Politiche Predatorie (PP)

- Definizione di PP
- PP in presenza di imprese uguali
- PP in caso di impresa dominante o con vantaggio della prima mossa
- Come identificare le PP

Definizione di PP

- Un'impresa adotta una PP quando,
- in una prima fase, riduce il proprio prezzo ad un livello molto basso per spingere i concorrenti ad uscire dell'industria
- In una seconda fase, diventata monopolista, aumenta il prezzo e ottiene i profitti di monopolio
- Nella maggior parte dei casi il prezzo, nella prima fase, scende al di sotto di qualche misura di costo
- Quindi l'impresa incorre in perdite di BP per ottenere profitti di LP

Definizione di PP

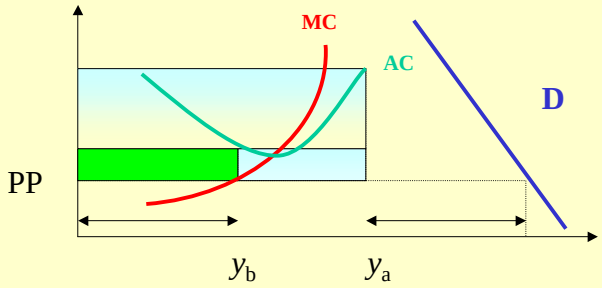
- Cosa deve fare un'impresa per spingere i rivali ad uscire dall'industria?
- Deve convincerli che è disposta a ridurre il prezzo al di sotto dei costi e mantenerlo tale fino a quando essi non usciranno dal mercato
- PP è più probabile che sia di successo se l'impresa, quando nella prima fase il prezzo è basso, riesce (ha capacità finanziarie) a mantenerlo più a lungo dei rivali.

Definizione di PP

- Se PP ha successo e nella seconda fase l'impresa alza il prezzo ai livelli di monopolio, attira l'entrata di nuove imprese
- In caso di entrata dovrà di nuovo abbassare il prezzo
- Per evitare questo l'impresa deve fare deterrenza, se è possibile.
- Può fare deterrenza perché è diventata, grazie alla prima fase della PP, un *incumbent*.

PP in presenza di imprese uguali

- Se le imprese hanno lo stesso livello di efficienza e un'impresa adotta la PP, incorre in perdite maggiori rispetto ai rivali.
- Il seguente grafico mostra questo concetto



PP in presenza di imprese uguali

- Se l'impresa abbassa il prezzo al livello PP (impresa *a*), allora l'impresa rivale (impresa *b*), supponiamo che sia una sola, restringe l'output al punto in cui PP è uguale a MC (ossia y_b)
- L'impresa *a* deve però "riempire" la domanda del mercato al prezzo PP, quindi deve produrre y_a.
- Ne consegue che la perdita per l'impresa *b* (area verde) è più bassa della perdita dell'impresa *a* (area azzurra).
- In presenza di imprese uguali è molto difficile che PP abbia successo

PP se l'impresa ha un vantaggio

- Supponiamo che l'impresa *a* abbia un vantaggio di costo, sia quindi più efficiente
- In tal caso potrebbe ottenere un profitto corrispondente a quello del modello dell'impresa dominante. Supponiamo che tale profitto sia pari a π_D.
- A questo profitto corrisponde un prezzo che permette anche all'impresa *b* di ottenere dei profitti.

PP se l'impresa ha un vantaggio

- L'impresa dominante potrebbe abbassare il prezzo al livello p_0, sufficiente a far uscire dal mercato l'impresa *b*.
- Il profitto corrispondente a tale livello di prezzo è pari a π_0.
- Da $t = 2$ fino a $t = T$ l'impresa *a* rimane monopolista. Quindi ottiene π^M
- Quando conviene adottare la strategia PP?

PP se l'impresa ha un vantaggio

- A t = 1 l'impresa a ottiene il profitto π_0 e rinuncia al profitto π_D.
- Da $t = 2$ fino a $t = T$ l'impresa a ottiene in ogni periodo π^M. Occorre però scontare i profitti futuri.
- Essi sono pari a

$$\delta\pi^M + \delta^2\pi^M + \cdots + \delta^T\pi^M$$

PP se l'impresa ha un vantaggio

- Se li scriviamo in forma compatta otteniamo.

$$\frac{\delta(1-\delta^T)}{1-\delta}\pi^M$$

- Mentre a t = 1 l'impresa a ottiene π_0

PP se l'impresa ha un vantaggio

- Quindi il profitto scontato se l'impresa adotta la strategia PP è

$$\Gamma^{PP} = \pi_0 + \frac{\delta(1-\delta^T)}{1-\delta}\pi^M$$

PP se l'impresa ha un vantaggio

- Se l'impresa rinuncia ad adottare la strategia PP, ottiene in tutti i periodi fino a T il profitto π_D.
- La somma scontata di questi profitti è data da

$$\Gamma^{NPP} = \pi_D + \frac{\delta(1-\delta^T)}{1-\delta}\pi_D$$

PP se l'impresa ha un vantaggio

- Quindi conviene adottare una PP quando

$$\Gamma^{PP} \geq \Gamma^{NPP}$$

- Ossia quando

$$\frac{\delta(1-\delta^T)}{1-\delta}(\pi^M - \pi_D) \geq \pi_D - \pi_0$$

PP se l'impresa ha un vantaggio

- Chiaramente tale condizione dipende da:
- π_0 (se è negativo e maggiore di π_D è sempre soddisfatta)
- *T* (più è grande maggiori sono le probabilità che la condizione sia soddisfatta)
- Ovviamente, una volta che tale condizione è soddisfatta, è fondamentale che l'entrata sia bloccata per *T* periodi.
- Se l'entrata non è bloccata ma occorre fare deterrenza bisogna sostituire nella precedente condizione π^M con i profitti da deterrenza e vedere se è ancora soddisfatta

Come identificare PP

- Nei casi Antitrust occorre poter identificare se l'impresa ha abbassato i prezzi (una circostanza facilmente verificabile) perché
- è intenzionata ad adottare una PP oppure
- perché vuole guadagnare quote di mercato
- In genere si segue la regola proposta da Areeda e Turner: si è in presenza di una PP se il prezzo è inferiore ai costi marginali di breve periodo.
- In alternativa, se non si conoscono i MC, occorre controllare se il prezzo è inferiore a AVC.