

99

EXMO. SR. DIRETOR DE PROGRAMAS ESPECIAIS DA FUNDAÇÃO DE
PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR - PROCON/SP / SECRETARIA DA
JUSTIÇA E DEFESA DA CIDADANIA

RECEBEMOS

Recebi em _____
Nome: _____
Assinatura _____

FUND. PROCON SP REP 19/REGU-2009 11:15 000000091

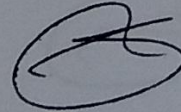
Processo nº 0513/08 - ACP
Auto de Infração nº 3201 D6

EDITORA ABRIL S.A, já qualificada nos autos do presente processo administrativo, por seu advogado infra assinado, não se conformando com os termos da decisão nele proferida ao analisar a Defesa Administrativa apresentada para o Auto de Infração acima referenciado, vem, no prazo que lhe foi concedido por essa entidade, apresentar **RECURSO ADMINISTRATIVO**, conforme lhe faculta o art. 63, III da Lei nº 10.177/98 e da Portaria Normativa nº 26/06 do Procon, pelos fatos e fundamentos a seguir expostos:

DOS FATOS:

1. A Recorrente teve contra si a lavratura do Auto de Infração de nº 3201, sob as seguintes alegações:

a) que o comercial de TV teria destacado ~~exclusivamente os prêmios vinculados ao vale-brinde verde (MP3, MP5, bolas, bonecas, brinquedos, "bikes", "games", cartões de R\$ 100,00)~~ que correspondem a



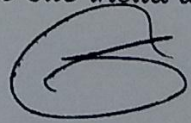
95
2

1,5 % do total distribuído, ao passo que a campanha estaria explorando o "slogan" "mais de um milhão de prêmios!", como ilustra a capa do álbum de figurinhas. Nesse sentido, estaria a induzir em erro o consumidor, omitindo dado essencial, fazendo-o, crer que são "de um milhão de prêmios" de vales-brinde verdes, o que caracterizaria publicidade enganosa omissiva, conduta irregular prevista no artigo 37, § 1º, da Lei nº 8.078/90 — Código de Defesa do Consumidor;

b) que a publicidade transmite ao expectador a grande facilidade do mesmo ser premiado a partir das imagens no comercial de TV contendo as seguintes falas das crianças:; "mais de um milhão de prêmios muito fáceis de ganhar!", "Ahá Chegou o álbum Disney Stars. O único com mais de 1 milhão de prêmios "Álbum de figurinhas Disney Stars. Mais de 1 milhão de prêmios nos envelopes para você". Nesse sentido, esse órgão entendeu que o filme induzia em erro o consumidor, fazendo-o crer que os prêmios em destaque no comercial são "prêmios muito fáceis de ganhar", o que caracterizaria publicidade enganosa comissiva, conduta irregular prevista no artigo 37, § 1º, da Lei nº 8 078/90 — Código de Defesa do Consumidor;

c) que, considerando o público - alvo da promoção / produto, crianças, e a sua condição de vulnerabilidade e hipossuficiência, esse órgão entendeu que a publicidade apresenta outras irregularidades, dentre as quais uma criança vocalizando apelo imperativo de consumo diretamente à criança ("Uhu! Não fique ai parado. Vá correndo até as bancas"), fato agravado por se tratar de produto destinado ao consumo por crianças. Nesse sentido, esse órgão entendeu que, por aproveitar-se da deficiência de julgamento e experiência da criança, utilizando-se de práticas em publicidade abusiva, estaria caracterizada a conduta irregular prevista no artigo 37, § 2º, da Lei nº 8.078/90 — Código de Defesa do Consumidor;

d) que o "site" oficial do produto, www.disneystars.com.br que direciona para o endereço eletrônico [p:/jovem.abril.com.br/hotsites/disneystars/index.shtml](http://jovem.abril.com.br/hotsites/disneystars/index.shtml)), faz uso de comandos operativos para menor de idade que não refletem cuidados especiais em relação às maneiras e atitudes responsáveis. No entender desse órgão, o site incita atitude



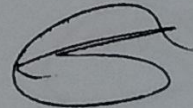
96
D

clandestina, uma vez que não orienta o menor a buscar a ajuda de um adulto, e sim a pegar o CPF do pai ou responsável. Nesse sentido, por dirigir comandos contrários às boas maneiras e atitudes responsáveis a menor de idade, aproveitando-se de sua deficiência de julgamento e experiência, esse órgão entendeu configurada a prática abusiva, conduta irregular prevista no artigo 39, caput, da Lei nº 8.078/90 — Código de Defesa do Consumidor.

e) que, ainda, que o procedimento instaurado estivesse relacionado ao álbum de figurinhas/livro ilustrado "Disney Stars", o agente atuante resolveu inserir no mesmo AI um item relacionado a uma prática comercial já objeto de estudos e discussões em procedimento próprio desse órgão e pelo próprio Poder Judiciário, por meio da qual a Recorrente faz inserir em seus boletos bancários e carnes de pagamento das assinaturas da Revista VEJA a cobrança do valor de R\$ 1,13 (hum Real e treze centavos) que, no entender desse órgão, corresponderia a uma conduta abusiva por transferir ao consumidor custo inerente à atividade econômica da atuada, em contrariedade ao disposto no artigo 39, V da Lei nº 8.078/90 — Código de Defesa do Consumidor.

2. Por todos esses motivos, a Recorrente foi capitulada nos artigos 37, § 1º e 2º, art. 39 e 56, inciso I e 57 da Lei nº 8.078/90, sem prejuízo das demais sanções previstas no artigo 56 da mesma Lei, sendo lhe imposta multa no valor de R\$ 484.404,09 (quatrocentos e oitenta e quatro mil, quatrocentos e quatro reais e nove centavos), calculada com base em receita mensal bruta estimada em R\$ 118.354.355,56 (cento e dezoito milhões, trezentos e cinquentas e quatro mil, trezentos e cinquenta e cinco reais e cinquenta e seis centavos).

3. Apresentada Defesa Administrativa na forma regulamentar, esse órgão decidiu pela subsistência do Auto de Infração, apenas **alterando o valor da multa para R\$ 322.936,06** (trezentos e vinte e dois mil, novecentos e trinta e seis reais e seis centavos), **com a possibilidade de redução de 15% do referido valor se recolhida até o próximo dia 03 de setembro.**



92
8

4. A Recorrente recebeu com surpresa a intimação da mencionada decisão, **eis que entendia que o assunto tivesse sido devidamente esclarecido quando da entrega de sua Defesa Administrativa em 11 de abril de 2008** e, por não concordar, absolutamente, com a imposição da autuação sofrida, se vê, assim, na obrigação de apresentar o presente Recurso Administrativo, fazendo-o nos termos e condições a seguir expostos.

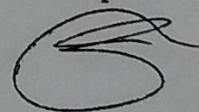
DO RECURSO

3. A Recorrente não pode concordar, absolutamente, com a imposição da autuação sofrida, conforme poderá se deprender dos esclarecimentos a seguir prestados.

4. Atentando-se ao relato contido nas folhas 8, 9 e 10 da representação encaminhada pelo Instituto Alana, que deu origem ao Auto de Infração lavrado contra a ora Recorrente, o signatário da mesma citou um Parecer da SEAE e, após citar excerto de um texto de um profissional em psicologia, concluiu seus argumentos de forma totalmente equivocada e distorcida na página 9 daquele documento, nos seguintes termos:

“ A verdade é que até mesmo o anunciante parece não considerar o pacote de figurinhas como prêmio efetivo, mas como algo à parte. Prova disso é a contra-capa do ‘ Livro Ilustrado Disney Stars’, no qual são listados na qualidade de prêmios os bens de maior valor, como bicicletas, bolas, etc., deixando-se de lado os vales que dão aos consumidores sorteados o direito a pacote com figurinhas”.

5. De fato, nada mais equivocado como se poderá deprender a seguir. A Recorrente não conseguiu entender de onde partiu a ~~informação tão equivocada que levou ao desvirtuamento dos fatos. Não se pode também compreender o alegado posicionamento da Secretaria Especial de~~



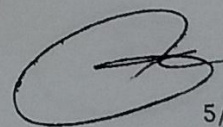
Acompanhamento Econômico - SEAE do Ministério da Fazenda, eis que foi exatamente esse mesmo órgão aquele que deferiu o pedido de realização da referida ação promocional do Livro Ilustrado Disney Stars, tal como já fez em inúmeras outras oportunidades, seja com a empresa editora, ora Recorrente, seja com outras empresas editoras de livros ilustrados e cromos autocolantes!

6. É de se destacar que o processo de autorização da promoção do produto em questão foi regularmente protocolado sob nº 18101.000546/2007-72 perante a Secretaria Especial de Acompanhamento Econômico - SEAE do Ministério da Fazenda e em conformidade com o procedimento daquele órgão, a Recorrente encaminhou com a sua documentação o documento denominado Plano de Operação, **na qual consta expressamente no seu item 3 que, dos 21 milhões de unidades de embalagens previstas para ser comercializadas, 1.015.700 unidades estariam premiadas com 01 prêmio.**

7. O procedimento foi devidamente analisado pelo órgão competente, sendo concedida a devida autorização para a realização da promoção nos termos propostos por meio do Certificado de Autorização SEAE/MF nº 05/0119/2007.

8. Diante do exposto, não se pode compreender e nem entender de onde o responsável pela elaboração da representação possa ter extraído a informação de que **“até mesmo o anunciante parece não considerar o pacote de figurinhas,...”** como fez constar naquela peça acusatória.

9. Da mesma forma, não se pode conceber a idéia de que o SEAE possa ter entendido de uma outra maneira, eis que no pedido de autorização devidamente protocolado junto àquele órgão, a tabela de prêmios contém claramente na primeira coluna a quantidade de 1.000.000 de envelopes com cromos ilustrados, ao valor unitário de R\$ 0,35 , no total de R\$ 350.000,00.



10. A Recorrente realmente desconhece de onde o Instituto Alana obteve a tabela que foi reproduzida no topo da página 10 de sua representação.

11. Por conta disso e considerando que praticamente todas as razões da autuação descritas pelo Agente Autuante partiu da premissa totalmente distorcida e errada sobre a quantidade de prêmios oferecida pela Recorrente em sua ação promocional, **necessário se faz que a verdade seja devidamente restabelecida e que os dados que servirão de base para a análise dos Srs. analistas da presente peça seja perfeitamente corrigidos e considerados, que podem assim ser resumidos**

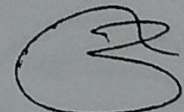
a) *A empresa fez uma ação promocional de seu produto Livro Ilustrado Disney Stars como já fez em outras oportunidades com produtos similares e como outras editoras sempre o fizeram;*

b) *A ação promocional foi regular e devidamente analisada e aprovada pelo órgão competente responsável pela concessão do seu respectivo Certificados de Autorização;*

c) *No processo de autorização protocolado perante a SEAE/MF a Recorrente fez constar expressamente a sua intenção de distribuir 1.015.700 prêmios, a justificar a menção na capa do produto e nos envelopes dos cromos a expressão "Mais de um Milhão de Prêmios";*

12. Isto posto e corrigidas as informações equivocadas constantes do procedimento que levou à lavratura do presente AI, passamos a apresentar nossas considerações acerca de cada uma das razões apresentadas pelo Agente Autuante:

13. No que diz respeito à primeira irregularidade apontada, sob a alegação de que a Defendente teria infringido o artigo 37, § 1º do Código de Defesa do Consumidor, reiteramos nossas considerações acima tratadas acrescentado às mesmas os seguintes esclarecimentos adicionais:



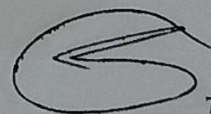
14. A Recorrente desde o momento em que resolveu promover a presente ação promocional - assim como já foi feito por ela e por outras editoras em lançamentos semelhantes - tratou a entrega dos 1.000.000 cromos como prêmios e, como tal, não se encontra impedida de divulgar essa informação em sua peças publicitárias.

15. Como se ressaltou na Defesa Administrativa apresentada anteriormente, para a Recorrente seria muito mais conveniente econômica e financeiramente se esses 1.000.000 envelopes fossem considerados simples brindes, já que deixaria de recolher o imposto de renda incidente sobre a distribuição gratuita de prêmios. Todavia, a mesma fez questão de criar a ação promocional e submetê-la à aprovação do órgão competente.

16. No que diz respeito à segunda irregularidade apontada, sob a alegação de que a Defendente teria infringido o artigo 37, § 1º do Código de Defesa do Consumidor, por conta da publicidade transmitir ao expectador a grande facilidade do mesmo ser premiado a partir das imagens no comercial de TV, o Agente Autuante se valeu dos seguintes argumentos para chegar à conclusão da caracterização da infração:

17. Considerando a informação de que será colocado à venda um total aproximado de 21 milhões de unidades de embalagens dos produtos promocionados e que, dessa totalidade, 1.015.700 unidades estarão premiadas com 01 (um) prêmio, o Agente Autuante inferiu que essa relação equivale a 4,8% de envelopes com um dos dois tipos de vale-brinde, e que para os vales-brinde verdes, o percentual é de 0,075 %. Logo, no entender dele, a possibilidade de ser premiado, em especial com o vale-brinde verde, não era tão grande quanto alardeada na publicidade.

18. Trata-se na verdade de uma conclusão precipitada e bastante equivocada, para a qual não se atentou devidamente para os números e



percentagens comumente verificados em ações promocionais de produtos distribuídos em grande quantidade.

19. Apenas a título de comparação dos números apontados na análise do Agente Autuante, tomamos a liberdade de divulgar os números de recentes ações promocionais de outras empresas do porte da Defendente:

PROMOÇÃO	EMPRESAS PROMOTORAS	RELAÇÃO DE PRÊMIOS
Dia dos Pais - C&A CA SEAE/MF 05/0064/2006	Banco Ibi e C&A Modas	19.500 prêmios para 2.178.000 produtos - 0,89%
Surpresas do Mar CA CAIXA 2-0080/2006	Pepsico do Brasil	1.010 prêmio para 54.000.000 produtos - 0,0019%
Muito prêmio, muita moda CA SEAE/MF 5/0011/2007	Banco Ibi e C&A Modas	5.800 prêmios para 3.500.000 produtos - 0,16%
Saque a 100 Km/h CA SEAE/MF 5/0079/2006	Banco Ibi e C&A Modas	1.200 prêmios para 280.000 produtos - 0,43%
A vida inteira mais você CA CAIXA 5-0123/2006	Johnson & Johnson	141.965 prêmios para 1.723.400 produtos - 8,23%
Caia no Rock com toddy CA CAIXA 2-0190/2005	Pepsico do Brasil	500 prêmios para 26.500.000 produtos - 0,0019%

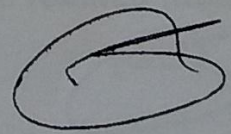
20. Como se pode ver, diante dos números aqui apresentados apenas a título de amostragem, a relação de 4,8% envelopes premiados pode ser considerada altíssima para esse tipo de ação promocional.

21. Por conta disso, analisando-se os números da tabela apresentados somente a título de amostragem, não existe outra conclusão lógica a se chegar senão a de que não restou caracterizada qualquer infração ao artigo 37, § 1º do Código de Defesa do Consumidor, a justificar o pedido que se faz de insubsistência do auto sob esse aspecto.

22. No que diz respeito à terceira irregularidade apontada, sob a alegação de que a Recorrente divulgou publicidade contendo dentre outras irregularidades, uma criança vocalizando apelo imperativo de consumo diretamente à criança, esse órgão entendeu que estaria caracterizada a existência de publicidade abusiva e a conduta irregular prevista no artigo 37, § 2º, da Lei n° 8.078/90.

23. A Recorrente não pode concordar com essa interpretação, eis que, além do comercial ter sido realizado por terceiros, por uma agência especializada na elaboração da peça publicitária e única responsável pelo seu conteúdo, o mesmo se serve de linguagem usual no meio televisivo, a justificar o pedido que se faz de insubsistência do auto sob esse aspecto.

24. No que diz respeito à quarta irregularidade apontada, sob a alegação de que a Recorrente teria infringido o artigo 37, § 1º do Código de Defesa do Consumidor, ao colocar no ar o "site" oficial do produto (www.disneystars.com.br) contendo comandos imperativos para menor de idade que não refletem cuidados especiais em relação às boas maneiras e atitudes responsáveis, levando esse órgão a entender configurada a prática abusiva, conduta irregular prevista no artigo 39, caput, da Lei n° 8.078/90 — Código de Defesa do Consumidor, cabem as considerações a seguir.



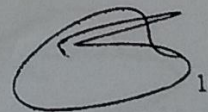
25. O texto constante do site, ao contrário do quanto afirmado pelo Agente Autuante, teve por objetivo informar o menor de idade, em linguagem simples, os passos que deveriam ser por ele seguidos para o resgate dos prêmios.

26. Lamentavelmente, nos dias de hoje, muitas das atitudes adotadas com o intuito de simplificar uma mensagem podem ser mal interpretadas, buscando-se uma segunda intenção que, via de regra, sequer foi pensada por seus responsáveis.

27. Em tais situações, a análise do caso depende da verificação do histórico de seus responsáveis. Se a atitude passível de ser interpretada de mais de uma maneira foi adotada por alguém suspeito, pode-se até concluir a busca pelas segundas intenções nela existente. Todavia, quando se trata de uma empresa com mais de 50 anos de atividade, cuja missão encontra-se disseminada como valor cultural de todos os seus empregados e colaboradores, no sentido de contribuir para a difusão de informação, cultura e entretenimento, para o progresso da educação, a melhoria da qualidade de vida, o desenvolvimento da livre iniciativa e o fortalecimento das instituições democráticas do país, não se pode sequer imaginar que a mensagem contida no site tinha por objetivo escuso e deliberado da empresa de incitar o menor de idade a uma atitude clandestina!

28. A Recorrente não pode jamais aceitar a idéia de ser interpretada - ainda que de forma equivocada - de que de algum modo tinha por intenção incitar um menor de idade a uma atitude clandestina, tal como se lhe atribuiu. Por conta disso e para não proporcionar mais nenhuma dúvida sobre suas reais intenções - qual seja a de simplesmente buscar falar a linguagem da criança em seu site - a Recorrente informa que providenciou a revisão do texto existente no referido site, de tal forma a não mais permitir a interpretação, maldosa ou não, de estar agindo em contrariedade à lei.

29. Por último, em relação ao último tópico constar do AI do qual se trata, como já se afirmou, o agente autuante resolveu inserir



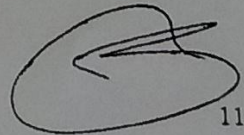
mesmo auto um item relacionado à uma prática comercial já objeto de estudos e discussões em procedimento próprio desse órgão e pelo próprio Poder Judiciário, por meio da qual a Recorrente faz inserir em seus boletos bancários e carnes de pagamento das assinaturas da Revista VEJA a cobrança do valor de R\$ 1,13 (hum Real e treze centavos) que, no entender desse órgão, corresponderia a uma conduta abusiva por transferir ao consumidor custo inerente à atividade econômica da autuada, em contrariedade ao disposto no artigo 39, V da Lei nº 8.078/90 — Código de Defesa do Consumidor.

30. Sobre esse item podemos afirmar que a Recorrente informa a todos os seus clientes e consumidores que possui preços de venda diferenciados de acordo com a modalidade de cobrança por ele escolhida, ou seja, um preço para aquele assinante que opta pela cobrança via cartão de crédito e conta corrente e outro para aquele que opta pelo pagamento via boleto bancário, sendo certo que é dado ao assinante o direito de alterar sua opção de cobrança e, portanto, alterar seu preço final, a qualquer momento, durante a vigência de seu contrato de assinatura.

31. Nesse sentido, o que se observa não é repasse de custos aos seus Assinantes, mas a simples aplicação da política de fixação dos preços de venda adotada pela empresa.

32. Para melhor compreensão de sua interpretação, faz-se necessário ressaltar que o preço de determinado produto é composto, como não poderia deixar de ser, de todos os custos incidentes na operação, tais como recursos humanos e materiais, impostos e contribuições, obrigações contratuais com terceiros, além dos custos de recebimentos das mensalidades.

33. A somatória de todos esses custos, somada ao percentual de lucro e de investimentos, dividida pelo número de assinantes resultaria na tabela de preços dos seus serviços.



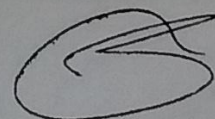
34. A política de preços instituída pela empresa baseia-se no fato de que, ao invés de se repassar aquele custo do serviço relativo ao recebimento das mensalidades para toda a sua base de assinantes, de forma indistinta - não importando a forma de pagamento adotada pelos mesmos - a mesma optou por acrescentar o valor respectivo (a parcela relativa ao custo da cobrança dos serviços) única e tão-somente aos seus assinantes que fazem o pagamento de suas mensalidades mediante boleto bancário.

35. Por último, cabe ressaltar que o Tribunal de Justiça de São Paulo, ao apreciar a Ação Civil Pública proposta pela Associação Nacional de Defesa da Cidadania e do Consumidor - ANADEC (Apelação nº 517.258.4/6-00) entendeu que a conduta observada pela Defendente de cobrar R\$ 1,13 por boleto emitido NÃO PODE SER CARACTERIZADA COMO ABUSIVA, tendo em vista que os documentos de cobrança não são impostos pela empresa, tratando-se de uma alternativa para o pagamento do preço da assinatura, cuja informação vem destacada em toda a sua publicidade e, ainda, que o valor cobrado corresponde exatamente ao valor da efetiva despesa proveniente da cobrança por aquele meio (cópia anexa).

36. Assim, também por esse motivo e, especificamente em relação a esse pedido, o Auto de Infração em questão merece ser considerado insubsistente.

37. Por todo o exposto, a Recorrente reafirma os termos de seus esclarecimentos anteriores e pede a reforma da decisão inicial desse órgão, **reconhecendo-se a insubsistência do Auto de Infração** do qual se trata e **determinando-se o arquivamento** do referido processo administrativo.

38. De outra parte, se esse não for o entendimento desse órgão, em atenção ao princípio da eventualidade, **a Recorrente entende que a penalidade que lhe foi imposta não deve prevalecer, uma vez que o valor de R\$ 322.936,06 (trezentos e vinte e dois mil, novecentos e trinta e seis reais**



106
8

seis centavos), mostra-se excessivo, desproporcional e dissociado de seu contexto fático.

39. Com a devida venia, houve notório **desrespeito ao princípio da razoabilidade**, que deve reger os atos administrativos, nos termos do disposto pelos artigos 5º, II, e 37, *caput*, da Constituição Federal.

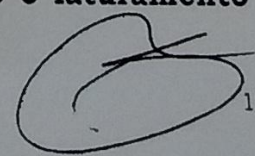
40. Como já teve a oportunidade de expor, a Recorrente **exerce inúmeras atividades, destacando-se dentre outras a de natureza editorial e gráfica e a prática do comércio em geral**, editando e distribuindo no Brasil e em alguns países do exterior, as revistas VEJA, EXAME, QUATRO RODAS, CLAUDIA, PLAYBOY e CAPRICHÔ, entre outros títulos de expressão no mercado editorial.

41. Além dos referidos periódicos, a Editora Abril **também mantém uma área editorial especializada no segmento de cromos autocolantes e dos livros ilustrados**, tais como o produto "LIVRO ILUSTRADO "DISNEY STARS".

42. Assim é que, tal departamento é uma simples **Unidade de Negócios que possui: orçamento próprio, receitas e despesas específicas, que não guardam qualquer relação com os demais negócios da empresa**, estes das mais diversas naturezas, como se pode verificar pela simples leitura de seu objeto social.

43. No caso da Unidade de Negócios em questão que envolve o negócio de livros ilustrados e cromos **o seu faturamento bruto para todo o ano de 2007 foi de aproximados R\$ 13,0 milhões, ou seja, não mais do que R\$ 1,1 milhão por mês.**

44. Nesse sentido, ainda que a capacidade econômica leva ser levada em conta como função coercitiva quando da fixação de uma multa imposta por esse órgão, esta certamente **deverá incidir sobre o faturamento do**


13/14

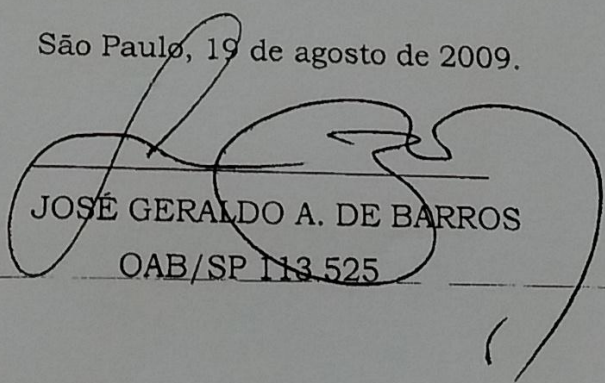
produto específico sobre o qual eventualmente a empresa infratora teria auferido vantagem, jamais levando em consideração critérios subjetivos ou que englobem o faturamento de todas as suas demais atividades econômicas.

45. A manutenção de multa em valor desproporcional à infração, ou seja calculada com base no faturamento global de uma empresa que possui diversas atividades econômicas, **ferre o princípio da razoabilidade e, como consequência, o princípio da legalidade**, a justificar o requerimento que ora se apresenta de, no mínimo, seja revisto por esse órgão o valor da multa se acaso a argumentação quanto ao mérito do Auto de Infração a seguir apresentada não for acatada por esse órgão.

37. Por todo exposto, tendo esclarecido os fatos, sendo certo que não restou caracterizada qualquer infringência aos preceitos do Código de Defesa do Consumidor, requer a V.Sas. seja a presente defesa recebido e acolhida em sua inteireza, consoante razões acima largamente explicitadas, desconsiderando o Auto de Infração e afastando-se integralmente a multa à qual fora submetida a Recorrente com o conseqüente arquivamento do procedimento em epígrafe, ou, alternativamente, caso não seja esse o entendimento, seja significativamente reduzida a multa que lhe foi imposta, tendo em vista a utilização de uma receita bruta estimada da empresa infinitamente superior à realidade, conforme mencionado no corpo desta Defesa Administrativa como medida de inteira JUSTIÇA !

Termos em que,
pede deferimento.

São Paulo, 19 de agosto de 2009.



JOSÉ GERALDO A. DE BARROS

OAB/SP 113.525