

La Competition Commission assolve la grande distribuzione in Gran Bretagna, ma propone nuovi controlli

di Enrico Colla*

La **Competition Commission** (CC) ha concluso la sua indagine durata due anni con un rapporto positivo per la grande distribuzione: la concorrenza nel settore grocery assicura nel complesso buoni risultati ai consumatori. Ma alcune catene hanno posizioni forti su numerosi mercati locali e trasferiscono ai fornitori rischi eccessivi e costi imprevisti; la CC propone allora una serie di rimedi.

Le evidenze emerse nell'indagine

La Competition Commission considera che l'elevato livello di concentrazione su alcuni mercati locali abbia conseguenze negative sull'offerta ai consumatori in termini di prezzo, qualità o servizi. Inoltre, i distributori che hanno forti posizioni locali realizzano profitti addizionali dovuti al basso livello di concorrenza esistente in queste zone. Per i quattro maggiori retailer (**Tesco, Asda, Sainsbury e Morrison**) il vantaggio sarebbe pari a circa il 3% dei profitti annui.

Secondo la Commissione, questi alti livelli di concentrazione, che favoriscono i maggiori distributori e tendono a mantenersi nel tempo, rivelano l'esistenza di barriere all'ingresso, che non sono attribuibili a differenze nei costi di acquisto, ma piuttosto al sistema di pianificazione vigente, che impone costi e rischi superiori ai potenziali nuovi entranti, in particolare alle imprese di media dimensione o non ancora presenti in Gran Bretagna, rispetto ai leader già presenti. Per ottenere l'autorizzazione all'apertura di nuovi punti vendita, è necessario, infatti, investire una considerevole quantità di tempo per seguire le fasi del processo amministrativo.

La scarsità di terreni disponibili per nuovi negozi di grande dimensione implica, inoltre, che il controllo di tali terreni da parte di una catena, in alcuni mercati ad elevata concentrazione, dissuade l'ingresso di potenziali concorrenti. La CC ha scoperto 90 siti controllati in questo senso, cioè terreni di cui i proprietari hanno di fatto impedito l'utilizzo ai concorrenti.

Per quanto riguarda la concorrenza verticale, la Commissione ha ritenuto che l'elevato potere d'acquisto dei distributori può essere più che compensato dal potere di mercato dei fornitori delle più importanti marche nazionali. L'equilibrio finanziario di questi ultimi non sembra quindi minacciato dal potere di acquisto dei grandi distributori.

Tuttavia, secondo la CC, si verificherebbe con frequenza il trasferimento di rischi eccessivi o di costi imprevisti dai distributori ai loro fornitori, essenzialmente tramite modifiche retroattive delle condizioni di vendita. Per la CC, l'eccessivo trasferimento dei rischi è preoccupante anche quando è stato concordato dalle parti e, se non viene contrastato, può indebolire gli incentivi dei fornitori a investire in nuove capacità, nuovi prodotti e nuovi processi produttivi.

Concorrenza orizzontale: proposte di miglioramento

Per limitare i pregiudizi alla concorrenza orizzontale evidenziati nel rapporto, la CC ha proposto tre tipi di misure.

1. L'introduzione di un test sulla concorrenza a livello locale, da applicare alle proposte di aperture di nuovi negozi, o a estensioni di negozi già esistenti, di superficie di vendita superiore ai 1000 mq. L'apertura sarà autorizzata ai nuovi entranti o se nella zona sono già presenti quattro o più operatori. Ma se il numero degli operatori è pari o inferiore a tre, per superare il test la superficie totale di vendita del distributore che chiede di aprire un nuovo negozio, comprensiva di quest'ultimo, non dovrà superare il 60% del totale della zona. Il test favorirà quindi i nuovi entranti e i distributori grocery diversi da quelli che già dispongono di una significativa quota di mercato locale.
2. Il divieto del controllo di terreni siti in zone geografiche già altamente concentrate. Tale proibizione riguarderà non solo i 30 contratti restrittivi già identificati dalla CC, ma anche ogni altro contratto analogo che possa avere effetti restrittivi.
3. Il divieto posto ai grandi distributori di impedire, mediante accordi di esclusività, l'utilizzo futuro di terreni da parte di imprese concorrenti. Il periodo di esclusività non potrà durare più di cinque anni e riguarda anche, in

questo caso, tutti i contratti relativi a terreni in zone ad elevata concentrazione in cui lazienda ha una forte posizione di mercato e che può determinare una restrizione delle aperture.

Concorrenza verticale: proposte di miglioramento

Per quanto riguarda la concorrenza verticale, i rimedi delineati sono due:

1. Costituire il *Grocery Supply code of Practice* (GSCOP), basato sull'attuale *Supermarket Code of Practice* (SCOP) ma esteso a tutti i distributori con fatturato superiore a un miliardo di sterline l'anno. Nuovi divieti e impegni sono imposti ai distributori: i divieti di effettuare modifiche retroattive dei termini e delle condizioni di vendita e di realizzare accordi che comportino la responsabilità dei fornitori per perdite dovute a differenze inventariali, gli impegni di ricorrere all'arbitrato per risolvere contrasti con i fornitori concernenti lo GSCOP, di mantenere una documentazione scritta di tutti gli accordi e di fornire allo GSCOP tutte le informazioni ragionevolmente richieste per il perseguimento delle sue funzioni.
2. La creazione di un *Ombudsman*, una sorta di arbitro responsabile di controllare e di sanzionare il rispetto delle regole del GSCOP mediante richieste di informazioni, indagini, la pubblicazione di linee guida in caso di differenze di interpretazione e la pubblicazione di un rapporto annuale.

Le reazioni

I distributori leader, compreso Tesco, hanno espresso qualche critica ma in realtà hanno accolto con sollievo le conclusioni della Commissione. Sainsbury e Morrison, e ancor più Asda, hanno reagito positivamente al test di concorrenza, che li favorisce rispetto a Tesco. I limiti posti ai contratti di restrizione dell'uso e a quelli di esclusività danneggeranno i quattro leader, mentre favoriranno tutti gli altri distributori minori, che non utilizzano abitualmente tali pratiche.

I produttori hanno accolto favorevolmente la costituzione del GSCOP e il rafforzamento delle sue funzioni, così come la creazione del grocery ombudsman.

Meno soddisfatti di questa misura sono i distributori, che saranno più limitati nelle loro pratiche e che dovranno, inoltre, finanziare la nuova struttura, per un ammontare di circa 1,2 milioni di sterline.

Ma poteva andare peggio: si temevano interventi più pesanti e più costrittivi in tema di aperture dei negozi. In realtà le critiche relative all'impatto negativo dei superstore sui piccoli negozi indipendenti - che erano in parte all'origine dell'indagine - sono state respinte sulla base del fatto che non è stato rilevato nessun pregiudizio per i consumatori.

Questi ultimi dovrebbero piuttosto trarre dei vantaggi dall'insieme delle misure proposte: ci sarà più concorrenza, non solo fra i quattro grandi, ma anche con gli hard discount, il che dovrebbe avere un effetto positivo sui prezzi e sulla qualità dell'offerta.

*Professore a Advancia-Negocia, Direttore del "Centre de recherche sur le commerce" (CRC)