



La posizione di Centromarca sul provvedimento Antitrust Cosmetici

Nessun cartello: prezzi sotto l'inflazione e molto diversificati

Milano, 15 dicembre 2010 - Centromarca contesta decisamente la fondatezza del provvedimento emanato dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (Agcm) al termine del procedimento I-701 riguardante presunti aumenti coordinati, al di sopra dell'inflazione, dei prezzi dei prodotti cosmetici praticati tra il 2000 e il 2007 alla Distribuzione Moderna. Ribadisce che nell'ambito della propria attività non ha mai condotto né facilitato alcun comportamento restrittivo della concorrenza e annuncia di aver incaricato i suoi legali di presentare ricorso al Tar.

La ricostruzione e l'interpretazione dei fatti risultano irrealistiche per diverse ragioni:

- La variazione dei prezzi è sempre stata al di sotto dell'inflazione.
Per quanto riguarda le industrie oggetto dell'indagine è stata inferiore a quella media dell'intero settore cosmetico (*dati Nielsen e Istat, vedi allegato 1*).
- L'andamento dei prezzi dei prodotti cosmetici è sempre stato fortemente differenziato tra azienda e azienda (*dati SymphonyIRI e Istat, vedi allegati 2 e 3*).
- Il contestato scambio di informazioni sugli aumenti medi di listino non è in grado di determinare l'allineamento dei prezzi al consumo, perché la competizione tra produttori si gioca sul prezzo effettivo di cessione, che è molto diverso da quello di listino e straordinariamente divaricato tra azienda e azienda.
- Inoltre tale scambio riguarda dati irrilevanti sul piano concorrenziale, in quanto storici, aggregati, pubblici o provenienti in forma anonima da un elevato numero di imprese.

Questi fatti dimostrano che, contrariamente alle conclusioni dell'Antitrust, non vi è stata alcuna attività restrittiva della concorrenza. Peraltro è impossibile prefigurare un'intesa fra tanti differenti soggetti – dalle grandi multinazionali alle PMI italiane – estesa a tanto numerose categorie di prodotto e così prolungata.

Centromarca svolge la sua attività ottemperando alle disposizioni di legge e in particolare alle norme a tutela della concorrenza, avvalendosi di un rigoroso codice di Antitrust Compliance e della consulenza di esperti legali per il controllo del suo operato.

Per informazioni:

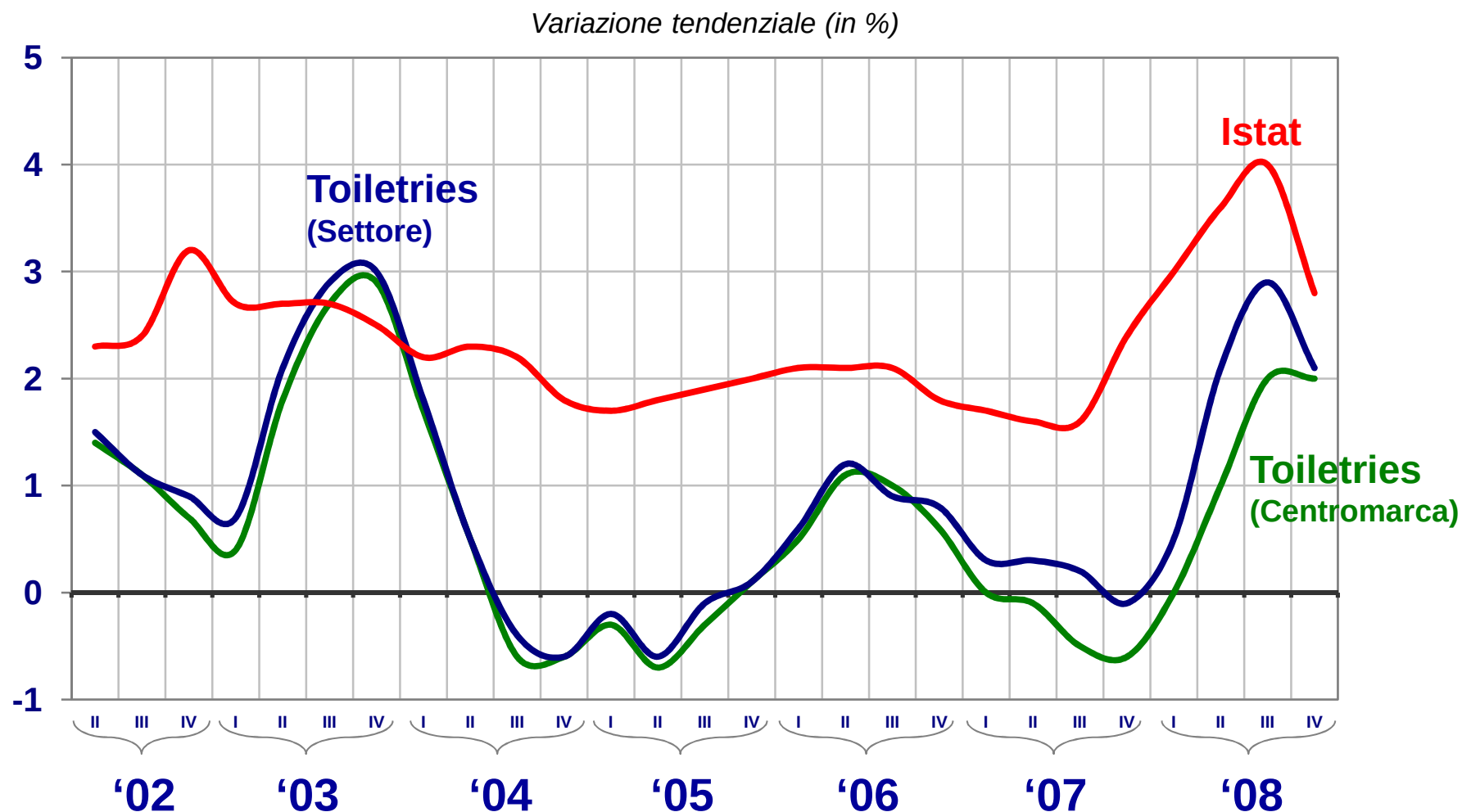
Ufficio stampa Centromarca

Ivo Ferrario

ivo.ferrario@centromarca.it

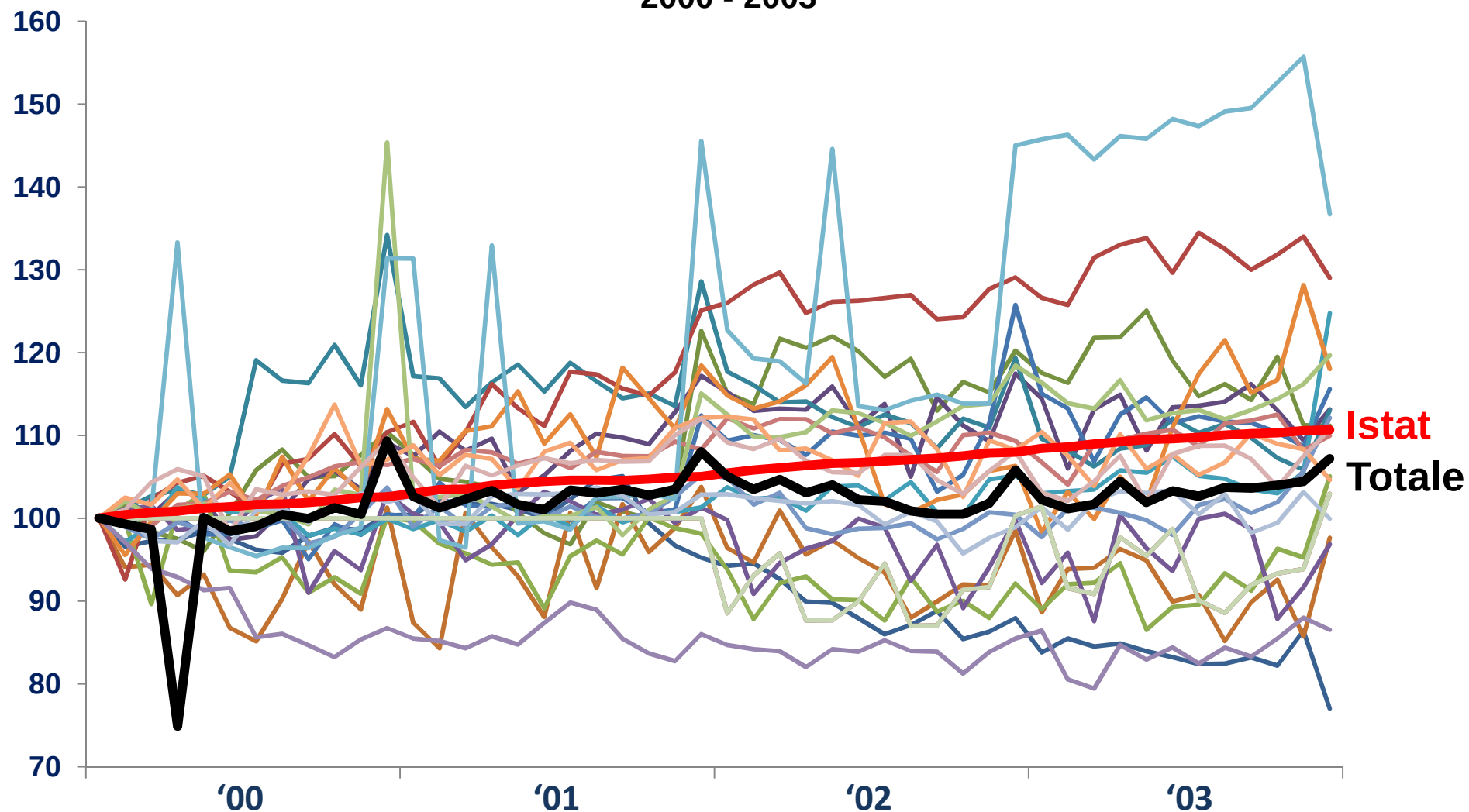
Cell. 335 6813017

Prezzi al consumo - Toiletries



Variazione dei prezzi medi, incluse le attività promozionali, considerando tutti i prodotti rilevati nel mese in esame e già presenti nello stesso mese dell'anno precedente.

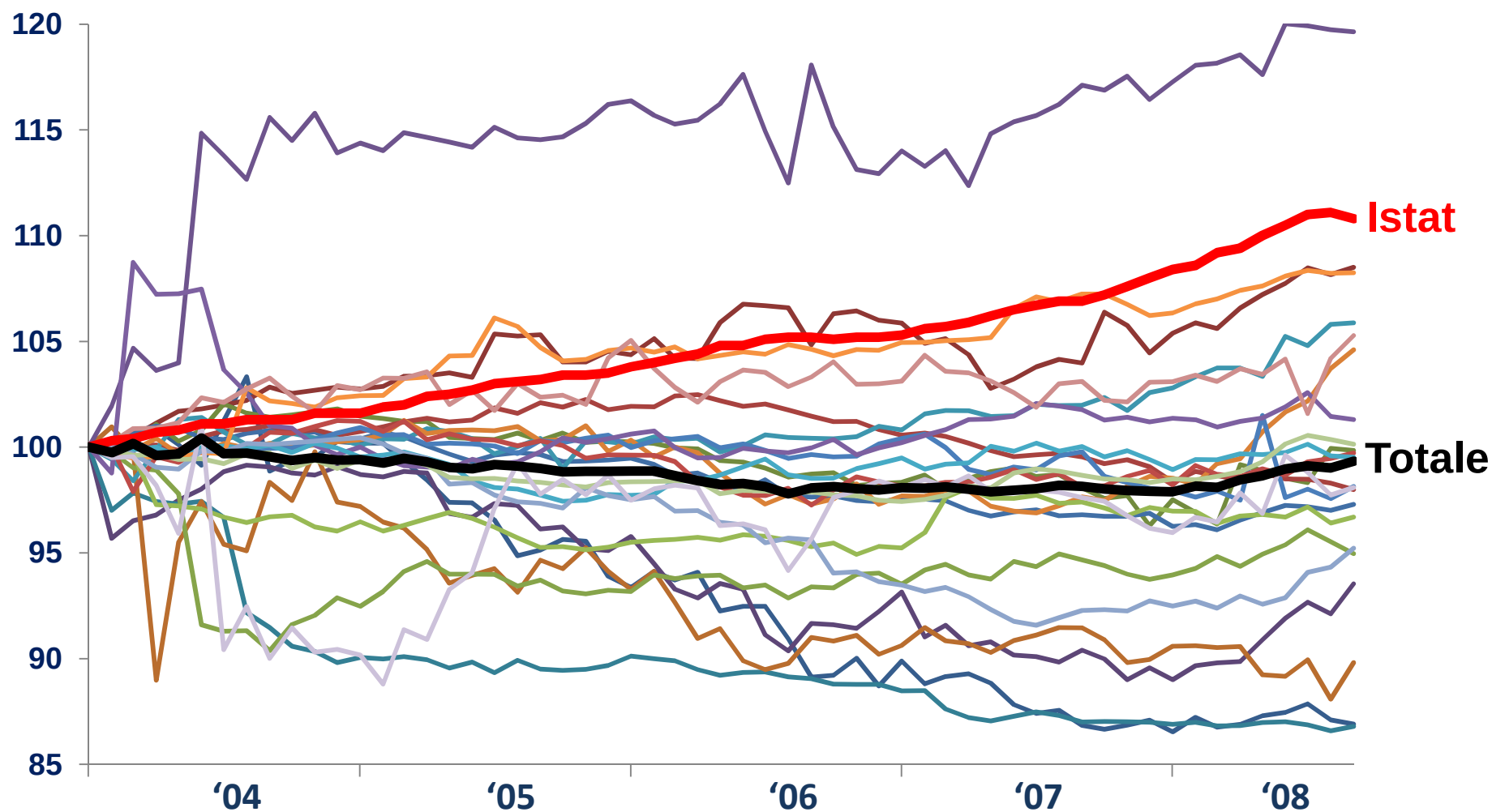
**Prezzi al consumo - Toiletries
Dinamica delle principali aziende
2000 - 2003**



Fonte: elaborazioni Centromarca su dati SymphonyIRI Group e Istat.

Andamenti non raccordabili con quelli del periodo 2004-2008, per variazioni adottate da SymphonyIRI Group negli universi distributivi e nelle classificazioni merceologiche.

**Prezzi al consumo - Toiletries
Dinamica delle principali aziende
2004 - 2008**



Fonte: elaborazioni Centromarca su dati SymphonyIRI Group e Istat.

Andamenti non raccordabili con quelli del periodo 2000-2003, per variazioni adottate da SymphonyIRI Group negli universi distributivi e nelle classificazioni merceologiche.