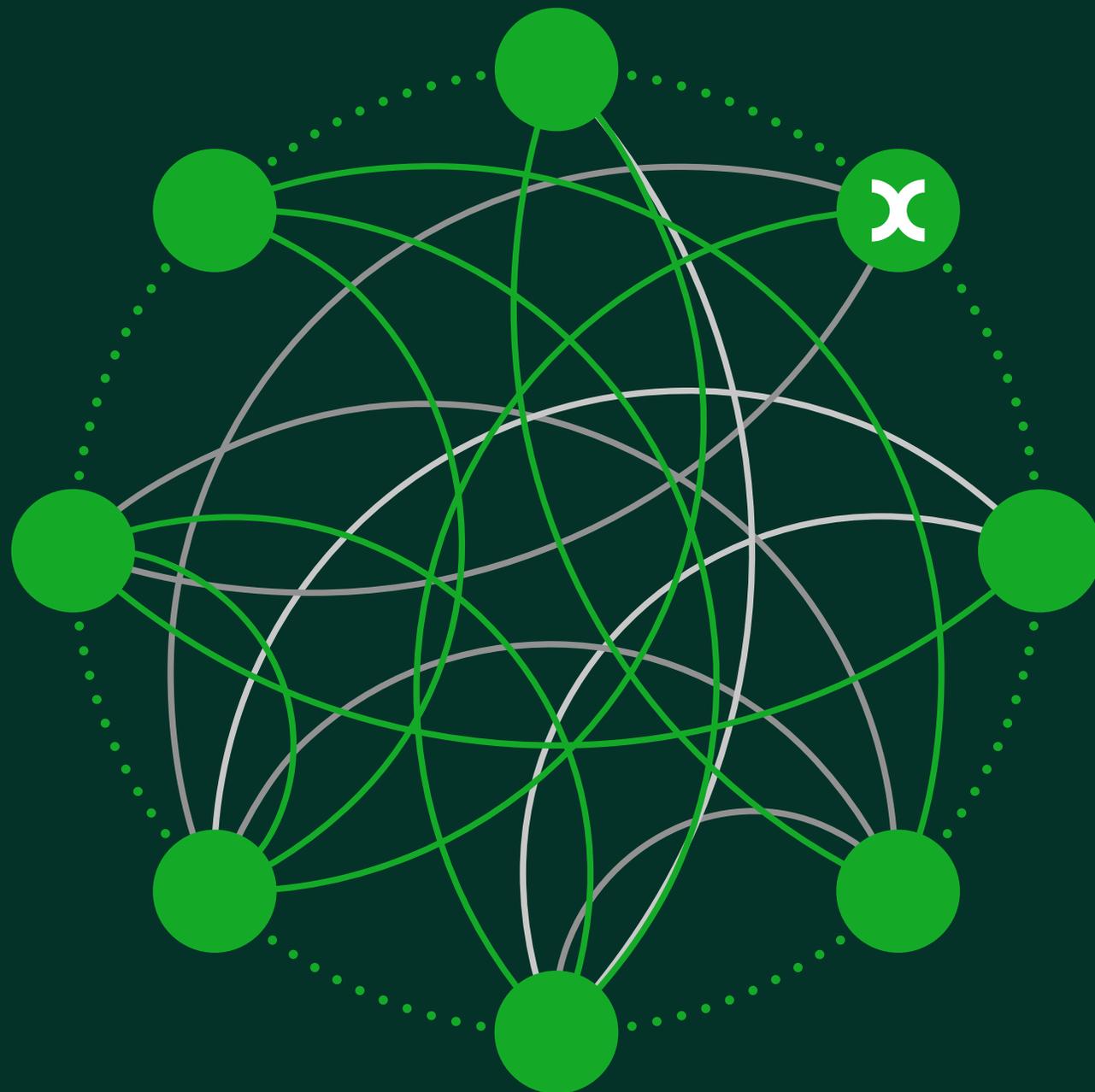


Concorrenza e sostenibilità ambientale: una prospettiva economica

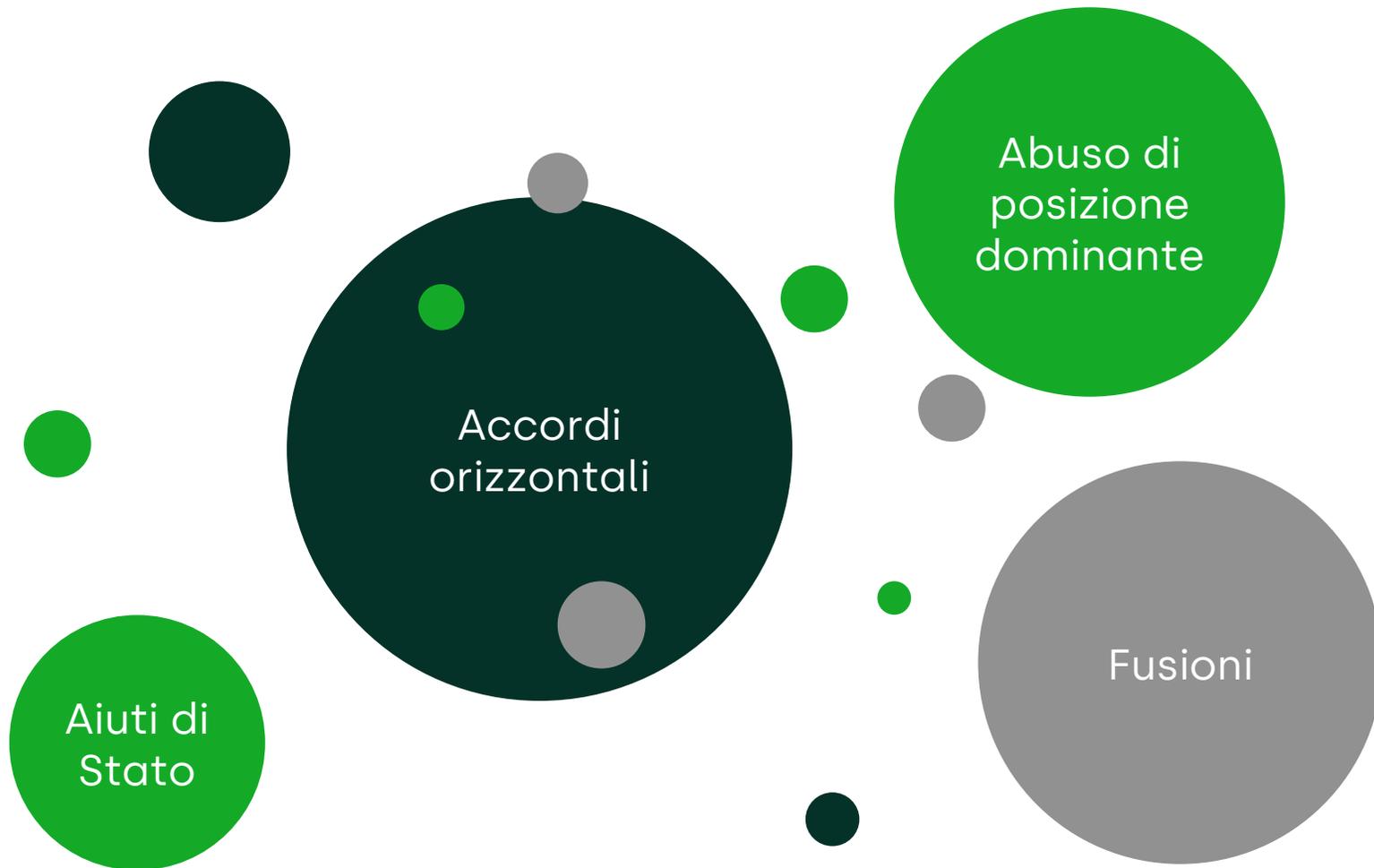
—
Associazione Antitrust Italiana
Premio di laurea "L. Prosperetti"
Cerimonia di premiazione

Roberto Alimonti, Partner

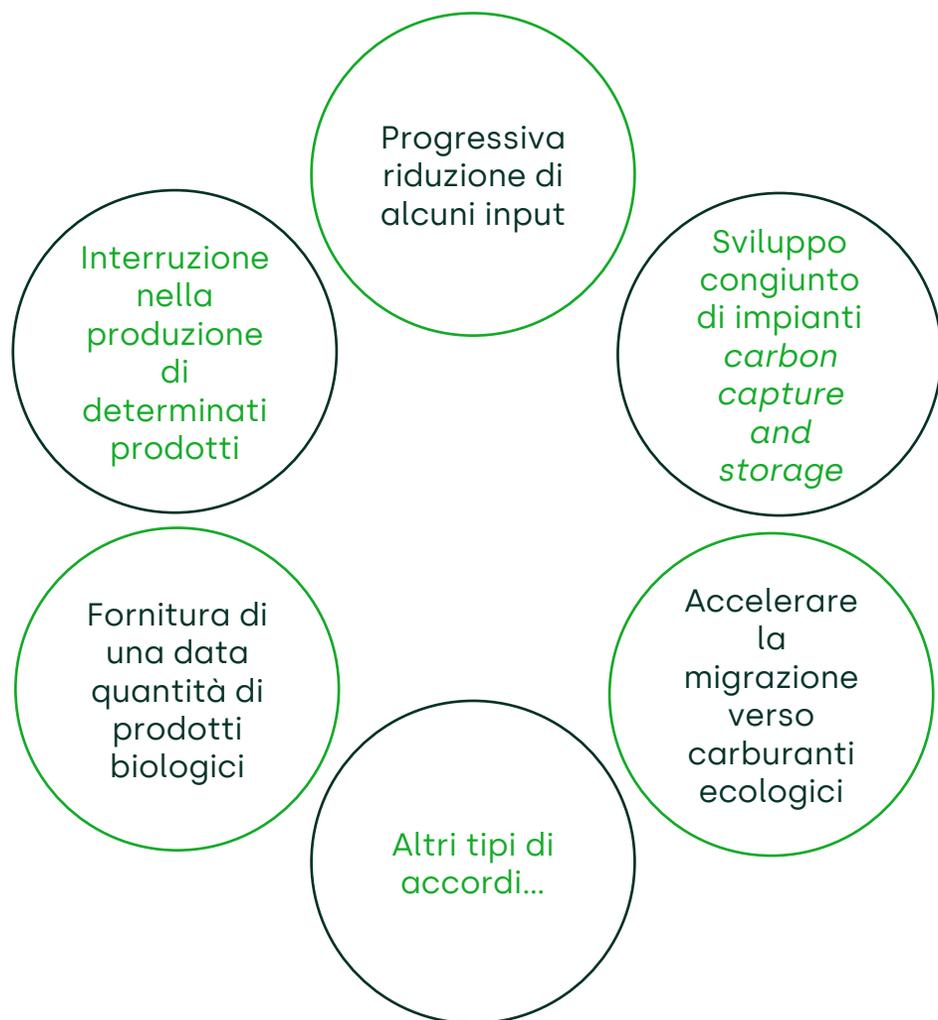
Milano, 20 novembre 2023



In quali ambiti della politica della concorrenza può avere un ruolo la sostenibilità ambientale?



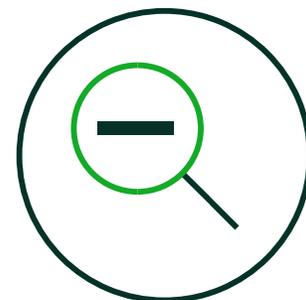
Coordinandosi, le imprese concorrenti possono diventare più sostenibili da un punto di vista ambientale



In principio, gli accordi di cooperazione orizzontale possono dar luogo tanto a effetti positivi quanto negativi



Possibili benefici derivanti dalla maggiore sostenibilità ambientale



Possibile coordinamento su investimenti meno sostenibili o restrizione della concorrenza

C'è divergenza di opinioni sul consentire alle imprese concorrenti di stringere accordi di cooperazione volti al raggiungimento di obiettivi di sostenibilità ambientale.

I benefici ambientali giustificano i costi della minor concorrenza?



Come distinguere un comportamento virtuoso dal punto di vista della sostenibilità ambientale dal *greenwashing* o da un accordo restrittivo della concorrenza?

Si offre una chiave di lettura economica basata su due aspetti:

la disponibilità a pagare dei consumatori



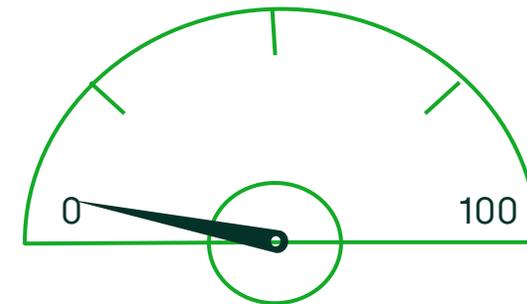
gli *spillover* dal lato dell'offerta



Per un approfondimento, si veda:

- Oxera (2021), *When to give the green light to green agreements*. 13 settembre. Disponibile al link: https://oxera.com/insights/agenda/articles/when-to-give-the-green-light-to-green-agreements/#_ftn2;
- Oxera (2022), *Ticking the boxes on a green self-assessment, and the risk of greenwashing*. 31 agosto. Disponibile al link: <https://www.oxera.com/insights/agenda/articles/ticking-the-boxes-on-a-green-self-assessment-and-the-risk-of-greenwashing/>.

Le implicazioni della disponibilità a pagare dei consumatori sull'incentivo a investire "green"



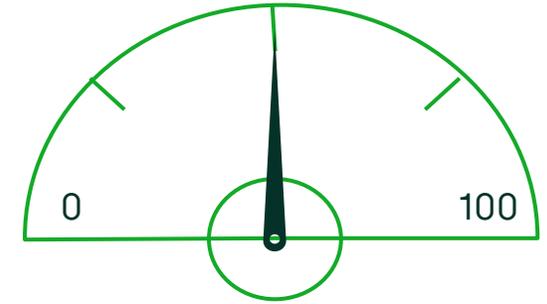
Zero/bassa disponibilità a pagare

- investire *green* è costoso per le imprese
- cooperando, le imprese possono ridurre il c.d. "*first-mover disadvantage*"

		Impresa B	
		Grey	Green
Impresa A	Grey	50, 50	60, 25
	Green	25, 60	50, 50

Note: si ipotizza che i consumatori siano disposti a pagare se entrambe le imprese investono in sostenibilità

Le implicazioni della disponibilità a pagare dei consumatori sull'incentivo a investire "green"



Zero/bassa disponibilità a pagare

- investire green è costoso per le imprese
- cooperando, le imprese possono ridurre il c.d. "*first-mover disadvantage*"

		Impresa B	
		Grey	Green
Impresa A	Grey	50, 50	60, 25
	Green	25, 60	50, 50

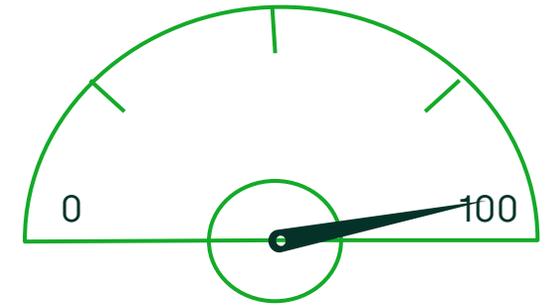
Note: si ipotizza che i consumatori siano disposti a pagare se entrambe le imprese investono in sostenibilità

Disponibilità a pagare parziale

- le imprese competono sulla sostenibilità ma non possono trasferire tutti i costi sui consumatori
- la cooperazione può portare a un equilibrio meno sostenibile (c.d. "*greenwashing*")

		Impresa B	
		Grey	Green
Impresa A	Grey	50, 50	25, 60
	Green	60, 25	30, 30

Le implicazioni della disponibilità a pagare dei consumatori sull'incentivo a investire "green"



Zero/bassa disponibilità a pagare

- investire green è costoso per le imprese
- cooperando, le imprese possono ridurre il c.d. "*first-mover disadvantage*"

		Impresa B	
		Grey	Green
Impresa A	Grey	50, 50	60, 25
	Green	25, 60	50, 50

Note: si ipotizza che i consumatori siano disposti a pagare se entrambe le imprese investono in sostenibilità

Disponibilità a pagare parziale

- le imprese competono sulla sostenibilità ma non possono trasferire tutti i costi sui consumatori
- la cooperazione può portare a un equilibrio meno sostenibile (c.d. "*greenwashing*")

		Impresa B	
		Grey	Green
Impresa A	Grey	50, 50	25, 60
	Green	60, 25	30, 30

Disponibilità a pagare completa

- le imprese possono impegnarsi unilateralmente a investire in iniziative più sostenibili (c.d. "*first mover advantage*")
- a meno che gli investimenti non siano significativi o rischiosi

		Impresa B	
		Grey	Green
Impresa A	Grey	50, 50	25, 60
	Green	60, 25	50, 50

Il ruolo degli *spillover* dal lato dell'offerta

- La cooperazione tra imprese concorrenti può, in alcuni casi, consentire di ridurre gli *spillover* negativi, generarne di positivi e favorire la realizzazione di investimenti *green*.
- Si parla di ***spillover* positivi** quando un'impresa trae benefici dagli sforzi fatti da un'altra impresa.
- Consentendo alle imprese di coordinare i propri sforzi sulla sostenibilità ambientale, queste possono, complessivamente, impegnarsi maggiormente.
- Alcuni esempi di *spillover* positivi dal lato dell'offerta:



Accertare la compatibilità dell'accordo orizzontale nell'ambito dell'Art. 101(3) del TFUE

- È necessario inquadrare quanto discusso all'interno del quadro di valutazione degli orientamenti della Commissione europea ai sensi dell'Art. 101(3) del TFUE agli accordi di cooperazione orizzontale.
- Affinché un accordo volto al raggiungimento di maggiore sostenibilità ambientale possa essere considerato compatibile, è necessario che una serie di requisiti cumulativi siano soddisfatti:

benefici in termini di efficienza



indispensabilità dell'accordo



traslazione dei benefici ai consumatori*

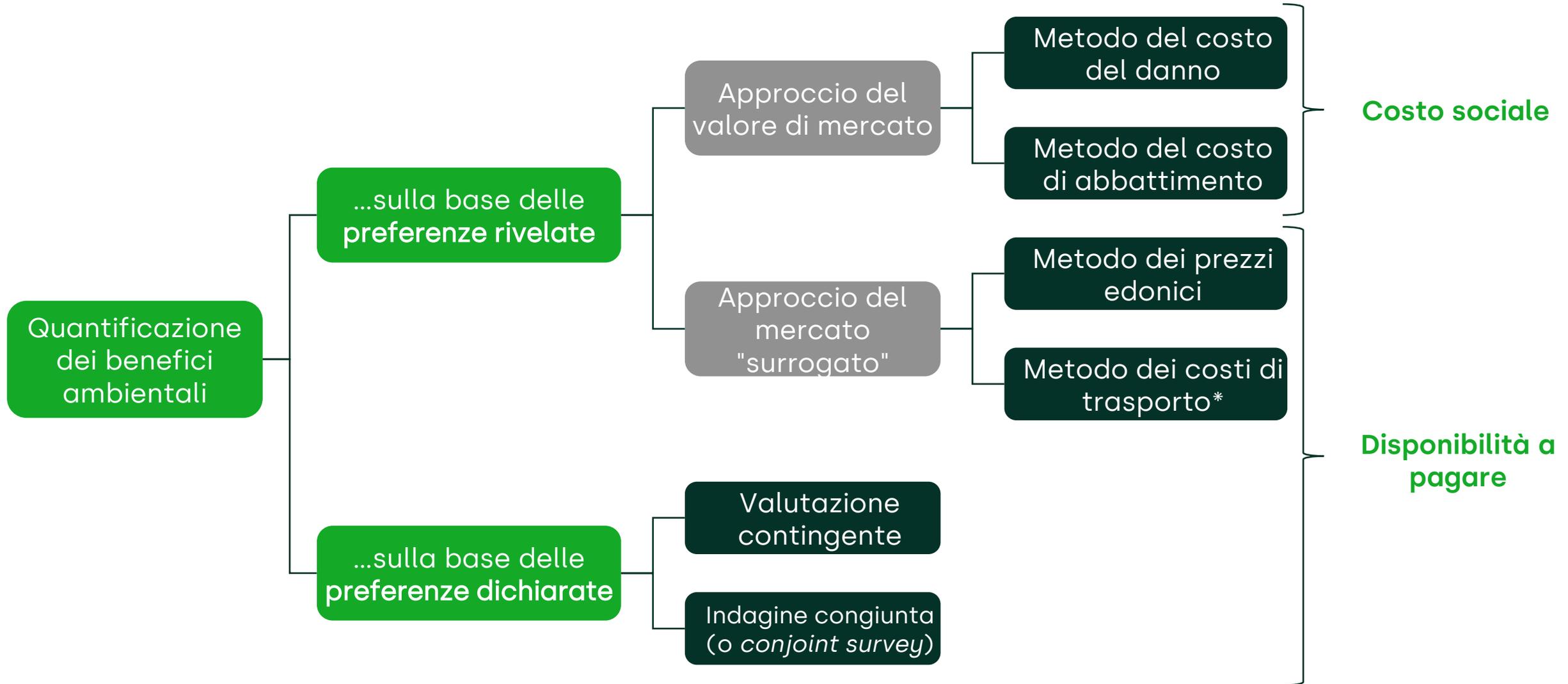


nessuna eliminazione della concorrenza



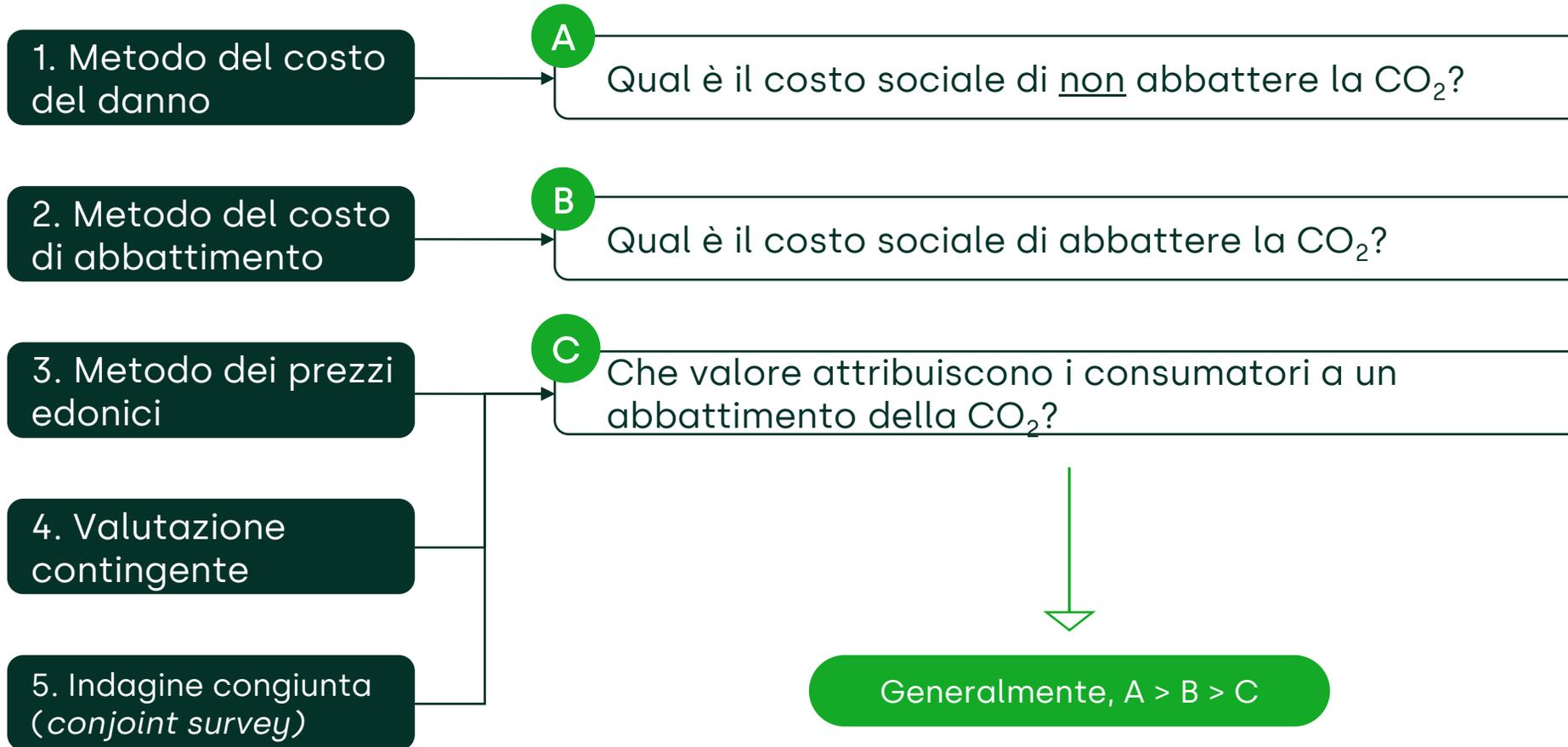
* Oggetto di approfondimento nelle prossime *slide*

Come quantificare i benefici della sostenibilità ambientale? (I)

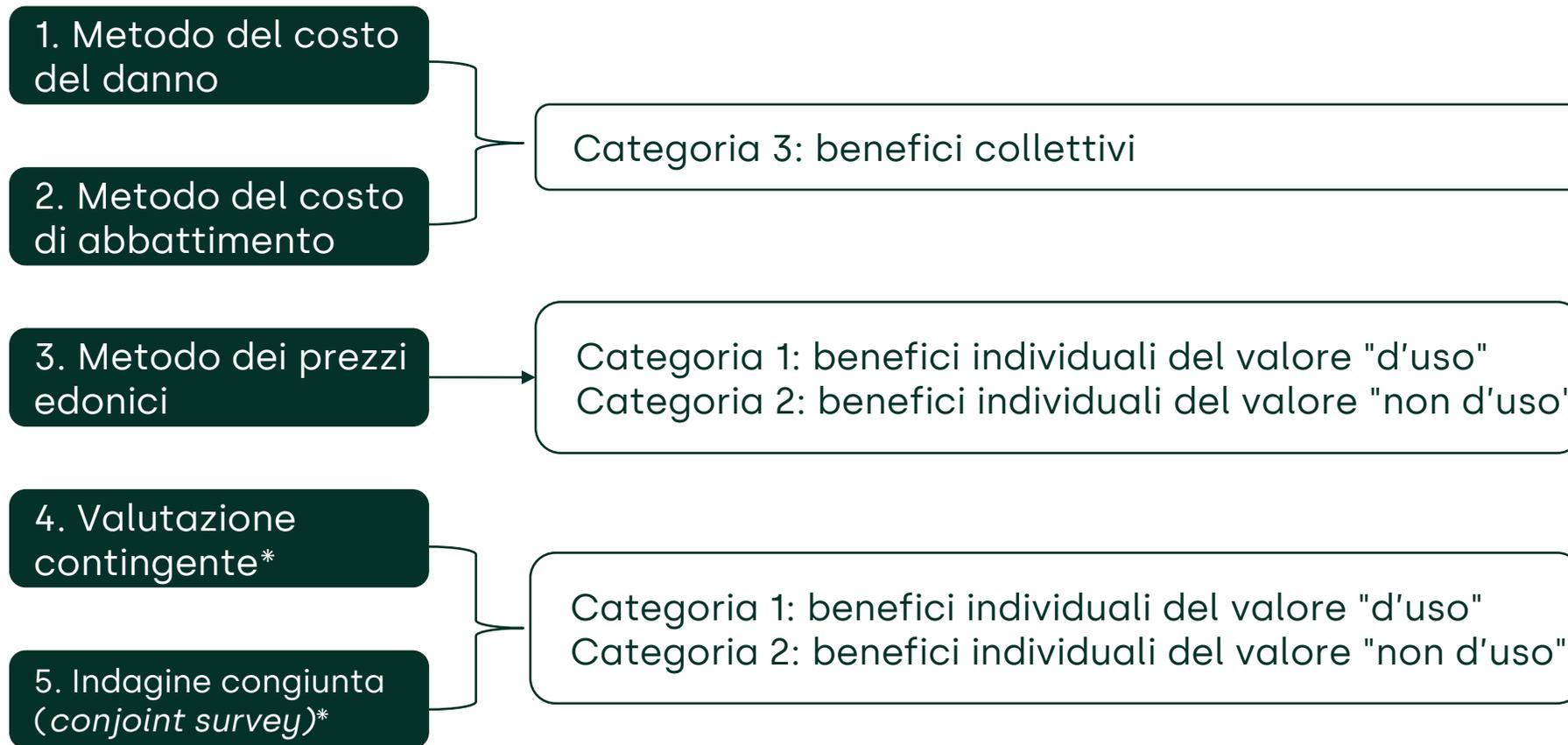


* Generalmente applicato per valutare i benefici ambientali in ambito ricreativo e non delle emissioni di gas serra.

Come quantificare i benefici della sostenibilità ambientale? (II)



Una mappatura tra le tecniche di quantificazione e i benefici indicati dagli orientamenti euro-unitari



* Oggetto di approfondimento nella prossima *slide*

Una approfondimento sulla quantificazione dei benefici sulla base delle preferenze dichiarate

Se tendenzialmente si preferisce studiare i comportamenti effettivi (cc.dd. preferenze rivelate), cosa fare quando si considerano mercati/beni/servizi che ancora non esistono?

Valutazione contingente

- Ai consumatori viene chiesto di rivelare le proprie preferenze.
- Rischio che le preferenze dichiarate possano non coincidere con quelle effettive.
- Si è proposto di concedere più informazioni e tempo ai consumatori per formulare una risposta circa la propria disponibilità a pagare.¹

Indagine congiunta

- Ai partecipanti vengono sottoposte diverse combinazioni del bene o servizio oggetto di analisi in base agli attributi rilevanti.
- Attraverso un'analisi di regressione, si studia come ogni attributo influisce sulle scelte del consumatore.¹

Esempio: quale capo preferisci?

 <ul style="list-style-type: none">• €20• marchio X• eco-sostenibile A	 <ul style="list-style-type: none">• €25• marchio Y• eco-sostenibile B	 <ul style="list-style-type: none">• €15• marchio Z• eco-sostenibile C
--	--	--

¹Per un approfondimento, si veda ad esempio Oxera (2022), *The use of discrete choice experiments in applied economic analysis*, 31 ottobre. Disponibile al link: <https://www.oxera.com/insights/agenda/articles/the-use-of-discrete-choice-experiments-in-applied-economic-analysis/>.

Conclusioni

- L'analisi economica può aiutare a far luce sui possibili costi e benefici di un accordo di cooperazione tra imprese concorrenti, finalizzato al raggiungimento di un maggior livello di sostenibilità ambientale.
- Ciò vale in generale, quando si esaminano gli incentivi per i consumatori e le imprese a comportarsi in una determinata maniera, e nello specifico, ad esempio quando si quantificano i benefici che i consumatori e la collettività trarrebbero (o hanno già potuto trarre) dall'accordo.
- Quando gli incentivi alla cooperazione da parte delle imprese non sono ovvi, è opportuno tenere conto della possibile presenza di *spillover* dal lato dell'offerta tali da giustificare iniziative di cooperazione.

Roberto Alimonti
Partner

+39 06 90258084

roberto.alimonti@oxera.com



Oxera Consulting LLP è una limited liability partnership di diritto inglese registrata in Inghilterra con numero OC392464 e sede legale al seguente indirizzo: Park Central, 40/41 Park End Street, Oxford OX1 1JD, Regno Unito; in Belgio con numero 0651 990 151 filiale: Avenue Louise 81, 1050 Bruxelles, Belgio; e in Italia con numero REA RM – 1530473 filiale: Via delle Quattro Fontane 15, 00184 Roma, Italia. Oxera Consulting (France) LLP, una filiale Francese: 60 Avenue Charles de Gaulle, CS 60016, 92573 Neuilly-sur-Seine, Francia è registrata in Neuilly-sur-Seine, con numero RCS 844 900 407 00025. Oxera Consulting (Netherlands) LLP, una filiale Amsterdam: Strawinskylaan 3051, 1077 ZX Amsterdam, Paesi Bassi è registrata ad Amsterdam con numero KvK 72446218. Oxera Consulting GmbH è registrata in Germania con numero HRB 148781 B (tribunale locale di Charlottenburg) e sede legale al seguente indirizzo: Rahel-Hirsch-Straße 10, Berlino 10557, Germania.

Sebbene sia stato fatto ogni sforzo possibile per assicurare l'accuratezza del materiale e l'integrità delle analisi oggetto del presente documento Oxera, nella massima misura consentita dalla legge, declina ogni responsabilità per azioni intraprese o decisioni assunte in base al suo contenuto.

Nessuna entità Oxera è autorizzata o regolata da alcuna Autorità Finanziaria o regolamento all'interno di uno dei paesi in cui opera o fornisce servizi. Chiunque desideri effettuare un investimento deve consultare il proprio broker o un consulente finanziario. Oxera declina ogni responsabilità per qualsiasi decisione di intraprendere un determinato investimento, di cui l'investitore si assume in via esclusiva il relativo rischio.

© Oxera 2023. Tutti i diritti sono riservati. Fatta eccezione per la citazione di un breve passaggio nel contesto di un commento o di una recensione, nessuna parte può essere riprodotta senza averne ottenuto l'autorizzazione.