



CONCORRENZA

MONOPOLIO



FRANCESCO DECAROLIS

Concorrenza e monopolio sono le due forme polari di organizzazione dei mercati. Tema centrale nel dibattito economico degli ultimi anni è se vi sia una tendenza, negli Stati Uniti come in Europa, verso un aumento della concentrazione di mercato e una riduzione della concorrenza. Questo articolo riassume alcuni dei punti fermi di questo dibattito ed esamina alcune possibili conseguenze su investimenti, dinamismo delle imprese e disuguaglianze economiche, concludendo con alcune possibili implicazioni strategiche per l'economia italiana.

Le origini del dibattito sui mutamenti nella struttura produttiva di molti mercati sono recenti e possono essere fatte risalire a un report del Council of Economic Advisers (Cea) della Casa Bianca del 2016¹. Il report presentava una serie di indicatori della diminuzione della concorrenza negli Stati Uniti. Tale declino veniva individuato sulla base dell'aumento della concentrazione, della persistenza di profitti insolitamente alti e del minor livello di dinamismo nei mercati, caratterizzato in termini sia di basso numero di nuove aziende attive sui mercati, sia di una diminuzione della mobilità del mercato del lavoro. La principale conseguenza di tale diminuzione del livello di concorrenza nei mercati risulterebbe essere in un danno al benessere del consumatore che, infatti, viene tipicamente massimizzato quando vi è effettiva concorrenza tra imprese. Al contrario, in situazioni di monopolio non regolato, l'impresa monopolista è in grado di ottenere profitti elevati, a discapito del benessere del consumatore, che assume invece valore nullo.

1. COUNCIL OF ECONOMICS ADVISERS 2016.

Il dibattito è proseguito negli anni seguenti, divenendo sempre più centrale, come per esempio emerge dal fatto che vi sia stata dedicata l'edizione 2018 del Jackson Hole Economic Policy Symposium, il cruciale forum di discussione di politica economica organizzato annualmente dalla Federal Reserve Bank di Kansas City. Molti degli studi presentati in tale occasione hanno confermato le evidenze riguardanti il basso livello di dinamismo delle imprese statunitensi: il tasso di entrata di nuove imprese nel mercato è diminuito drasticamente negli ultimi dodici anni, così come le offerte pubbliche iniziali. Inoltre, come sottolineato fin dagli inizi del dibattito da alcuni media², negli ultimi anni le imprese Usa hanno mantenuto profitti ai massimi livelli e una liquidità disponibile in misura altrettanto ingente. La spiegazione di questi fenomeni è legata sia all'incapacità di nuove aziende di contendere efficacemente quote di mercato, sia alla bassa propensione a investire delle imprese attualmente attive.

Nonostante siano emerse tali evidenze, vi sono ancora una serie di interrogativi aperti. Il primo tra questi tenta di comprendere se i mercati stiano realmente divenendo più concentrati. Il secondo si sofferma invece sulla motivazione per cui ciò starebbe avvenendo. Infine, il terzo si focalizza sulle conseguenze di tale tendenza sulle economie europee e statunitensi. Anticipando quanto sarà descritto più in dettaglio di seguito, molti mercati sono effettivamente divenuti più concentrati, anche se la misurazione del fenomeno è tutt'altro che semplice. Parte di questa concentrazione è sicuramente frutto di un movimento sia dei capitali che del lavoro qualificato verso quelle poche aziende caratterizzate da una migliore amministrazione o un maggior tasso di innovazione, che le rendono superiori rispetto alle altre imprese operanti nel mercato. I dubbi più forti permangono invece in merito a quali implicazioni economiche e sociali potranno far seguito a tali cambiamenti, così come rimangono aperte controversie riguardanti quali politiche – soprattutto in termini di azioni delle autorità antitrust – sarebbero auspicabili per fronteggiare le sfide che una maggiore concentrazione nei mercati può comportare.

CONCENTRAZIONE E POTERE DI MERCATO

Secondo l'Ocse la «concentrazione si riferisce alla misura in cui un piccolo numero di imprese rappresenta una parte importante dell'attività economica in un mercato in termini di ricavi, vendite o occupazione». Quindi, le due componenti principali di questa definizione sono da ritrovarsi nel numero di imprese e in una misura della loro importanza (ad esempio, quote di mercato). Tipicamente tra queste due componenti vi è una relazione inversa: quando aumenta il numero delle imprese, ognuna di esse rappresenta una parte inferiore del mercato rilevante.

2. «The Economist»: <<https://www.economist.com/briefing/2016/03/26/too-much-of-a-good-thing>> [27-8-2019]; «The Economist»: <<https://www.economist.com/special-report/2016/09/17/the-rise-of-the-superstars>> [17-12-2019].

Le misure più comuni per valutare la concentrazione in un mercato sono i cosiddetti 'rapporti di concentrazione' (che misurano la somma delle quote di mercato delle prime due, o tre o quattro maggiori aziende) e l'indice di Herfindahl-Hirschman (che misura una somma pesata delle quote di mercato di tutti gli operatori, assegnando un peso maggiore a quelle più grandi). E infatti proprio queste misure erano alla base del rapporto del Cea del 2016, che ne riportava il forte aumento nel periodo tra il 1997 e il 2012 sostanzialmente in tutti gli ambiti, ma in maniera marcata soprattutto per i settori trasporto e magazzinaggio, seguiti da commercio al dettaglio, finanza, assicurazioni e commercio all'ingrosso. D'altra parte, gli aumenti più contenuti si sono verificati nell'amministrazione industriale, nel settore dell'assistenza sanitaria e nel turismo.

Tuttavia, è necessario essere cauti nel passare da statistiche settoriali, quali quelle del Cea 2016, a giudizi sul livello di concentrazione dei singoli mercati che compongono i vari settori economici. Misurare la concentrazione è interessante perché in un mercato concentrato le imprese sono in grado di applicare prezzi elevati, evitando di passare ai consumatori i benefici derivanti da eventuali efficienze di costo. Dunque, la misura di concentrazione è utile nel dare un'idea di quale categoria tra consumatori e produttori stia ottenendo maggiori benefici. Tuttavia, le misure a livello di settore del Cea 2016 sono decisamente meno d'aiuto poiché, dato l'eccessivo livello di aggregazione, non permettono di desumere dirette implicazioni sul potere di mercato delle imprese.

Passare da misure di concentrazione a livello di settore ad altre a livello di mercato è, però, estremamente complesso. La pratica antitrust parte dalla definizione di un mercato rilevante, che comprende sia il prodotto (identificato attraverso i suoi beni sostituti e complementi) che la sua dimensione geografica³. In relazione ai dati del Cea 2016, Shapiro⁴ osserva che l'aggregazione fornita dalla classificazione per settori (a due cifre) è troppo ampia, e del medesimo avviso sono Werden e Froeb⁵: ciascuno dei presunti mercati sottostanti diventa infinitesimale rispetto alla dimensione del settore. Inoltre, quando i mercati crescono a differenti velocità, potrebbe verificarsi un aumento nella concentrazione del settore, ma non nei mercati rilevanti. In alcuni casi, una diminuzione della concentrazione nei mercati può addirittura portare a un aumento della concentrazione di settore, vanificando quindi l'idea semplicistica di misurare la concentrazione di mercato con dati settoriali. Per fornire un ulteriore esempio, un aumento della concentrazione nel settore di riferimento può essere dovuto all'ingresso in altri mercati del settore da parte di imprese precedentemente attive soltanto in alcuni mercati rilevanti del medesimo settore; al contempo, un aumento della concentrazione nel settore può essere imputato a un aumento della concentrazione in ogni mercato rilevante del settore.

3. La traduzione in pratica di queste idee è complessa e assorbe una parte rilevante di ogni analisi in casi di antitrust; MOTTA 2004, pp. 101-133.

4. SHAPIRO 2018.

5. WERDEN – FROEB 2018.

Il dibattito si sarebbe dunque potuto concludere senza concretamente determinare come utilizzare tali evidenze settoriali. Ma così non è stato, in gran parte grazie ad alcuni recenti studi che hanno elaborato metodologie alternative per analizzare i dati settoriali. In particolare, De Loecker e Eeckhout⁶ hanno proposto un approccio innovativo basato sulla stima di funzioni di produzione, così presentando nuove evidenze capaci di suscitare un'ampia eco sia mediatica (Wsj, Economist, FT, Reuters, per citarne solo alcuni) che accademica.

Pur senza entrare in dettagli tecnici, l'idea del loro approccio è quella di stimare il *markup*, ovvero il rapporto tra prezzo di vendita e costo di produzione. Tradizionalmente, ciò viene effettuato stimando innanzitutto la domanda del prodotto esaminato. Infatti, l'elasticità della domanda è negativamente e inversamente correlata al markup⁷. Questo approccio ha, tuttavia, alcuni inconvenienti. Gli economisti e le autorità della concorrenza utilizzano questo metodo soprattutto per analizzare le operazioni di fusioni e acquisizioni tra aziende, dopo aver definito i mercati rilevanti. Data la disponibilità dei dati e l'entità del lavoro richiesto per stimare i markup di un'intera economia, non è chiaramente possibile effettuare una stima in ogni singolo mercato, per poi provare a costruirne una misura aggregata.

Il metodo di De Loecker ed Eeckhout si focalizza sulla stima dal lato dell'offerta, imponendo la minimizzazione dei costi. Tramite l'uso di tale metodo, i dati riguardanti l'output di ogni azienda e i relativi input produttivi sono sufficienti per stimare i markup, senza porre alcuna restrizione sul comportamento dei consumatori (o, in generale, della domanda). Utilizzando dati finanziari per le imprese US quotate in borsa, il loro approccio indica che, dagli anni Ottanta, vi è stato un aumento del markup, meno deciso tra gli anni Sessanta e Ottanta, e successivamente ben più significativo (dal 18% del 1980 al 67% del 2017).

D'altra parte, guardando ai cambiamenti nel markup sia intra-settore che inter-settore, le stime mostrano che, dal 1994 al 2014, una gran parte del suo aumento è avvenuto all'interno dei settori: 101% nel 1994, 73% nel 2004 e 124% nel 2014. Questo è un dato importante poiché sottolinea come non siano (soltanto) i settori a elevato contenuto tecnologico ad aver sperimentato un cambiamento nella struttura di mercato, ma si tratti di un fenomeno generalizzato che, seppur con differenze di intensità, caratterizza sostanzialmente tutti i settori. Al loro interno il markup è cresciuto in maniera ancor più sostanziale in quelle aziende che già partivano con valori più elevati.

6. DE LOECKER – EECKHOUT 2017.

7. LERNER 1934.

In tal senso, questi risultati ben si conciliano con quelli ottenuti partendo da una prospettiva diversa, ovvero guardando alle dinamiche del mercato del lavoro, come proposto da diversi autori tra cui Autor. In particolare, a un suo studio⁸ viene riconosciuto il merito di aver popolarizzato l'idea di impresa 'superstar': aziende altamente redditizie capaci di acquisire maggiori quote di mercato e al contempo in grado di ridurre la quota del loro prodotto volta a remunerare la componente lavorativa. Viene così a concretizzarsi una crescente disuguaglianza tra le imprese: ne costituiscono un esempio lampante tutti i colossi della *tech economy*, ormai noti come FaanGs (Facebook, Amazon, Apple, Netflix e Google). Sebbene l'aumento dei markup possa anche non indicare un andamento simile nel grado di potere di mercato, l'andamento del markup non aiuterebbe a trarre conclusioni⁹. Tuttavia esso oggi sembra effettivamente indicare un maggiore potere di mercato: una molteplicità di studi recenti (tra cui Shapiro¹⁰) sono concordi nel sostenere che i profitti delle aziende come percentuale del Pil sono aumentati sostanzialmente negli ultimi anni, soprattutto nei settori del commercio al dettaglio, informazione, finanza e assistenza sanitaria. Si tratta quindi di un corpo di evidenze coerente, che indica chiaramente un sistematico aumento di potere di mercato delle aziende attive nell'area US.

Rispetto all'UE la ricerca, purtroppo, non è dettagliata come quella basata su dati US. Diversi studi mostrano che non vi è stato un aumento sistematico della concentrazione negli anni successivi alla crisi del 2008, soprattutto in quei settori che già erano concentrati nel periodo pre-crisi (Tlc, trasporti, industria e finanza)¹¹. Inoltre, la redditività media delle aziende di Francia, Germania, Italia, Spagna e Regno Unito è stata molto simile a quella delle aziende US tra gli anni Novanta e il 2009, mentre è stata minore nel post-crisi, ritornando a livelli simili solo a partire dal 2016. Inoltre, i dati rivelano che, a differenza degli US, l'aumento dei markup nell'UE ha interessato un'ampia platea di imprese, non limitandosi soltanto alle 'superstar' dei vari settori. Inoltre, l'eterogeneità tra le diverse regioni e Paesi dell'UE è rilevante: in alcuni Paesi, i markup sono aumentati, mentre in altri sono diminuiti.

A tal riguardo, il caso italiano si caratterizza per dei valori negli indici di concentrazione inferiori rispetto agli altri Paesi europei più importanti e per una concentrazione elevata limitata principalmente ai settori finanza, Itc e industria¹². Sempre per l'Italia, le stime dello studio di De Loecker ed Eeckhout¹³ mostrano che il markup è aumentato considerevolmente tra gli anni Ottanta e il 2000, mentre ha subito un generale declino fino al 2010-2011, risalendo poi sino a raggiungere il terzo valore più alto in Europa, dopo la Danimarca e la Svizzera, e superiore al valore medio UE. Numeri quindi, in parte in conflitto con quelli derivanti dagli altri studi, che invece riportavano bassi livelli di concentrazione.

8. AUTOR ET AL. 2017.

9. Soprattutto nel caso vi fossero stati cambiamenti nella tecnologia che comportano una modifica nella distribuzione tra costi variabili e fissi, avendo reso necessari maggiori investimenti.

10. SHAPIRO 2018.

11. VALLETTI 2017.

12. *Ibidem*.

13. DE LOECKER – EECKHOUT 2018.

LE IMPLICAZIONI DEL POTERE DI MERCATO

Avendo stabilito che l'evidenza, anche se non senza ambiguità, indica un aumento della concentrazione e del potere di mercato, sia nella UE che negli US, passiamo ora a discutere quali sono le conseguenze (economiche) di tale andamento. Come detto in precedenza, il potere di mercato comporta innanzitutto un effetto diretto, ovvero il trasferimento del benessere dai consumatori ai produttori. Anche se non vi sono evidenze relative ad aumenti dei prezzi, le aziende con potere di mercato non hanno incentivo a trasferire ai consumatori gli eventuali risparmi di costo ottenuti nella forma di prezzi più bassi o qualità maggiore. Pertanto, le efficienze di costo che l'impresa è in grado di realizzare vengono tramutate, pertanto, in extra-profitti per l'azienda. Inoltre, un tale aumento nei margini dovuto a una maggior concentrazione nel mercato può talvolta incentivare le aziende a tentare di escludere le imprese rivali, rafforzando così le preoccupazioni delle autorità della concorrenza.

In aggiunta a tale effetto diretto, tale aumento della concentrazione e del potere di mercato descritto in precedenza può incidere su almeno altri quattro aspetti economici rilevanti. Il primo sono gli investimenti. Secondo Arrow¹⁴, l'incentivo all'innovazione è più debole se l'azienda è monopolista, soprattutto in termini di investimenti volti a ridurre i costi. Gutierrez e Philippon¹⁵, ad esempio, mostrano come gli investimenti siano calati negli US, specialmente nelle industrie concentrate. Inoltre, a partire dagli anni Novanta, le imprese leader dei loro settori hanno iniziato a investire meno rispetto ad altre imprese attive nei rispettivi settori.

Il secondo aspetto riguarda il mercato del lavoro. Dagli anni Ottanta, e in particolare negli anni 2000, la 'quota del lavoro' (cioè la spesa per salari rispetto al totale reddito d'impresa generato) ha subito un declino in UE e US. Tra le cause, vengono spesso menzionati l'apertura al commercio internazionale, il basso costo del capitale e lo spostamento della produzione verso settori a bassa intensità di manodopera. Ma anche la concentrazione di mercato può avere inciso in tal senso. Infatti, come noto, in situazione di monopolio il livello di produzione è più basso che in concorrenza perfetta così da poter sostenere prezzi (e profitti) più elevati. Quindi, se un aumento della concentrazione si accompagna a una riduzione della produzione, ciò può comportare una diminuzione nella domanda di lavoro da parte delle imprese. Inoltre, imprese dominanti possono agire come monopsonisti (cioè compratori unici) sul mercato del lavoro. Detto altrimenti, minore è il numero delle imprese, minore sarà la concorrenza tra esse per attrarre lavoratori. Ciò potrebbe spiegare il parallelismo che i dati mostrano tra calo della quota del lavoro e l'aumento dei markup.

14. ARROW 1962, pp. 619-622.

15. GUTIERREZ – PHILIPPON 2017.

Il terzo aspetto riguarda le dinamiche di entrata e uscita nel mercato. Chiaramente dinamismo e concentrazione sono fenomeni fortemente interconnessi: un mercato ove non entrano nuove aziende, e parte di quelle esistenti esce, diviene meccanicamente più concentrato. Il Cea sottolinea che i tassi di entrata sono diminuiti nel tempo, mentre i tassi di uscita sono stati più o meno stabili. Inoltre, ricerche recenti hanno rilevato che, mentre negli anni Ottanta e Novanta il declino del dinamismo è stato limitato a pochi settori selezionati, in particolare alla vendita al dettaglio, negli anni 2000 e seguenti è stato osservato in tutti i settori. Infine, aumenti nella concentrazione e nel potere di mercato tendono a produrre reazioni a catena all'interno della filiera produttiva. Questa è l'idea sottesa al cosiddetto 'contropotere di mercato': quando un mercato diventa più concentrato, lo diventa la stessa filiera dei rispettivi fornitori e clienti per ribilanciare il rapporto di forza negoziale. Questo meccanismo di autocorrezione, osservato negli anni in molteplici aree e utilizzato anche per spiegare il ruolo dei sindacati nelle relazioni industriali, sembra essere attualmente in opera soprattutto in ambiti legati alla salute e alla tecnologia dove l'aumento della concentrazione (ad esempio tra le case farmaceutiche e nei FaanGs), si riverbera rapidamente nei mercati di sbocco (assicurazioni e farmacie, nel primo caso, e intermediari per l'acquisto di spazi pubblicitari online, nel secondo)¹⁶. Tale tendenza è confermata anche da ulteriori studi, che hanno mostrato come l'economia americana stia perdendo il suo dinamismo. Il tasso di avvio di nuove aziende è in declino e le nuove aziende sembrano incapaci di crescere di dimensione, così contribuendo al problema della scarsa creazione di posti di lavoro. In svariati settori, le startup sembrano vittime del dominio delle imprese superstar – a tal punto che nel settore della tecnologia si parla di una 'kill zone' – e avvicinandosi ai mercati dove sono in competizione con i prodotti dei FaanGs, vengono soffocate o inglobate. È interessante notare come il dato sul dinamismo sia diverso per l'Europa: nonostante alcune differenze tra Stati, il tasso d'ingresso è ancora più alto di quello di uscita.

Il quarto aspetto, su cui ancora non si hanno evidenze chiare, è quello connesso al maggior rischio di comportamenti collusivi tra imprese. In questo senso, come già notava il padre dell'economia Adam Smith, quando il numero totale delle imprese in un mercato cala, il rischio che queste possano formare accordi collusivi taciti, o addirittura espliciti, cresce.

CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

I temi di cui abbiamo trattato sono di grande interesse, sia per l'immediato che per il futuro delle nostre economie e società. A parte qualche voce contraria, vi è un ampio consenso sull'aumento di concentrazione, sull'aumento del potere di mercato e sui loro effetti su lavoro e capitale. Possiamo concludere con alcune considerazioni circa le implicazioni strategiche di quanto dibattuto sinora per l'economia italiana.

16. DECAROLIS – ROVIGATTI 2019.

In primo luogo, non può sfuggire il divario informativo con gli US. In un mondo dove con sempre maggiore frequenza le decisioni di policy si basano sulla raccolta e l'analisi di dati, nel contesto italiano entrambi gli aspetti sembrano non essere al pari di quanto avviene nelle altre economie avanzate. Come menzionato nella parte iniziale di questo saggio, esistono oggi metodologie innovative di analisi del potere di mercato, che non richiedono complesse stime della domanda nei singoli mercati rilevanti. Sarebbe quindi interessante applicarle in modo sistematico per un ampio numero di imprese, su un orizzonte temporale prolungato e nel contesto italiano.

In secondo luogo, anche se un'analisi approfondita in Italia dovesse confermare quei risultati¹⁷ che vedono la concentrazione non aumentata significativamente, tuttavia si potrebbero registrare effetti dell'andamento crescente del fenomeno in UE e US. Stato, aziende private e cittadini risentono tutti, anche se in modo diverso, di questo tipo di dinamiche. Chiaramente i cittadini possono risentirne in termini di dinamica dei prezzi dei prodotti, di incremento delle diseguaglianze¹⁸, aprendo così un dibattito sull'attitudine alla redistribuzione. Inoltre, possono essere coinvolti direttamente anche in quanto potenziali lavoratori per quelle aziende estere che, come si è detto, stanno instaurando posizioni di monopsonio nel mercato del lavoro. Le imprese italiane possono risentirne sia nelle aree di diretta concorrenza con quelle imprese estere concentrate, sia come fornitori di aziende il cui potere d'acquisto va aumentando. Questo tipo di problema può avere risvolti sociali particolarmente preoccupanti, come ha dimostrato il recente caso delle proteste per il prezzo del latte in Sardegna. Persino lo Stato può direttamente risentire delle dinamiche di concentrazione che si stanno realizzando all'estero. Ad esempio, per quanto riguarda gli appalti pubblici in ambito sanitario, le grandi concentrazioni avvenute negli ultimi anni tra produttori statunitensi di dispositivi medici hanno cambiato la dinamica competitiva delle gare d'acquisto italiane. In particolare, un tempo competevano molteplici aziende nel settore delle protesi ortopediche: oggi un'ondata di fusioni e acquisizioni ha drasticamente ridotto il numero degli operatori, provocando effetti profondi sia sui prezzi di aggiudicazione sia sulla tipologia e innovatività dei prodotti disponibili¹⁹.


La terza e ultima considerazione riguarda ciò che si può fare in termini di policy. Qui l'attenzione non può che andare al ruolo che l'antitrust italiana ed europea, il Directorate-General Competition (DG Competition), possono giocare. L'attivismo dell'organismo e la sua posizione netta sia contro ogni abuso di posizione dominante (si vedano le diverse multe inflitte a Google), sia contro la formazione di concentrazioni non suffi-

17. VALLETTI 2017.

18. ENNIS ET AL. 2017.

19. Tra questi episodi spiccano quelli relativi all'acquisto da parte di Johnson and Johnson per 19,7 miliardi di dollari di Synthes (poi integrato con DePuy) 2012, o quello da parte di Smith & Nephew che ha acquisito per 1,7 miliardi AthroCare nel 2014; o l'acquisizione da parte di Medtronic di Covidien per 42,9 miliardi a gennaio 2015, o, per concludere, con il caso più recente dell'acquisizione da parte di Zimmer, per 14 miliardi di dollari, di Biomet nel 2015; DECAROLIS 2015.

cientemente giustificate da efficientamenti dei costi (si veda il recente diniego alla fusione tra Alstom e Siemens) sono state interpretate da molti come un segnale che le istituzioni UE intendono usare i poteri loro attribuiti dai trattati europei in tema di tutela della concorrenza²⁰. È coerente con questa visione anche il recente orientamento verso la tutela della privacy e dei dati, vero input cruciale per molti mercati attuali e, ancor di più, futuri. Diventa allora essenziale e strategico per l'Italia essere parte attiva e propositiva di questo processo decisionale in sede UE avendo presente che, allo stato attuale, la tutela della concorrenza svolta dal DG Competition è di assoluto beneficio per i nostri cittadini, imprese e Stato.

Concorrenza e monopolio, quindi, sono l'immagine capovolta di un fenomeno che sarà sempre più determinante per le scelte del futuro nazionale e comunitario 

20. EUROPEAN COMMISSION 2004.

BIBLIOGRAFIA

- K.J. ARROW, *Economic Welfare and the Allocation of Resources for Invention*, Princeton University Press, New York 1962.
- D. AUTOR ET AL., *Concentrating on the Fall of the Labor Share*, «American Economic Review» CVII (2017) 5, pp. 180-85.
- COUNCIL OF ECONOMIC ADVISERS, *Benefits of Competition and Indicators of Market Power*, Issue Brief, 2016.
- F. DECAROLIS, *Competition in Procurement Markets: The Case of Medical Devices in Europe*, «Italian Antitrust Review» II (2015) 3.
- F. DECAROLIS – G. ROVIGATTI, *From Mad Men to Maths Men: Concentration and Buyer Power in Online Advertising*, «CEPR Discussion Paper» 2019.
- J. DE LOECKER – J. ECKHOUT, *The Rise of Market Power and the Macroeconomic Implications*, «National Bureau of Economic Research» WP n. 23687 (2017).
- IDEM, *Global market power*, «National Bureau of Economic Research» WP n. 24768 (2018).
- S.F. ENNIS ET AL., *Inequality: A hidden cost of market power*, 2017.
- EUROPEAN COMMISSION, *Guidelines on the assessment of horizontal mergers under the Council Regulation on the control of concentrations between undertakings*, «Official Journal of the European Union» C 31 (2004), pp. 5-18.
- G. GUTIERREZ – T. PHILIPPON, *Declining Competition and Investment in the US*, «National Bureau of Economic Research» WP n. 23583 (2017).
- A.P. LERNER, *The Concept of Monopoly and the Measurement of Monopoly Power*, «The Review of Economic Studies» I (1934) 3, pp. 157-175.
- M. MOTTA, *Competition Policy: Theory and Practice*, Cambridge University Press, Cambridge 2004.
- C. SHAPIRO, *Antitrust in a Time of Populism*, «International Journal of Industrial Organization» (2018) 61, pp. 714-748.
- «The Economist», *Too much of a good thing* (26 March 2016).
- «The Economist», *The rise of the superstars* (17 September 2016).
- T. VALLETTI, *Concentration trends in Europe*, Presentation at CRA Annual Brussels Conference, 12 December 2017.
- J.P. WECHE – A. WAMBACH, *The Fall and Rise of Market Power in Europe*, «ZEW-Centre for European Economic Research Discussion Paper» WP n. 18-003 (2018).
- G.J. WERDEN – L. FROEB, *Don't Panic: A Guide to Claims of Increasing Concentration*, «Vanderbilt Owen Graduate School of Management Research Paper» WP n. 3156912 (2018).