

Lezioni di **Economia e organizzazione industriale**

- Docente: Paolo Bertoletti – Dipartimento di Economia politica e metodi quantitativi.
Ricevimento: Lunedì 11-13.
- Libro di testo: *Economia Industriale*, di Luís M.B. Cabral, Carocci Editore, 2002 (traduzione di *Introduction to Industrial Organization*, MIT Press, 2000)
 - 6 CFU: Capitoli 1-9
 - 9 CFU: Capitoli 1-13

Esame e materiale del corso

- L'esame è scritto (obbligatorio) e orale (facoltativo).
- I testi dei precedenti esami (vecchio programma, limitato ai primi 9 capitoli del testo di Cabral) e di alcune soluzioni sono disponibili al sito del docente, insieme alle sue presentazioni in *powerpoint* (<http://economia.unipv.it/bertoletti>)
- Sul sito web <http://luiscabral.org> e' possibile scaricare del materiale didattico fornito dall'autore del libro di testo (in inglese).

Esame e materiale del corso

a.a. 2011-2012

- Nell'ambito delle attività dell'iniziativa "Il giornale in ateneo" dell'Osservatorio Permanente Giovani-Editori, copie di 5 quotidiani nazionali saranno rese disponibili agli studenti in 10 diverse occasioni (di regola, durante la lezione del mercoledì).
- Gli studenti del corso a 9 CFU potranno concordare col docente l'elaborazione di una tesina predisposta su temi di economia industriale a partire da notizie di cronaca. La valutazione ricevuta su tale tesina contribuirà al voto finale.

Lezione I: Che cos'è l'*Economia Industriale* (IO)

- Precisazione 1: Per *industriale* s'intende un'attività "organizzata su ampia scala", e la sua contrapposizione non è con il settore dei servizi o dell'agricoltura, ma con le strutture di tipo artigianale e non professionali.

L'intento è quello di occuparsi di un generico *settore* (mercato) nel quale siano attive imprese in competizione e consumatori potenzialmente ben informati.

Lezione I: Che cos'è l'*Economia Industriale*

- Precisazione 2: Si tratta di **Microeconomia** applicata a mercati imperfettamente competitivi.

Cioè a mercati sui quali le imprese abbiano **potere di mercato**, ovvero l'effettiva capacità di scegliere il prezzo (e la tipologia di prodotto, la loro localizzazione geografica, la dimensione dell'impianto, gli investimenti in R&S, etc.).

Il potere di mercato può essere misurato in prima approssimazione dalla **capacità di fissare prezzi superiori ai costi (marginali, ovvero *incrementali*)**.

Un esempio di potere di mercato

- L'industria farmaceutica è un buon esempio di settore con imprese dotate di potere di mercato.
- Ex 1) lo Zantac della Glaxo-Wellcome vs il Tagamet della SmithKline
- Ex 2) l'Aulin della Roche vs il generico Mimesulide (Ratiopharm)

Un esempio di potere di mercato

Caratteristiche salienti:

- a) prezzi “elevati” rispetto al costo diretto di produzione;
- b) presenza di prodotti brevettati e farmaci generici (ruolo della pubblicità);
- c) alti investimenti in R&S e strategie complesse di fusione e acquisizione;
- d) “dilemmi regolamentativi”.

4 domande centrali in IO

- C'è potere di mercato?
- Come fanno le imprese a ottenerlo e mantenerlo?
- Quali sono i suoi effetti?
- C'è un ruolo per politiche pubbliche in presenza di potere di mercato?

1 C'è potere di mercato?

- Ci sono molti esempi (almeno apparenti) di mercati con presenza di potere di mercato (basti pensare alla fortuna accumulata da Bill Gates nel software o alla ricchezza di certe dinastie di petrolieri), e molti studi empirici che lo riscontrano (in certi mercati).
- Tuttavia se l'entrata in un mercato fosse (sufficientemente) libera varrebbe l'obiezione teorica (della Scuola liberista di Chicago) che esso non potrebbe essere *effettivamente esercitato* (cosiddetti *mercati contendibili*).

2 Come fanno le imprese a ottenere potere di mercato e a mantenerlo?

- A) protezione legale (brevetti), attraverso investimenti in R&S, e altre barriere all'entrata.
- B) iniziative originali e “aggressive” (non necessariamente coperte da brevetto): ex tv digitale (Sky vs Premium)
- C) pratiche “anticompetitive” sia legali (ruolo della reputazione) che illegali (prezzi predatori, accordi di cartello, prassi anticoncorrenziali e persino minacce mafiose)

3 Quali sono gli effetti del potere di mercato?

- A) Naturalmente potere di mercato significa profitti (più) elevati (maggiore valore dell'impresa), e spese maggiore per i compratori.
- Questo effetto *distributivo* (o di *trasferimento*) è di interesse se si ritengono i compratori meritevoli di maggiore tutela dei venditori (tutela dei consumatori).

3 Quali sono gli effetti del potere di mercato?

- B) Forse più interessanti sono forse le forme di inefficienza paretiana implicate dalla presenza di potere di mercato.

Inefficienza paretiana = un mercato (una organizzazione, un'economia) funzionano in modo *paretianamente inefficiente* se esiste un modo per migliorare la situazione di almeno un soggetto coinvolto senza peggiorare quella di qualcun altro.

3 Quali sono gli effetti del potere di mercato?

- B1) Inefficienza “allocativa” = gli scambi sono inferiori a quelli che sarebbero efficienti (conseguenza di prezzi troppo elevati).
- B2) Inefficienza “produttiva” = i costi sostenuti sono troppo elevati (ci sono “sprechi” dovuti alla mancanza di sufficiente “pressione competitiva”).

3 Quali sono gli effetti del potere di mercato?

- B3) “Costi di influenza” = risorse vengono sprecate (dal punto di vista della società) per cercare di appropriarsi delle “rendite” create dal potere di mercato (il *rent-seeking behaviour* nella pubblica amministrazione).

Ex: si pensi alle somme spese per cause legali connesse alle pratiche anticompetitive, o alle risorse investite nella corruzione dei dirigenti pubblici.

3 Quali sono gli effetti del potere di mercato?

- C) Le rendite conferite dal potere di mercato potrebbero però essere il principale motore dell'innovazione e della crescita economica da un punto di vista dinamico.
- E' la posizione della Scuola Austriaca, e in particolare il cosiddetto “punto di vista schumpeteriano”.

4 C'è un ruolo per politiche pubbliche in presenza di potere di mercato?

- Il punto è rimediare (se possibile) alle conseguenze economiche negative del potere di mercato.
- I) Regolamentazione (dei prezzi e dei comportamenti delle imprese) da parte di *autorità indipendenti* (ex: Autorità per l'energia elettrica e il gas)

4 C'è un ruolo per politiche pubbliche in presenza di potere di mercato?

- II) Attività Antitrust (politiche di sostegno alla competizione): regole (e autorità di politica economica) contro le prassi anticompetitive (autorizzazione per le fusioni, sanzioni per i comportamenti collusivi: ex CONSOB, Autorità garante della concorrenza, Banca d'Italia).

La storia industriale italiana (e non solo) recente è piena di sanzioni alle banche, all'Enel, alla Telecom, alle assicurazioni, etc.

4 C'è un ruolo per politiche pubbliche in presenza di potere di mercato?

- III) La (mitica) Politica Industriale. Ovvero il sostegno a certe industrie (o direttamente a certe imprese), non si sa bene perché meritorie, che tante risorse ha assorbito nella storia industriale italiana. Dubbia a dir poco.
- Basti pensare alla FIAT (che ancora ne vorrebbe, di risorse, salvo negare per bocca del suo amministratore delegato di averne mai ricevute), e all'Alitalia, o alla pessima fama del Ministero dell'Industria (ora Attività Produttive e Sviluppo).

L'approccio Struttura-Condotta- Risultato

Struttura (preferenze dei consumatori, tecnologia disponibile, numero delle imprese)



Condotta (prezzi, quantità, tipologia di prodotto)



Risultato (benessere economico)

con vari *feedback* (entrata e uscita dal mercato, regolamentazione pubblica, etc.).

L'approccio S-C-R

- Si deve alla Scuola di Harvard, ed è l'approccio tipico in IO.
- In particolare, per buona parte del corso assumeremo data la struttura di mercato.

Un approccio alternativo è quello basabile sulle cosiddette “5 forze” (fornitori, compratori, prodotti sostitutivi, potenziali entranti e le caratteristiche della competizione) di Michael Porter.