



Can 'Fair' Prices Be Unfair?

A Review of Price Relationship Agreements

Paolo Buccirossi

Roma, 29 novembre 2012



Indice

1. Genesi e svolgimento dello studio
2. Cosa sono i PRA: una definizione
3. Tassonomia di PRA
4. Possibili effetti concorrenziali e criteri di valutazione di alcuni tipi di PRA
5. Conclusioni



Genesi e svolgimento dello studio/1

Dicembre 2010 - OFT invita a presentare offerte per una ricerca su i PRA con i seguenti obiettivi:

- Rassegna della letteratura economica teorica e empirica sulle possibili teorie del danno concorrenziale e delle giustificazioni economiche applicabili
- Estensione dei risultati a pratiche non coperte dalla letteratura economica
- Identificazione di nuovi temi di ricerca

Gennaio 2011 – Formazione del team: Lear + Kenneth Corts + Gian Luca Zampa e presentazione della proposta

Febbraio 2011 – Selezione delle proposte e aggiudicazione



Genesi e svolgimento dello studio/2

Aprile 2011 – Versione preliminare dello studio

Maggio 2011 – Due roundtable (Bruxelles e Londra) per discutere i risultati provvisori con la partecipazione di

- Funzionari delle autorità (nazionali e Commissione)
- Avvocati
- Consulenti economici
- Accademici

Ottobre 2011 – Finalizzazione dello studio

Settembre 2012 – Pubblicazione dello studio (lungo embargo per il caso *Imperial Tobacco*)



Price Relationship Agreement: cosa sono?

Price



p^A

Relationship



$p^A = f(p^B, p^C, \dots)$

Agreement



Dove B, C,... sono il medesimo prodotto A o prodotti simili e in concorrenza con A



PRA: Esempi

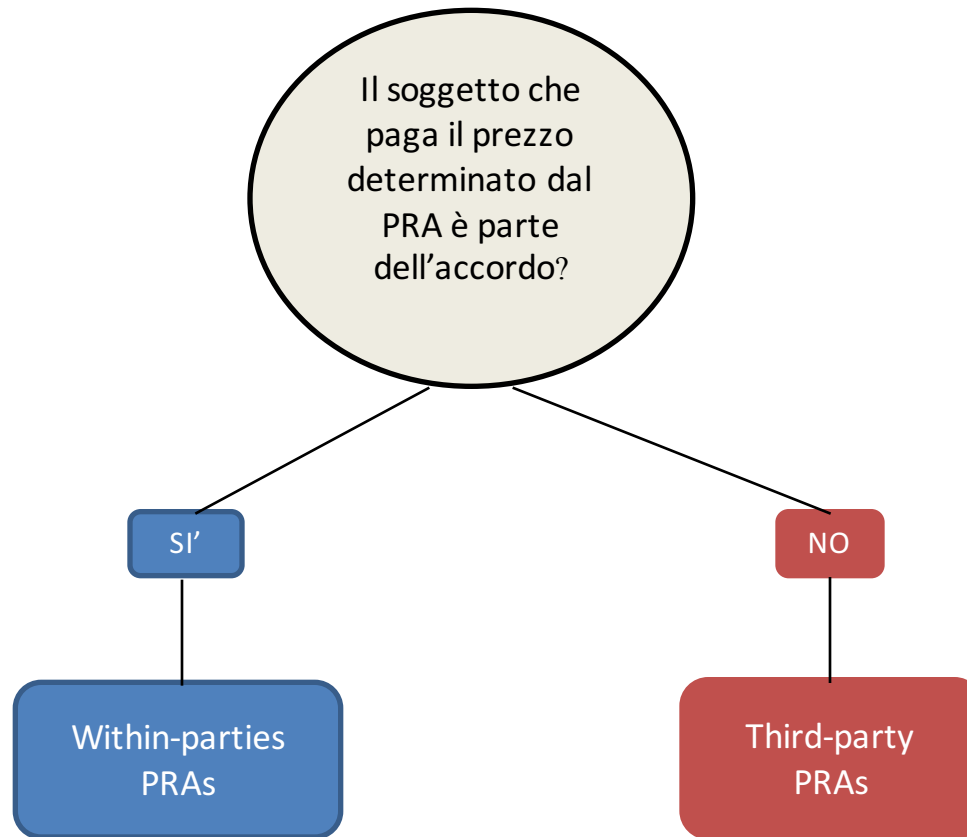
Se per lo stesso prodotto (marca e modello) trovate un prezzo più basso in un altro negozio, mostrateci l'offerta e vi praticheremo tale prezzo o, se avete già effettuato il vostro acquisto, vi rimborseremo la differenza. (***Price Matching Guarantee***)

L'impresa X garantisce all'impresa Y che il prezzo pattuito è non meno favorevole del prezzo applicato a qualunque altro acquirente per lo stesso prodotto e si impegna in ogni caso ad applicare all'impresa Y il miglior prezzo praticato ai propri clienti. (***Most Favoured Customer Clause***)

Al fine di offrire agli utilizzatori del nostro sito il miglior servizio possibile, i venditori che utilizzano il sito (la piattaforma) per la vendita dei loro prodotti si impegnano di applicare sul nostro sito un prezzo non superiore a quello applicato su qualunque altro sito. (***Across-Platforms Parity Agreement***)



PRA: Tassonomia (prima parte)





Within-Parties PRA: Esempi

Se per lo stesso prodotto (marca e modello) trovate un prezzo più basso in un altro negozio, mostrateci l'offerta e vi praticheremo tale prezzo o, se avete già effettuato il vostro acquisto, vi rimborseremo la differenza. (***Price Matching Guarantee***)

L'impresa X garantisce all'impresa Y che il prezzo pattuito è non meno favorevole del prezzo applicato a qualunque altro acquirente per lo stesso prodotto e si impegna in ogni caso ad applicare all'impresa Y il miglior prezzo praticato ai propri clienti. (***Most Favoured Customer Clause***)

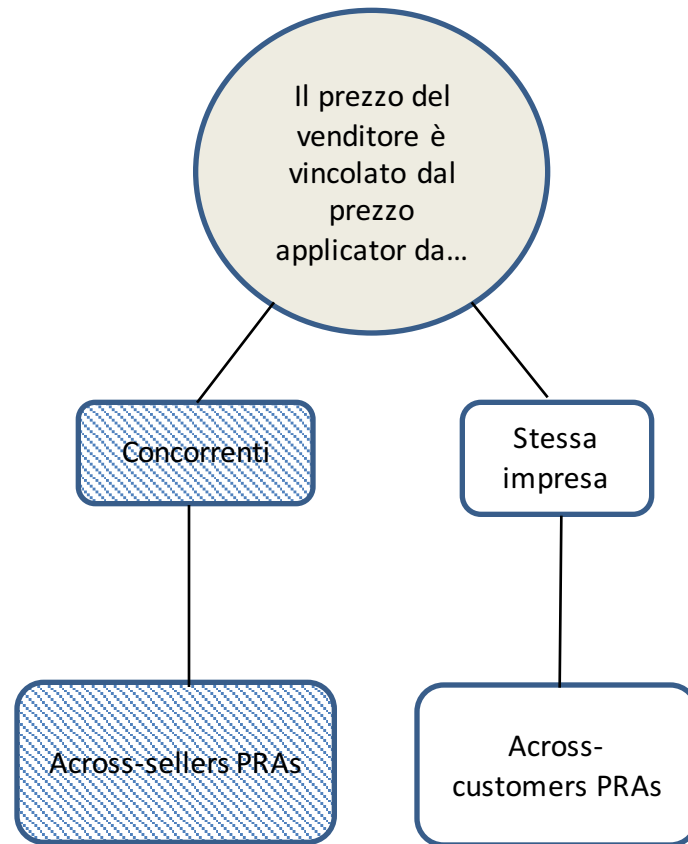


Third-Party PRA: Esempio

Al fine di offrire agli utilizzatori del nostro sito il miglior servizio possibile, i venditori che utilizzano il sito (la piattaforma) per la vendita dei loro prodotti si impegnano di applicare sul nostro sito un prezzo non superiore a quello applicato su qualunque altro sito. (***Across-Platforms Parity Agreement***)



Within-Parties PRA: Tassonomia (seconda parte)





Across-Sellers and Across-Customer PRA: Esempi

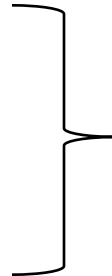
Se per lo stesso prodotto (marca e modello) trovate un prezzo più basso in un altro negozio, mostrateci l'offerta e vi praticheremo tale prezzo o, se avete già effettuato il vostro acquisto, vi rimborseremo la differenza. (***Price Matching Guarantee***) (***Across-Sellers***)

L'impresa X garantisce all'impresa Y che il prezzo pattuito è non meno favorevole del prezzo applicato a qualunque altro acquirente per lo stesso prodotto e si impegna in ogni caso ad applicare all'impresa Y il miglior prezzo praticato ai propri clienti. (***Most Favoured Customer Clause***)(***Across-Customers***)



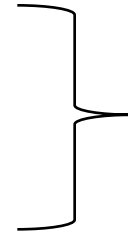
Possibili effetti concorrenziali

- Softening competition
- Collusione
- Preclusione all'entrata



Teorie del danno

- Segnalazione di costi/prezzi bassi
- Meccanismo di indicizzazione del prezzo



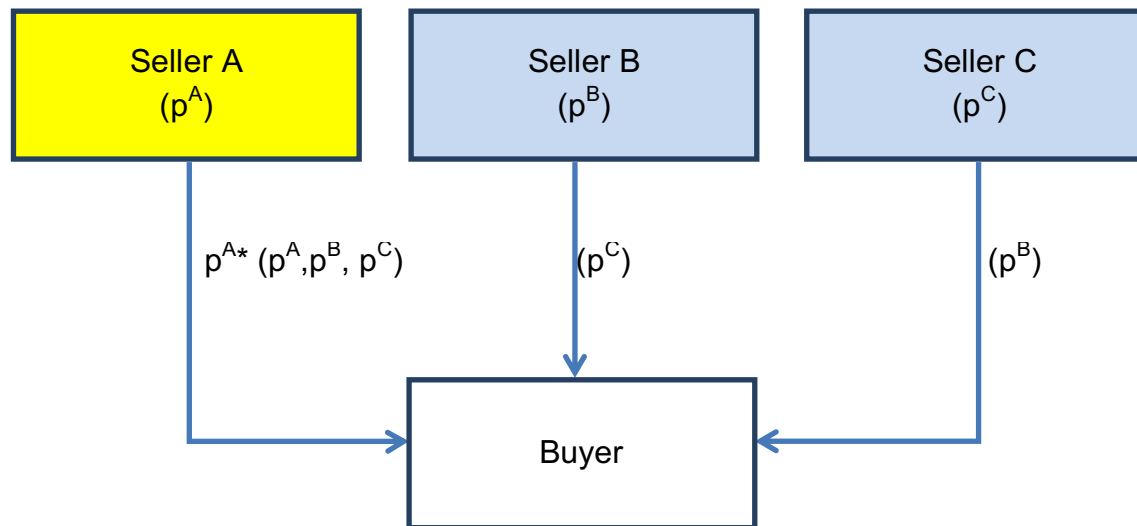
Giustificazioni economiche

- Discriminazione del prezzo

Effetti non univoci



Teorie del danno per le pratiche *across-seller*

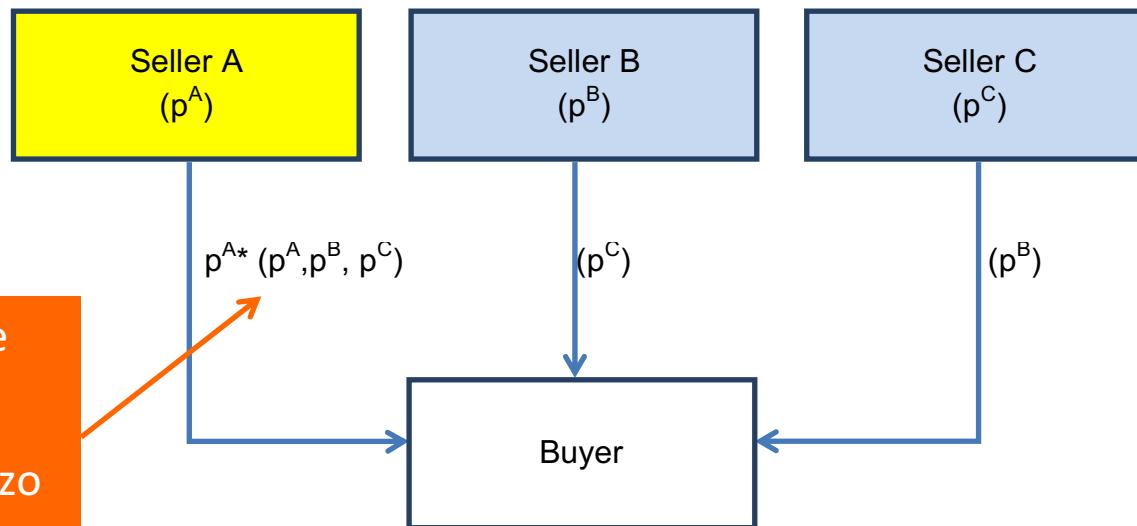


- La domanda di B e C diventa meno elastica a riduzioni di prezzo
- I concorrenti B e C hanno un minore incentivo a ridurre il prezzo
- L'entrata con una strategia di prezzi bassi può essere scoraggiata



Segnalazione

Eterogenità tra le imprese

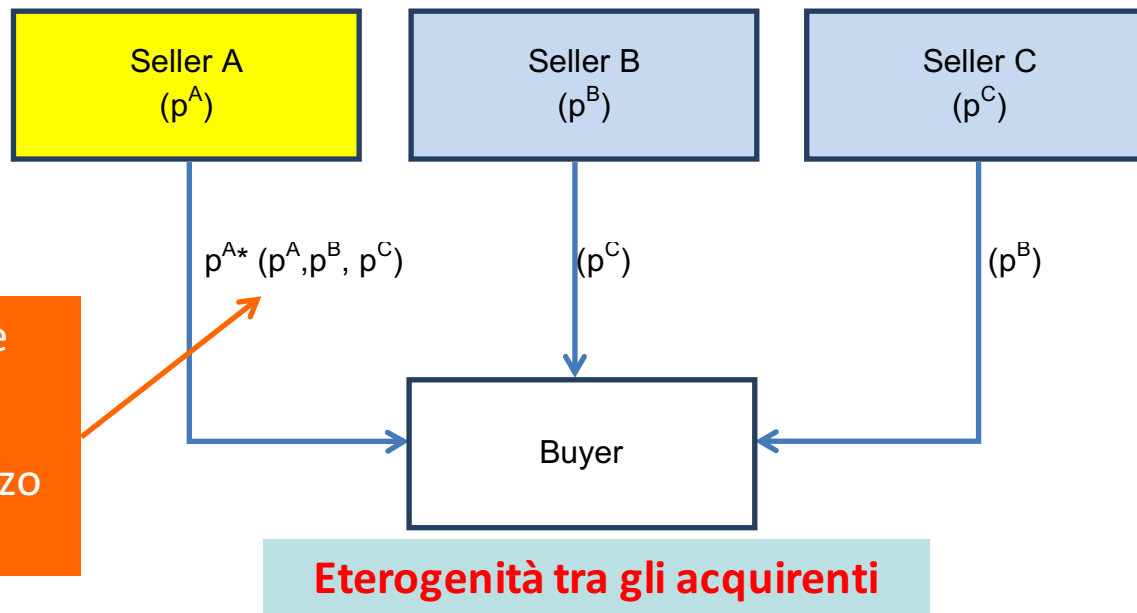


- Dispersione dei prezzi
- A ha il prezzo più basso

- A “delega” il suo prezzo a B e C
- Se B e C hanno costi molto bassi la delega può essere irrazionale
- A annuncia il PRA solo se è l’impresa con i costi/prezzi più bassi



Discriminazione



- A applica un prezzo di listino “alto”
- I consumatori informati chiedono ad A di pagare il prezzo di B o C
- I consumatori non informati pagano il prezzo “pieno”



Due screening device

- I due *screening* si applicano a *across-sellers* e *across-customers*
- Attraverso un *percorso* di analisi, identificano:
 - La più probabile teoria del danno o la più probabile giustificazione economica applicabile
 - Ulteriori controlli per verificarne l'applicabilità
- È possibile rispondere alle domande poste senza seguire la successione suggerita (*check list*)



Across-Sellers PRAs

Which of the following statements best describes the market under scrutiny?

Very concentrated market, PRAs adopted by firms enjoying a dominant position

Very concentrated or moderately concentrated market, PRAs adopted by firms NOT enjoying a dominant position

Fragmented market or market where just one or few firms adopt the PRA but none has a dominant position

Most likely appropriate theory of harm for possible action: foreclosure

Does the PRA clause cover a very large portion of sales made by the dominant firm especially with respect to buyers that are more likely to switch?

yes

no

Can potential entrant or small competitors profitable enter the market or expand their position without poaching the dominant's clients covered by the PRA?

yes

Risk of foreclosure might be a possibility

no

Risk of foreclosure

Risk of foreclosure is a significant possibility. Further scrutinise PRA characteristics

Further check risk of foreclosure and efficiency justifications (Table A.1)

Most likely appropriate theory of harm for possible action: collusion/softening competition

Do all firms (or most of them) adopt the PRA clause?

yes

Risk of collusion/softening competition

Alert! High risk of collusion/softening competition

Further check risk of collusion/softening competition and efficiency justifications (Table A.2)

no

no

Are consumers heterogeneous in terms of willingness to pay (price elasticity), tastes, search costs, firms' loyalty

yes

no

In there price dispersion among sellers?

yes

Other theories of harm/efficiency

Compared to other firms in the market those who adopt PRAs charge prices that are among the lowest or highest?

highest

lowest

PRA may be used to price discriminate

Hypothesis of price discrimination

PRA may be used for signalling

Hypothesis of signalling

Check price discrimination hypothesis and efficiency justifications (Table A.4)

Check signalling hypothesis and efficiency justifications (Table A.3)



Across-customers PRAs

Which of the following statements best describes the market under scrutiny?

Fragmented market or market where just one or few firms adopt the PRA

Who are the buyers?

Concentrated market

Firms in a downstream market

Final customers

Is one of the two statements true? i) Downstream market concentrated and buyers in a dominant position ii) PRA offered by a vertically integrated firm with an upstream dominant position

no

Is the guarantee contemporaneous or retroactive?

Contemporaneous

Is the guarantee widely adopted?

no

In there a high level of heterogeneity among firms?

yes

yes

yes

Most likely appropriate theory of harm for possible action: foreclosure

Do buyers have other at least equally efficient sources beyond those covered by the PRA?

yes

Risk of foreclosure in downstream market might be a possibility

no

Risk of foreclosure in downstream market is a significant possibility

Risk of foreclosure

Further check risk of foreclosure and efficiency justifications (Table A.5)

Most likely appropriate theory of harm for possible action: collusion/softening competition

Do most firms adopt the PRA clause?

no

Modest risk of collusion/softening competition

yes

Alert! High risk of collusion/softening competition

Risk of collusion/softening competition

Further check risk of collusion/softening competition and efficiency justifications (Table A.6)

Other theories of harm/efficiency

PRA may be used for strengthening one's bargaining position

Hypothesis of strengthening bargaining position

PRA may be used for signalling

Hypothesis of signalling

PRA may be used to price discriminate

Hypothesis of price discrimination

Check the three hypotheses: strengthening bargaining position (likely), signalling, price discrimination. Check efficiency justifications too. (Table A.7, A.8 and A.9)



Conclusioni

- Esiste una grande varietà di PRA
- I loro probabili effetti concorrenziali dipendono da numerose condizioni, tra cui:
 - Struttura del mercato
 - Eterogeneità tra imprese e/o tra acquirenti
 - Tasso di adozione della pratica
 - Tasso di “riscatto” della garanzia
 - ... e molte altre
- La valutazione antitrust richiede spesso un’approfondita analisi delle teorie del danno e delle giustificazioni economiche applicabili



Lear – Laboratorio di economia, antitrust, regolamentazione

www.learlab.com

paolo.buccirossi@learlab.com

Via di Monserrato, 48
00186 Roma
Tel. +39 06 68 300 530

Rue de la Science, 14b
1040 - Brussels
tel. +32 (0) 2 588 00 14