



# Chief Economist: strumenti economici per l'analisi delle concentrazioni

AntitrustItalia, 31 Maggio 2013

**Andrea Amelio**

Chief Economist Team, DG Competition

Il contenuto di questa presentazione rappresenta il punto di vista personal dell'autore e non la posizione ufficiale della Commission Europea.



# Introduzione

crescita esponenziale dell'uso dell'analisi  
economica nell'analisi delle concentrazioni

creazione del CET nel 2003

cambio del test nel 2004 (SIEC)



L'analisi economica (organizzazione industriale) influisce nell'analisi in due modi:

1. da un punto di vista concettuale (ToH e guidelines)
2. nel generare evidenza empirica (per verificare le affermazioni delle parti...ma anche delle parti terze e dei consumatori, principalmente per concentrazioni orizzontali ed effetti unilaterali)

# 1. Impatto concettuale

## Esempio 1 Oracle/Sun

- mercato della gestione di basedati
- Sun presente con MySQL venduto con licenza a pagamento per imprese (MySQL Enterprise) e gratuita (MySQL Community Server)
- parti di mercato conteggiate sui ricavi
- esternalita' di rete (valore di un prodotto cresce con il numero di utilizzatori)
- per cui un cambiamento nelle modalita' di licenziamento (post-concentrazione) puo' avere un impatto su come MySQL compete con Oracle

# 1. Impatto concettuale

## **Esempio 2 ABF/GBI**

- mercato dello lievito, tre produttori: ABF, GBI, Lesaffre
- ECJ in Sony/BMG supporta la definizione di collusione tacita e definisce le linee di investigazione che vanno al di là di una semplice “lista della spesa”.
- Organizzazione Industriale ha aiutato a capire su cosa e come le imprese potevano coordinarsi dopo la concentrazione (controllo e punizione) ed a definire come la concentrazione facilita tale coordinazione.
- In tutto ciò il ruolo dei distributori (che avevano una relazione esclusiva con i relativi produttori) era chiave.

# 1. Impatto concettuale

## Esempio 3 Universal/EMI

- mercato dei diritti di registrazione con quattro majors: Universal, Sony, Warner ed EMI
- negoziazioni bilaterali con piattaforme di distribuzione tipo iTunes.
- Complementarietà o sostituibilità?
  - molto probabilmente una canzone non è un bene sostituto di un'altra canzone, e.g. Madonna e Mozart.
  - rendimenti marginali decrescenti nella varietà, implica portafogli delle major beni sostituti e quindi una transazione che aumenta la taglia del portafoglio di una major (ed il suo potere negoziale) può avere un effetto anticompetitivo sul mercato.

## 2. Generazione di evidenza empirica

### Econometria

**Semplici:** correlazione, analisi di stazionarietà, studio di eventi esogeni

**Complessi:** analisi di concentrazione o di performance

### Simulazione

**Semplici:** UPP, GUPPI, IPR

**Complessi:** simulazioni su mercati differenziati o mercati omogenei con vincoli di capacità.

## Un tentativo di schematizzazione

	Econometria	Simulazione
<b>Inputs Chiave</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dati storici dettagliati su struttura di mercato e risultati di mercato</li> <li>- Nessun bisogno di ipotesi esplicite su come le imprese competono</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Assunzione di un modello competitivo scelto sulle caratteristiche più importanti dell'industria (e.g. competizione di prezzo in mercati differenziati)</li> <li>- Misurazioni di parametri chiave (e.g. elasticità della domanda, margini, capacità)</li> </ul>
<b>Tecniche</b>	Statistica per descrivere mercato/Econometria per stabilire relazioni	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Calibrazione sullo storico</li> <li>- Simulazione di prezzi usando un modello teorico</li> </ul>
<b>Output</b>	Probabilità e dimensione dell'effetto <b><u>derivato da l'analisi dello storico.</u></b>	<b><u>Simulazione diretta</u></b> dell'effetto di prezzo





## 2. Evidenza empirica (Econometria semplice)

### **Esempio 1 PernodRicard/V&S** (statistiche su retail scanner data)

- Acquisto di V&S (azienda svedese famosa per Absolut Vodka) da PernotRicard
- L'analisi descrittiva dei prezzi delle diverse marche ha suggerito l'esistenza di alcuni gruppi di marche di vodka, posti a diversi livelli di prezzo, il che suggerisce che il posizionamento di prezzo era una caratteristica importante per la valutazione della vicinanza dei rispettivi concorrenti nel mercato della vodka (confermato nei documenti interni).



## 2. Evidenza empirica (Econometria semplice)

### **Esempio 2 Kraft/Cadbury** (statistiche su retail scanner data)

- Kraft e Cadbury, concorrenti forti nel mercato del cioccolato in Europa con posizioni diverse a seconda dello Stato Membro considerato.
- In Regno Unito dove Cadbury aveva una quota elevata di mercato, i dati Nielsen indicavano che:
  - Cadbury Dairy Milk aveva da poco perso quote di mercato significative
  - Mars Galaxy aveva guadagnato quote di mercato corrispondenti durante questo periodo.
  - i marchi di Kraft come Toblerone non avevano mostrato cambiamenti significativi durante questi periodi.
- Questo suggerisce che l'intensità della concorrenza tra Cadbury Dairy Milk e Marte Galaxy era più forte tra Cadbury Dairy Milk e Toblerone.

## 2. Evidenza empirica (Econometria semplice)

### **Esempio 3 Panasonic/Sanyo** (statistiche su bidding data, presenza)

- l'analisi della partecipazione alle aste ha suggerito che le parti esercitano un vincolo concorrenziale significativo l'uno contro l'altro in alcuni ma non in altri mercati della batterie.
- i risultati evidenziano che Panasonic ha affrontato Sanyo come suo unico concorrente nel 40% delle offerte per batterie (NiMH).
- per le batterie Li-On, molti altri importanti concorrenti sono stati identificati per quasi tutte le gare d'appalto in cui le parti hanno preso parte.

## 2. Evidenza empirica (Econometria semplice)

### **Esempio 4 Syniverse/BSG** (statistiche su bidding data, prezzi)

- attività di Syniverse e di BSG si sovrapponevano nel mercato del roaming (clearing house roaming data). Questi servizi permettono la fatturazione dei servizi forniti agli utenti finali in roaming ed il relativo pagamento.
- l'analisi descrittiva dei prezzi ha dimostrato che la media dei prezzi di BSG (e la mediana) non cambiava significativamente con la partecipazione di Syniverse.

## 2. Evidenza empirica (Econometria semplice)

### **Esempio 5 Lufthansa/SN** (studio di eventi esogeni con dati aziendali)

- acquisizione della compagnia aerea belga SN Bruxelles da parte di Lufthansa
- la Commissione ha analizzato le tariffe per valutare la pressione concorrenziale esercitata da EasyJet (terza compagnia) su Lufthansa e Brussels Airlines su determinate tratte.
- l'analisi descrittiva indicava che l'ingresso di EasyJet nel 2007 è stato associato ad una diminuzione delle tariffe delle parti per passeggeri "non-time sensitive" ma non per i passeggeri "time sensitivi".
- L'analisi è poi stata formalizzata e resa più sistematica (quantitativamente ma anche qualitativamente).

## 2. Evidenza empirica (Econometria semplice)

### **Esempio 6 Arsenal/DSP** (correlazione di prezzo)

- le parti sostenevano che il mercato geografico di acido benzoico non era limitata all'Europa, ma era tutto il mondo.
- è emerso che negli ultimi tre anni i prezzi delle parti in Europa avevano mostrato una correlazione bassissima con i prezzi in Asia, mentre i loro prezzi mostravano correlazioni molto elevati nei vari Stati Membri.
- Le parti molto probabilmente affrontavano diverse situazione competitive in Europa e Asia.
- accanto ad altri elementi di prova, ciò ha costituito un elemento di prova che ha portato alla conclusione che il mercato dell'acido benzoico non era tutto il mondo.



## 2. Evidenza empirica (Simulazione semplice)

### **Esempio 7 H3G/Orange** (Upward Pricing pressure)

- Decisione non ancora pubblica ma in questo contesto la Commissione ha usato UPP.
- Il dato importante da registrare è che tale metodologia permette di dare più enfasi (rispetto alle market share) ai "diversion ratios".
- combinando "diversion ratios" con informazioni sui margini, UPP si concentra sul profitto che viene ricatturato per effetto della concentrazione valutando il cambiamento di incentivi nel fare prezzi più alti.

## 2. Evidenza empirica (Econometria complessa)

### **Esempio 8 Ryanair/AirLingus (prezzi e concentrazione)**

- analizzare se il prezzo richiesto da una delle compagnie su una determinata rotta dipendesse dalla presenza dell'altra sulla stessa rotta.
- la Commissione ha quindi stimato l'impatto della presenza di una compagnia sulle tariffe dell'altra sfruttando la variazione della struttura del mercato su rotte particolari per un periodo di tempo rilevante.
- Questo approccio è stato determinante nel dimostrare che Ryanair esercitava un vincolo concorrenziale su AerLingus. In particolare, il modello base indicava che la presenza di Ryanair su una rotta determinava un 5-8% in meno nei prezzi di AerLingus.



## 2. Evidenza empirica (Simulazione complessa)

### **Esempio 9 Unilever/SaraLee** (simulazione di fusione)

- la Commissione ha usato una domanda logit (nested) per stimare i parametri di domanda:
  - Nido di primo livello (deodoranti maschili e deodoranti non maschili)
  - Nido di secondo livello (deodoranti per pelli sensibili e non)
- Unendo i valori di domanda stimati econometricamente (" *own- and cross-price elasticities* ") con ipotesi della curva di offerta (ossia la concorrenza a la Bertrand statica) e valori dei margini è stato possibile calibrare e simulare gli effetti di prezzo della fusione.



## Conclusioni

best practice: processo per rendere tutte queste analisi facilmente attuabili e verificabili.

[http://ec.europa.eu/competition/antitrust/legislation/best\\_practices\\_submission\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/competition/antitrust/legislation/best_practices_submission_en.pdf)

...ma gli avvocati cosa ne pensano?