

# Le concentrazioni

di Giulia Serena Paganini

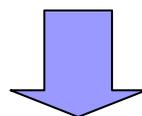
5 marzo 2013



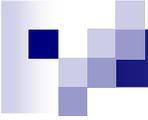
# Valori di fondo

- Art. 41 Cost.

- Libertà dell'iniziativa economica
- Riconoscimento della necessità che la libera iniziativa economica possa contrastare con valori più generali quali l'utilità sociale



*Disciplina positiva della concorrenza come conseguenza della consapevolezza dell'ordinamento dell'incapacità del mercato di autoregolamentarsi*



# Riferimenti normativi

- Legge 287/1990 (Legge Antitrust)
- Regolamento CE 139/2004 sulle concentrazioni → applicabile alle condotte idonee a falsare la concorrenza sul mercato comunitario a prescindere dalla nazionalità delle imprese coinvolte



# Legame tra fonti comunitarie e nazionali

Art. 1 legge 287/1990

L'interpretazione delle norme interne va effettuata *in base ai principi dell'ordinamento delle Comunità Europee in materia di disciplina della concorrenza*



# Concentrazioni: aspetti generali

## 1/2

Unione sostanziale di due o più imprese con conseguente diminuzione del numero degli operatori indipendenti in un dato mercato

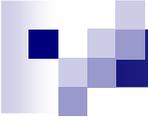
- Il termine fusione (merger) viene utilizzato come sinonimo del termine più generale usato dalla normativa europea, cioè concentrazione



# Concentrazioni: aspetti generali

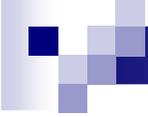
## 2/2

- Le autorità antitrust hanno il compito di valutare le operazioni di fusione e di esprimere un parere vincolante che ne autorizzi lo svolgimento.
- In Europa, controllo preventivo dapprima con il Regolamento 4064/89, sotto il quale sono state notificate alla Commissione ed esaminate circa 2400 operazioni fino al 2003, con blocco di sole 13 fusioni.



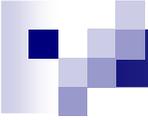
# Premesse per le scelte di fondo...

1. Le concentrazioni possono presentare, rispetto all'assetto e all'efficienza del mercato, valenze sia positive sia negative
  - Positive → razionalizzazione dell'attività, economie di scala
  - Negative → diminuzione degli operatori sul mercato con allontanamento dal modello di concorrenza perfetta e rischio di comportamenti collusivi
2. Una volta perfezionata una concentrazione con effetti negativi sul piano antitrust si ha difficoltà ad attribuire agli organi di vigilanza poteri di intervento ex post



## ...e scelte di fondo

- Le concentrazioni non sono vietate in sé, ma solo quando in concreto gli effetti negativi prevalgono su quelli positivi
  - Regime di comunicazione preventiva all'AGCM secondo la regola de minimis
- Prevalenza della rule of reason sulla per se rule
  - Verifica ex ante dell'impatto sul mercato condotta dall'AGCM con una valutazione comparativa caso per caso, senza tipizzazione preventiva delle fattispecie vietate e di quelle lecite



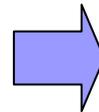
# Per se rules vs Rule of reason

- Per se rule → predisposizione ex ante di un catalogo esaustivo e tipico di fattispecie vietate
- Rule of reason → verifica ex post da parte dell'autorità relativa al fatto se la condotta astrattamente vietata sia idonea ad avere in concreto effetti antimonopolistici

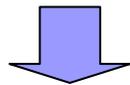
# Evoluzione normativa comunitaria

## 1/2

Regolamento 4064/89 (Regolamento sulla disciplina delle concentrazioni - Merger Regulation)



Oggi, Regolamento 139/2004 in vigore dal 1° maggio 2004 con innovazioni significative circa criteri sostanziali utilizzati per la valutazione delle fusioni

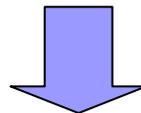


Introdotta per consentire una valutazione delle fusioni ex ante; la valutazione ex post utilizzando gli artt. 81 e 82 era inizialmente l'unica alternativa consentita dalla Corte Europea di Giustizia (casi Continental Can e Philip Morris)

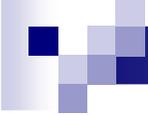
# Evoluzione normativa comunitaria

## 2/2

- Reg. 4064/89
  - tempi e scadenze rigide per le decisioni della Commissione
  - decisione al termine di un primo esame senza procedimento formale se progetto di concentrazione compatibile con la concorrenza o con procedimento formale con analisi più approfondita per preoccupazioni concorrenziali giustificate
- Reg. 139/2004
  - Stessa impostazione formale ma maggiore flessibilità con allungamento dei tempi se proposta di modifiche o impegni delle parti rispetto al progetto originario

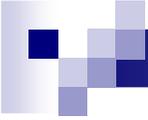


La rigidità delle scadenze temporali va a vantaggio delle imprese che hanno necessità di sapere in tempi rapidi se la loro fusione sarà autorizzata o meno. Insieme al sistema di autorizzazione preventiva, vuole rispondere ad un criterio di efficienza.



# Regolamento 139/2004: Principio di sussidiarietà

- Il Regolamento non copre tutte le fusioni realizzate nel territorio dell'UE
- Le decisioni devono essere prese ad un livello il più decentralizzato possibile da parte delle autorità nazionali garanti della concorrenza, a meno che non ci siano ragioni perché intervenga la Commissione (istituzione amministrativa sovranazionale).
- La Commissione è competente quando sono superate alcune soglie, che comprendono grandi imprese presenti su più Stati membri, mentre per fusioni piccole e su singoli Paesi intervengono le autorità nazionali → ciò dispensa le imprese dal chiedere un'autorizzazione in ognuno dei Paesi in cui operano (principio del *one-stop shop*)



# Regolamento 139/2004: Aspetti sostanziali

Criterio per autorizzare o vietare un'operazione di fusione



effetti sulla concorrenza, richiamando la posizione dominante solo a livello esemplificativo

*Le concentrazioni che non ostacolino in modo significativo una concorrenza effettiva nel mercato comune o in una parte sostanziale di esso, in particolare per la creazione o il rafforzamento di una posizione dominante, sono dichiarate compatibili con il mercato comune.*

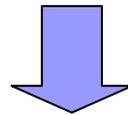
*(art.2)*

Con il vecchio regolamento, il criterio valutativo richiedeva di stabilire la creazione o il rafforzamento di una posizione dominante come precondizione per poter individuare effetti restrittivi sulla concorrenza.

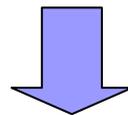


# Normativa nazionale

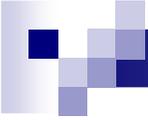
artt. 5 e 6 Legge 287/1990



Viene ripresa sostanzialmente l'impostazione europea del regolamento 4064



criterio valutativo: creazione o rafforzamento di una posizione dominante come preconditione per poter effetti restrittivi sulla concorrenza



# Fattispecie delle concentrazioni

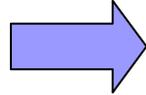
## Art. 5 legge 287/1990

- Fusione tra due o più imprese
- Acquisto del controllo su un'impresa già indipendente da parte di un'altra impresa, tramite acquisto di partecipazione di controllo o con altra modalità (ad esempio vincoli contrattuali)
- Creazione di un'impresa comune (joint venture) concentrativa (idonea ad esercitare autonoma attività di impresa)



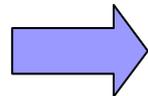
# Fusioni

Orizzontali



Tra imprese concorrenti

Verticali

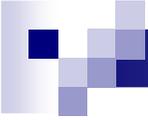


Tra imprese operanti in stadi successivi del processo produttivo



# Analisi degli effetti

- **Effetti unilaterali.** Verificare se la fusione consente alla nuova impresa nella nuova situazione di esercitare unilateralmente un maggiore potere di mercato con un conseguente aumento dei prezzi.
- **Effetti pro collusivi.** Verificare se la fusione può favorire la collusione. La natura delle strategie di mercato si modifica passando da competizione oligopolistica al perseguimento di pratiche collusive.



# AGCM

- Artt. 10 ss. della legge 287/1990
- Autorità amministrativa indipendente preposta all'applicazione della legge antitrust, istituita ex art. 10 della legge 287/1990.
- 5 membri (1 presidente e 4 commissari) nominati d'intesa tra i presidenti di Camera e Senato, con mandato di sette anni
- Poteri di
  - Indagine, istruzione e sanzione in materia di intese e di abuso di posizione dominante
  - Vietare concentrazioni che non rispettano i vincoli di cui all'art. 6 dopo aver ricevuto comunicazione ed aver effettuato verifica preventiva sulla valenza anticoncorrenziale (artt. 16 ss.)
  - Segnalazione nei confronti di Governo e Parlamento
  - Applicazione delle sanzioni con provvedimenti amministrativi
- Competenza su tutti i settori economici, ad eccezione del credito



# Regime di comunicazione preventiva

## *Regola de minimis*

Obbligo di notifica dell'operazione di concentrazione al superamento cumulativo di due soglie di fatturato

1. Fatturato totale realizzato in Italia dall'insieme delle imprese interessate superiore a 468 milioni di euro
2. Fatturato totale realizzato in Italia dall'impresa target superiore a 47 milioni di euro

Dette soglie sono cumulative dal 1° gennaio 2013, prima erano alternative

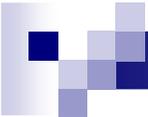
Prevalenza della rule of reason sulla per se rule



# Intervento AGCM

A seguito della ricezione di una comunicazione

1. Alternativa tra aprire o non aprire un'istruttoria → possibilità di misure cautelari
2. Se istruttoria aperta e accertamento della portata anticoncorrenziale → blocco dell'operazione



# Apparato sanzionatorio

Sanzioni amministrative pecuniarie tra l'1 e il 10% del fatturato delle imprese coinvolte quando

- Assenza di comunicazione preventiva
- Concentrazione posta in essere malgrado istruttoria conclusa con divieto di esecuzione

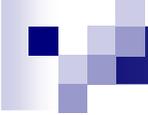


# Politica di controllo delle concentrazione nell'UE

## 1/3

Il criterio oggi adottato con il Regolamento 139/2004 per autorizzare o vietare un'operazione di fusione guarda agli effetti sulla concorrenza, richiamando la posizione dominante solo a livello esemplificativo.

*Le concentrazioni che non ostacolino in modo significativo una concorrenza effettiva nel mercato comune o in una parte sostanziale di esso, in particolare per la creazione o il rafforzamento di una posizione dominante, sono dichiarate compatibili con il mercato comune.*

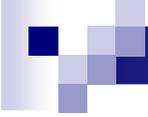


# Politica di controllo delle concentrazione nell'UE

## 2/3

Con il regolamento 4064/89

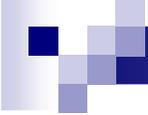
- il criterio valutativo richiedeva di stabilire la creazione o il rafforzamento di una posizione dominante come preconditione per poter individuare effetti restrittivi sulla concorrenza → l'uso di un test di dominanza per i casi di effetti unilaterali portava ad un tendenziale underenforcement della politica di controllo delle fusioni (può non crearsi una posizione di mercato, ma in assenza di guadagni di efficienza i prezzi salgono)
- limite dell'ambiguità relativa alla valutazione dei guadagni di efficienza derivanti dalla fusione, ritenuti invece importanti dall'analisi economica del diritto.



# Politica di controllo delle concentrazione nell'UE

## 3/3

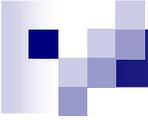
- Dal caso Nestle/Perrier, la CE ha esteso il concetto di posizione dominante singola a quello di posizione dominante collettiva, più largamente utilizzato dalla sentenza Gencor/Commission, con un onere delle prova meno stringente a carico della Commissione, reso invece più stringente dalla sentenza Airtours/First Choice, che ha ribadito la necessità di una rigida analisi logica e fattuale degli elementi cruciali che renderebbero sostenibile un accordo collusivo
- Secondo l'analisi economica, l'autorità antitrust deve analizzare con particolare attenzione i possibili effetti in termini di guadagni di efficienza, per capire se questi potrebbero compensare o meno il maggior potere di mercato ottenuto attraverso la fusione. Questo è l'approccio adottato dal Dipartimento di Giustizia degli USA. La Commissione ha invece un approccio meno esplicito (nel regolamento 4064/89, si ha che bisogna tener conto degli interessi medi e finali e dello sviluppo tecnico ed economico sempre che sia a vantaggio dei consumatori e non crei un ostacolo al libero gioco della concorrenza).
- La Commissione non nega espressamente la possibilità di avvalersi di argomenti di efficienza, ma non mostra simpatia per gli stessi.
- La Commissione è stata accusata in anni recenti di utilizzare argomenti di efficiency offence, considerando i risparmi di costo e le efficienze un elemento a sfavore delle fusioni per proteggere i consumatori (caso General Electric/Honeywell).



# Regolamento 139/2004

## 1/2

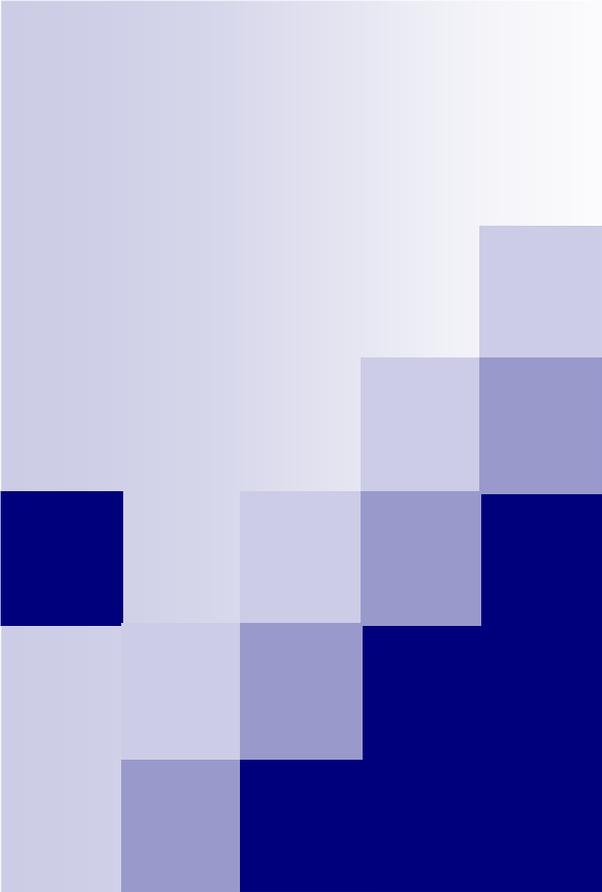
- Approvato, dopo un lungo dibattito tra Direzione Generale Concorrenza e Commissione, tra Stati membri e autorità nazionali, dal Consiglio dell'Unione Europea il 20 gennaio 2004, con numerose innovazioni formali
- Modifiche intervenute
  - Logica del principio di sussidiarietà → meglio stabilito il rapporto tra campo di intervento nazionale e comunitario (Commissione competente quando sono superate soglie che comprendono grandi imprese presenti su più Stati membri, autorità nazionali per fusioni piccole e su singoli Paesi)



# Regolamento 139/2004

## 2/2

- Adesione di fatto al criterio statunitense della valutazione degli effetti sulla concorrenza (substantial lessening of competition), → *le concentrazioni che non ostacolano in modo significativo una concorrenza effettiva nel mercato comune o in una parte sostanziale di esso, in particolare per la creazione o il rafforzamento di una posizione dominante, sono dichiarate compatibili con il mercato comune.*
- Riferimento alla valutazione dei possibili benefici di efficienza → c'è una cauta apertura che considera l'evoluzione del progresso tecnico e tecnologico purchè a vantaggio del consumatore e senza pregiudizio per la concorrenza. (Nell'introduzione si auspica esplicitamente la produzione di linee guida sulla valutazione dei guadagni di efficienza in termini di abbassamento dei prezzi ed aumento della qualità e varietà dei prodotti, risultati conseguibili solo attraverso la fusione; tali guadagni devono essere verificabili dall'autorità nella fase prospettica)

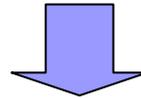


# Fusioni orizzontali

# Effetti unilaterali

## 1/3

La fusione incrementa il potere di mercato  
(in assenza di guadagni di efficienza)



- Le imprese partecipanti aumentano i propri prezzi
- Anche le imprese non partecipanti rivedono le proprie strategie di mercato nella mutata situazione con un effetto ulteriore sull'equilibrio di mercato (in alcuni casi i concorrenti potranno risultare i soggetti più avvantaggiati dalla fusione, comportandosi in modo opportunistico quasi free riders)

# Effetti unilaterali

## 2/3

L'aumento del potere di mercato delle imprese che si fondono e la reazione dei concorrenti assumono forme diverse a seconda delle caratteristiche del mercato

- Variabile prezzo → aumentano sia i prezzi delle imprese fuse sia quelli degli outsiders
- Variabile quantità → le imprese fuse diminuiscono la quantità prodotta (aumentando il prezzo), gli outsiders incrementano la produzione (riducendo il prezzo)



In ogni caso, l'effetto complessivo è quello di ridurre il surplus del consumatore e il benessere totale (salvo possibile eccezione nel caso della fusione di due piccole imprese)

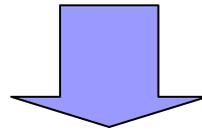


...MA la presenza di sinergie e guadagni di efficienza può mutare questo effetto e rendere la fusione positiva anche dal punto di vista del consumatore e del benessere sociale

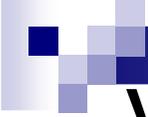
# Effetti unilaterali

## 3/3

L'aumento dei prezzi è legato all'internalizzazione di un'esternalità negativa (comportamento non cooperativo) per l'insider



Quando le imprese si comportano in maniera non cooperativa sul mercato, ognuna di esse arreca un danno alle altre, imponendo la scelta di un prezzo minore rispetto al prezzo ottimale per la realizzazione congiunta dei prodotti



# Variabili che influenzano il potere di mercato unilaterale

## 1/2

- *Concentrazione*

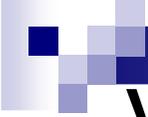
Più alto è il numero delle imprese indipendenti che restano sul mercato dopo la fusione, meno è probabile che questa sia dannosa per i consumatori (la capacità delle imprese di esercitare potere di mercato dipende dal numero dei rivali) → uso dell'indice HH (Herfindahl-Hirshman) come primo metodo di analisi unilaterale degli effetti di una fusione

- *Quote di mercato*

Più bassa è la quota di mercato posseduta dopo la fusione, minore è l'effetto negativo prodotto sui prezzi

- *Capacità produttive*

La disponibilità di capacità produttiva inutilizzata delle imprese rivali (che dovrebbero supplire alla possibile domanda addizionale) rende meno probabile che le imprese fuse possano esercitare il potere di mercato



# Variabili che influenzano il potere di mercato unilaterale

## 2/2

- *Entrata*

La presenza di potenziali entranti limita il potere di mercato degli incumbents → legame con la presenza di costi di accesso al mercato (più alti e meno recuperabili sono, maggiore sarà la probabilità che i prezzi crescano)

- *Variabili dal lato della domanda*

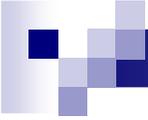
Più bassa è l'elasticità della domanda (ad esempio in presenza di switching costs elevati) più è probabile che i prezzi aumentino

- *Potere (e grado di concentrazione) degli acquirenti*

Acquirenti forti possono limitare il potere di mercato a monte

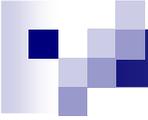
- *Failing firm defence*

Se la fusione riguarda un'impresa in crisi o che senza la fusione non sarebbe in grado di restare sul mercato, la fusione è più desiderabile (scenario post merger vs scenario ante merger); questa fattispecie è prevista dalle US Merger Guidelines



# Guadagni di efficienza

- Se le imprese che si fondono realizzano significative riduzioni nei costi, i guadagni di efficienza possono essere tali da più che compensare gli effetti negativi provocati dall'aumento del potere di mercato → si determina non un aumento ma una diminuzione dei prezzi ed un aumento del benessere sociale.
- L'impresa risultante dalla fusione potrebbe ottenere margini più alti ad un prezzo minore con una base di vendita accresciuta, grazie alla riduzione dei costi unitari.



# Effetti dei guadagni di efficienza sui profitti delle imprese rivali

- Le imprese rivali subiranno perdite dalla fusione (in quanto le imprese che si fondono ottengono risparmi sui costi) e presumibilmente si opporranno, in quanto i loro profitti si abbasseranno. Eckbo ha cercato di trarre un indicatore dall'andamento del valore dei titoli di borsa delle imprese rivali, ma questo indice presenta diverse difficoltà, perché ipotizza che i mercati di borsa riescano a prevedere correttamente gli effetti della fusione e non tiene conto del probabile periodo di volatilità dei prezzi legato all'incertezza dell'operazione.



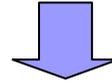
# Natura dei guadagni di efficienza e loro valutazione

- Natura dei guadagni di efficienza → Raggiungimento di economie di scala o di gamma, con riorganizzazione della produzione o riduzione dei costi per produzione congiunta; sinergie in materia di R&S; razionalizzazione delle reti di distribuzione e delle attività di marketing; risparmi nelle spese di amministrazione.
  - Riduzione dei costi variabili → influenza diretta sui prezzi
  - Riduzione dei costi fissi (che non dipendono dai volumi di produzione) → non modifiche dirette sui prezzi; può tradursi in un aumento del benessere sociale, ma dovuto all'incremento di profitti per l'impresa (si evita la duplicazione di costi fissi)
- Problema dell'informazione asimmetrica nella valutazione → l'autorità antitrust ha difficoltà ad ottenere reali informazioni sui possibili effetti di una fusione in termini di guadagni di efficienza



# Efficiency offence

La situazione estrema è che guadagni di efficienza molto elevati portino all'uscita dal mercato dei concorrenti



le sinergie realizzate con la fusione avrebbero un effetto negativo sulla concorrenza, consentendo alle imprese fuse di guadagnare una posizione di sostanziale monopolio nel mercato con crescita dei prezzi nel lungo periodo → la fusione potrebbe nuocere al benessere sociale

... MA questa teoria si espone a diverse critiche, specie perché

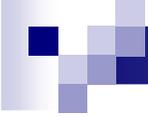
- anche se la fusione conduce ad un monopolio, i prezzi possono essere più bassi di quelli ante fusione
- i vincoli di capacità possono limitare l'aggressività verso i rivali
- i fenomeni di concentrazione possono essere replicabili da parte delle imprese rivali
- l'uscita può essere causata da pratiche predatorie adottate dalla nuova impresa (meglio agire contro queste ultime)



# Effetti procollusivi o di coordinamento

## 1/3

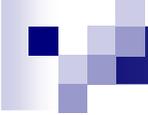
- Si considera la creazione di condizioni più favorevoli a sostenere un accordo collusivo (concetto di posizione dominante collettiva nell'UE)
- Fattori che agevolano la collusione
  - Riduzione del numero delle imprese indipendenti
  - Possibile maggiore simmetria nella distribuzione degli assets tra le imprese



# Effetti procollusivi o di coordinamento

## 2/3

- Fattori che influenzano la collusione
  - Importanza delle barriere all'entrata
  - Presenza di legami strutturali come le proprietà incrociate
  - Scambio di informazioni tra le imprese
  - Contatti multi mercato
  - Frequenza e regolarità delle interazioni di mercato
  - Assenza di contropotere degli acquirenti
  - Clausole quali quelle del miglior prezzo e del prezzo di rivendita imposto

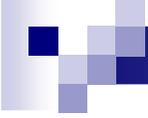


# Effetti procollusivi o di coordinamento

## 3/3

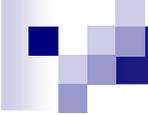
Guadagni di efficienza ed effetti pro collusivi

- Il miglioramento dell'efficienza consente una riduzione dei prezzi → si hanno due situazioni opposte sulla simmetria tra le imprese
  - La fusione genera costi più bassi rispetto ai rivali → aumenta l'eterogeneità delle imprese ed è più difficile raggiungere e sostenere un accordo collusivo
  - Due imprese si fondono raggiungendo gli stessi livelli di un'altra impresa maggiore presente sul mercato → si crea uno scenario competitivo più simmetrico che favorisce la collusione



# Misure correttive

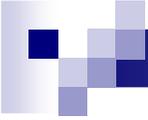
- Approccio della Commissione Europea → misure idonee a
  - ristabilire, a seguito della concentrazione, il medesimo livello di concorrenza presente nel mercato prima dell'operazione
  - controbilanciare l'aumento del potere di mercato per evitare posizioni dominanti
- Possono esserci due tipi di rimedi, strutturali o comportamentali.
- Non tutti i rimedi possono applicarsi ad una stessa fusione → queste misure non sono necessariamente sostituibili ed in alcuni casi possono essere complementari
- Implicano un grado diverso di coinvolgimento delle autorità
  - per i rimedi strutturali, intervento solo nella fase della dismissione,
  - per i rimedi comportamentali, controllo continuo



# Rimedi strutturali

## 1/2

- Modificano l'allocazione dei diritti di proprietà, ricomprendendo la dismissione parziale o totale di un'attività in essere. Di regola, sono la migliore misura correttiva per le fusioni potenzialmente anticompetitive.
- Con la fusione possono esserci sovrapposizioni in aree geografiche e/o in linee di prodotto → il rafforzamento del potere di mercato è più probabile → si interviene in modo specifico sulle situazioni dove si concentrano in modo specifico gli effetti anticompetitivi
- Le attività dismesse possono essere acquistate sia da una nuova impresa che da un'impresa preesistente, ma comunque l'autorità antitrust deve assicurarsi che l'acquirente sia in grado di esercitare con le attività ottenute un vincolo concorrenziale al nuovo gruppo



# Rimedi strutturali

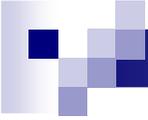
## 2/2

### ■ Problemi di attuazione

- Le merging firms hanno interesse a che l'acquirente non sia in grado di limitarne il potere di mercato → il venditore può porre in essere distorsioni per diminuire il valore delle attività da cedere o adottando criteri di vendita non ottimali ai fini antitrust → l'autorità deve intervenire individuando l'acquirente più idoneo
- Asimmetria informativa tra venditore e acquirente → difficoltà per l'acquirente di individuare le attività necessarie
- Instaurazione di legami tra venditore ed acquirente, ad esempio se l'acquirente necessita di input o di assistenza tecnica.
- Accentuazione della simmetria tra acquirente e merging firms → aumento del rischio di collusione
- Creazione di contatti multi mercato → aumento del rischio di collusione

### ■ In sostanza:

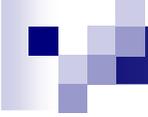
- Bisogna assicurare con la dismissione la creazione di un'impresa efficiente per evitare problemi dovuti agli effetti unilaterali → livello della posizione dominante singola delle imprese che si fondono
- Occorre evitare gli effetti pro collusivi → livello della posizione dominante collettiva



# Rimedi comportamentali

## 1/2

- Pongono limiti ai diritti di proprietà delle imprese fuse, con impegni delle parti a non abusare di alcuni asset disponibili
- Vogliono garantire che i rivali possano avere accesso all'acquisto o all'uso di attività essenziali possedute dalle imprese che si fondono e che non è possibile dismettere senza pregiudicare l'operare del nuovo gruppo
- Esempi
  - Natura contrattuale → rimedi “quasi strutturali”.
  - Rinuncia in tutto o in parte (o accorciamento temporale) ai contratti di esclusiva a lungo termine relativi al controllo di attività essenziali
  - Vertical firewalls → clausole di non divulgazione tra le unità dell'impresa integrata quando la fusione crea un'impresa integrata verticalmente (la divisione a monte rifornisce la divisione a valle ma anche i rivali)

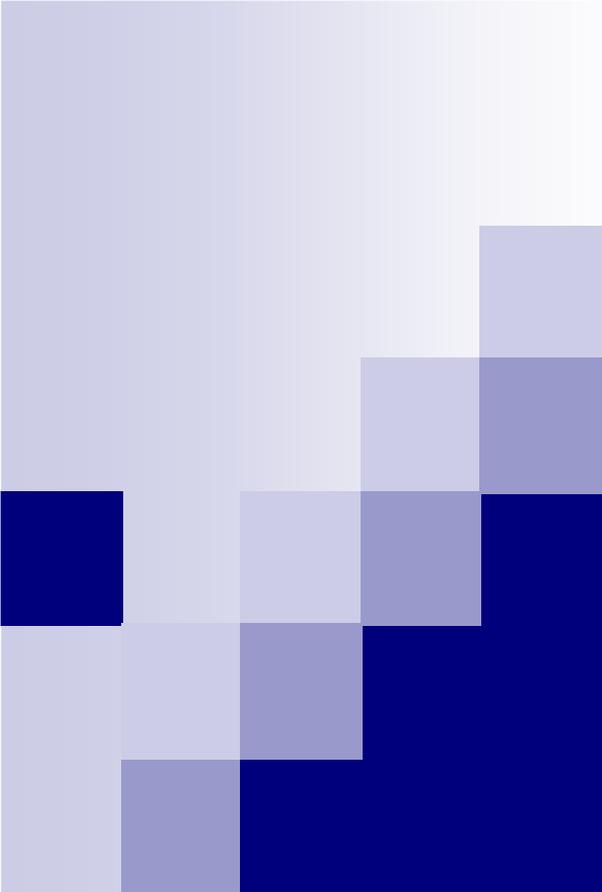


# Rimedi comportamentali

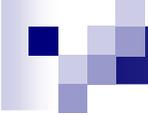
## 2/2

### ■ Problemi

- Regolamentazione o monitoraggio → possibile necessità di intervento dell'autorità antitrust per periodi molto lunghi
- Esistenza di un periodo di collaborazione transitoria tra insider e outsiders ad esempio per utilizzo di una tecnologia posseduta dall'insider → rischio della creazione di premesse per comportamenti collusivi



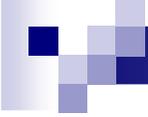
# Fusioni verticali



# Aspetti sostanziali

## 1/2

- Fusioni verticali → tra imprese operanti in diversi stadi del ciclo produttivo
- Si hanno quando per i produttori è difficile usare clausole che permettano di indurre i rivenditori a comportarsi come desiderano → i produttori decidono di fondersi con i rivenditori



# Aspetti sostanziali

## 2/2

- Dal punto di vista economico, le fusioni verticali presentano gli stessi effetti delle restrizioni verticali → accordi e clausole contrattuali tra imprese collegate verticalmente a diversi stadi del processo produttivo per
  - ridurre i costi di transazione
  - assicurare la stabilità dell'offerta
  - offrire alle parti un orizzonte di programmazione di lungo periodo
- La legge antitrust riserva a queste fattispecie disposizioni differenti.
  - Nell'UE le restrizioni verticali possono essere oggetto dell'art. 81 (accordi) o dell'art. 82 (abuso di posizione dominante), mentre le fusioni verticali rientrano nell'apposito regolamento sulle concentrazioni



# Concorrenza intramarca

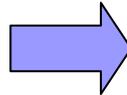
## 1/2

- Le fusioni verticali nella concorrenza intramarca non danno frequentemente origine a problemi di benessere sociale, specie quando le imprese a monte detengono un potere di mercato limitato
- Le fusioni verticali sono spesso sostituibili con diverse restrizioni verticali

# Concorrenza intramarca

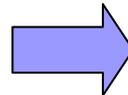
## 2/2

- Doppia marginalizzazione
- Free-riding nell'offerta di servizi



L'integrazione verticale ha un impatto positivo

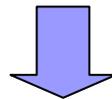
- Il commitment



L'integrazione verticale consente all'impresa a monte di tenere prezzi elevati

# Doppia marginalizzazione

- Se produttore e rivenditore detengono un certo potere di mercato, entrambi caricheranno un margine (mark-up) positivo sui rispettivi costi → i prezzi finali risultano troppo elevati per la catena verticale
- Integrazione verticale → il prezzo finale è scelto caricando un unico mark-up sul costo, quindi è efficiente se consente alle imprese di coordinarsi sul risultato ottimale o di internalizzare l'esternalità che ciascuna delle due impone altrimenti sull'altra, quindi sia imprese che consumatori hanno benefici
- Con l'integrazione verticale si producono due effetti
  - I prezzi sono più bassi che in una struttura separata → il surplus dei consumatori aumenta
  - I profitti creati dalla catena verticale sono maggiori → il produttore può pagare al rivenditore almeno il profitto che quest'ultimo ricaverebbe dalla struttura separata per convincerlo a partecipare alla concentrazione



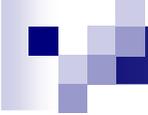
il benessere sociale totale aumenta

# Free-riding nell'offerta di servizi

- Si hanno esternalità orizzontali tra i rivenditori che determinano un esito inefficiente per l'intera catena verticale.
- Se i rivenditori non possono appropriarsi completamente dei servizi offerti (che andrebbero a beneficiare solo la marca) i servizi diventano un bene pubblico → i rivenditori non hanno incentivo a fornirli e si comportano in modo opportunistico (free-riders) → si ha una sottofornitura dei servizi a scapito dei profitti del produttore
- Con l'integrazione verticale si evita il fenomeno del free-riding (il produttore "possiede" il rivenditore) a vantaggio del surplus sia dei consumatori che dei produttori
- Il numero dei rivenditori però non è esogeno → un rivenditore indipendente entra sul mercato se ha profitti positivi, un'impresa integrata verticalmente apre un punto di vendita solo se ottiene profitti più alti al netto dei costi fissi → con l'integrazione verticale ci sono meno punti di vendita, ciò che riduce il surplus dei consumatori ma non necessariamente il benessere sociale, in quanto un numero maggiore di punti vendita implica costi fissi più elevati



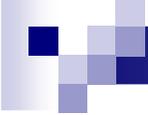
Quando la concorrenza implica un eccesso di entrata, l'integrazione verticale migliora il benessere sociale riducendo le duplicazioni



# Il commitment

## 1/2

- Effetti anticompetitivi dell'integrazione verticale
- In assenza di commitment il monopolista non riesce ad esercitare il suo potere di mercato per incentivo alla rinegoziazione → viene venduto troppo input e i prezzi si abbassano a valle
- In assenza di integrazione verticale, l'impresa a monte non può impegnarsi irrevocabilmente a praticare prezzi elevati → è danneggiata dalla tentazione a rinegoziare le condizioni dell'offerta, anticipata dai rivenditori non disposti a pagare prezzi più alti per gli input, quindi non riesce a sfruttare il proprio potere di mercato
- In generale, ogni volta che un'impresa possiede un input o un prodotto che può vendere a più di un acquirente o di un rivenditore → dopo essersi accordata con tutti gli acquirenti l'impresa rinegozia segretamente i termini del contratto con alcuni di loro, oppure rivede gli estremi di un accordo non osservabile pubblicamente dopo aver sottoscritto già un contratto



# Il commitment

## 2/2

- Fusione verticale
  - il produttore si deve impegnare a tenere prezzi alti quando si fonde con una delle imprese a valle → il produttore internalizza il profitto realizzato dalla controllata a valle e non ha quindi incentivo ad offrire condizioni migliori alle altre imprese a valle perché ciò andrebbe a discapito dei profitti della sua affiliata ed indirettamente di se stesso
  - è probabile che l'impresa a monte chiuda il mercato (foreclosure) alle imprese rivali a valle → ha interesse a rifornire solo il rivenditore controllato bloccando le forniture ai rivali per ripristinare il potere di monopolio → ma ciò non accade sempre, se ci sono input sostituiti (anche se inferiori) l'impresa a monte offre comunque i suoi beni ai rivenditori rivali piuttosto che liberare quote a favore di un concorrente a monte → i potenziali effetti negativi sono bilanciati dall'esistenza di concorrenti a monte
  - Maggiore è il potere di mercato a monte, maggiore deve essere il controllo antitrust
  - Il monopolista può esercitare tutto il suo potere di mercato → ripercussioni negative sul benessere sociale totale
- Le leggi che impongono trasparenza dei prezzi e dei contratti tra imprese all'interno di una filiera o che obbligano le imprese a monte a non discriminare tra gli acquirenti possono essere fuorvianti → invece di stimolare la concorrenza sui prezzi possono consentire alle imprese a monte di impegnarsi credibilmente a non tagliare segretamente i prezzi agli acquirenti, col risultato di poter praticare prezzi elevati



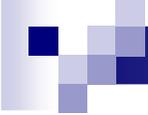
# Concorrenza intermarca

- Si ha con molti produttori che vendono attraverso distributori
- Non sempre le clausole verticali hanno effetti positivi, ma vanno valutate nello specifico contesto in cui sono adottate, bilanciando i possibili effetti negativi con i potenziali guadagni di efficienza



# Effetti anticompetitivi: exclusionary effects

- Si guarda se ed in quale contesto un'impresa può utilizzare le pratiche anticompetitive per proteggere o rafforzare un potere di mercato che detiene o per estenderlo ad altri mercati.
- Con la fusione verticale, un'impresa a monte in posizione dominante può acquistare il controllo di una delle imprese che operano nel mercato a valle e può bloccare le forniture ai rivali della sua controllata o vendere loro ad un prezzo più alto.
- Questo non è comunque il caso più generale e frequente, e solo in anni recenti, con la critica post-Chicago, la teoria economica ha dimostrato in modo rigoroso a quali condizioni queste pratiche competitive possono essere realizzate in modo profittevole.
- Scuola di Chicago: teoria del singolo profitto di monopolio → sostiene che le fusioni verticali sono sempre efficienti e non trovano motivo per finalità anticompetitive, basandosi su un modello in cui l'impresa a monte vende in condizioni di concorrenza perfetta → evitando il problema della doppia marginalizzazione, il monopolista a monte estrae tutti i profitti dal mercato e non aumenta il suo potere di monopolista
- Teorie più recenti hanno individuato possibili effetti di esclusione e anticompetitivi, ad esempio risolvendo il problema del commitment o introducendo ipotesi di foreclosure.



# Foreclosure

- Una fusione verticale può determinare una chiusura del mercato in presenza di molte imprese a valle e/o a monte
- Per studiare l'effetto di una fusione verticale sull'input pagato dalle imprese a valle indipendenti e sul prezzo pagato dai consumatori, bisogna considerare più fattori.
- Si devono valutare l'elasticità della domanda di input, la capacità produttiva in eccesso delle imprese a monte, l'esistenza di potenziali entranti, la facilità di accesso
- Bisogna verificare che l'impresa integrata verticalmente abbia interesse a continuare a rifornire le imprese a valle indipendenti senza aumentare il prezzo dell'input
  - Se le imprese a valle servono mercati parzialmente differenti o se le imprese a monte sono sufficientemente competitive → l'aumento dei prezzi (o l'interruzione delle forniture) non è una strategia profittevole
  - Se l'impresa integrata interrompe la fornitura o aumenta i prezzi → non è detto che il costo di input a valle aumenti perché va considerata la capacità di offerta degli altri produttori a monte o perché si riduce il prezzo dell'input in conseguenza della minore domanda determinata dall'uscita dal mercato della controllata
  - Se si verifica una parziale chiusura del mercato (con innalzamento dei prezzi per gli input delle rivali a valle) → non è detto che la controllata a valle possa alzare i prezzi, perché potrebbe residuare a valle una concorrenza tale da rendere difficile l'esercizio del potere di mercato



# Conclusioni

## 1/2

- L'effetto finale sul surplus dei consumatori può essere positivo grazie all'eliminazione della doppia marginalizzazione
- In definitiva, è impossibile dire a priori quale effetto prevarrà, ma per avere effetti anticompetitivi devono verificarsi più condizioni contemporaneamente, e vanno comunque bilanciate con possibili effetti benefici (guadagni di efficienza).
- Incentivi alla chiusura del mercato
- Offerte non osservabili → fusione per risolvere il problema del commitment
- Imprese a valle con potere di mercato → fusione verticale per maggiori profitti dell'impresa a monte, con esclusione di un'impresa a valle, ma fusione ugualmente conveniente per eliminazione della doppia marginalizzazione (vantaggio per i consumatori)



# Conclusioni

## 2/2

- Regola di proibizione assoluta (per se rule) poco desiderabile → non si consentirebbero effetti di efficienza → valutazione caso per caso (rule of reason) più raccomandabile
- Anticompetitività solo se la fusione verticale riguarda imprese dotate di un forte potere di mercato → è efficiente esentare le fusioni che coinvolgono imprese con quote di mercato al di sotto del 20-30%
- Una fusione verticale non porta necessariamente ad una chiusura di mercato, e anche se i rivali a valle sono esclusi non è detto che i prezzi finali aumentino
- Procedura a due stadi per valutare se autorizzare o meno una fusione verticale
  - Accertare quanto sia probabile che la fusione porti ad una chiusura del mercato dell'input o che i prezzi per i rivali a valle aumentino
  - Se è probabile, accertare quanto sia probabile che i prezzi pagati dai consumatori finali aumentino



# Riferimenti

- Motta, Polo, *Antitrust* → capitoli 4 e 5
- AA.VV., *Elementi di diritto dell'impresa* → capitolo 8, paragrafi 1 e 3