

Antitrust • Una "contesa" che può inasprire la stagione contrattuale

Esselunga contro Coca Cola: solo la punta dell'iceberg

Nella denuncia presentata all'Antitrust si accusa di vincolare i contratti sia all'acquisto di referenze predeterminate nel numero e nella tipologia, sia all'introduzione prefissata in ogni pdv di spazi espositivi minimi e di un numero prestabilito di refrigeratori/frigovetrine

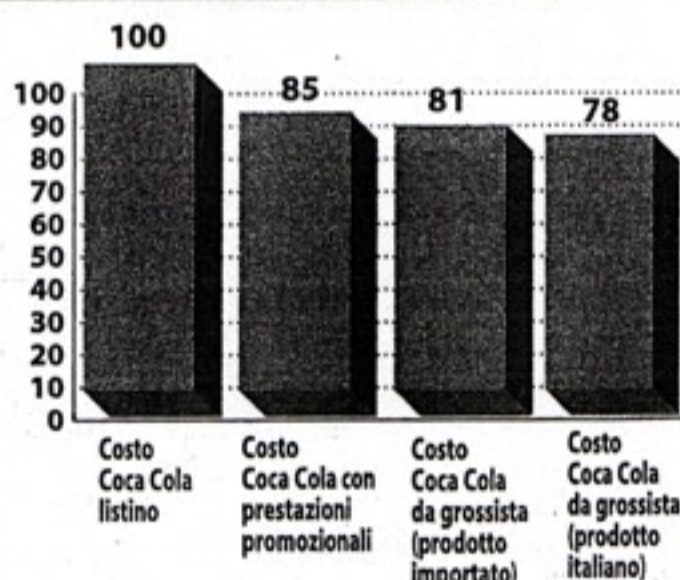
Esselunga denuncia Coca Cola all'autorità Antitrust. Le associazioni di categoria tacciono. La stampa economica quasi non si accorge del fatto. Eppure la partita in gioco non è da sottovalutare perché il suo esito potrebbe influire anche sui rapporti tra industria e distribuzione. Parecchi dirigenti commerciali della gdo, davanti ai taccuini chiusi, dicono infatti di non essere più disposti a tollerare l'invadenza sul punto di vendita di alcuni grandi gruppi e di aspettare di conoscere la posizione dell'Antitrust proprio per decidere se è o meno il caso di seguire la strada tracciata da Esselunga.

Ricapitoliamo sinteticamente i fatti. Nella denuncia presentata nel novembre '98 all'Antitrust, l'azienda della famiglia Caprotti fa riferimento a pratiche poste in essere da Coca Cola nei suoi confronti e delle imprese della gdo, consistenti nel vincolare la stipulazione dei contratti all'acquisto di referenze predeterminate nel numero e nella tipologia, unitamente all'introduzione prefissata in ogni pdv di spazi espositivi minimi e di un numero prestabilito di refrigeratori/frigovetrine. Nella denuncia, il gruppo precisa che la non accettazione di queste richieste pregiudicherebbe la possibilità di ricavare un margine di utile dalla rivendita dei prodotti Coca Cola, costringendo il distributore a vendere il prodotto in perdita (per

L'altalena dei prezzi in Europa

L'euro dilaga, e con lui i confronti di prezzo. Che spesso utilizzano proprio Coca Cola tra le referenze usate come traccianti. Secondo un'indagine effettuata dal settimanale francese *L'Express*, la bottiglia in plastica da 1,5 litri costa 1,01 euro in Francia, 1,04 in Irlanda, 0,98 in Spagna, 1,12 in Germania, 1,21 in Italia, 0,70 in Portogallo, 1,90 in Finlandia. Un'analisi realizzata da *Lehman Brothers*, pubblicata sul settimanale inglese *The Economist*, mostra invece che la deviazione standard di prezzo di Coca Cola su scala europea è di poco inferiore al 30%, ed è quindi superiore a quella di prodotti di largo consumo come lo yogurt (meno del 25%), il Big Mac (circa 12%) o i Levi's 501 (10%). Cosa determina questa situazione su un mercato distributivo come quello italiano? Basta dare un'occhiata agli scaffali di Esselunga per rendersi conto che la presenza di prodotti importati non è trascurabile. E che quindi spesso conviene di più comprare all'estero. Ma c'è dell'altro: può anche capitare che, forse con l'obiettivo di frenare il dumping, al grossista nazionale siano offerte condizioni estremamente competitive sul prodotto italiano. E questo non contribuisce certo a fare chiarezza in quella che alcuni retailer definiscono "la giungla" delle condizioni di Coca Cola.

LE CONDIZIONI D'ACQUISTO



Fonte: dati forniti dalle aziende distributive. Listino Coca Cola 6 lattine = 100

maggiori dettagli rimandiamo il lettore al sito internet dell'Antitrust, all'indirizzo www.agcm.it.

In seguito alla denuncia, l'autorità presieduta da Giuseppe Tesoro ha deciso di ampliare l'oggetto dell'istruttoria avviata a suo tempo su richiesta di Pepsi Cola (la denuncia risale al novembre '97) e di prorogarne il termine di conclusione al 15 maggio 1999. L'Antitrust si è subito messa all'opera convocando per delle audizioni alcuni retailer

(Esselunga, ma anche Coop e Pam) e parallelamente ha visitato gli uffici di Coca Cola per gli accertamenti del caso. "Per quanto ne sappiamo -dichiarano in Coca Cola-, l'autorità non ha trovato alcuna conferma di comportamenti illeciti messi in atto da Coca Cola in relazione alle accuse mosse da Esselunga".

Intanto, però, nel pieno della stagione contrattuale, negli uffici commerciali delle altre catene distributive la questione viene seguita con un grande attenzione. "Perché, a nostro parere ci sono almeno una decina di aziende, in genere di grosse dimensioni, che

vincolano la scontistica all'accettazione di condizioni che penalizzano la concorrenza -sottolinea il dirigente di una importante centro d'acquisto del commercio associato-. Sul piano formale, ovviamente, non c'è nessuna imposizione, ma chi non accetta non fruisce dello sconto".

Che il problema sia particolarmente sentito è confermato anche dal fatto che in alcune aziende sono già in preparazione dei dossier sui fornitori considerati più "problematici", da cui si desumerebbe anche il tentativo di alcuni settori dell'industria (quello dei liquidi, per esempio) di creare dei cartelli per governare congiuntamente le variazioni dei listini. "E' qualcosa di più di una sensazione -puntualizza un direttore commerciale-. Se l'industria continuerà a tirare la corda penso che potrebbero essere presentate altre denunce. Tutto però dipenderà

dall'andamento dell'attuale tornata contrattuale e dalla volontà compatta delle aziende distributive di non accettare comportamenti sopra le righe".

L'orientamento di buona parte del trade sembra essere quello di dialogare con i fornitori, con l'obiettivo di rendere i contratti meno complessi rispetto al passato e di arrivare alla corretta quantificazione dei

servizi offerti all'industria. Ma questa disponibilità di massima non comprende l'accettazione di vincoli che consentono al fornitore di prefissare autonomamente il valore dello spazio nel pdv. Per questo motivo, se l'esito dell'istruttoria avviata dall'antitrust sarà favorevole a Esselunga, anche altre imprese, potrebbero scendere in campo denunciando i fornitori, che -dal loro punto di vista- operano in posizione dominante e attuano comportamenti contrattuali che configurano la violazione dell'articolo 3 della legge 287/90. Il 15 maggio è dietro l'angolo. Staremo a vedere.

Ivo Ferrario