)**,



Bill Portões (CFO) e Warren Puffet (Diretor Comercial), e dois da **Inova, Mark Zuckenburger (CEO) e Toninho Stark (Diretor Comercial)**, acessaram simultaneamente as diversas palestras do seminário virtual, no entanto alegou que, por uma falha do sistema, devidamente comprovada por um relatório técnico anexo, não conseguia especificar as salas privadas criadas para bate-papo, tampouco os seus participantes e respectivas durações, relativamente ao dia mais movimentado do evento (o primeiro dia, de abertura, uma terça-feira). A **Squads** encaminhou um relatório bastante detalhado quanto aos demais dias (quarta e quinta-feira), incluindo listagem das inúmeras salas de bate-papo privadas que foram criadas, identificando seus participantes. Analisando este documento, esta Superintendência-Geral do Lalacade não identificou encontros entre representantes da **Inova** e da **Bubbles**.

75. Simultaneamente aos esforços para conseguir informações dos participantes do primeiro dia do evento que foi identificado como possível foro digital de troca de informações entre as Representadas, foram tomadas providências para averiguar outras vias de comunicação entre as partes.

76. Nesse sentido, foram enviados os **ofícios n. 35/2022 a 39/2022** aos funcionários da **Inova** e da **Bubbles** que participaram da feira para que apresentassem suas contas telefônicas, discriminando ligações realizadas até 30 dias antes do início das supostas práticas anticompetitivas.

77. Todos os funcionários oficiados responderam dentro do prazo estabelecido de 30 dias, no entanto, apenas um dos funcionários da **Inova, Toninho Stark (Diretor Comercial da Inova)**, apresentou sua conta da operadora **Atchim**. Os outros 4 informaram que são clientes da **Call Me** e que a operadora informou que, em razão de problemas internos do seu banco de dados, só conseguiria atender à demanda em um prazo de 3 meses.

78. Pela análise da conta de celular, constatou-se 9 ligações entre o titular da conta e o telefone informado por **Tina Chef (Diretora de Novos Negócios da Bubbles)**, bem como uma ligação para o número de **Warren Puffet (Diretor Comercial da Bubbles)**. Essas ligações ocorreram no período entre o início do evento e a véspera da suposta adoção de práticas combinadas. Das 9 ligações, 3 tiveram duração aproximada de 30 segundos, 4 delas duraram em torno de 4 minutos e as outras 2 ultrapassaram 10 minutos de duração, entre elas a suposta conversa entre **Toninho Stark e Warren Puffet**.

79. Decidiu-se, então, enviar nova rodada de **ofícios n. 40/2022 a 44/2022**, demandando que os funcionários apresentassem eventuais conversas por aplicativo de mensagem que tivessem trocado entre si.

80. Todos responderam no prazo de 10 dias inicialmente concedido. **Bill Portões (CFO da Bubbles), Warren Puffet (Diretor Comercial da Bubbles), Mark**



Zuckenburger (CEO da Inova) e Toninho Stark (Diretor Comercial da Inova) se negaram a apresentar quaisquer documentos nesse sentido, invocando o sigilo de suas comunicações telefônicas e, também, o direito ao silêncio, muito embora não figurem como representados neste processo administrativo. **Tina Chef (Diretora de Novos Negócios da Bubbles)** afirmou não conversar com quaisquer concorrentes por meio de aplicativos de conversa, mantendo comunicações comerciais apenas via e-mail institucional.

81. Nessa oportunidade, **Toninho Stark (Diretor Comercial da Inova)**, também incluiu esclarecimento complementar sobre as ligações verificadas em sua conta telefônica. Ele destacou que em todas as conversas registradas foram tratados assuntos completamente legítimos, uma vez que, em sua maioria, versaram sobre a possibilidade de aquisição da empresa pela **Bubbles**, posteriormente descartada. As demais teriam sido *“bate papos sobre a feira, como críticas à organização e à plataforma escolhida, que causava alguns delays na transmissão dos painéis”*.

82. Analisou-se a pertinência de atrasar o andamento processual a fim de aguardar a apresentação das contas telefônicas da **Call Me**, no entanto, considerou-se suficiente para a presente instrução o quanto esclarecido nas duas rodadas de ofícios.

83. Ademais, a existência de negociações e conversas relativas à possível aquisição da **Inova** pela **Bubbles** foi confirmada nas Alegações Finais de ambas as representadas. As partes alegaram não ter documentos comprobatórios em razão da descontinuidade precoce das tratativas, ainda que a **Bubbles** tenha apresentado como prova uma nota publicada na famosa coluna de Paula Jardim, que cogitava desse negócio à época, indicando-o como um furo jornalístico.

84. Após o protocolo das alegações finais pela **Inova** e pela **Bubbles**, a **Sieste** apresentou manifestação sobre o conjunto probatório, e questionou o relatório de falha técnica apresentado pela **Squads**, que tornou impossível verificar se representantes da **Bubbles** e da **Inova** teriam se reunido em sala privada de bate-papo no primeiro dia da feira da **IMD**. A **Sieste** apresentou como documento uma reportagem do *Global Times*, informando que os fundos controladores da **Bubbles** haviam adquirido diversos ativos no exterior, inclusive a plataforma **Squads**, o que suscitaria dúvidas sobre a independência dessa empresa. Em razão do encerramento da instrução, essa Superintendência Geral optou por não levar em conta este documento nesta Nota Técnica.

85. A despeito de as provas coletadas terem demonstrado que os representantes da **Bubbles** e **Inova** tiveram diversas oportunidades de compartilhar suas estratégias, não foi possível, com grau adequado de certeza, determinar se os representantes se utilizaram de salas de bate-papo paralelas no primeiro dia do evento do **IMD** – ou excluir essa hipótese – ou aferir de forma abrangente a existência de ligações telefônicas para o compartilhamento e discussão de informações



concorrencialmente sensíveis.

86. Diante do quanto exposto, conclui-se que, em relação à acusação de combinar preços e condições comerciais (infração tipificada no art. 36, inciso I, §3, inciso I, 'a', da LDCL), em razão de suposto alinhamento quanto ao percentual de comissão cobrado de terceiros produtores de conteúdo, não foram encontrados indícios suficientes de infração à ordem econômica pelas Representadas **Bubbles** e **Inova**. Sugere-se, portanto, o arquivamento em relação a essa acusação específica.

87. Ressalte-se que a presente sugestão de arquivamento não prejudica eventual investigação futura diante da superveniência de novos indícios a ensejar a abertura de nova investigação para apurar tais condutas.

II.3.2. DO ALEGADO BOICOTE COLETIVO

88. Em 05.02.2021, a empresa **Sieste** protocolou na Superintendência-Geral do Lalacade uma Representação, à qual foram posteriormente acrescentadas cópias de diversos arquivos - mensagens eletrônicas, tabelas, documentos - que comprovariam que a **Bubbles** e a **Inova** teriam pressionado produtores de conteúdo a buscar a elevação dos valores cobrados pela **Sieste** em seu pacote de *pay-per-view*, configurando-se um alegado boicote coletivo.

89. Segundo a **Sieste**, ao menos 03 (três) produtores de conteúdo - basicamente, de óperas francesas, nicho de atuação da empresa - teriam-na contatado, em um curto intervalo de tempo, com *modus operandi* e objetivo idênticos:

- (i) primeiramente, a **Sieste** era contatada por telefone, sendo informada acerca da mudança da política de precificação;
- (ii) a pedido da **Sieste**, as produtoras encaminhavam por mensagem eletrônica uma tabela contendo os "preços sugeridos" para cada produto (sempre superiores aos praticadas pela **Sieste** e com valores idênticos àqueles praticados por **Bubbles** e **Inova**);
- (iii) instadas a justificar os motivos que teriam levado à mudança da política de precificação, as produtoras relatavam que o mercado estaria "desorganizado", e que uma "guerra de preços" não era boa para nenhuma das plataformas;
- (iv) posteriormente, a **Sieste** manifestava às produtoras sua intenção de não elevar os preços;
- (v) finalmente, as produtoras enviavam notificações extrajudiciais, informando a interrupção no fornecimento de novos conteúdos à **Sieste**, bem como suspendendo a autorização para uso dos conteúdos anteriormente disponibilizados

90. Segundo a Representação, as produtoras Operrá, French Toast e Madeleine - todas especializadas em produção de óperas na língua francesa e que forneciam conteúdo para a **Sieste** desde a fundação desta em janeiro de 2020 - teriam atuado,



sob orientação da **Bubbles** e da **Inova**, com objetivo de elevar os preços praticados pela **Sieste** em seu *pay-per-view* e, assim, alinhá-los com os preços praticados pelas líderes do mercado, **Bubbles** e **Inova**.

91. A fim de comprovar as alegações, foram juntadas - como anteriormente relatado - cópias de diversos documentos. Nesse sentido, destaque-se a mensagem eletrônica, datada de 28 de setembro de 2020, enviada por **Juliano Fogoso** (Diretor-Presidente da produtora **Operrá**) à CEO da **Sieste**, **Françoise Trufado**, por intermédio da qual é comunicada a mudança da precificação dos conteúdos produzidos pela empresa, bem como encaminhada tabela contendo os preços sugeridos:

Evidência 01

From: julianofogoso@operra.fr
 Sent: Monday, september 28, 2020 08:07:32
 To: francoise.trufado@sieste.com
 Subject: Re: Precificação de conteúdos
 Attachment: Precificacao.2020_B&I.xls

Minha cara Françoise,
 Espero que tudo esteja bem com você e sua família.
 Em anexo - conforme nossa conversa telefônica de ontem e atendendo à sua solicitação - segue a tabela com sugestão de precificação das óperas produzidas pela nossa empresa, a ser praticada no *pay-per-view* da **Sieste**.
 Um abraço,
 Juliano Fogoso

92. Nesse sentido, o documento anexado à mensagem reproduzida acima (Evidência 01) consiste em uma tabela, formato Excel, denominada “Precificacao.2020_B&I.xls”, que traz a precificação sugerida para 583 (quinhentas e oitenta e três) óperas produzidas pela **Operrá** (reproduzimos abaixo apenas um excerto, por questões de espaço):

Evidência 02 (excerto)

Produto	Valor atual Sieste	Valor sugerido
Truffaut for dummies	\$27,50	\$45,90
Minha Madeleine é um barato	\$15,75	\$35,25
O Escargot	\$9,90	\$15,00
La vie en rouge	\$5,90	\$12,00
La vie en vert et jaune	\$0,90	\$2,50
O inferno são os outros	\$39,90	\$50,90



93. Conforme consulta realizada ao sítio eletrônico das empresas **Bubbles** (www.bubbles.com) e **Inova** (www.inova.com) em 01 de junho de 2021, os valores sugeridos pela produtora **Operrá** - terceira coluna, "Valor sugerido", da tabela parcialmente reproduzida na Evidência 02 - **são idênticos àqueles cobrados por Bubbles e Inova em seus pacotes de pay-per-view**, para todas as 583 (quinhentas e oitenta e três) óperas constantes da tabela.

94. Interessante notar, ademais, um detalhe no nome da tabela ("Precificacao.2020_ **B&I.xls**"): após a expressão "Precificacao.2020", há a sigla "B&I", exatamente as iniciais das concorrentes **Bubbles** e **Inova**, cujos preços praticados são idênticos àqueles sugeridos à **Sieste** pela Operrá.

95. No dia seguinte, 29 de setembro de 2020, a **Sieste** teria recebido nova mensagem eletrônica, enviada pelo CEO da **French Toast, Telmo Macaron**, por intermédio da qual também foi comunicada a alteração da política de preços da produtora:

Evidência 03

From: telmo.macaron@ft.fr
 Sent: Monday, september 29, 2020 09:17:30
 To: francoise.trufado@sieste.com
 Subject: FW: Nova política de preços de conteúdos
 Attachment: Precificacao.2020.xls

Cara Françoise,
 Envio para você, atendendo a seu pedido, o arquivo com a nova política de preços para todos os conteúdos produzidos pela French Toast. É válida apenas para pay-per-view.
 Forte abraço,
 Telmo Macaron

From: warren.puffet@bubbles.com
 Sent: Monday, september 28, 2020 17:19:55
 To: telmo.macaron@ft.fr, toninho.stark@inova.com
 Subject: Nova política de preços de conteúdos

Senhores, revi a tabela. Está OK, pode encaminhar essa versão em anexo.
 Telmo, envie o mais rapidamente possível. Só nos primeiros quinze dias deste mês houve uma redução de mais de 70% das compras de pay-per-view de óperas francesas. O Françoise está destruindo o mercado com essa guerra de preços.
 WP

96. Além de encaminhar uma tabela contendo os preços sugeridos - em situação idêntica àquela identificada na Evidência 02, qual seja, a sugestão de elevação dos preços praticados pela **Sieste** para valores idênticos aos praticados pela **Bubbles**



e pela **Inova** - a mensagem traz um elemento adicional relevante. Aparentemente por descuido, o CEO da **French Toast**, **Telmo Macaron**, em vez de enviar uma nova mensagem, encaminhou - *vide* expressão “FW” (forward) no título da mensagem - uma mensagem que havia recebido de **Warren Puffet** (Diretor Comercial da **Bubbles**) e na qual havia sido copiado **Toninho Stark** (Diretor Comercial da **Inova**). Em tal mensagem, trocada no dia anterior, 28 de setembro de 2020, **Warren Puffet** informa que havia revisto a tabela e que ela poderia ser enviada por **Telmo Macaron**.

97. Além disso, **Warren Puffet** relata que a empresa estaria enfrentando redução no faturamento do *pay-per-view* de óperas francesas e que o “François” - provável referência a **Françoise Trufado**, CEO da **Sieste** - estaria destruindo o mercado com os preços praticados pela empresa.

98. A Evidência 03, dessa forma, corrobora a eventual participação de executivos das empresas **Bubbles** e **Inova** na busca pelo alinhamento de preços praticados no *pay-per-view* de óperas francesas.

99. Finalmente, no mesmo dia 29 de setembro de 2020, o Presidente da produtora **Madeleine**, **Astérix de Gaulle**, enviou mensagem eletrônica com conteúdo semelhante, comunicando a alteração da política de preços e sugerindo novos valores a serem praticados pela **Sieste**:

Evidência 04

From: degaulle@madeleine.fr
Sent: Monday, september 29, 2020 09:47:10
To: francoise.trufado@sieste.com
Subject: Nova política de preços
Attachment: Precificacao.2020_Madeleine.xls

Cara Françoise,
Segue arquivo com a política de preços para os conteúdos de *pay-per-view*.
Atenciosamente,
AdeG

100. O arquivo anexado, da mesma forma, trazia a lista dos conteúdos produzidos pela **Madeleine** - 431 (quatrocentas e trinta e uma) óperas - cujos valores sugeridos eram idênticos àqueles praticados pela **Bubbles** e **Inova** (conforme consulta, realizada em 01 de junho de 2021 nos sítios eletrônicos das empresas).

101. Assim, em 01 de outubro de 2020, **Françoise Trufado**, da **Sieste**, enviou mensagem eletrônica de conteúdo idêntico, por intermédio das quais comunicou aos executivos da **Operrá**, **French Toast** e **Madeleine** que não elevaria os preços praticados no *pay-per-view* e, portanto, não implementaria os valores sugeridos nas tabelas encaminhadas:



Evidência 05

From: francoise.trufado@sieste.com
Sent: Monday, october 01, 2020 10:31:15
To: julianofogoso@operra.fr
Subject: Recusa de elevação de preços do pay-per-view

Prezado Juliano Fogoso,
Comunico que a Sieste não irá alterar sua política de preços de pay-per-view, uma vez que a estratégia atual tem obtido êxito, consubstanciado no incremento anual médio de 125% nas vendas realizadas.
Dessa forma, não implementaremos os preços sugeridos na tabela encaminhada pela Operrá.
Atenciosamente,
Françoise Trufado

From: francoise.trufado@sieste.com
Sent: Monday, october 01, 2020 10:34:21
To: telmo.macaron@ft.fr
Subject: Recusa de elevação de preços do pay-per-view

Prezado Telmo Macaron,
Comunico que a Sieste não irá alterar sua política de preços de pay-per-view, uma vez que a estratégia atual tem obtido êxito, consubstanciado no incremento anual médio de 125% nas vendas realizadas.
Dessa forma, não implementaremos os preços sugeridos na tabela encaminhada pela French Toast.
Atenciosamente,
Françoise Trufado

From: francoise.trufado@sieste.com
Sent: Monday, october 01, 2020 10:39:07
To: degaulle@madeleine.fr
Subject: Recusa de elevação de preços do pay-per-view

Prezado Astérix de Gaulle,
Comunico que a Sieste não irá alterar sua política de preços de pay-per-view, uma vez que a estratégia atual tem obtido êxito, consubstanciado no incremento anual médio de 125% nas vendas realizadas.
Dessa forma, não implementaremos os preços sugeridos na tabela encaminhada pela Madeleine.
Atenciosamente,
Françoise Trufado



102. Em 02 de novembro de 2020, **Françoise Trufado**, CEO da **Sieste**, recebeu 03 (três) mensagens eletrônicas - enviadas pelos executivos das produtoras **Operrá**, **French Toast e Madeleine** - contendo notificações extrajudiciais (Evidências 06, 07 e 08, reproduzidas abaixo). Para além da coincidência quanto ao momento do envio - as três mensagens foram enviadas na mesma data, em um intervalo de cerca de 03 horas - ressalte-se que o conteúdo das Notificações Extrajudiciais encaminhadas possuía termos idênticos.

Evidência 06

From: julianofogoso@operra.fr
Sent: Monday, november 02, 2020 14:01:44
To: francoise.trufado@sieste.com
Subject: Re: Recusa de elevação de preços do pay-per-view
Attachment: Notificação.Sieste.pdf

Prezada Sra. Françoise Trufado,
Em atenção ao seu e-mail de 01 de outubro último, por intermédio do qual a sra. comunicou sua decisão de não elevar os preços praticados no serviço pay-per-view, mantendo sua postura de prejudicar o mercado com a prática de preços demasiadamente baixos, encaminho em anexo Notificação Extrajudicial. Em suma, fica a Sieste notificada que (i) a partir da presente data, a Operrá não fornecerá novos conteúdos à Sieste e (ii) a partir de 01 de novembro de 2020, a Sieste não está autorizada a vender, no pay-per-view, quaisquer conteúdos produzidos e/ou comercializados pela Operrá.
Infelizmente, sua intransigência obrigou-nos a tomar tais medidas extremas, a fim de preservar a saúde do mercado.
Atenciosamente,
Juliano Fogoso

Evidência 07

From: telmo.macaron@ft.fr
Sent: Monday, november 02, 2020 14:25:09
To: francoise.trufado@sieste.com
Subject: Notificação Extrajudicial
Attachment: Notificacao.extrajudicial.pdf

Prezada Françoise Trufado,
Tendo em vista a resposta enviada pela sra. em 01 de outubro de 2020, manifestando sua intenção de não negociar a elevação dos preços praticados no serviço pay-per-view e, assim, aprofundar uma guerra de preços no mercado, envio Notificação Extrajudicial, por intermédio da qual notifico a Sieste que (i) a partir de hoje, a French Toast não mais fornecerá novos conteúdos à sua empresa e (ii) a partir de 01 de novembro de 2020, a Sieste não está autorizada a vender, no pay-per-view,



quaisquer conteúdos produzidos e/ou comercializados pela French Toast.
Att,,
Telmo Macaron

Evidência 08

From: degaulle@madeleine.fr
Sent: Monday, november 02, 2020 17:01:34
To: francoise.trufado@sieste.com
Subject: Notificação
Attachment: Notificacao.extrajudicial.pdf

Estimada Françoise Trufado,
Segue Notificação Extrajudicial esclarecendo que as relações comerciais entre Madeleine e Sieste serão interrompidas, devido à sua insistência em manter preços vis no serviço de pay-per-view da sua empresa. Dessa forma, nossa empresa cessará o fornecimento de novos conteúdos para a Sieste, bem como não mais autorizará o uso de conteúdos a partir de 01 de novembro.
Uma concorrência saudável sempre será a melhor solução para o mercado.
Atenciosamente,
AdeG

103. As notificações enviadas pelos executivos das produtoras **Operrá, French Toast e Madeleine** (respectivamente, **Juliano Fogoso, Telmo Macaron e Astérix de Gaulle**) estabeleciam que (i) as produtoras não mais forneceriam novos conteúdos para a **Sieste**, a partir da data do envio das Notificações e (ii) determinavam que **a Sieste estaria proibida de disponibilizar conteúdos já fornecidos a partir da mesma data, 01 de novembro de 2020**, a indicar uma coordenação entre as produtoras.

104. Contudo, tal coordenação parece ter sido induzida por outro agente, conclusão que parece plausível a partir da análise dos metadados dos arquivos anexados às mensagens eletrônicas que continham as Notificações Extrajudiciais.

105. Os metadados dos arquivos Notificação.Sieste.pdf (Operrá), Notificacao.extrajudicial.pdf (French Toast) e Notificacao.extrajudicial.pdf (Madeleine) – mostram que os três documentos foram criados na mesma data (25 de outubro de 2020), pela mesma pessoa (usuário “tstark”) e em uma máquina vinculada à empresa **Inova**, a indicar que **Toninho Stark**, Diretor Comercial da **Inova** seria o verdadeiro criador do documento, com objetivo de coordenar a conduta das produtoras em sua retaliação à **Sieste**:

**Evidência 09**

Tipo: PDF

(...)

Onde:/Users/Inova/Diretoria/tstark/Desktop/Pay-per-view/
Caso.Sieste/Notificação.extrajudicial

Criado: domingo, 25 de outubro de 2020 (14:35)

106. Finalmente, a Representação aponta que as empresas **Nickerchen** (que oferece *pay-per-view* de óperas em alemão) e **Risu** (que trabalha com espetáculos de *clowns*, também em *pay-per-view*) estariam sofrendo a mesma pressão de produtores de conteúdo, visando elevar os preços praticados e, assim, alinhá-los àqueles praticados pela **Bubbles** e pela **Inova**.

107. Por essa razão, em relação à conduta de incentivo ao boicote coletivo, recomenda-se a condenação da **Bubbles** e da **Inova**, nos termos do art. 36, §3º, inciso IV da LDCL, por criarem dificuldades ao funcionamento e desenvolvimento de empresas concorrentes.

III. CONSIDERAÇÕES FINAIS

108. Diante do quanto exposto, conclui-se que, em relação à acusação de combinar preços e condições comerciais (infração tipificada no art. 36, inciso I, §3, inciso I, 'a', da Lei Antitruste de Lalaland), em razão de suposto alinhamento quanto ao percentual de comissão cobrado de terceiros produtores de conteúdo, não foram encontrados indícios suficientes de infração à ordem econômica pelas Representadas **Bubbles** e **Inova**. Decide-se, portanto, pelo arquivamento em relação a essa acusação específica.

109. Da mesma forma, em relação às acusações de criação de dificuldades à entrada e ao funcionamento de concorrentes, discriminação, recusa de contratar e *self-preferencing* imputadas à **Bubbles**, decide-se pelo arquivamento.

110. Ressalte-se que a presente decisão de arquivamento não prejudica eventual investigação futura diante da superveniência de novos indícios a ensejar a abertura de nova investigação para apurar tais condutas.

111. Com relação à alegação de conduta comercial uniforme por meio de incentivo ao boicote coletivo, recomenda-se a condenação da **Bubbles** e da **Inova**, nos termos do art. 36, §3º, inciso IV da LDCL, por criarem dificuldades ao funcionamento e desenvolvimento de empresas concorrentes.

112. Finalmente, de acordo com o quanto exposto, conclui-se que, tendo em vista a adoção, via contrato, de cláusula de paridade, a **Bubbles** influenciou a adoção de conduta comercial uniforme por parte dos seus clientes, sobretudo



considerando sua posição dominante no mercado relevante. Dessa forma, opina-se pela condenação da **Bubbles** por prática comercial tendente a promover, obter ou influenciar a adoção de conduta comercial uniforme ou concertada, limitando a concorrência no mercado relevante, nos termos do art. 36, §3º, inciso II.

113. No que tange à **Inova**, embora adote de maneira informal políticas de paridade, a ausência de poder de mercado da **Inova** faz com que sua conduta não produza efeitos significantes no mercado relevante. Assim, decide-se pelo arquivamento do processo com relação à **Inova** no que tange à conduta investigada com relação à cláusula MFN. Ressalte-se que essa decisão não prejudica eventual investigação futura diante da superveniência de novos indícios a ensejar a abertura de nova investigação para apurar tais condutas.

**ANEXO 02 – GLOSSÁRIO**

Atchim – operadora de telefonia em que Toninho Stark tem conta.

Associação das Plataformas de Streaming de Lalaland – associação criada em outubro de 2019 que tem como principal finalidade apoiar as empresas que ofertam serviços de streaming, por meio da promoção de eventos, seminários, e da articulação com a sociedade civil e com as autoridades.

Astérix de Gaulle – Presidente da produtora Madeleine.

v

Baccio – produtora de conteúdo cadastrada na **Inova** e na **Bubbles**. Foi oficiada pela Superintendência-Geral de LalaCADE.

Bill Portões – CFO da **Bubbles**.

Bubbles – grande plataforma de tecnologia que atua, dentre outras atividades, na distribuição de eventos culturais (óperas) e espetáculos circenses *on demand*. Iniciou suas atividades em Lalaland em 2019. Representada no processo administrativo instaurado pela Superintendência-Geral de LalaCADE.

Call me – operadora de telefonia em que Tina Chef, Bill Portões, Warren Puffet e Mark Zuckenburger têm conta.

Carmen – produtora de conteúdo oficiada pela Superintendência-Geral de LalaCADE.

Consumidores Online – associação de consumidores que apresentou denúncia ao LalaCADE.

Der Ring – produtora de conteúdo oficiada pela Superintendência-Geral de LalaCADE.

Dinar – produtora de conteúdo cadastrada na plataforma da **Bubbles** e na da **Inova**. É uma conhecida empresa de entretenimento de grande influência cultural. Foi uma das empresas envolvidas na denúncia da **Bubbles** e da **Inova** à LalaCADE e foi oficiada pela Superintendência-Geral de LalaCADE ao longo da instrução probatória.

Entidade das Plataformas Digitais – objetivos muito semelhantes aos da Associação das Plataformas de Streaming de Lalaland, congregando uma gama mais diversificada de participantes.



Feira Bienal de Mercados Digitais – feira do setor realizada pelo IMD que congrega os mais diversos agentes econômicos do setor em painéis e stands de vendas.

Fellice - produtora de conteúdo cadastrada na **Inova**. Foi oficiada pela Superintendência-Geral de LalaCADE.

Françoise Trufado – CEO da **Sieste**.

French Toast - produtora de conteúdo especializada em produção de óperas na língua francesa, fornecedora de conteúdo para a **Sieste** desde a sua fundação.

Helen Musk – painelistas da Feira Bienal de Mercados Digitais.

Inova - grande plataforma de tecnologia que atua, dentre outras atividades, na distribuição de eventos culturais (óperas) e espetáculos circenses *on demand*. Iniciou suas atividades em Lalaland em 2019. Também é uma das produtoras de conteúdo cadastradas na plataforma da **Bubbles**. Representada no processo administrativo instaurado pela Superintendência-Geral de LalaCADE.

Instituto de Mercados Digitais – IMD: criado em 2015 e é uma entidade privada sem fins lucrativos que tem como atividades a realização de eventos, como seminários e feiras, pesquisas e estudos sobre ampla gama de assuntos relacionados a mercados digitais, de forma a promover a difusão de conhecimento sobre esse setor

Jeff Beijos – painelistas da Feira Bienal de Mercados Digitais.

Juliano Fogoso – Diretor-presidente da produtora Operrá.

Lalacade – autoridade antitruste de Lalaland.

Lalaland – país que se tornou independente em 2018 e onde ocorrem os fatos citados ao longo do caso.

La Traviatta – produtora de conteúdo oficiada pela Superintendência-Geral de LalaCADE.

Loretto - produtora de conteúdo cadastrada na **Bubbles**. Foi oficiada pela Superintendência-Geral de LalaCADE.

Macies - produtora de conteúdo cadastrada na **Bubbles** e na da **Inova**. Foi oficiada pela Superintendência-Geral de LalaCADE.

Madeleine - produtora de conteúdo especializada em produção de óperas na língua francesa, fornecedora de conteúdo para a **Sieste** desde a sua fundação.

Mark Zuckenburger – CEO da **Inova**.



Médée – produtora de conteúdo oficiada pela Superintendência-Geral de LalaCADE.

Nickerchen – plataforma de conteúdo focada na distribuição de óperas em alemão, com modelo *pay-per-view*.

Operrá – produtora de conteúdo especializada em produção de óperas na língua francesa, fornecedora de conteúdo para a **Sieste** desde a sua fundação.

Paula Jardim – jornalista responsável pelo furo em relação à potencial compra da **Inova** pela **Bubbles**.

ProduBubbles – produtora de conteúdo do grupo da **Bubbles** e cadastrada na plataforma da **Bubbles**. Foi oficiada pela Superintendência-Geral de LalaCADE. Produtores Unidos Jamais serão Vencidos S/C – Uma associação de produtores de conteúdo que, capitaneada pela gigante do entretenimento **Dinar**, apresentou denúncia ao LalaCADE.

Risu – plataforma de conteúdo focada na distribuição de espetáculos de *clowns*, com modelo *pay-per-view*.

Salomé – Produtora de conteúdo oficiada pela Superintendência-Geral de LalaCADE.

Scarlet Bergman – representante do Ministério Público Federal atuante junto à autoridade antitruste de Lalaland.

Sieste – Plataforma de tecnologia focada na distribuição de óperas em francês, com modelo *pay-per-view*. Apresentou representação à Superintendência-Geral de LalaCADE em face da **Bubbles** e da **Inova**.

Solelo – produtora de conteúdo cadastrada na plataforma da **Inova** e da **Bubbles**. Foi oficiada pela Superintendência-Geral de LalaCADE.

Squads – plataforma que fornece serviços de videochamada e online chat por meio de cloud-based peer-to-peer software, muito utilizada para teleconferências. Foi a plataforma utilizada para a organização da Feira Biental de Mercados Digitais.

Telmo Macaron – CEO da French Toast.

Tina Chef – Diretora de Novos Negócios da **Bubbles**.

Toninho Stark – Diretor Comercial da **Inova**.

Warren Puffet – Diretor Comercial da **Bubbles**.



ANEXO 03 - ORGANOGRAMA SOCIETÁRIO DO GRUPO BUBBLES

