



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

3

BUENOS AIRES, 5 ENE 2001

VISTO el Expediente N° 064-008775/2000 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA, y

CONSIDERANDO:

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

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

Que las presentes actuaciones dan cuenta de la notificación presentada en los términos del referido artículo 8° de la Ley N° 25.156 y con relación a la operación de concentración económica llevada a cabo, consistente en la toma de control a nivel mundial sobre THE SEAGRAM COMPANY LTD, por parte de una entidad resultante de la fusión entre VIVENDI S.A. y CANAL PLUS S.A., denominada VIVENDI UNIVERSAL, acto que encuadra en el artículo 6° inciso c), de la Ley N° 25.156.

Que la operación de concentración económica notificada tiene efectos en la

189

1609

JP  
que



*Ministerio de Economía*  
*Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor*

REPUBLICA ARGENTINA, en virtud de que VIVENDI S.A. y THE SEAGRAM COMPANY LTD tienen subsidiarias en nuestro país y CANAL PLUS S.A., comercializa ciertos programas de televisión, películas y contenidos en general a productoras y canales de televisión locales.

Que la operación de concentración económica que se notifica, con incidencia en la comercialización de derechos para transmisión televisiva, no infringe el artículo 7° de la Ley N° 25.156 al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

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

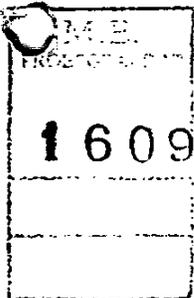
Que el infrascripto resulta competente para el dictado del presente acto en virtud de lo establecido en los artículos 13 y 58 de la Ley N° 25.156.

Por ello,

EL SECRETARIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Autorizar la operación de concentración económica notificada consistente en la toma de control a nivel mundial sobre THE SEAGRAM COMPANY LTD, por parte de una entidad resultante de la fusión entre VIVENDI S.A. y CANAL PLUS S.A., denominada VIVENDI UNIVERSAL, de acuerdo a lo previsto en el artículo 13 inc. a) de la Ley N°



*JF EW*  
*SUE*



*Ministerio de Economía*  
*Secretaría de Defensa de la Competencia y del*  
*Consumidor*

25.156.

ARTÍCULO 2°.- Considérese parte integrante de la presente al Dictamen emitido por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA de fecha 28 de diciembre del año 2000, que en DIEZ (10) fojas autenticadas se agrega como Anexo I.

ARTÍCULO 3°.- Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCIÓN N° **3**

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

SECRETARÍA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR
609

*R. W.*  
*out*



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

3

ES COPIA  
FIEL DEL ORIGINAL

*Alejandro C. Incauti*  
Dr. Alejandro C. Incauti  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia  
Secretario  
Expediente N° 064-008775/2000

DICTAMEN CONCENT. 189

BUENOS AIRES, 28 DIC 2000

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica traída a consideración, que tramita en expediente 064-008775/2000 del Registro del Ministerio de Economía, caratulado "VIVENDI S.A., CANAL PLUS S.A., SOFIEE S.A., 3744531 CANADA INC. Y THE SEAGRAM COMPANY LTD. S/ NOTIFICACION ART. 8 LEY 25.156", consistente en la toma del control a nivel mundial sobre THE SEAGRAM COMPANY LTD, por parte de una entidad resultante de la fusión entre VIVENDI S.A. y CANAL PLUS S.A., denominada VIVENDI UNIVERSAL, con fecha 19 de junio de 2000.

M.E. SECRETARÍA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR 1609
--

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES

La operación

1. El presente dictamen refiere a la operación por la el grupo VIVENDI toma el control a nivel mundial sobre THE SEAGRAM COMPANY LTD, a través de una entidad resultante de la fusión entre VIVENDI S.A. y CANAL PLUS S.A., denominada VIVENDI UNIVERSAL.
2. La señalada operación comercial se desarrolla de la siguiente forma, a saber: VIVENDI S.A., transferirá su tenencia del 15% de las acciones de CANAL PLUS S.A. a su subsidiaria SOFIEE S.A., la cual detenta en la actualidad el 34% del paquete accionario



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

3

ES COPIA  
FIEL DEL ORIGINAL

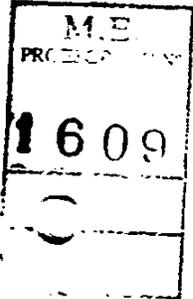
*[Handwritten signature]*

Dr. Alejandro J. Angaut  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia  
Secretario

de CANAL PLUS S.A.. Esta última transferirá todos sus negocios, con excepción de las actividades relativas a la producción y transmisión del canal de televisión francés Canal Plus S.A., a una compañía creada para tal fin denominada NEWCO1, la cual a su vez transferirá inmediatamente dichos negocios a otra nueva sociedad denominada NEWCO2, subsidiaria de la primera, la cual dirigirá todos las actividades que en principio realizaba CANAL PLUS S.A.

3. VIVENDI S.A.y NewCo1 se fusionarán con SOFIEE S.A. creando VIVENDI UNIVERSAL, que será la compañía madre del nuevo grupo. Esta última será la que adquiera el control sobre THE SEAGRAM COMPANY Ltd. A raíz de esta fusión cada acción de CANAL PLUS S.A. recibirá a cambio dos acciones de VIVENDI UNIVERSAL.
4. Luego del cierre de la operación el paquete accionario de VIVENDI UNIVERSAL, quedará conformado de la siguiente manera: VIVENDI S.A quién representará el 59% de las acciones, THE SEAGRAM COMPANY Ltd. con el 29% de las mismas y finalmente CANAL PLUS S.A. que detendrá el 12% restante del paquete.

Las partes



5. VIVENDI S.A. es una sociedad francesa, madre de un conjunto de empresas involucradas en los negocios de tratamiento de aguas cloacales y suministro de agua potable, producción de energía, tratamiento y disposición de desechos urbanos e industriales, transporte, ingeniería, telecomunicaciones, editorial, software de entretenimiento, cine y televisión.
6. En Argentina, VIVENDI S.A. se encuentra presente a través de 15 subsidiarias que realizan diversas actividades tales como editorial médica, educativa y farmacológica, operación de la red de agua corriente y cloacal en la provincia de Tucumán, servicios de provisión y saneamiento de agua, recolección, tratamiento y reciclaje de residuos, organización de ferias y congresos, ingeniería y construcción, servicios de mantenimiento y gerenciamiento de instalaciones

*[Handwritten signatures and initials]*  
JP EW  
SUE  
JP  
F



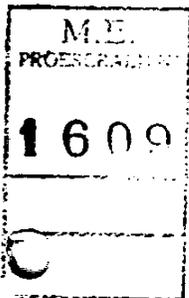
Ministerio de Economía  
 Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

3

ES COPIA  
 FIEL DEL ORIGINAL

*Alejandro I. Angaut*  
 Dr. Alejandro I. Angaut  
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia  
 Secretario

7. CANAL PLUS S.A. es una compañía francesa, controlada indirectamente por VIVENDI S.A., dedicada a la producción de canales y programas de televisión paga, distribución y comercialización de contenidos para canales de televisión y servicios de cable y satelitales, producción y distribución de películas cinematográficas, adquisición y comercialización de derechos de películas y eventos deportivos, desarrollo de servicios multimedia e interactivos relacionados a internet, concentrando su actividad principalmente en Europa.
  
8. En Argentina, CANAL PLUS S.A. no tiene presencia física, aunque comercializa ciertos programas de televisión, películas y contenidos en general a productoras y canales de televisión.
  
9. THE SEAGRAM COMPANY Ltd. es una sociedad constituida según las leyes canadienses, controlante de un conjunto de empresas que concentran sus negocios en dos actividades principales: entretenimiento y bebidas. Dentro del segmento de bebidas, THE SEAGRAM COMPANY Ltd. produce, comercializa y distribuye bebidas alcohólicas destiladas, vinos, cervezas y otras bebidas de baja graduación alcohólica.
  
10. Por su parte, el segmento de entretenimiento puede dividirse en tres ramas: producción y distribución en todo el mundo de música grabada en diversos formatos, a través de UNIVERSAL MUSIC GROUP; producción, financiación y distribución de películas cinematográficas, de video y televisión, operación de canales de cable internacionales y comercialización de derechos sobre las películas y productos relacionados a través de UNIVERSAL PICTURES y operación de parque temáticos y de diversiones y desarrollo de programas de entretenimientos para computación.
  
11. En Argentina, THE SEAGRAM COMPANY Ltd desarrolla actividades relacionadas a los negocios de bebidas y música a través de sus tres subsidiarias en el país: SEAGRAM DE ARGENTINA S.A. quien elabora, comercializa, distribuye, importa y exporta bebidas alcohólicas; UNIVERSAL MUSIC DE ARGENTINA S.A., dedicada a la producción, importación y comercialización de grabaciones musicales de diversos géneros y UNIVERSAL MUSIC PUBLISHING S.A.-ARGENTINA, cuyo objetivo es la adquisición y explotación de los derechos correspondientes a las composiciones musicales.



*J. P. W.*  
*SUE*  
*J. P.*  
*[Signature]*



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

3

ES COPIA  
FIEL DEL ORIGINAL

*[Signature]*  
Dr. Alejandro J. Arcout  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia  
Secretario

12. Cabe destacar que si bien UNIVERSAL PICTURES no tiene presencia en el país, la misma comercializa sus producciones a través de UNITED INTERNATIONAL PICTURES, sociedad constituida según las leyes de los Países Bajos y controlada por UNIVERSAL PICTURES, Metro Golden Meyer y Paramount Pictures en partes iguales. UNIVERSAL PICTURES también comercializa en Argentina títulos cinematográficos en formato de video a través de CIC Video Ltda. (Brasil), en la cual The Seagram Company Ltd posee un interés directo no controlante; también comercializa contenidos de televisión a ciertos operadores de televisión del país a través de su controlada Universal Television Enterprises Inc. (USA). Asimismo, opera canales de cable en el país por intermedio de sus subsidiarias USA Latin America (USA) y LAPTVA Atlanta Partners (USA).

II. ENCUADRAMIENTO LEGAL

13. Al tratarse la presente operación de la toma de control por parte de VIVENDI S.A. sobre THE SEAGRAM COMPANY Ltd., la misma se notifica en los términos del artículo 6°, inciso c) de la Ley N° 25.156.

14. De acuerdo a lo informado en la presentación, el volumen de negocios en el ámbito internacional de las empresas supera el umbral de los PESOS DOS MIL QUINIENTOS MILLONES (\$2.500.000.000) establecido en el artículo 8° del citado cuerpo legal.

III. PROCEDIMIENTO

15. El día 28 de junio las empresas intervinientes notificaron en tiempo y forma, la operación conforme a lo establecido en el artículo 8° de la Ley N° 25.156.

16. Tras analizar la información suministrada por las empresas en ocasión de la notificación, la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA comprobó que la

M.E.  
REGISTRADO Nº  
1603  
C

*[Signatures]*



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

3

ES UNA COPIA FIEL DEL ORIGINAL

*[Signature]*  
 Dr. Alejandro J. Arcout  
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia  
 Secretario

misma no satisfacía los requerimientos establecidos en el Formulario F1, comunicándose a los presentantes el día 28 de septiembre.

17. Finalmente, con fecha 7 de noviembre los notificantes presentaron la información requerida, cumplimentando satisfactoriamente el Formulario F1, por lo que a partir de esta fecha comenzó a correr el plazo de 45 días establecido en el artículo 13 de la Ley 25.156, venciendo el mismo el día 12 de enero de 2001.

**IV. EVALUACION DE LOS EFECTOS DE LA OPERACION DE CONCENTRACION SOBRE LA COMPETENCIA**

**Naturaleza de la operación**

18. En virtud de lo expuesto, existen relaciones horizontales a nivel mundial entre UNIVERSAL PICTURES y CANAL PLUS S.A. ya que ambas desarrollan actividades relacionadas con la producción y distribución de contenidos para cine y televisión, así como también a la comercialización de derechos sobre los mismos y a la operación de señales de televisión.

19. Tomando en consideración sólo el territorio nacional, UNIVERSAL PICTURES desarrolla las siguientes actividades, a saber: a) comercialización de películas sobre las cuales posee los respectivos derechos de distribución, los cuales son licenciados a United International Pictures B.V. quien opera en Argentina por medio de su subsidiaria United Intenational Pictures Argentina; b) distribución de películas en formato de video a través de CIC Video Ltda. (brasíler); c) participación en la distribución de señales de televisión, por un lado es controlante de USA Latin America a través de la cual opera las señales 13<sup>th</sup> street, Sci-Fi y Studio Universal; por otra parte UNIVERSAL PICTURES posee participación (22,5%) en LAPTVA Atlanta Partners la cual opera tres canales de cine con presencia en el país: Movie City, Cinecanal Y The Film Zone. LAPTVA Atlanta Partners posee una oficina de ventas en Buenos Aires, responsable de los negocios de la compañía en Argentina, Bolivia, Chile, Paraguay y Uruguay y d) licenciamiento de

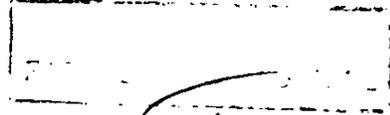
M.E. PROESGRALD N°
1609
-
-

*[Handwritten signatures and initials]*



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

3



*[Handwritten signature]*

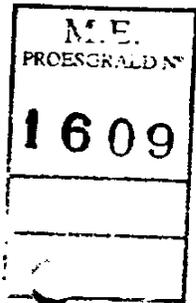
Dr. Alejandro J. Ancout  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia  
Secretario

derechos de transmisión televisiva de una variedad de películas, programas y eventos deportivos.

20. Las actividades de CANAL PLUS S.A. en Argentina se centran únicamente en la comercialización de derechos de transmisión televisiva (pese a que a nivel internacional sus actividades sean más abarcativas), no existiendo punto de contacto con el resto de las actividades que UNIVERSAL PICTURES directa o indirectamente desarrolla en el país y las que lleva adelante CANAL PLUS S.A..

21. Por lo tanto, si bien a nivel internacional la superposición de actividades entre UNIVERSAL PICTURES y CANAL PLUS S.A. es más extensiva que la que se presenta localmente, considerando los efectos que esta operación de concentración pueda tener en el país, las relaciones horizontales se limitan a la comercialización de derechos de transmisión de contenidos para televisión.

22. Adicionalmente podría generarse alguna relación vertical entre CANAL PLUS S.A. como comercializador de contenidos para televisión y UNIVERSAL PICTURES como proveedor de las señales televisivas Sci-Fi, Studio Universal y 13<sup>th</sup> street.



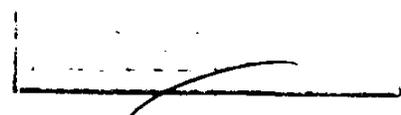
**El mercado relevante del producto**

23. La demanda de contenidos televisivos está conformada por los operadores y comercializadores de las distintas señales de TV. Estos eligen la programación que luego ofrecerán a los diferentes medios de distribución (cable, televisión satelital o tecnologías de aire). Esta última es una segunda etapa de comercialización ("aguas abajo") entre los distribuidores de señales y los cableoperadores, operadores de televisión satelital o de otras tecnologías de difusión televisiva.

24. Por el lado de la oferta, los derechos sobre los contenidos televisivos pueden ser comercializados por distintas clases de agentes dependiendo de quién tenga la titularidad de los mismos. Los titulares pueden ser los mismos productores, es decir aquellos que proveen los medios y disponen de los recursos necesarios para su generación. Asimismo, los derechos de comercialización puede estar en manos de

*[Handwritten initials]*  
SUE CW

*[Handwritten signature]*



Dr. Alejandro J. Ancut  
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia  
 Secretario

terceros no productores que se dediquen a la adquisición y a su posterior comercialización. Por otra parte figuran los operadores de filmotecas o archivos, cuya actividad consiste en obtener los derechos sobre películas o programas televisivos que hayan sido explotados a través de distintos medios de exhibición incluyéndolos en sus archivos y licenciándolos a los operadores de los distintos canales de televisión.

25. Por lo tanto, la oferta de contenidos para televisión está constituida por una amplia variedad de agentes que va desde los grandes estudios cinematográficos o televisivos del exterior hasta pequeños y medianos productores independientes nacionales o extranjeros y aquellos que sin ser productores posean la titularidad de los derechos.

26. A su vez, los mismos operadores que constituyen la demanda de señales televisivas pueden convertirse en oferentes de este mercado, así como también aquellas empresas que dedican su actividad a la creación de contenidos pueden ser a su vez los demandantes.

27. Dada la amplia gama de contenidos que son comercializados y la heterogeneidad de la oferta es conveniente, con el objeto de realizar el presente análisis, circunscribir el mismo a la comercialización de los derechos de televisión de películas, ya que, considerando que son las películas las que tienen el mayor peso dentro de los distintos contenidos que son comercializados por las partes, de no generarse preocupación desde el punto de vista de defensa de la competencia en este segmento tampoco habrá de generarse con relación al resto de los contenidos.

28. Por ejemplo, tomando como referencia las ventas realizadas a los mayores clientes de CANAL PLUS S.A. durante 1999, las cuales ascienden a U\$S 298.465 y representan un tercio del total de ventas que CANAL PLUS S.A. destina al país, el 79% de las unidades vendidas corresponde al rubro películas.

**Mercado geográfico relevante**

29. El mercado de comercialización de producciones para ser emitidas por televisión es básicamente un mercado internacional. No obstante, a los fines del presente dictamen,

M.E.  
 PROSECUCCIÓN  
 1609

JP  
 sue AW

JP  
 BL



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

3

ES COPIA  
FIEL DEL ORIGINAL

*Handwritten signature*

Dr. Alejandro J. Pincut  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia  
Secretario

se limitará geográficamente el análisis de los efectos en el territorio nacional, que constituye el ámbito de aplicación de la Ley 25.156

**Efectos sobre la competencia**

30. Partiendo de las ventas de derechos de televisión de los mayores estudios norteamericanos para los Estados Unidos, excluyendo a operadores no norteamericanos e independientes, UNIVERSAL PICTURES representó en 1999 el 9% del total, mientras que las participaciones de sus competidores norteamericanos serían aproximadamente las siguientes:

31. Cuadro N° 1: participación de los grandes estudios norteamericanos en la comercialización de derechos para la transmisión televisiva de películas.

Compañía	Porcentaje
Warner	15%
Disney	15%
Sony	10%
Fox	10%
Paramount	5%
MGM	3%

32. Si bien estas cifras representan la situación en EE.UU., el hecho de que los estudios norteamericanos sean los mayores competidores en este mercado al nivel mundial hace razonable suponer que una situación similar se reproduzca también localmente, con lo cual es posible tomar estos datos como aproximación al mercado de comercialización de derechos de televisión de películas en el país.

33. Según las estimaciones realizadas, UNIVERSAL PICTURES ocuparía el quinto lugar en el ranking de los grandes estudios norteamericanos. Sin embargo, es necesario destacar

M.E.  
PROESGRALD N°  
1609

*Handwritten signatures and initials*



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

3

ES COPIA  
FIEL DEL ORIGINAL

Dr. Alejandro I. Angaró  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia  
Secretario

que estas participaciones se encuentra sobreestimadas debido en principio a la exclusión del resto de los competidores no estadounidenses.

34. En relación a la concentración económica que habrá de producirse como consecuencia de la presente operación, se observa que los ingresos de UNIVERSAL PICTURES producto de la comercialización de derechos de transmisión televisiva en Argentina ascendieron durante 1999 a U\$S 6.069.000, cifra que incluye todo tipo de programación y que por su parte los de CANAL PLUS S.A. alcanzaron apenas los U\$S 889.000., representando esta cifra sólo el 15% de lo comercializado por UNIVERSAL PICTURES. A raíz de esta comparación surge que CANAL PLUS S.A. representa en términos relativos una fracción menor dentro del mercado local. Consecuencia de lo cual la competencia no se verá sustancialmente alterada con posterioridad a la operación

35. Respecto de la posible relación vertical, la misma no reviste significación dada la escasa participación de las señales Sci-Fi, Studio Universal y 13<sup>th</sup> Street en el mercado local, según la operación de concentración económica que fuera analizada en esta ámbito y que tuviera como firmas involucradas a PRAMER S.C.A. y GEMS INTERNATIONAL TELEVISION LLP.

**Consideraciones finales acerca de los efectos sobre la competencia**

36. Tomando en cuenta que la actividad de CANAL PLUS S.A. en Argentina es poco relevante, que la oferta de derechos de transmisión de películas presenta un carácter internacional, que existe una gran diversidad de oferentes de contenidos en general para ser incorporados a las señales televisivas y que la relación vertical potencial es de escasa significación, los efectos de la operación notificada en Argentina no revisten preocupación desde el punto de vista de la defensa de la competencia.

**CLAUSULAS DE RESTRICCIONES ACCESORIAS**

M.E.  
PROB. CALIDAD Nº  
1609

SP  
SUC  
CW  
[Handwritten signatures]



ES COPIA  
FIEL DEL ORIGINAL

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

Dr. Alejandro I. Barceni  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia  
Secretario

37. De la documentación aportada por las partes relativa a la operación notificada, obrante a fs. 417/20 vta., consistente en una copia del Acuerdo y plan de fusión, no se infiere la existencia de cláusulas restrictivas a la competencia.

VI. CONCLUSIONES

38. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica que se notifica, con incidencia en la comercialización de derechos para transmisión televisiva, no infringe el artículo 7º de la Ley N° 25.156 al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

39. Por ello, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR autorizar la operación de concentración económica, por la cual el grupo internacional VIVENDI, toma del control a nivel mundial sobre THE SEAGRAM COMPANY LTD, a través de una entidad resultante de la fusión entre VIVENDI S.A. y CANAL PLUS S.A., denominada VIVENDI UNIVERSAL., en los términos del artículo 13º inc. a) de la ley N° 25.156.

M.E.  
PROESCRALDIN  
1609

SUE an

*[Signature]*  
EDUARDO MONTANAT  
VOCAL

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

*[Signature]*  
Dr. MAURICIO BUTERA  
VOCAL