

OSSERVATORIO ANTITRUST

Serie Working Paper

WP – 1

Scambio di Informazioni tra Imprese, Ricerche di Mercato e Tutela della Concorrenza: un'Analisi della Letteratura Economica

di Valentino Lenza*

ABSTRACT

In questo lavoro viene affrontato il problema dello scambio di informazioni tra imprese concorrenti come pratica facilitante per la collusione tacita. Nella prima parte vengono evidenziati alcuni elementi utili per comprendere in quali circostanze un'ordinaria ricerca di mercato potrebbe cadere nel divieto dello scambio di informazioni e vengono descritte le linee guida emanate dal *Department of Justice*. Nella seconda parte vengono analizzati i diversi approcci presenti nella letteratura economica sul problema e viene suggerita un'ulteriore direzione di analisi che dia maggiore risalto al ruolo che le informazioni hanno nel processo decisionale delle imprese. Seguono le implicazioni per le politiche antitrust.

* vlenza@luiss.it

1. Premessa.

Il problema dello scambio di informazioni private tra imprese costituisce un interessante questione di tutela della concorrenza che le Autorità antitrust hanno già in molti casi dovuto affrontare¹. Dall'analisi delle decisioni sino ad oggi adottate si evince l'esistenza di un generale orientamento basato nel ritenere che la diffusione di informazioni private², incrementando la trasparenza sul lato dell'offerta, abbia l'effetto di accrescere l'interdipendenza tra le scelte delle imprese e di favorire per questo motivo il raggiungimento di un equilibrio di collusione tacita.

Tale orientamento rischia tuttavia di mettere letteralmente "fuori legge" il settore economico costituito da quegli operatori che attraverso vari strumenti di indagine producono ricerche di mercato contenenti informazioni sulle imprese e sui loro prodotti (quote di mercato, andamento dei diversi canali di distribuzione, caratteristiche dei prodotti, posizionamento competitivo etc.)³. Tali informazioni hanno infatti la stessa natura di quelle contenute nei casi proibiti e la circostanza che esse vengano raccolte e diffuse da un soggetto terzo piuttosto che dalle stesse imprese non sembra essere rilevante sulla base dei precedenti esistenti⁴.

Ovvio dunque che risulti di estrema rilevanza cercare di capire se sia stata finora percorsa dalle Autorità una strada in tutto o in parte sbagliata, ed è inoltre auspicabile che gli operatori del settore vengano posti in condizione di poter comprendere cosa sia lecito e cosa, al contrario, non sia lecito fare. Nella speranza di contribuire alle finalità appena indicate, in questo lavoro viene per prima cosa affrontata la questione tuttora aperta sul piano giuridico se le ordinarie ricerche di mercato possano ricadere nel divieto di scambio di informazioni. Nella seconda parte viene affrontato il problema dello scambio di informazioni sotto il profilo teorico, attraverso un'analisi dei diversi approcci presenti in letteratura. Viene inoltre suggerita un'ulteriore direzione di analisi in cui venga dato maggiore risalto all'effettivo utilizzo delle informazioni scambiate all'interno del processo decisionale delle imprese. Infine seguono le implicazioni sul tipo di politiche che le Autorità dovrebbero adottare.

2.1 Caratteristiche dei sistemi di scambio di informazioni private tra imprese.

Un sistema di scambio di informazioni private tra imprese può essere realizzato attraverso due modalità principali. La prima consiste in un accordo tra concorrenti in cui viene stabilito l'impegno di ognuno a comunicare agli altri le proprie informazioni nei tempi e nei modi convenuti. La seconda prevede invece l'intervento di un terzo soggetto – un'associazione di categoria o un operatore professionale – che, in cambio di un corrispettivo, provvede a raccogliere le informazioni, ad elaborarle secondo le modalità convenute e, in seguito, a diffonderle a tutti i partecipanti.

Come è stato evidenziato in letteratura⁵, lo scambio di informazioni private può integrare tre distinte tipologie di fattispecie illecite. Infatti, esso può configurarsi come un elemento di supporto 1) al funzionamento di un cartello e 2) alla realizzazione di una pratica concordata; ed in questi due casi esso verrebbe proibito dalle Autorità nell'ambito di un

¹ Fra tutte si segnalano le seguenti: Decisioni della Commissione del 17 febbraio 1992 (UK Agricultural Tractor Registration Exchange), GUCE, 1992, L 68/19; del 2 dicembre 1986 (Acidi Grassi), GUCE, L 3/17; del 23 dicembre 1977 (Pergamena Vegetale), GUCE L 92/1; Provvedimenti dell'AGCM n. 8546 (RC Auto) in Bollettino 30/2000, n. 13622 (Generali/Iama) in Bollettino 40/2004.

² In questo lavoro per informazioni private si intendono quelle informazioni che riguardano lo stato di un'impresa e che vengono fornite ad altri soggetti dall'impresa stessa.

³ Nel recente caso *Generali/Iama* cit. lo scambio di informazioni avveniva attraverso l'acquisto di servizi forniti da una società di consulenza.

⁴ *Ex multis*, vedi il caso *Trattori Inglesi* cit. in cui le informazioni venivano raccolte dal Ministero dei Trasporti della Gran Bretagna e trasferite all'associazione di categoria dei produttori di trattori.

⁵ Sul punto vedi Falce (1999) e Berti (1996).

provvedimento più ampio mirato all'eliminazione delle contemporanee violazioni di ordine superiore. Oppure, 3) esso può costituire un'intesa autonomamente sanzionabile che, senza bisogno di dimostrare ulteriori condotte illecite, abbia l'effetto di ridurre significativamente la concorrenza. Quest'ultimo punto, in cui lo scambio di informazioni viene visto come una pratica facilitante efficace per il raggiungimento di un equilibrio di collusione tacita, e perseguibile in maniera autonoma, è quello che rileva ai fini della presente analisi in quanto la riduzione della concorrenza, in questo caso, deriverebbe solo dall'incremento della trasparenza sul lato dell'offerta. L'analisi delle ragioni che hanno portato le Autorità ad adottare un tale orientamento risulta quindi utile al fine di valutare anche i possibili effetti derivanti dalla diffusione delle informazioni contenute nelle ordinarie ricerche di mercato⁶.

Osservando la storia dei casi giudiziari è possibile individuare due fasi distinte, una passata e quella attuale, in cui, sebbene sia stato elaborato in entrambe un giudizio negativo sullo scambio di informazioni, le argomentazioni utilizzate erano basate su diverse ipotesi intorno alle condizioni strutturali di mercato. Infatti, nel primo precedente europeo – il caso dei “trattori inglesi” – e in quelli seguenti venne data una notevole importanza alla circostanza che il settore fosse caratterizzato da una struttura di tipo oligopolistico. In effetti, il punto centrale del ragionamento in base al quale, sia oggi che in passato, viene proibito lo scambio di informazioni è certamente costituito dall'ipotesi realistica che vi sia una certa interdipendenza tra le scelte delle imprese. Per cui la disponibilità di informazioni rilevanti sotto il profilo concorrenziale potrebbe facilitare il coordinamento delle decisioni, dato il comune obiettivo di ridurre la concorrenza soggettiva ovvero l'incertezza derivante dalle possibili reazioni dei rivali⁷. Dato che proprio nei settori ad elevata concentrazione vi è una maggiore interdipendenza tra i risultati economici di un'impresa e le scelte dei suoi rivali, e che il rischio legato alla reazione dei concorrenti alle proprie mosse potrebbe costituire l'ultima fonte di incertezza legata al processo concorrenziale, allora una sua eliminazione attraverso lo scambio di informazioni potrebbe realizzare una notevole riduzione della concorrenza. Si parla in questo caso di riduzione della concorrenza “nascosta”, ovvero di riduzione di un processo concorrenziale in cui l'incentivo a porre in essere una condotta aggressiva derivi soprattutto dal vantaggio derivante dalla sorpresa. In una fase successiva, invece, lo scambio di informazioni è stato considerato illecito anche in quelle situazioni che presentavano caratteristiche di mercato non concentrato, come il settore assicurativo italiano. Per quanto riguarda questi ultimi casi, in una certa misura è stato ribaltato il ragionamento iniziale che vedeva la struttura oligopolistica come la base ideale su di cui lo scambio di informazioni avrebbe potuto produrre effetti anti-concorrenziali. All'opposto è stato affermato che siccome in oligopolio l'interdipendenza tra le imprese è già presente ad un livello elevato, lo scambio di informazioni fornisce un contributo maggiore per la riduzione della concorrenza in quei settori in cui l'offerta è poco concentrata, andando appunto ad accrescere l'inizialmente basso grado di interdipendenza presente. In conclusione, non è necessaria una struttura oligopolistica perché vi siano effetti

⁶ È interessante infatti comprendere in che misura il solo aumento della trasparenza sul lato dell'offerta possa determinare una restrizione della concorrenza. Ciò in quanto è ragionevole che in presenza di un cartello o di una pratica concordata non vi siano dubbi sul fatto che la maggiore trasparenza indotta dallo scambio di informazioni abbia necessariamente l'effetto anti-concorrenziale di facilitare il controllo del rispetto degli accordi collusivi o di far funzionare il meccanismo di coordinamento adottato.

⁷ “La disponibilità di informazioni precise sulla strategia commerciale di ciascuna impresa concorrente induce, infatti, ad un coordinamento del comportamento delle imprese alterando la concorrenza nel mercato”, Berti (1996) . Sul punto vedi anche Falce (1999): “In concreto, per costante giurisprudenza, si ritiene che là dove si riscontri il cennato rallentamento delle dinamiche concorrenziali (si parla in proposito di equilibrio di mercato di quieto vivere), la circolazione di informazioni tra *competitors* rappresenti il mezzo scelto dalle parti per ridurre ulteriormente il reciproco grado di concorrenza soggettiva e, quindi, per raggiungere una perfetta conoscenza delle mosse dei concorrenti”.

anti-concorrenziali, ed inoltre, allo stato attuale, vi sarebbero da parte delle Autorità maggiori preoccupazioni se tale pratica venisse realizzata proprio in settori a bassa concentrazione⁸.

Se l'aspetto che rileva ai fini antitrust è costituito dal solo incremento della trasparenza tra le imprese, allora a parità di natura delle informazioni non sembra vi siano elementi per poter considerare le ordinarie ricerche di mercato meno pericolose dei sistemi di scambio di informazioni proibiti. Invece, una differenza sul piano strettamente giuridico può essere riscontrata nella natura privata delle informazioni scambiate, in quanto normalmente nelle ricerche di mercato le informazioni vengono raccolte attraverso interviste svolte su *panel* composti da consumatori o distributori, mentre nel caso dello scambio di informazioni private è la stessa impresa a comunicarle. Questa distinzione tra informazione privata e informazione pubblica, come si vedrà in seguito, genera una disparità di trattamento verso quei settori in cui produttori e distributori sono verticalmente integrati ed inoltre ha l'effetto di porre su un piano diverso situazioni che, ragionevolmente, sono sostanzialmente uguali sotto il profilo concorrenziale.

2.2 La natura privata delle informazioni: differenze formali e sostanziali tra le ordinarie ricerche di mercato e lo scambio di informazioni private tra imprese

Alcune importanti indicazioni sul tipo di informazioni il cui scambio risulterebbe proibito possono essere desunte dall'analisi dei precedenti esistenti. In questo paragrafo vengono descritte le informazioni scambiate in tre importanti casi: *Trattori Inglesi*, *RC Auto*, e *Acidi Grassi*.

Nel caso dei *Trattori Inglesi* le informazioni raccolte erano quelle contenute nel modulo che all'atto dell'immatricolazione di un trattore viene consegnato al Ministero dei Trasporti della Gran Bretagna. Quest'ultimo aveva la funzione di raccogliere le informazioni e successivamente "girarle" all'associazione di categoria dei produttori di trattori. Inoltre, per aumentare il livello di affidabilità delle informazioni vi era l'accordo tra produttori che qualora l'immatricolazione non fosse stata obbligatoria, il venditore si sarebbe impegnato a completare il modulo e a consegnarlo direttamente all'associazione. Ogni aderente riceveva le informazioni sull'ammontare delle vendite sia a livello nazionale che con dettaglio per area geografica e codice di avviamento postale. Secondo la Commissione tale livello di disaggregazione consentiva di risalire alle vendite dei singoli produttori. Le informazioni disponibili erano relative ad un periodo di tempo di un anno, di un trimestre e di un mese. Inoltre, i dati aggregati a livello nazionale sulle vendite al dettaglio di trattori erano disponibili anche a livello giornaliero.

Nel caso italiano "RC Auto" l'attività di diffusione delle informazioni veniva svolta dalla società di consulenza RC Log la quale aveva costituito diversi *osservatori*, ognuno riguardante specifici aspetti del settore, ai quali le imprese di assicurazione potevano aderire attraverso un normale abbonamento. Nell'accordo era anche previsto che l'aderente si impegnasse a conferire i propri dati alla RC Log ai fini della loro elaborazione. Gli osservatori erano i seguenti: *RCA*, *Multicompagnia*, *Multiskene* e *Multigamma*. L'adesione all'osservatorio *Multicompagnia* consentiva l'accesso alle seguenti informazioni:

⁸ Sul punto, è utile citare quanto contenuto nel provvedimento *Generali/Iama* cit. al paragrafo 170: "Appare infatti evidente «come i mercati non possono essere semplicisticamente suddivisi tra mercati effettivamente concorrenziali e mercati oligopolistici fortemente concentrati, esistendo, tra i due poli opposti, mercati con caratteristiche intermedie» [cfr sentenza IV sezione del Consiglio di Stato, n. 2199/2002, *RC Auto*] . D'altro canto, come già rilevato nel precedente scambio di informazioni analizzato nel mercato RC Auto, «la necessità di ricorrere ad un equilibrio collusivo, nella forma di un'intesa, che abbia per oggetto lo scambio di informazioni, è maggiormente avvertita nei settori caratterizzati da un numero non piccolo di concorrenti»[cfr. provvedimento AGCM n. 8546, del 28 luglio 2000, I/377]".

- raccolta premi nazionale nell'ultimo mese con dettaglio per ramo di attività e per concorrente.
- confronto tra i sinistri subiti dalla singola impresa con il totale;
- dati aggregati sugli incassi annuali, anche con il dettaglio per singola impresa ma solo per gruppi appartenenti a classifiche tipo "top five";

L'osservatorio *Multiskene* forniva stime a medio termine e a breve termine sulle seguenti variabili:

- variazione raccolta premi;
- stima numerica del contributo di singoli fattori (concorrenza di prezzo, frequenza sinistri, costo medio) sul valore precedente;
- ripartizione della raccolta per canali di vendita;

Multigamma consentiva di identificare le caratteristiche dei prodotti offerti dalle singole imprese e di attribuire un punteggio ad ogni prodotto sulla base di un determinato algoritmo. Le informazioni che venivano diffuse per ogni tipo di polizza erano le seguenti:

- la struttura tecnica, ovvero le garanzie fondamentali, quelle accessorie, la modalità di prestazione, le estensioni e le limitazioni;
- le cd. caratteristiche esogene, ovvero packaging e linguaggio;
- Il target elettivo;
- I prezzi di vendita con i tassi e gli sconti praticati;
- La comunicazione locale;

Infine, l'osservatorio *RCA* consentiva di conoscere i premi relativi ad autovetture, motocicli, autocarri, ciclomotori e macchine agricole per ciascun possibile profilo di personalizzazione praticati dalle singole imprese.

Il caso *Acidi Grassi* riguardava i tre principali produttori comunitari di oleina e stearina (Unichema, Henkel e Olefina). Nel periodo dal 1979 al 1982 la quota di mercato complessiva di questi tre produttori è passata dal 52% al 60%. L'accordo sullo scambio di informazioni era stato concluso nel 1979. In questo caso, a differenza degli altri, l'informazione era soltanto una: la quantità in tonnellate di stearina e oleina venduta a terzi in Europa occidentale. Nel periodo 1976-1978 le informazioni già venivano diffuse ma il dato era solo annuale, in seguito all'accordo la stessa informazione sarebbe stata diffusa su base trimestrale. Inoltre gli aderenti disponevano dei dati aggregati relativi all'intero settore forniti dall'Apag (Associazione Produttori Acidi Grassi).

Dai casi appena analizzati si desume che per le Autorità la categoria delle informazioni private è costituita da quelle informazioni che consentono di conoscere un aspetto rilevante ai fini concorrenziali dello stato di un'impresa e che non sarebbero immediatamente disponibili ad altri, o lo sarebbero a costi più elevati, senza l'assenso dell'impresa stessa. Il problema che si vuole mettere in luce è che, data una tale definizione, la circostanza se vi sia o meno integrazione verticale tra produttore e distributore del bene cui si riferiscono le informazioni, potrebbe essere determinante per stabilire se anche le ordinarie ricerche di mercato possano o meno rientrare nella fattispecie proibita. Infatti, come già accennato, in una buona parte di esse la raccolta dei dati viene realizzata attraverso delle interviste rivolte alla distribuzione, i cui risultati vengono elaborati per produrre delle rappresentazioni sia quantitative che qualitative della struttura di un settore economico. Sebbene si possa ragionevolmente affermare che esse accrescano significativamente la trasparenza sul lato dell'offerta, tali ricerche di mercato non rientrerebbero nella fattispecie proibita in quanto le informazioni sul prodotto verrebbero svelate dal distributore e non dall'impresa produttrice, ragion per cui tali informazioni non sarebbero definibili come private. E ciò anche se, a livello di contenuto informativo, l'incremento della trasparenza sul lato dell'offerta fosse identico a quello che viene a realizzarsi nei casi proibiti.

E' evidente quindi come allo stato attuale situazioni identiche sul piano sostanziale – ovvero situazioni che comportano un eguale incremento della trasparenza solo sul lato dell'offerta – possano ricevere un trattamento opposto solo sulla base dell'integrazione o meno tra la funzione della produzione e quella della distribuzione, con un'evidente discriminazione nei confronti di quei settori in cui produttore e distributore sono necessariamente integrati.

Inoltre, il problema non si limita al solo aspetto – che potremmo definire formale – della natura privata delle informazioni, ma è immediatamente chiaro che la questione si estenda anche sul piano sostanziale non appena si confronti il contenuto informativo delle ordinarie ricerche di mercato con quello dei casi antitrust proibiti, e si osservi quanto essi siano simili. Ed infatti, se fosse il semplice incremento della trasparenza sul lato dell'offerta a facilitare la collusione tacita, allora buona parte delle suddette ricerche avrebbe lo stesso effetto anti-concorrenziale degli scambi di informazione proibiti, e la loro diffusione andrebbe per coerenza sanzionata allo stesso modo. L'analisi del prossimo paragrafo sulle linee guida delle Autorità americane mostra che il problema è presente anche oltre oceano.

2.3 Le linee guida espresse dalla FTC e dal DOJ.

In questo paragrafo viene descritto il contenuto delle linee guida⁹ espresse dal *Department of Justice* e dalla *Federal Trade Commission* in tema di scambio di informazioni sui prezzi¹⁰ e sui costi (non sui volumi delle vendite). Tali disposizioni si riferiscono esplicitamente solo al mercato dei servizi sanitari (*health care*), tuttavia una loro analisi è utile in quanto vengono affrontate tematiche di carattere generale che non sono esclusive di questo settore. Infatti, nella parte in cui viene valutata la capacità di tali scambi di facilitare accordi collusivi taciti o espliciti non si fa ricorso a caratteristiche proprie di tale mercato, per cui il discorso è sufficientemente astratto da poter essere ragionevolmente esteso anche ad altri settori.

La valutazione prende le mosse dalla considerazione che uno scambio di informazioni sui prezzi dei servizi sanitari e sui salari degli operatori del settore non solleva necessariamente delle preoccupazioni sotto il profilo antitrust, in quanto tali informazioni potrebbero condurre verso una maggiore concorrenza e se esse fossero distribuite ai consumatori potrebbero aiutarli nelle scelte di acquisto. Tuttavia, subito dopo si chiarisce che vi potrebbe essere anche l'effetto opposto di facilitare la collusione nell'aumentare i prezzi. Per cui le Autorità americane ritengono opportuno definire un insieme di condizioni che, una volta rispettate e a meno di casi eccezionali, dovrebbero produrre solo effetti pro-competitivi. In altri termini, tali condizioni definirebbero una *Safety Zone* in cui, esclusi appunto dei casi eccezionali, gli scambi di informazioni non saranno proibiti. Nel caso le condizioni non venissero rispettate, le Autorità valuteranno caso per caso se gli effetti anti-competitivi superino o meno quelli pro-competitivi. Un'eccezione è costituita dallo scambio di informazioni sui prezzi futuri dei servizi in quanto si chiarisce che essi verranno molto probabilmente proibiti - "*are very likely to be considered anti-competitive*" -. Le condizioni affinché affinché uno scambio di informazioni ricada nella *safety zone* sono tre:

1. L'indagine viene effettuata da un soggetto terzo.
2. L'indagine si basa su dati relativi a condizioni applicate da più di tre mesi.
3. Vi sono almeno 5 imprese che forniscono i dati utilizzati nell'indagine, i dati di ogni impresa non devono superare il 25% dei dati complessivamente contenuti nella

⁹ "Statement of DOJ and FTC enforcement policy on provider participation in exchange of price and cost information", <http://www.usdoj.gov/atr/public/guidelines/1791.htm#6>

¹⁰ "The prices at which providers offer their services to purchasers can take many forms, including billed charges for individual services, discounts off billed charges, or per diem, or diagnosis related group rates". Estratto dalle linee guida.

statistica, le rilevazioni devono essere fornite in forma sufficientemente aggregata da non consentire l'attribuzione ai singoli partecipanti.

Tali condizioni, secondo le Autorità americane, assicurerebbero che l'effetto pro-competitivo prevalga su quello anti-competitivo. La condizione numero 3 vieterebbe in sostanza lo scambio di informazioni private tra imprese in quanto non viene consentito di rivelare l'identità del soggetto al quale si riferisce l'informazione. La prescrizione che le informazioni relative a ciascuna impresa non superino il 25% dell'ammontare complessivo, serve ad evitare che la norma venga elusa, per esempio facendo in modo che le imprese diffondano le informazioni una alla volta, invece che contemporaneamente, consentendo in questo modo l'individuazione del soggetto. Date queste linee guida, la gran parte delle indagini di mercato prodotte da imprese specializzate nella raccolta e vendita di informazioni certamente non rientrerebbero - a livello di contenuto informativo - nella *Safety Zone*, in quanto le informazioni contenute sono esplicitamente riferite a singole imprese.

3.1 La letteratura economica sul tema: introduzione.

Sull'argomento in esame sono stati sviluppati due principali filoni di analisi. Il primo, i cui contributi principali sono di Stigler (1964) e di Porter (1983), riguarda lo scambio di informazioni tra imprese come strumento per facilitare i meccanismi di costrizione necessari per il funzionamento di un cartello (*cartel enforcement*). La conclusione a cui giungono questi autori è che lo scambio di informazioni migliora il controllo del rispetto delle regole del cartello e rende, quindi, più probabili le ritorsioni nei confronti del *free rider*. Ciò ha l'effetto di aumentare la probabilità che il cartello funzioni e che il risultato collusivo venga raggiunto e mantenuto. Il secondo filone di ricerca è legato al fenomeno della collusione tacita e analizza lo scambio di informazioni tra imprese sulla base dell'ipotesi che non siano possibili accordi finalizzati alla restrizione della concorrenza. Partendo da tale assunto, sono stati analizzati due problemi. Il primo consiste nell'esistenza o meno dell'incentivo per imprese che agiscono sulla base di una logica concorrenziale (cd. ipotesi di concorrenza alla *Nash*) ad aderire ad un sistema di scambio di informazioni private. Il secondo consiste nell'analisi dei possibili equilibri concorrenziali e dei conseguenti effetti sul benessere complessivo che si generano quando le imprese partecipano ad un sistema di scambio di informazioni private. In questo lavoro viene posto maggiore risalto al filone relativo alla collusione tacita.

3.2 Approccio *Nash competitors*: esistenza di incentivi individuali allo scambio di informazioni private.

Un dei metodi proposti per scoprire se in oligopolio le imprese che aderiscono ad un sistema di scambio di informazioni private perseguono dei fini collusivi, consiste nell'analizzare l'esistenza o meno dell'incentivo individuale per ognuna di esse a condividere le proprie informazioni. Più precisamente, secondo questo approccio¹¹ (che chiameremo approccio *Nash Competitors*) che è stato sviluppato da diversi autori tra cui Novshek e Sonnenschein (1982), Clarke (1983a, b) e Vives (1984), date delle imprese che agiscono sulla base di una logica non-cooperativa (appunto *Nash Competitors*), la dimostrazione che esse non abbiano un incentivo a scambiare le proprie informazioni costituirebbe una "prova teorica" a sostegno della natura collusiva di tale condotta. Secondo Philips (1995), il problema dello scambio di informazioni private come pratica che faciliti la collusione tacita può essere riformulato nella seguente maniera:

"Would oligopolists who have private information on the parameters of their profit function want to share this information in a non-cooperative (static) Nash equilibrium? If they

¹¹ Una descrizione completa ed analitica dei contributi orientati secondo questo approccio è contenuta in Philips (1995).

would, then information sharing cannot be said to indicate collusive conduct: it might be a means of making a non-collusive equilibrium easier to find. If, on the contrary, they have no incentive to share information in a non-cooperative Nash equilibrium while we observe that they, in fact, do share, then we have good theoretical reasons to believe that tacit collusion is in the air”.

Quindi, sulla base di questa intuizione, il metodo utilizzato da questi autori consiste nel verificare se un equilibrio in cui le imprese scambiano le proprie informazioni private risulti o meno un equilibrio di *Nash*. Solo in caso negativo, si dovrebbe concludere che lo scambio di informazioni private sia una condotta derivante da una logica cooperativa, e che quindi la collusione tacita *sia nell'aria*.

Gli autori menzionati hanno utilizzato diversi modelli che riflettono le diverse ipotesi fatte sul tipo di mondo in cui possono operare le imprese. Tutti comunque partono dall'ipotizzare una funzione di domanda lineare con un valore dell'intercetta sull'asse delle ordinate che dipende da un parametro stocastico che possiede un certo valore di media e di varianza. Attraverso questa tecnica viene rappresentata l'incertezza delle imprese sul valore della domanda e, allo stesso tempo, viene consentito il suo trattamento matematico ricorrendo al calcolo dei valori attesi; ciò una volta fissato per ipotesi il modo in cui le imprese formulano le proprie aspettative.

Nel contributo di Novshek e Sonnenschein (1982) due imprese competono secondo il modello di Cournot. Il risultato a cui giungono gli autori è che le imprese avranno un incentivo a raccogliere le informazioni sui concorrenti, non avranno incentivi a conferire unilateralmente le proprie informazioni e saranno indifferenti rispetto a aderire o meno ad un sistema di scambio reciproco.

Clarke (1983 a, b) affronta lo stesso problema apportando un cambiamento al modello di Novshek e Sonnenschein. Infatti, mentre questi ultimi ipotizzavano che le imprese conoscessero le quantità ottime che i concorrenti avrebbero avuto l'incentivo a fissare, nel modello di Clarke le imprese non hanno un'informazione perfetta e, più realisticamente, conoscono le quantità ottime dei rivali formulando un'aspettativa su una loro distribuzione di probabilità. Il risultato ottenuto è che le imprese non hanno mai l'incentivo a condividere le informazioni, anche se un'impresa possedesse informazioni meno accurate dei concorrenti. Tuttavia, tale incentivo ci potrebbe essere nel caso si partisse già da una situazione iniziale in cui è in atto uno scambio di informazioni private.

Vives (1984) affronta lo stesso problema analizzando l'interazione tra due imprese che producono beni differenziati e sostituti fra loro. Egli simula sia una competizione secondo Bertrand che secondo Cournot. I risultati ottenuti rivelano che se le imprese competono nelle quantità esse non hanno mai l'incentivo a condividere le informazioni. Se invece competono sui prezzi il risultato viene ribaltato: condividere le informazioni è una strategia dominante.

Un'ulteriore riflessione sui possibili incentivi allo scambio di informazioni ci viene dal lavoro di Gal-Or (1985). Secondo l'autrice un'impresa che percepisse un aumento della domanda avrebbe l'incentivo a non comunicare il dato ai concorrenti in modo da aumentare le probabilità di una loro sotto-produzione. Al contrario quando viene percepita una riduzione della domanda l'incentivo alla comunicazione c'è in quanto riduce la probabilità di una sovra-produzione da parte dei concorrenti, che avrebbe l'effetto di danneggiare l'impresa stessa a causa del derivante abbassamento dei prezzi. In questo caso quale sia l'effetto prevalente dipende ovviamente dalla situazione contingente in termini di crescita della domanda in cui versa il settore.

3.3 Limiti dell'approccio *Nash Competitors*.

Gli studi descritti nel paragrafo precedente consentono di concludere che la letteratura esaminata è orientata verso una spiegazione di tipo collusivo della pratica dello scambio di

informazioni private. I risultati non sono univoci, tuttavia non è emersa una chiara ragione del perché imprese *Nash competitor*, ovvero imprese che agiscono sulla base di una logica non-cooperativa, dovrebbero trovare conveniente aderire ad un sistema di scambio di informazioni. In mancanza di tale motivo resta il ragionevole sospetto che l'unica spiegazione possa essere una prospettiva collusiva sia tacita che esplicita. In altri termini, una prospettiva in cui le informazioni sarebbero strumentali alla organizzazione di un cartello o all'incremento dell'interdipendenza tra le scelte delle imprese che avrebbe l'effetto di ridurre il grado di aggressività nella concorrenza.

In realtà, l'approccio seguito da questi autori presenta un limite abbastanza significativo sul piano concettuale da rendere queste conclusioni discutibili. La dimostrazione che imprese *Nash competitor* non abbiano individualmente l'incentivo a scambiare le proprie informazioni non è infatti la strada che porta alla soluzione di un tale problema. Prova ne è il fatto che seppure diamo per certo che nel condividere le informazioni le imprese stiano agendo sulla base di una logica cooperativa – cosa che induceva gli autori citati già ad affermare che la collusione tacita *fosse nell'aria* - ciò non significa necessariamente che la cooperazione in atto sia estesa alla fissazione dei prezzi o delle quantità, oppure sia estesa ad altri fattori che potrebbero impedire o ostacolare il processo concorrenziale. Infatti, come per le imprese di assicurazione lo scambio di informazioni sulle statistiche degli infortuni non comporta una riduzione della concorrenza, ma il raggiungimento in modo più efficiente dell'equilibrio concorrenziale, o come per le imprese farmaceutiche cooperare nel finanziamento di nuove ricerche non comporta necessariamente che esse riducano fra loro la concorrenza, allo stesso modo la cooperazione nella comprensione del mercato e della dinamica concorrenziale potrebbe portare in modo più facile al raggiungimento dell'equilibrio concorrenziale. Per cui la dimostrazione dell'esistenza di una logica cooperativa alla base della condotta in esame non è da sola sufficiente a sostenere che la cooperazione venga estesa alla riduzione della dinamica concorrenziale o che abbia un tale effetto. Se venisse abbandonata l'idea che ad una condotta cooperativa nella conoscenza del mercato faccia sempre seguito una cooperazione nella riduzione della concorrenza, allora non si dovrebbe escludere a priori la possibilità di una cooperazione limitata alla sola comprensione del mercato - come in molti altri casi dove la cooperazione è limitata a singoli aspetti -. Di conseguenza, la prova che imprese *Nash competitors* non avrebbero l'incentivo a scambiare informazioni private, che costituisce il *test* effettuato dalla letteratura citata, non è più sufficiente da sola per indicare tale condotta come una pratica facilitante di un equilibrio di collusione tacita.

Sulla base di queste considerazioni, il problema non dovrebbe più essere analizzato nei termini dell'esistenza o meno di un incentivo allo scambio di informazioni private per imprese *Nash competitors*, ma andrebbe capito se una cooperazione nello scambio di informazioni private - quindi una situazione in cui già si presume la logica cooperativa - trovi una giustificazione diversa dalla prospettiva della realizzazione di un cartello o dalla prospettiva della collusione tacita. Se vi fosse una tale ragione, allora la *per se illegality* con la quale le autorità antitrust hanno trattato finora lo scambio di informazioni private tra imprese, risulterebbe essere sbagliata.

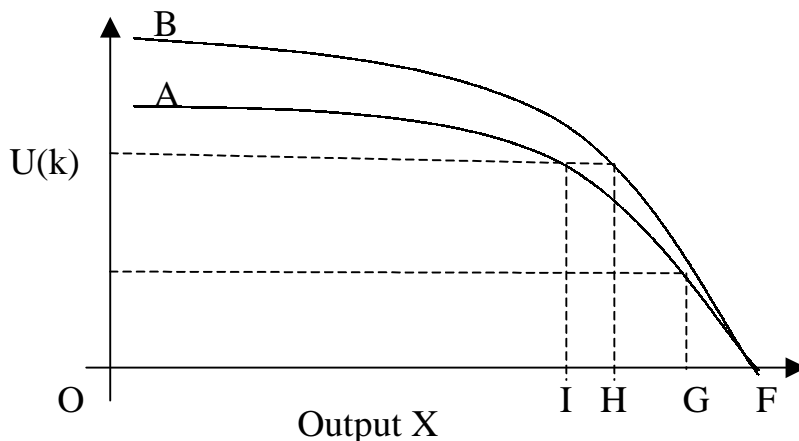
3.4 Effetti sul benessere complessivo e il modello di Dewey.

I modelli descritti in precedenza hanno tutti in comune di immaginare un mondo in cui la domanda è incerta e il vantaggio derivante dallo scambio di informazioni consiste nella riduzione di questa incertezza. Seguendo questo approccio, gli autori citati hanno analizzato il caso in cui sia in atto uno scambio di informazioni private per vedere quali siano gli effetti derivanti sul benessere complessivo. I risultati ottenuti da Novshek e Sonnenschein (1982) e da Clarke (1983a, b) mostrano che il benessere complessivo viene massimizzato quando le imprese scambiano le informazioni ed agiscono in modo concorrenziale. Vives

(1984) invece mostra come il surplus complessivo aumenti solo in caso di scambio di informazioni in un modello alla Cournot, mentre si riduce in un modello alla Bertrand. Egli conclude dicendo che le Autorità antitrust dovrebbero consentire lo scambio di informazioni solo se la concorrenza tra le imprese fosse sulle quantità da produrre, mentre dovrebbero proibirlo se la concorrenza fosse sui prezzi. Come ha evidenziato Clarke (1983 b) tali risultati pongono la società di fronte ad un dilemma, in quanto lo scambio di informazioni potrebbe accrescere il benessere solo se, allo stesso tempo, le imprese agissero in modo concorrenziale, ma lo potrebbe ridurre proprio impedendo quest'ultima condizione, ovvero facilitando la collusione sia tacita che esplicita.

Dati questi risultati appare difficile trarre delle conclusioni finali sulla base della letteratura analizzata. Tuttavia, c'è uno studio fatto da Dewey (1979) su questo argomento che, sebbene più datato, sembra essere più adatto di quelli analizzati finora in quanto non presenta i limiti concettuali appena evidenziati. Egli infatti non segue la strada dell'approccio *Nash Competitors* in quanto parte già dall'assumere che lo scambio di informazioni private sia una forma di collusione, ma che essa sia limitata al solo aspetto della conoscenza del mercato. Il problema che Dewey si pone è se tale collusione, di per sé, abbia un effetto positivo sul benessere complessivo e se, di conseguenza, sia una condotta da consentire o meno. Altra differenza del suo modello è che le imprese non agiscono sulla base della massimizzazione del profitto, ma massimizzano una funzione di utilità che è direttamente proporzionale al rendimento del capitale investito e inversamente proporzionale al tasso di rendimento atteso sugli investimenti. Per Dewey lo scambio di informazioni private tra imprese ha il ragionevole effetto di rendere gli investimenti meno rischiosi, grazie alla migliore conoscenza del mercato, e ciò ha l'effetto di ridurre il tasso di rendimento atteso sul capitale investito. L'effetto sul benessere complessivo è mostrato nella figura che segue, tratta dal suo *paper*.

Figura 1



Le due curve AF e BF rappresentano due diverse possibilità in termini di sistema legale. La curva BF rappresenta la situazione in cui lo scambio di informazioni tra imprese è consentito, mentre la curva AF la situazione in cui esso è proibito. Sull'asse delle ascisse vi sono le quantità complessivamente prodotte dal settore e sull'asse delle ordinate il livello di utilità che è funzione di un parametro k che dipende positivamente dal rendimento del capitale investito e negativamente dal rendimento atteso sugli investimenti.

La tesi di Dewey è che il passaggio da un sistema legale in cui lo scambio di informazioni è proibito ad uno in cui esso viene consentito dovrebbe produrre un aumento dell'output. Ciò è rappresentato in figura 1 dal passaggio dal livello di output I al livello H . Il motivo di questo spostamento è che, per pari livelli di utilità, una situazione in cui lo scambio di informazioni private fosse consentito permetterebbe di ridurre la rischiosità

degli investimenti. La riduzione di questo parametro porterebbe a una diminuzione di K . La riduzione del rischio deve essere controbilanciata da un aumento del rendimento sugli investimenti, che nel modello di Dewey viene ottenuta appunto attraverso una crescita dell'output. Per questo motivo il nuovo equilibrio è spostato più verso destra. Si nota inoltre che all'aumentare dell'output le due curve convergono. Ciò è dovuto al fatto che all'aumentare del numero dei concorrenti il mantenimento della collusione diventa talmente costoso da impedirne il raggiungimento. Per cui le curve rispecchiano l'opinione diffusa che oltre un certo numero di concorrenti la cooperazione non avviene a prescindere dalla circostanza se sia o meno consentita.

Il modello di Dewey è un modello di oligopolio in cui viene raggiunto un certo equilibrio sulla base di alcune precise ipotesi che possono renderlo più o meno adatto a descrivere specifiche situazioni. Sebbene non sia il caso di richiamare tutte le ipotesi, preme evidenziare che in esso assume una rilevanza fondamentale la mancanza di barriere all'entrata nel lungo periodo. Infatti lo stesso Dewey sottolinea che il passaggio da un sistema in cui lo scambio di informazioni private è proibito a uno in cui è consentito potrebbe portare nel breve al risultato opposto, cioè ad una riduzione dell'output: "*The immediate short-run consequence of legalizing collusion will be a contraction of industry output to the extent entry is slow. Presumably movement to a new equilibrium will take time*" (Dewey, 1979). Mentre la possibilità di entrata di nuovi concorrenti conduce all'equilibrio di lungo periodo a cui corrisponde un aumento dell'output.

Ai fini della nostra analisi il modello di Dewey ci fornisce una valida argomentazione sull'esistenza di incentivi da parte delle imprese a porre in essere una cooperazione limitata allo scambio di informazioni private e che non si estenda ad altre variabili. Tale incentivo sarebbe dato dalla riduzione della rischiosità degli investimenti dovuta alla migliore conoscenza del mercato, che offrirebbe l'incentivo per le imprese a cooperare anche solo limitatamente a questo aspetto. Ma soprattutto vi è da segnalare il risultato, maggiormente contrario al senso comune, che la cooperazione tra imprese possa portare ad un aumento dell'output invece che ad una sua riduzione.

3.5 L'approccio classico della teoria dei giochi: incentivi alla soluzione del dilemma del prigioniero.

Un ulteriore punto da analizzare è costituito dall'approccio classico della teoria dei giochi¹². In base ad esso si immaginano due giocatori nella la cd. situazione del dilemma del prigioniero, e si cerca di comprendere in che modo essi possano raggiungere un equilibrio collusivo. Com'è noto nel *dilemma* la matrice dei *payoff* è costruita in modo che se il gioco non venisse ripetuto l'equilibrio di *Nash* si troverebbe nella situazione in cui entrambi i giocatori scelgono di agire egoisticamente. Ciò avviene nonostante che il massimo *payoff* complessivo si ottenga quando entrambi i giocatori scelgono di colludere. Quest'ultima situazione infatti non costituisce un equilibrio di *Nash* in quanto è la stessa aspettativa che l'altro giocatore colluda a far sì che aumenti l'incentivo a deviare dall'accordo grazie ai maggiori guadagni ottenibili. Proprio tale incentivo a deviare renderebbe quindi privo di credibilità qualsiasi accordo collusivo. Per cui l'unica situazione in cui nessun giocatore ha incentivo a modificare le proprie scelte (ovvero l'equilibrio di *Nash*) si verifica quando entrambi scelgono di farsi concorrenza.

Il risultato del gioco però si modifica quando esso viene ripetuto all'infinito e un equilibrio collusivo potrebbe essere raggiunto anche in assenza di comunicazione tra i giocatori. Infatti, un concorrente potrebbe ad esempio produrre una quantità pari al livello di collusione e invitare in questo modo il rivale a fare lo stesso. Se il rivale segue riceve un

¹² Per un'esposizione completa dell'approccio della teoria dei giochi alle scelte strategiche vedi A. Dixit, B. Nalebuff "Io vinco, tu perdi", Il Sole 24 Ore, 1993.

guadagno maggiore di quello che otterrebbe se entrambi si comportassero da effettivi concorrenti, ma minore di quello che potrebbe ottenere deviando. Tuttavia, egli sa che se deviasse oggi il suo rivale in futuro tornerebbe a comportarsi in modo aggressivo, per cui il confronto è tra il massimo guadagno solo oggi e un guadagno maggiore di quello concorrenziale per un certo periodo di tempo. In un gioco ripetuto molte volte la strategia “occhio per occhio” sembra essere molto efficace per raggiungere un equilibrio di collusione tacita (Axelrod, 1984)¹³.

In questo contesto lo scambio di informazioni private tra imprese viene generalmente indicato come una pratica che facilita il raggiungimento della collusione tacita perché consente un controllo più preciso e più rapido delle mosse dei concorrenti, e in tal modo permette una migliore comunicazione degli inviti e delle punizioni che sono impliciti nelle mosse effettuate dai giocatori (Dixit, Nalebuff, 1993).

3.6 Scambio di informazioni, razionalità procedurale e potenziale caotico.

E' ragionevole che per fare una previsione su come la raccolta e la diffusione di informazioni private possano facilitare il raggiungimento di un equilibrio di collusione tacita, occorra per prima cosa e nella misura in cui ciò sia possibile, stabilire in che modo le scelte fatte dalle imprese vengano influenzate dalla disponibilità di un tal genere di informazioni. Il processo decisionale di un'impresa costituisce quindi il fenomeno sul quale occorrerebbe che, in modo più approfondito possibile, venissero misurati gli effetti dello scambio di informazioni private.

Al contrario, negli approcci analizzati finora non è mai emersa la necessità di affrontare il problema di come le imprese effettuino le proprie scelte. Ciò è dovuto al fatto che in essi vi è un livello di semplificazione della realtà tale per cui non risulta necessario analizzare il processo decisionale delle imprese ai fini della determinazione matematica della scelta ottima. Vi è quindi l'implicita ipotesi che esso possa essere *saltato* senza rischiare di far perdere ai modelli la loro affidabilità: ciò equivale a dire che non è necessario studiare quali procedure le imprese utilizzino per addivenire alla scelta ottima, ma è solo sufficiente ipotizzare che esse siano in qualche modo in grado di farlo.

Tale approccio, che pone l'enfasi sulla *razionalità sostantiva* degli agenti (Simon, 1989), può essere generalmente accettato in quanto costituisce una semplificazione della realtà che non risulta necessariamente eccessiva. Tuttavia, quando come in questo caso, è lo stesso processo decisionale delle imprese a costituire l'oggetto su di cui vogliamo misurare gli effetti dello scambio di informazioni, un tale *salto* non può essere ritenuto idoneo a rappresentare la situazione in esame. Per poter valutare gli effetti concreti dello scambio di informazioni private sul modo in cui le imprese effettuano le proprie scelte è necessario quindi porsi in un'ottica di *razionalità procedurale*¹⁴, ovvero partire dallo studio del processo decisionale.

Sono molti i contributi che cercano di classificare e studiare il modo in cui le imprese effettuano le proprie scelte¹⁵, tuttavia si può in generale affermare che le tecniche alla base della formalizzazione del processo decisionale – le cd. tecniche di pianificazione formale –

¹³ Tale risultato deriva da un esperimento in cui è stato simulato un gioco con il dilemma del prigioniero. In esso ogni giocatore partecipa scegliendo inizialmente una strategia. Il vincitore è stato Anatol Rapoport, professore di matematica alla Toronto University, con la sua strategia “occhio per occhio”. Tuttavia, come evidenziano Dixit e Nalebuff (1993) il modo migliore per risolvere il dilemma del prigioniero consiste nell'eliminarlo, e ciò potrebbe essere ottenuto se tutti rispettassero la *regola d'oro* “E come volete che gli uomini facciano a voi, fate voi pure a loro” (Luca 6:30).

¹⁴ “L'economia servirà ad illustrare l'interazione fra ambiente esterno e ambiente interno e, in particolare, il modo in cui l'adattamento di un sistema intelligente al suo ambiente esterno (cioè la sua razionalità sostantiva) è condizionato dalla sua abilità nel trovare un comportamento di adattamento adeguato (cioè la sua razionalità procedurale).” Simon (1989).

¹⁵ Per un'esposizione generale su come le imprese effettuano le proprie scelte vedi Pozzi (2004).

si basino tutte sul continuo processo di formulazione delle previsioni, sulla successiva osservazione dei risultati e sulle conseguenti retro-azioni sulle variabili che l'imprenditore è in grado di controllare.

Nel compiere le proprie scelte infatti l'imprenditore si serve di *strutture euristiche*¹⁶ (Winter, 1989), ovvero di rappresentazioni del problema in cui egli stesso definisce quali siano le variabili di controllo cioè le leve che possono essere mosse, e le variabili di stato che invece costituiscono degli indicatori di performance del sistema impresa. In quest'ottica il processo di adattamento all'ambiente esterno può essere letto come una continua modifica sia delle variabili di controllo - *feedback* - che delle previsioni sulle variabili di stato - *feedforward* -. L'intero processo è quindi strettamente legato alla fase di rilevazione delle informazioni senza le quali non sarebbero possibili i suddetti aggiustamenti.

Inoltre, la natura dei problemi economici, caratterizzati dall'elevato numero delle variabili e dalla razionalità limitata degli agenti, implica che tali scelte debbano essere prese in un contesto di *complessità* (Waldrop, 1994), ovvero in una situazione in cui vi è sempre un'incertezza di fondo che non può essere eliminata. L'affidabilità dei modelli di supporto alle decisioni è quindi sempre limitata, anche se è ragionevole affermare che maggiori siano le informazioni a disposizione – ovvero maggiore sia il *set* informativo - più affidabili dovrebbero essere le previsioni .

Altro limite del normale processo di pianificazione è costituito dal *potenziale caotico* (Pozzi, 2004) che è presente nel sistema-impresa e ne influenza la possibile evoluzione. Esso ci fornisce una misura di quanto un cambiamento anche piccolo nella situazione iniziale possa portare a risultati completamente diversi da quelli che si sarebbero realizzati in sua assenza. Ciò mette in luce l'utilità di un processo continuo di rilevazione delle informazioni per contrastare le deviazioni inattese che potrebbero emergere dal manifestarsi del potenziale caotico.

Appare quindi, una volta che ci si pone in un'ottica di razionalità procedurale, come lo scambio di informazioni private possa essere prima di tutto utile per far funzionare il normale processo decisionale delle imprese. Mentre invece l'approccio della razionalità sostantiva, nella misura in cui trascura gli aspetti procedurali, rischia di nascondere eccessivamente il ruolo positivo che le informazioni hanno all'interno dei processi decisionali. Esso inoltre risulta fuorviante al punto che un'impresa che desidera conoscere la quota di mercato di un concorrente potrebbe apparire solo interessata a verificare il rispetto di un accordo collusivo tacito o esplicito. Mentre in realtà l'utilità di questo tipo di informazioni – come si è detto - deriva *in primis* dal consentire la formulazione di previsioni, la loro successiva verifica e la scelta delle conseguenti retro-azioni. Ciò, tuttavia, emerge maggiormente solo quando si pone l'accento sugli aspetti procedurali di cui si compongono i processi decisionali, e si osservi quanto l'informazione sia un elemento necessario per consentire una più corretta formulazione delle scelte.

Sotto quest'ottica complessiva - basata sull'analisi degli aspetti procedurali - si può concludere che lo scambio di informazioni private e in generale l'incremento della trasparenza sul lato dell'offerta – anche quello generato dalle ricerche di mercato - appaia motivato non più da una prospettiva collusiva ma dall'esigenza di migliorare il processo decisionale rendendo quindi più semplice il raggiungimento di un equilibrio concorrenziale.

4. Implicazioni sulle politiche antitrust.

¹⁶ “Userò il termine *struttura euristica* (*heuristic frame*) per fare riferimento ad un insieme di approcci possibili ad un particolare problema strategico che hanno in comune il riferimento ad una stessa concezione delle variabili di stato e di quelle di controllo che svolgono un ruolo cruciale in quel problema” Winter (1989).

Nella prima parte è stata illustrata una prima ragione che dovrebbe indurre le Autorità a modificare il proprio orientamento in tema di scambio di informazioni private tra imprese. Essa deriva dal riconoscere che in quei settori in cui la produzione e la distribuzione dei beni sono funzioni verticalmente integrate anche un'ordinaria ricerca di mercato rientrerebbe nella fattispecie proibita in quanto solo il produttore/distributore potrebbe fornire le informazioni in oggetto. In realtà si è visto che il problema è più ampio, in quanto va riconosciuto che anche a livello di contenuto informativo, e quindi a livello di contributo ad una maggiore trasparenza sul lato dell'offerta, non vi sono sostanziali differenze tra lo scambio di informazioni private e le ordinarie indagini di mercato. Per cui se le Autorità dovessero proibire tutte le attività di raccolta e diffusione di informazioni che avessero l'effetto di accrescere la trasparenza tra le imprese, allora il settore delle ricerche di mercato sarebbe seriamente minacciato. Per cui occorrerebbe individuare dei requisiti ulteriori alla sola crescita della trasparenza sul lato dell'offerta affinché gli scambi di informazioni possano essere proibiti.

Sul piano della letteratura economica si è visto che introducendo nell'analisi elementi come l'avversione al rischio - modello di Dewey - e il contributo delle informazioni all'efficacia del processo decisionale, lo scambio di informazioni private tra imprese non appare più come qualcosa di necessariamente anti-concorrenziale ma risulta essere prima di tutto uno strumento per raggiungere più facilmente un equilibrio concorrenziale. Ciò non esclude che vi possano essere intenti collusivi a riguardo, ma sulla base dell'analisi proposta non può essere accettata un'illegalità per sé come quella che sembra emergere dallo studio delle precedenti decisioni antitrust. Infatti, l'utilità di porre in essere questi scambi deriva prima di tutto dal fatto che la disponibilità delle informazioni accresce l'efficacia degli strumenti di razionalità procedurale delle imprese. Per cui alle Autorità spetterebbe l'onere ulteriore di dimostrare in che maniera lo scambio di informazioni private, tenuto conto della natura delle informazioni e della dinamica concorrenziale presente nel mercato in esame, si presti ad un'utilizzo anti-concorrenziale. In altri termini, ai fini del divieto non dovrebbe essere sufficiente dimostrare il semplice incremento della trasparenza sul lato dell'offerta, ma andrebbe anche dimostrata la conseguente riduzione dell'aggressività concorrenziale su determinate variabili del gioco competitivo. Per valutare le conseguenze che determinati scambi di informazioni possono avere sulle scelte delle imprese, occorrerebbe porsi in un'ottica di razionalità procedurale ed esaminare il modo in cui vengono fissati i prezzi, le quantità e le altre variabili rilevanti.

Riferimenti bibliografici citati

- Axelrod, R. (1984), *The evolution of cooperation*, New York, Basic Books;
- Berti, J. (1996), *Lo Scambio di Informazioni tra Imprese Concorrenti*, Rivista del Diritto Commerciale e del Diritto delle Obbligazioni, n. 5;
- Clarke, R.N. (1983a), *Duopolists don't wish to share information*, Economics Letters, 11, 33-6;
- (1983b), *Collusion and the incentives for information sharing*, Bell Journal of Economics, 14, 383-94;
- Dewey, D. (1979), *Information, Entry and Welfare: The Case for Collusion*, The American Economic Review, 69, 587-94;
- Dixit, A., Nalebuff, B. (1993), *Io vinco, tu perdi*, Il Sole 24 ORE;
- Falce, V. (1999) *Lo scambio di informazioni nell'esperienza comunitaria e nazionale*, Giurisprudenza Commerciale, 26;
- Gal-Or, E. (1985), *Information Sharing in Oligopoly*, Econometrica, 53, 329-43;
- Novshek, W. e H. Sonnenschein (1982), *Fullfilled expectations, Cournot duopoly with information acquisition and release*, Bell Journal of Economics, 13, 214-18;

- Phlips, L. (1985), *Competition Policy: a Game Theoretic Perspective*, Cambridge University Press;
- Porter, R.H. (1983), *A Study of Cartel Stability: the Joint Executive Committee*, Bell Journal of Economics, 14, 301-14;
- Pozzi, C. (2004), *Caos, Complessità e Scelte di Investimento*, Mimeo;
- Simon, H.A. (1989), *La razionalità in economia*, in Talamona M. (a cura di), *Tendenze e prospettive dell'economia politica*, Cisalpino, Milano;
- Stigler, G.J. (1964), *A theory of oligopoly*, Journal of Political Economy, 72, 44-61;
- Vives, X. (1984), *Duopoly information equilibrium: Cournot and Bertrand*, Journal of Economic Theory, 34, 71-94;
- Waldrop, M.M. (1995), *Complessità*, Instar Libri, Torino.
- Winter, S.G. (1989), *Conoscenze e competenze come risorse strategiche*, in Teece D.J. (a cura di), *La sfida competitiva. Strategie per l'innovazione*, McGraw Hill, Milano;