

Distribuição

Aliança entre Tesco e Carrefour pode “afetar a estrutura económica” dos fornecedores, diz diretor-geral da Centromarca

por Ana Rita Costa - 4 Julho, 2018



A Tesco e a **Carrefour** anunciaram esta segunda-feira (2 de julho) uma aliança estratégica que, de acordo com os dois retalhistas, permitirá aumentar o poder negocial junto dos fornecedores, diminuir os custos e ao mesmo tempo baixar os preços oferecidos aos consumidores. Esta notícia surge depois de também a Auchan Retail, o Casino Group, o Metro e o Schiever Group terem anunciado a criação de uma central de compras internacional que se irá chamar Horizon.

Pedro Pimentel, Diretor-Geral da **Centromarca – Associação Portuguesa de Empresas de Produtos de Marca**, vê estes negócios com preocupação e defende que podem representar perda de poder negocial para os fornecedores.

Em declarações à Lusa, o responsável explica que o negócio agora anunciado entre a Tesco e a Carrefour pode ter impacto em termos de concorrência. “Estamos a falar de duas cadeias que

somadas representam 120 mil milhões de euros”, o que comparando com a Sonae, “que vale 6 mil milhões de euros, por exemplo”, representa “20 vezes mais” no setor da distribuição.

Segundo Pedro Pimentel, estes acordos acontecem “sem qualquer escrutínio das autoridades”, podendo “afetar a estrutura económica” dos fornecedores. “Isto é bastante preocupante porque permite um reforço do poder de negociação” por parte dos distribuidores.

O Diretor-Geral da Centromarca diz também que “a partilha de informação” que irá resultar desta parceria estratégica “dá um enorme poder” aos distribuidores na mesa de negociações com os fornecedores.

“É importante que as nossas autoridades [europeias] estejam atentas ao impacto” destas alianças, já que se poderão traduzir em “menor concorrência” e em implicações “na estratégia de abastecimento”.

De acordo com a imprensa internacional, o acordo agora anunciado entre a Tesco e a Carrefour deverá estar concluídos nos próximos dois meses e tem como objetivo garantir a qualidade dos produtos, a preços mais baixos, e aumentar a competitividade das insígnias.

Sobre o acordo entre a Auchan Retail, o Casino Group, o Metro e o Schiever Group sabe-se já que a nova central de compras criada deverá prestar apoio ao desenvolvimento das pequenas e médias empresas, nomeadamente através do lançamento de concursos para produtos de marca própria pouco diferenciados.

Recorde-se que nos últimos anos a União Europeia tem vindo a apertar o cerco às práticas de comércio desleais. Já este ano, o Comissário Europeu para a Agricultura, Phil Hogan, defendeu **durante a sua intervenção no Forum for the Future of Agriculture**, em Bruxelas, que é preciso “reforçar a posição dos agricultores na cadeia de abastecimento alimentar europeia”.

Jyrki Katainen, Vice-Presidente da Comissão Europeia para as pastas de Emprego, Investimento e Competitividade, disse também que “existem desequilíbrios no poder de negociação na cadeia de abastecimento alimentar e esta proposta da Comissão pretende abordar estas práticas injustas. Agimos porque uma conduta de negócio injusta prejudica a viabilidade económica dos operadores da cadeia”.

Nesse sentido, foi apresentada uma proposta legislativa para reforçar a proteção dos pequenos e médios agricultores. Em causa estão práticas como pagamentos tardios a fornecedores de perecíveis, cancelamentos de última hora, mudanças unilaterais em contratos e a obrigatoriedade de pagamento por parte dos fornecedores de produtos desperdiçados.

A Comissão Europeia pretende ainda implementar uma política de sanções, que serão definidas pelas autoridades nacionais de cada país, para aqueles que não cumprirem as regras estabelecidas na normativa europeia.