

ASSOCIAÇÕES

Centromarca preocupada com acordos internacionais no retalho

Dinheiro
Vivo/Lusa

03.07.2018 / 17:23

A Associação Portuguesa de Empresas de Produtos de Marca diz que estes acordos pode ter impacto na concorrência e na estratégia de abastecimento.

O diretor-geral da Centromarca – Associação Portuguesa de Empresas de Produtos de Marca manifestou esta terça-feira preocupação com as alianças internacionais de retalhistas já que podem ter impacto em termos de concorrência e na estratégia de abastecimento.

Na segunda-feira, os retalhistas francês Carrefour e britânico Tesco, líderes nos respetivos mercados onde operam, anunciaram um acordo estratégico de longo prazo para aumentar o poder negocial junto dos fornecedores e diminuir os custos.

“Estamos a falar de duas cadeias que somadas representam 120 mil milhões de euros”, o que comparando com a Sonae, “que vale seis milhões de euros, por exemplo”, representa “20 vezes mais” no setor da distribuição, adiantou à Lusa o diretor-geral da Centromarca, Pedro Pimentel.

Ora estas alianças, prosseguiu, acontecem “sem qualquer escrutínio das autoridades”, podendo “afetar a estrutura económica” dos fornecedores.

“Isto é bastante preocupante porque permite um pedido de negociação” da parte dos distribuidores, apontou.

Além disso, “a partilha de informação” que decorre destas alianças “dá um enorme poder” na mesa das negociações com os fornecedores.

“É importante que as nossas autoridades [europeias] estejam atentas ao impacto” que estas alianças vão ter, apontou, salientando que tal poderá traduzir-se em “menor concorrência” e em implicações “na estratégia de abastecimento”.

O acordo entre o Carrefour e a Tesco, que deve estar concluído dentro de dois meses e vigora por períodos de três anos, tem como objetivo melhorar o aprovisionamento e a qualidade dos produtos, a preços mais baixos, com benefício para os clientes, bem como aumentar a competitividade das marcas, explicaram as duas entidades em comunicado conjunto.