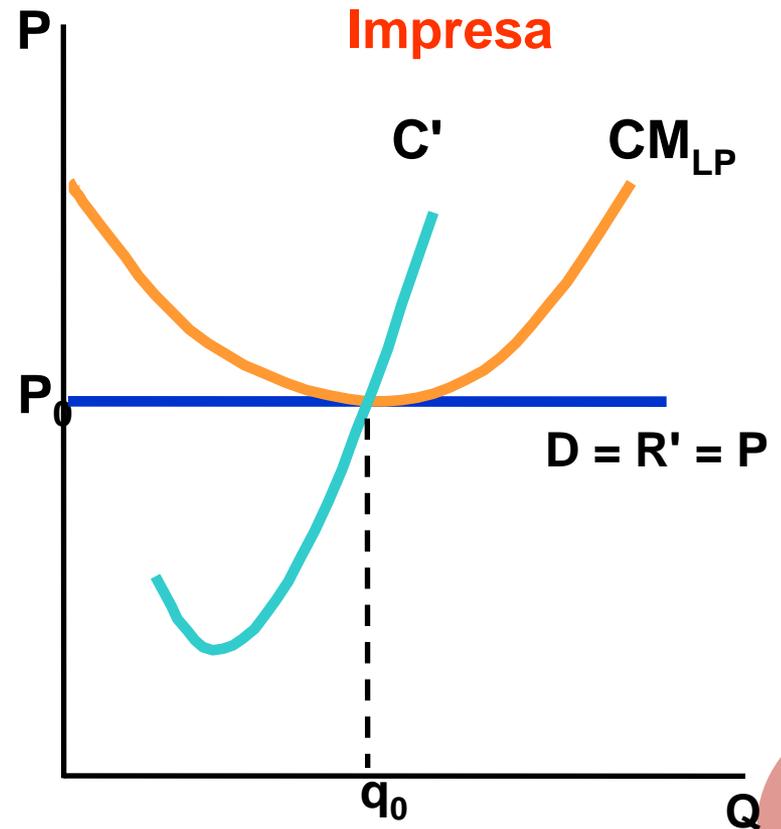
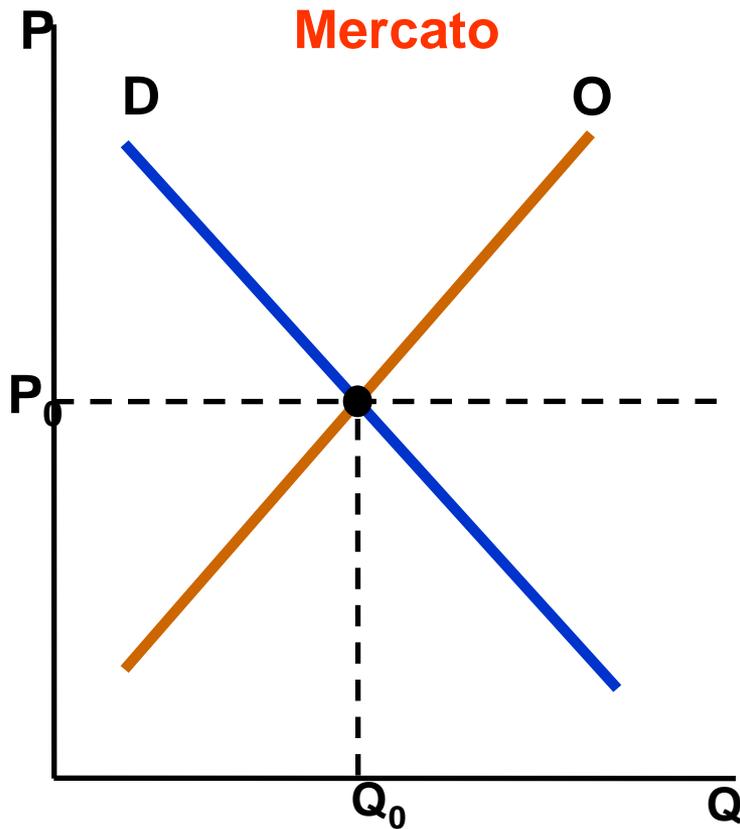

MONOPOLIO

Rapido ripasso della concorrenza perfetta

- **Numero molto elevato di imprese, che non possono condizionare il prezzo di mercato (sono quindi price-taker)**
- **Prodotto omogeneo**
- Informazione perfetta
- $P = CM_{LP} = C'$
- **Profitti economici nulli nel LP**

Rapido ripasso della concorrenza perfetta



Monopolio

○ **Monopolio**

1. **Un venditore – molti compratori**
2. **Un solo prodotto (non ci sono beni sostituti)**
3. **Barriera all'entrata**
4. **L'impresa è quindi *price-maker*!**

Monopolio

- Il monopolista rappresenta **tutto il lato dell'offerta** ed **ha pieno potere sulla produzione**
- Il monopolista **controlla i prezzi ma deve considerare l'impatto sulla domanda**
- **Sappiamo già che i profitti sono massimizzati per il livello di output per cui il ricavo marginale uguaglia il costo marginale ...**

Ricavo medio e ricavo marginale

- **Il ricavo medio** del monopolista, il prezzo ricevuto per unità venduta, è la curva di domanda di mercato
- **Il ricavo marginale** è la variazione nel ricavo al variare di un'unità di vendita del prodotto

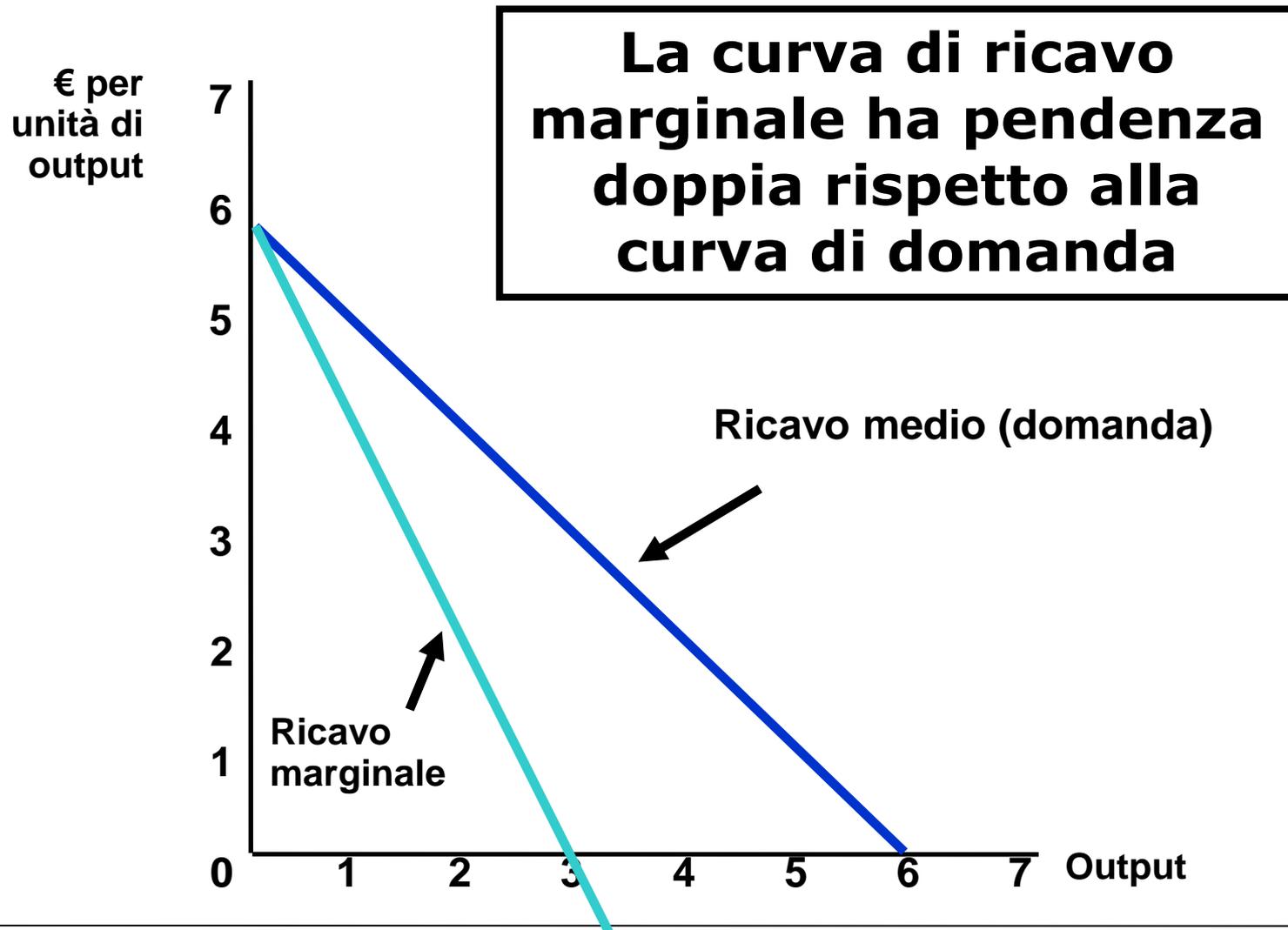
Ricavo medio e ricavo marginale

○ **Il ricavo marginale**

- Il monopolista utilizza la *domanda di mercato* per fissare prezzo e quantità
- Sviluppiamo l'analisi partendo da un esempio: si assuma un mercato con un monopolista che si trova di fronte una domanda pari a

$$P = 6 - Q$$

Ricavo medio e marginale

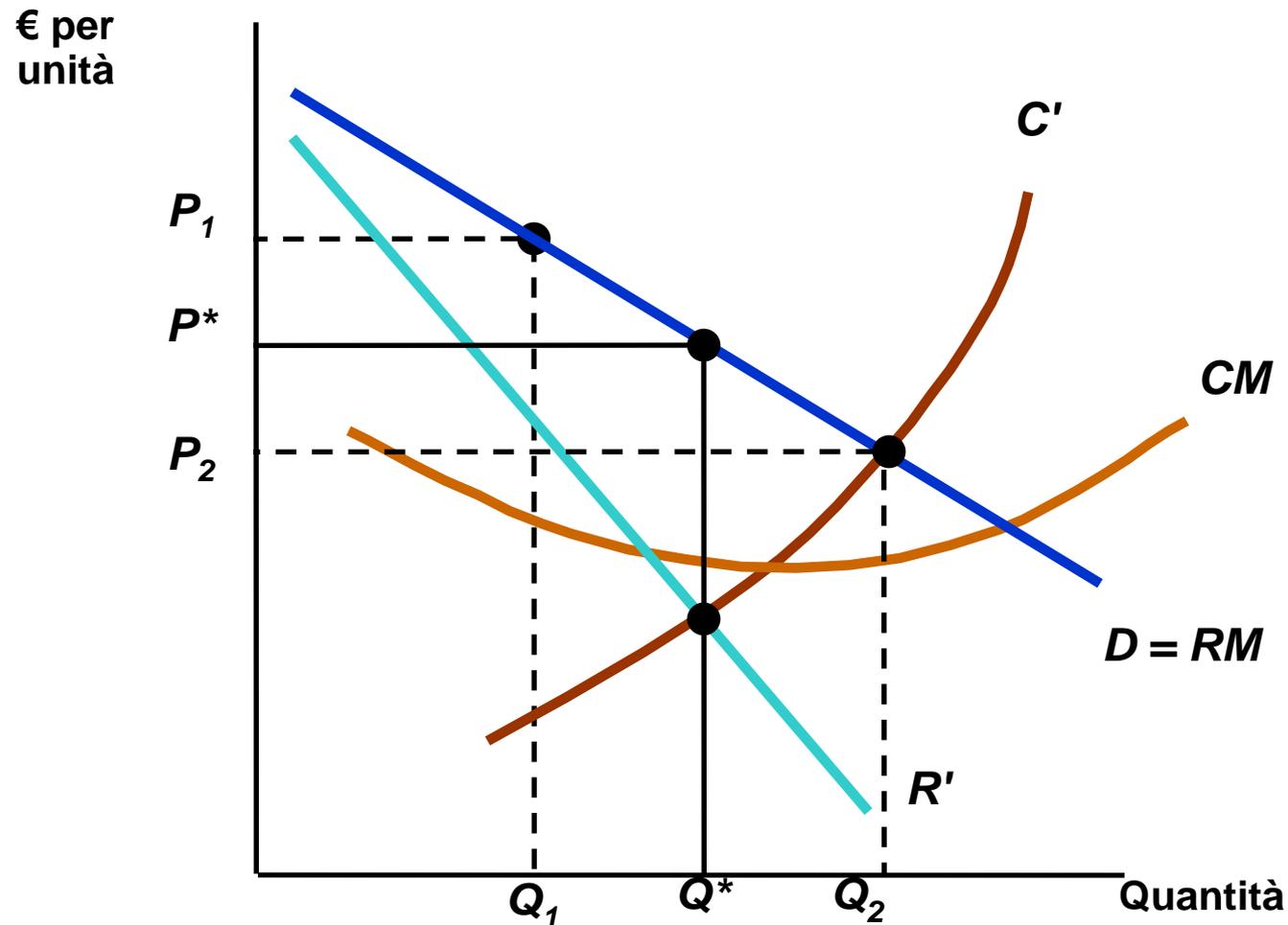


La decisione di produzione del monopolista

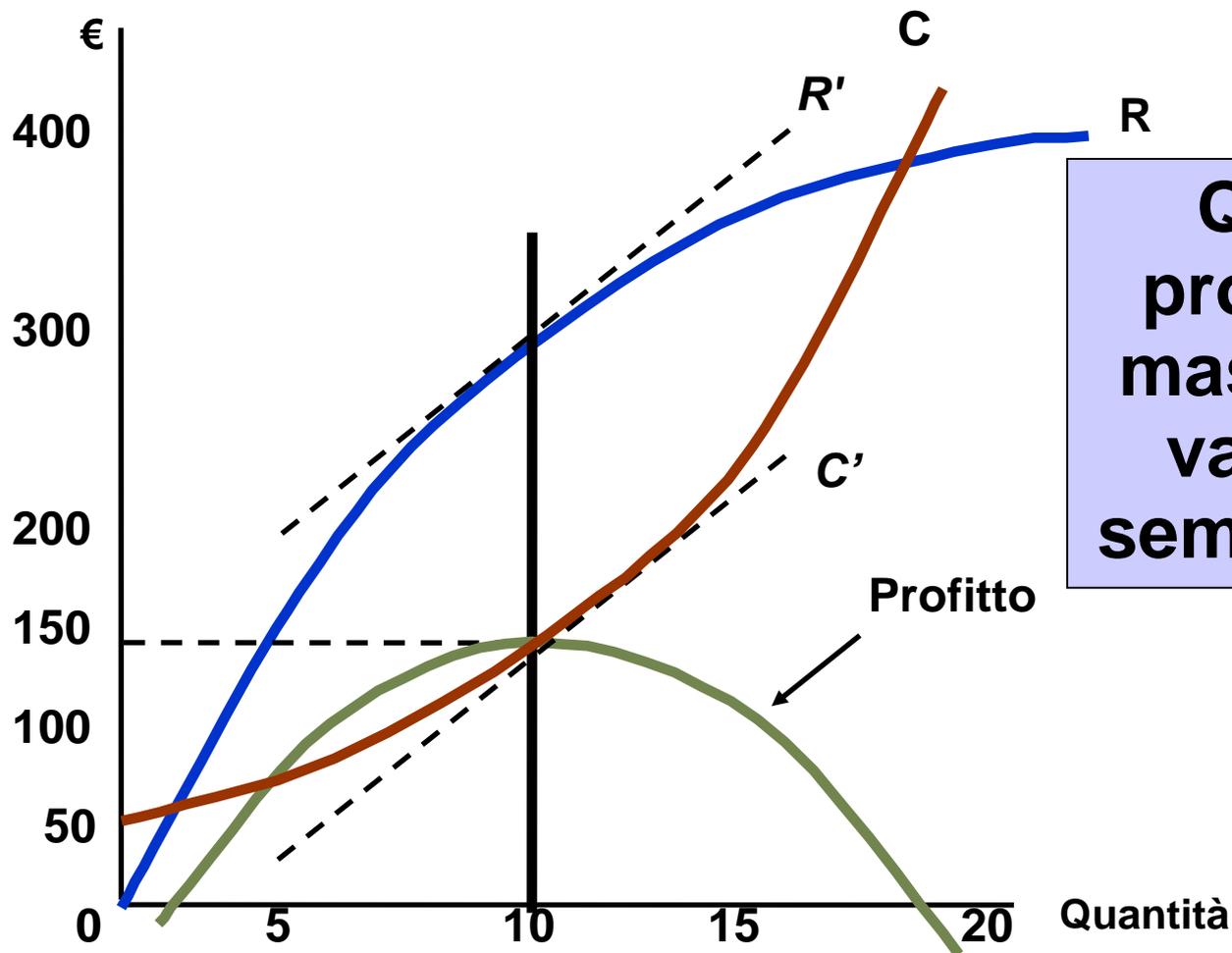
- **I profitti sono massimizzati in corrispondenza del livello di prodotto per cui vale $R'=C'$**
 - Per livelli produttivi inferiori vale $R' > C'$
 - Per livelli produttivi superiori vale $R' < C'$

**Come fissa il
prezzo il
monopolista?**

La decisione di produzione del monopolista

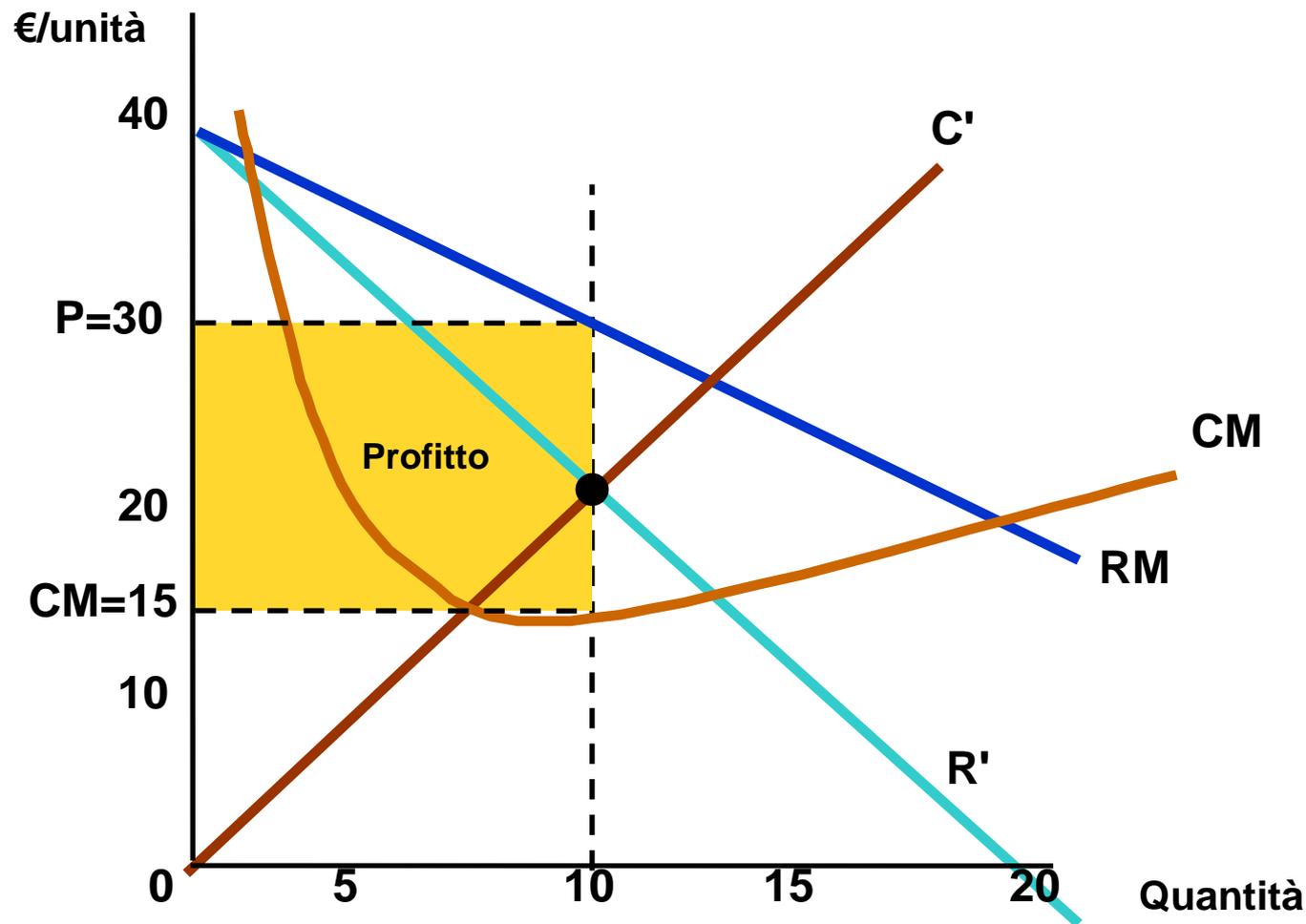


Massimizzazione del profitto



Quando i profitti sono massimizzati, vale (come sempre) $R' = C'$

Massimizzazione del profitto



Monopolio: una regola empirica per la determinazione del prezzo

Come tradurre in pratica la regola
 $R' = C'$?

$$R' = \frac{dR}{dQ} = \frac{d[QP]}{dQ}$$

$$R' = P + Q \frac{dP}{dQ} = P + P \frac{Q}{P} \frac{dP}{dQ} = P + P \frac{1}{E_D}$$

Monopolio: una regola empirica per la determinazione del prezzo

Quindi è possibile scrivere:

$$R' = C' \Rightarrow C' = P + \frac{P}{E_D} \Rightarrow \frac{P - C'}{P} = -\frac{1}{E_D};$$

da cui

$$P = \frac{C'}{1 + \frac{1}{E_D}}.$$

**mark-up
=
inverso
dell'elasticità
della domanda!**

Monopolio

- **Il prezzo di monopolio rispetto a quello di concorrenza perfetta**
 - **Monopolio**
 - $P > C'$
 - **Il prezzo è maggiore del costo marginale per un ammontare che è proporzionale all'inverso dell'elasticità della domanda**
 - **Concorrenza perfetta**
 - $P = C'$
 - **La domanda (per la singola impresa) è perfettamente elastica**

Monopolio

- Se la domanda è molto elastica, il prezzo non è molto diverso da quello concorrenziale
- **Il monopolista non produce mai una quantità che si trova sul tratto inelastico della curva di domanda**
 - Nel tratto inelastico il ricavo può essere accresciuto in virtù di un aumento del prezzo



Il potere di monopolio

- **Il puro monopolio è raro**
- Però, in mercati con poche imprese ognuna può avere una domanda negativamente inclinata, e fissare un prezzo superiore a C'
- Spesso il **potere di monopolio** – capacità di fissare il prezzo oltre il costo marginale - deriva dalla **presenza di prodotti differenziati**

Il potere monopolistico

- Quando i prodotti sono differenziati, la curva di domanda per l'impresa è:
 - **più elastica della curva di domanda di mercato ...**
 - **... ma non infinitamente elastica,** come in concorrenza perfetta!

Misurare il potere monopolistico

- Il potere di monopolio può essere misurato come la **differenza tra il prezzo ed il costo marginale rispetto al prezzo**
- **Indice di Lerner del potere monopolistico**
 - **$L = (P - C')/P$**
 - Maggiore L (tra 0 e 1), maggiore il potere monopolistico
 - L può essere espresso in termini di E_d
 - **$L = (P - C')/P = -1/E_d$**
 - E_d è l'elasticità della domanda dell'impresa, non del mercato!

Una regola empirica per la determinazione del prezzo

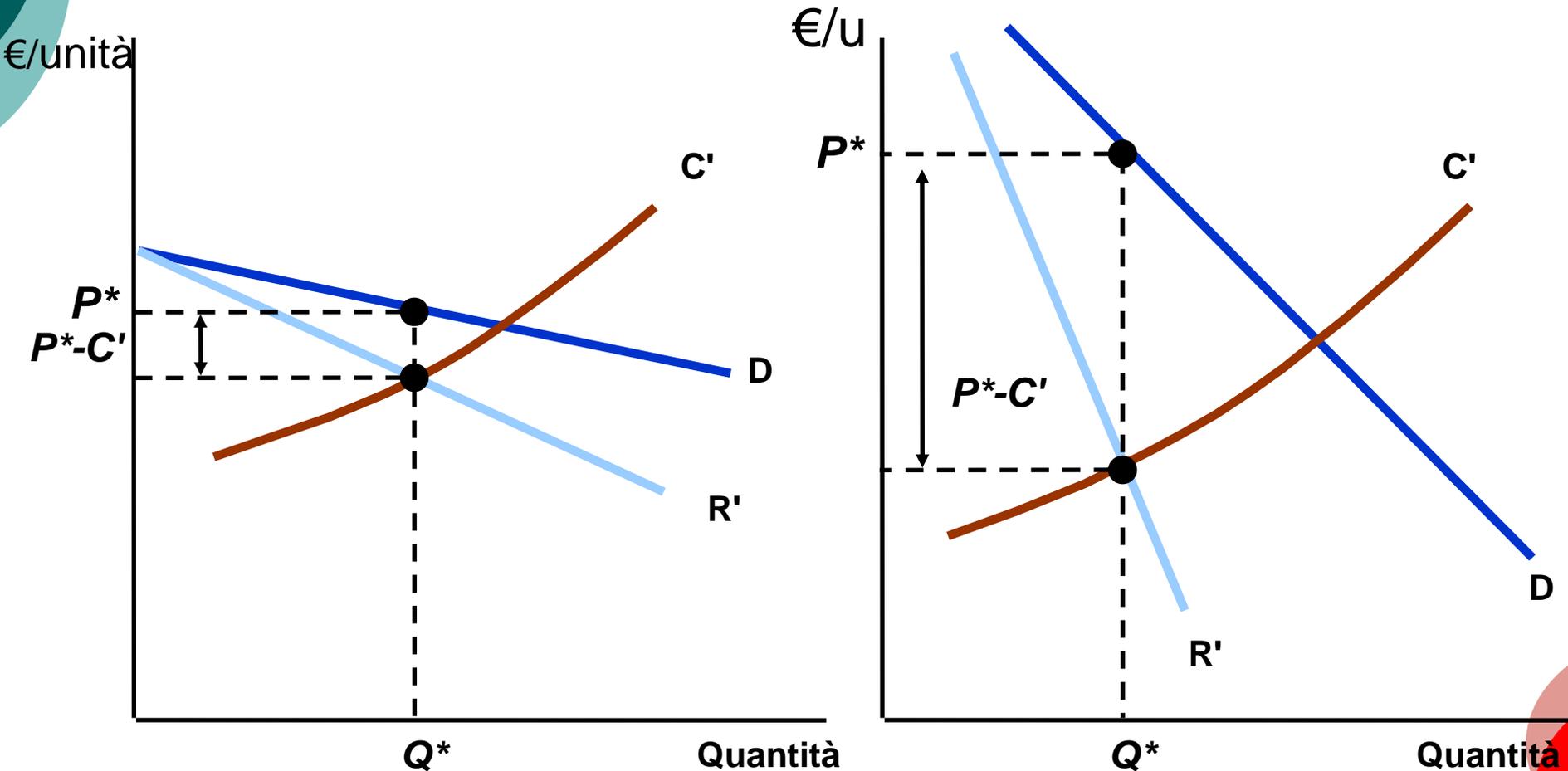
- Abbiamo visto che per il monopolista vale:

$$P = \frac{C'}{1 + (1/E_d)}$$

- Quindi, si vede chiaramente che:
 - Se E_d è grande, il markup è piccolo
 - Se E_d è piccola, il markup è grande

Elasticità della domanda e markup

Maggiore l'elasticità della domanda minore il markup



Origini del potere monopolistico

- Perché alcune imprese hanno elevato potere monopolistico, ed altre no?
- Il potere monopolistico è **la capacità di fissare il prezzo oltre il costo marginale**
- Il potere monopolistico è determinato dall'elasticità della domanda

Origini del potere monopolistico

- **Più rigida la curva di domanda maggiore il potere monopolistico**
- **L'elasticità di domanda di un'impresa è determinata da**
 - 1) **Elasticità della domanda di mercato**
 - 2) **Numero di imprese nel mercato**
 - 3) **Interazione tra imprese**

Elasticità della domanda di mercato

- **Una sola impresa determina la domanda di mercato**
 - Il grado di potere monopolistico è determinato dall'elasticità della domanda
- **Con più imprese il potere di mercato non è determinato solo dall'elasticità di mercato**
 - Abbiamo visto che la domanda individuale è più elastica della domanda di mercato

Numero delle imprese

- **Il potere monopolistico si riduce all'aumentare del numero di imprese**
 - La dimensione delle imprese è rilevante
 - Un mercato **è altamente concentrato** quando poche imprese detengono le quote maggiori
- Le imprese vorrebbero creare **barriere all'entrata** per tenere i rivali fuori dal mercato
 - **Brevetti, copyright, licenze, economie di scala**

Interazione tra imprese

- Se le imprese sono **aggressive** (ad es. combattono un'aspra **guerra di prezzo**) il prezzo può avvicinarsi a quello concorrenziale
- **Se le imprese colludono** (in genere illegale), **possono generare potere di monopolio**

Il costo sociale del monopolio

- Imprese **perfettamente concorrenziali** producono una quantità tale per cui $P=C'$
- Il monopolista produce una quantità tale per cui $R'=C'$
- **Questo comporta una perdita da parte dei consumatori ed un guadagno da parte del monopolista**

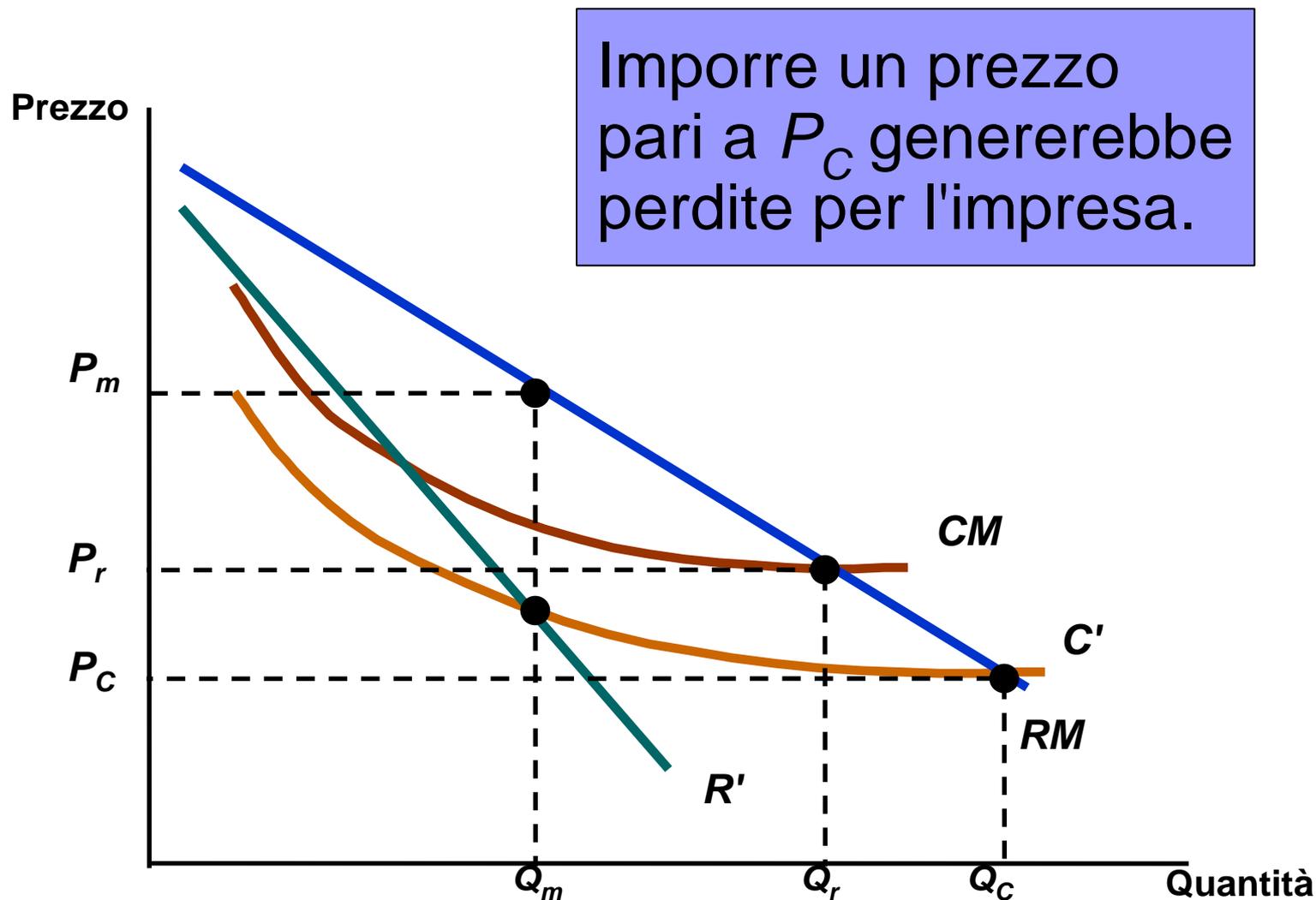
Il costo sociale del monopolio

○ **Monopolio naturale**

- Un'impresa può produrre l'intero output dell'industria ad un costo minore di quanto potrebbero farlo un insieme di concorrenti
- Questo di solito si verifica quando ci sono grandi **economie di scala**

- **Rifornire il mercato tramite più imprese genera costi maggiori che rifornirlo con una sola**

Regolare i mercati in un monopolio naturale



Il settore idrico: prototipo di monopolio naturale

- ❑ **La componente infrastrutturale domina su quella operativa** e quasi tutti i costi sono irrecuperabili per lunghissimi periodi.
- ❑ Perché **privatizzare**?
 - Inadeguatezza a gestire un moderno servizio industriale e accedere al mercato dei capitali.
- ❑ Il mercato può dare un contributo tanto migliore, quanto coerente è il sistema di regolazione.
- ❑ **Tuttavia, il rischio regolatorio è una delle principali componenti del rischio economico** (minori costi di gestione ma maggiore costo del capitale).

Un'impresa in concorrenza monopolistica: BP e LP

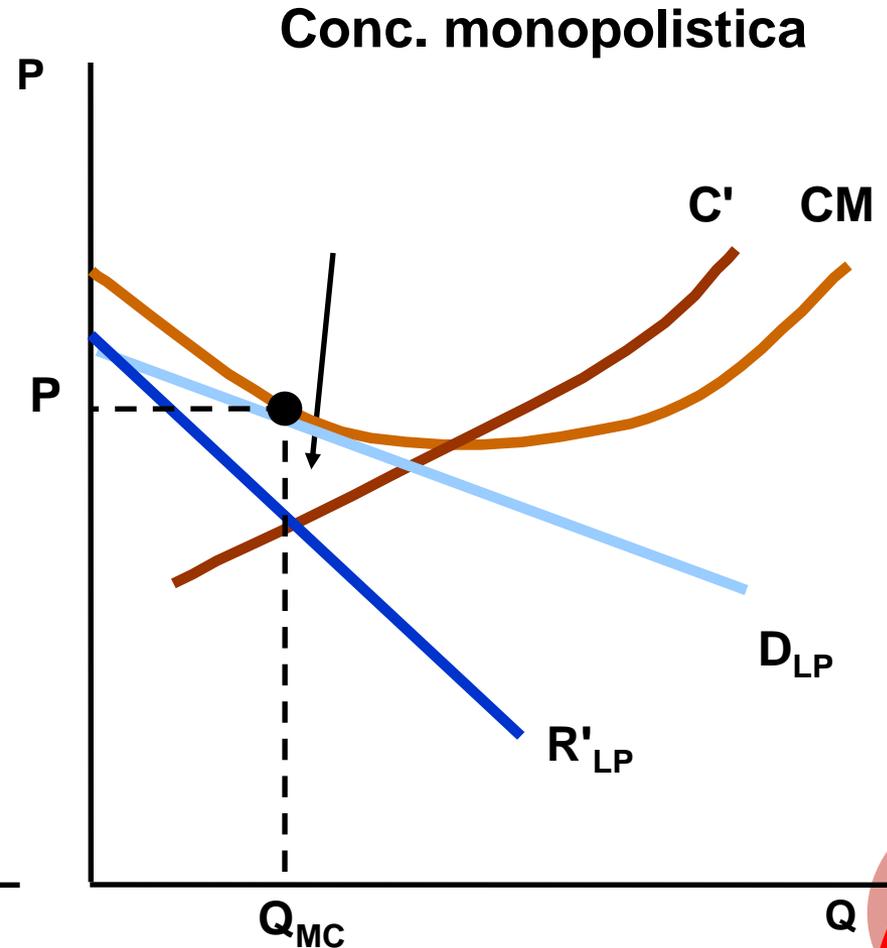
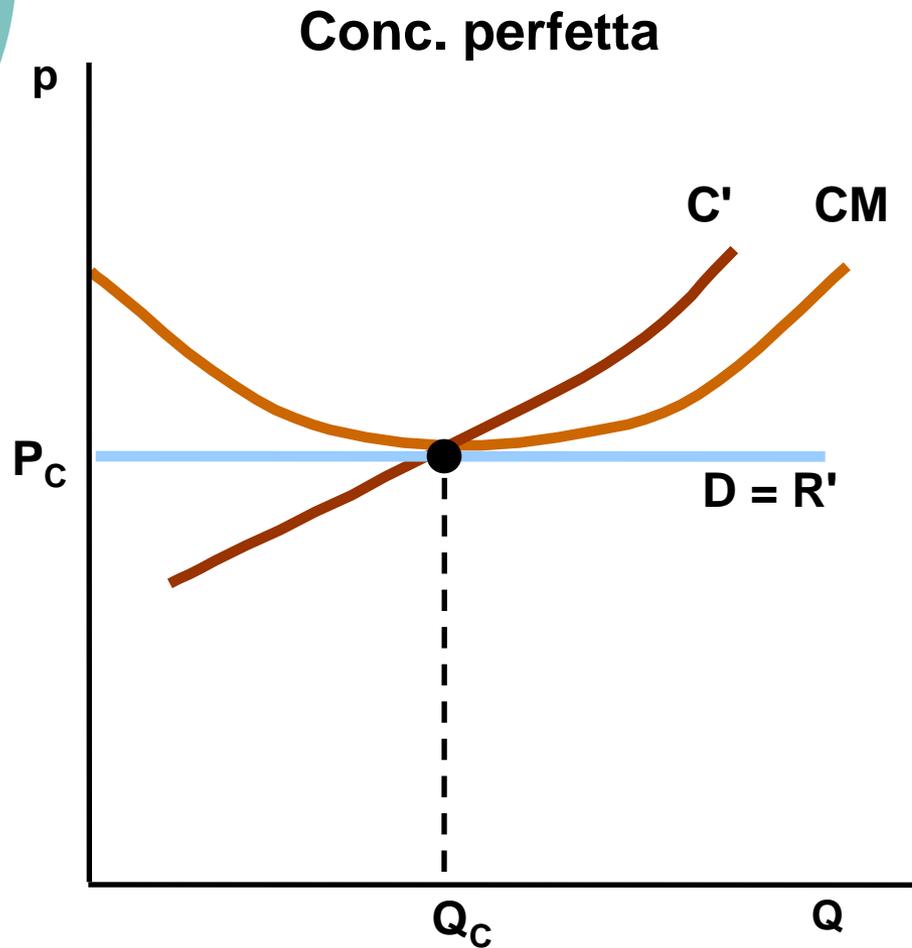
Breve periodo

- Curva di domanda con **inclinazione negativa** (prodotto differenziato)
- La **domanda è relativamente elastica**
- I profitti sono massimizzati quando $R'=C'$; in quel punto $P > CM$
- **L'impresa ottiene profitti economici positivi**

Lungo periodo

- **I profitti positivi attirano nuove imprese nell'industria**
- La domanda dell'impresa si abbassa a D_{LR}
- L'output dell'impresa si riduce, quello dell'industria aumenta
- I profitti economici si riducono a zero ($P = CM$)
- $P > C' \rightarrow$ **permane del potere monopolistico**

Equilibrio di concorrenza perfetta e concorrenza monopolistica



-
- Monopolio e concorrenza perfetta rappresentano **due situazioni estreme**
 - E' molto più probabile trovarsi di fronte a situazioni intermedie in cui **un numero limitato di imprese agisce sul mercato.**

• Qual è il punto principale?

- Quando si paragona la concorrenza perfetta con il monopolio (o, in generale, con mercati concentrati) si trova una evidente **perdita di benessere sociale**
- Questo giustifica l'intervento contro ogni forma di accordo collusivo o di posizione dominante ... **appunto la politica della concorrenza!**
- E' davvero necessaria? Quanto è grande questa perdita di benessere?

-
- In uno studio “pionieristico”, **Harberger** (1954) aveva stimato una perdita annuale pari a meno di un decimo dell’1% del reddito nazionale statunitense.
 - **Cowling and Mueller** (1978) hanno aspramente criticato i calcoli effettuati Harberger:
 - Nei loro calcoli, la perdita era stata del 13% del reddito nazionale negli Stati Uniti (periodo 1963-69) e del 7% nel Regno Unito (1968-69)
 - **Il problema del monopolio era quindi più grande di quanto si pensasse!**

-
- **Posner (1975): per la società, i costi del monopolio sono ancora più alti!**
 - L'atto stesso di cercare di raggiungere una posizione di monopolio richiede un enorme spreco di risorse. **Come?**
 - **Costi di Lobbying** – necessari per convincere i legislatori che un certo tipo di posizione dominante non è dannosa (le lobby del tabacco negli U.S.)
 - **Pubblicità persuasiva** – effetto “manipolativo” che riduce la concorrenza convincendo i consumatori che due prodotti identici sono differenziati.

-
- **R&S in eccesso** – duplicazione degli sforzi da parte di imprese rivali per ottenere il brevetto
 - **Creazione di barriere all'entrata** – **comportamento strategico** per limitare l'entrata di potenziali rivali (ad esempio con l'utilizzo di **prezzi predatori**)

Una efficace politica della concorrenza non deve solo valutare gli abusi del monopolista nel fissare i prezzi, ma prendere in considerazione anche le risorse utilizzate (sprecate?) per ottenere e conservare la posizione di monopolio

Nell'Unione Europea, la politica della concorrenza ha l'obiettivo di:

- garantire che **qualsunque pratica da parte di imprese ed enti privati non sia contraria ai principi di una sana concorrenza**
- **proteggere gli interessi dei consumatori** consentendo l'acquisto di beni e servizi **(liberalizzazione)** sotto le migliori condizioni
- incoraggiare l'efficienza economica attraverso la creazione di un ambiente favorevole all'innovazione ed al progresso tecnologico **(politica tecnologica)**
- promuovere **l'integrazione all'interno del mercato unico**, rimuovendo gli ostacoli al libero scambio.

-
- **La tutela del consumatore** diventa il perno su cui fondare l'intervento dell'autorità Antitrust.
 - Gli strumenti attraverso cui la Commissione interviene sono gli **Articoli 101 (ex Art. 81) e 102 (ex Art. 82) del TFEU** e la **Regolamentazione delle Fusioni** (*Merger Control Regulation*) del 2004.
 - Per quanto riguarda invece gli **aiuti di stato**, gli interventi diretti ed indiretti da parte di Paesi membri a sostegno di imprese e compagnie vengono valutati seguendo le indicazioni dell'**articolo 107** (ex Art. 97).

○ **Quattro aree di intervento:**

● **I Cartelli**

● **I Monopoli**

● **Le Fusioni**

● **Gli Aiuti di Stato**

Antitrust

I Cartelli

- Accordi tra due o più imprese che limitano la concorrenza sono proibiti dall'**Articolo 101** del Trattato, anche se vi sono alcune eccezioni.
- Vengono esaminati molti casi di comportamento collusivo
- **L'esempio più evidente di condotta illegale punita dall'Articolo 101 è un cartello tra imprese rivali** (che può comportare un accordo per la fissazione del prezzo o la divisione del mercato).

○ **ARTICOLO 101(1):**

- proibisce qualunque forma di accordo "restrittivo" e pratica "concertata" che **previene, distorce e limita la concorrenza**
- **distingue tra accordi verticali ed orizzontali:** in generale, i primi hanno un effetto ambiguo, mentre i secondi aumentano la concentrazione del mercato e riducono la concorrenza

-
- Gli **accordi** (o relazioni) **verticali** riguardano la cooperazione tra imprese che operano a livelli differenti (produttore - dettagliante).
 - La valutazione delle relazioni verticali non è semplice in quanto, sebbene spesso riducano la libertà d'azione del dettagliante, possono anche determinare un **aumento di efficienza interna**: **l'effetto sul benessere sociale complessivo è quindi ambiguo.**

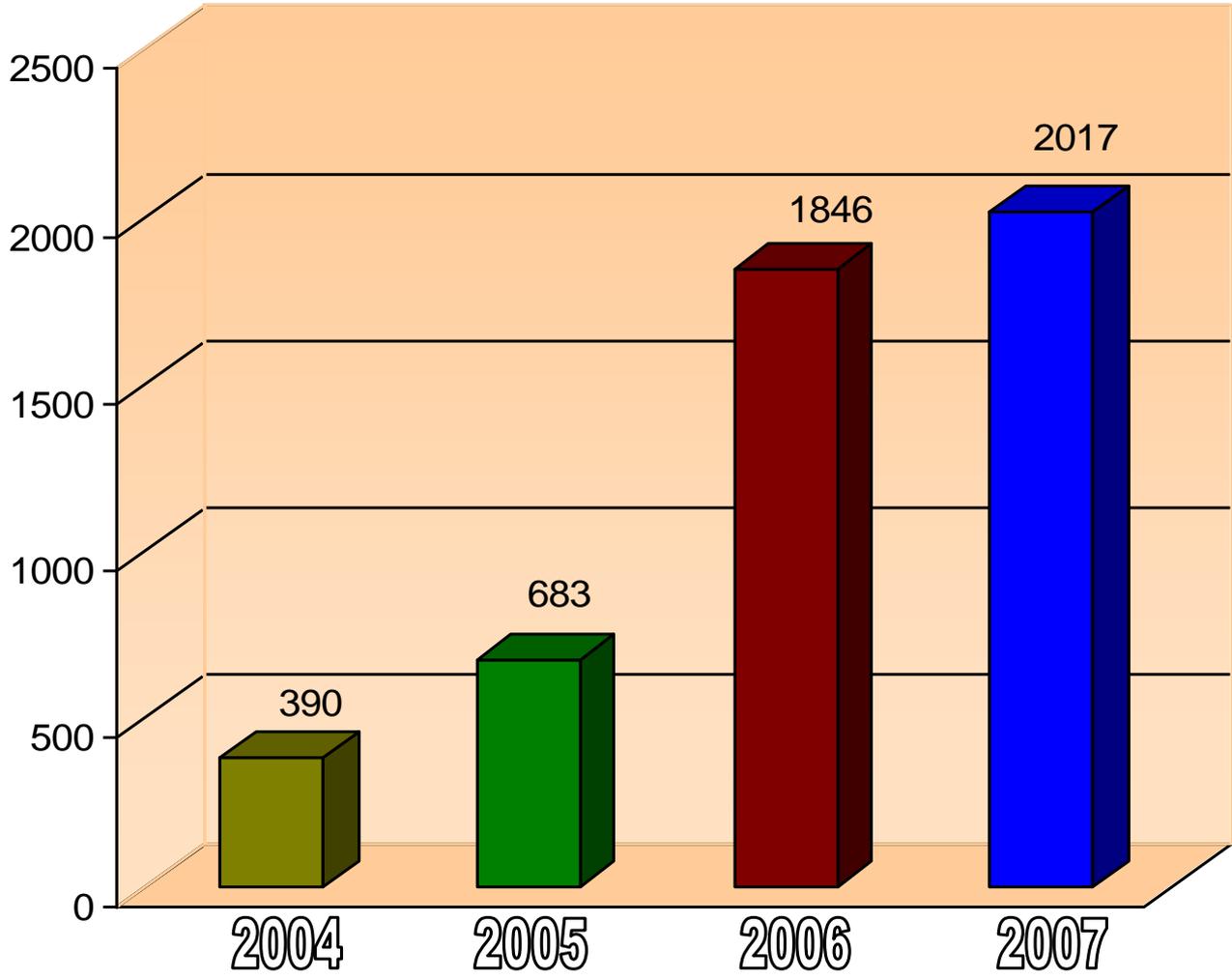
-
- **Gli accordi di cooperazione orizzontale** hanno invece un **carattere fortemente collusivo** e generalmente comportano un aumento del prezzo di mercato.
 - A seguito dell'impegno di **Mario Monti**, Commissario per la Concorrenza dal 1999 al 2004, la lotta contro i cartelli è stata intensificata:

La lotta contro i cartelli

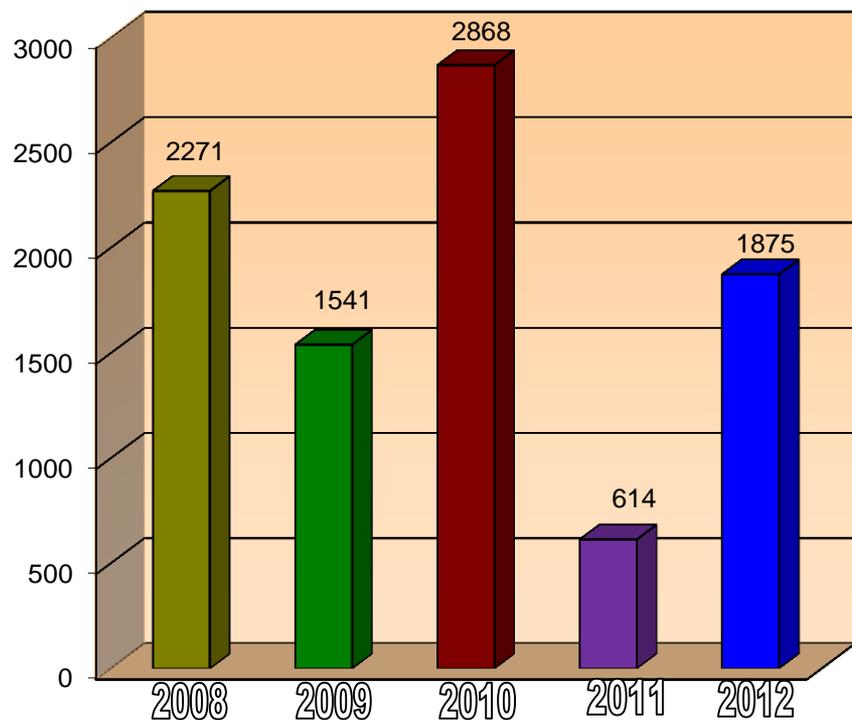
Periodo	Multe, in milioni di €	Numero di decisioni
1988-91	60	4
1992-95	393	11
1996-99	552	8
2000-03	3330	26

-
- Le **multe comminate ai cartelli** nel periodo 2000-03 sono state pari a **3.330 milioni di euro**, contro i 552 milioni di euro del quadriennio precedente
 - Il successivo Commissario alla Concorrenza, l'olandese **Neelie Kroes** (in carica fino al 2010), ha proseguito su questa strada:
 - nel periodo 2004-2007 le multe ai cartelli hanno raggiunto i 4.936 milioni di euro;
 - trend crescente, con 2017 milioni di euro registrati nel 2007);
 - caso "**Elevators and Escalators**" del 2007: multa più alta del quadriennio, **992.312.300** euro, di cui quasi la metà (**479.669.850**) a carico della ThyssenKrupp.

La lotta ai cartelli nel periodo 2004-2007



Negli ultimi anni l'andamento delle multe è stato altalenante, con un brusco calo registrato nel 2011:



Il caso "TV and Computer Monitor Tubes" del 2012 ha tuttavia registrato **la multa più alta:**
1.470.515.000 €
(705.296.000 a carico di Philips)

-
- **Come si dimostra il coinvolgimento delle imprese in un accordo collusivo?**
 - Sappiamo che un “atteggiamento” di collaborazione insorge quasi spontaneamente.
 - Per questo motivo diventa fondamentale il **rafforzamento dei poteri dell’Autorità garante della concorrenza.**
 - potenziamento del “**programma di clemenza**”: la prima impresa che fornisce **prove convincenti** della formazione di un cartello in cui lei stessa è coinvolta **non viene sanzionata**, o le viene applicato un **notevole sconto sulla multa finale.**