

L'Ue impone limiti a Coca-Cola

La Commissione Ue pone una serie di limitazioni alla Coca-Cola per la tutela della concorrenza. «Libertà di scelta a prezzi più competitivi per i consumatori e maggiore regolarità per il mercato», questa la motivazione fornita dall'Ue, dopo la sottoscrizione di tali provvedimenti, vincolanti fino al 31 dicembre 2010, che garantiranno maggiore trasparenza al mercato e assicureranno la libertà di scelta per i distributori del canale Horeca. Queste, in sintesi, le direttive cui la multinazionale delle bevande analcoliche dovrà sottostare:

- niente più accordi in esclusiva. Questo farà sì che i clienti di Coca-Cola saranno liberi di acquistare e vendere bevande analcoliche gassate provenienti da qualsiasi fornitore a loro scelta;

- niente più sconti per target o crescita, vale a dire che Coca-Cola non offrirà più sconti ai propri clienti solo perché questi hanno acquistato la stessa quantità o più prodotti rispetto al passato;

- non sarà più possibile per Coca-Cola utilizzare i suoi brand più forti per vendere i propri prodotti meno popolari;

- 20% di spazio libero nei frigoriferi Coca-Cola. Ciò significa che nel caso in cui Coca-Cola fornisca gratuitamente un frigorifero a un esercente e che nel locale non ci sia altro spazio per l'esposizione refrigerativa di bevande, l'esercente sarà libero di utilizzare fino al 20% del frigo.

Il provvedimento comunitario è stato accolto positivamente dall'Italgrob (Federazione italiana dei grossisti e dei distributori di bevande), che ha tenuto a precisare come «il mercato italiano delle cole vive da anni in una situazione anomala, in cui un solo prodotto si è appropriato di oltre l'80% dei consumi e quando si raggiungono tali livelli viene a mancare la sana concorrenza commerciale: il produttore non si sente stimolato a far meglio, distributori ed esercenti si rassegnano al ruolo di intermediari senza possibilità decisionali e il consumatore viene privato della facoltà di scegliere».