

# INDICE

<i>Prefazione alla terza edizione</i>	<i>pag.</i> XIII
<i>Prefazione alla seconda edizione</i>	XV
<i>Prefazione</i>	XVII

## Capitolo I

### LA DISCIPLINA ANTITRUST ITALIANA E LA SUA DERIVAZIONE EUROPEA

1. Cenni introduttivi: alle origini del diritto della concorrenza	1
2. La disciplina antitrust negli Stati Uniti	4
3. Le ricette europee e la Seconda guerra mondiale	9
4. Le norme antitrust comunitarie nei trattati istitutivi e l'evoluzione successiva	11
4.1. La modernizzazione del diritto della concorrenza e l'approccio più recente	15
4.2. Altri strumenti volti a garantire una concorrenza non falsata nel mercato interno	18
5. La legge antitrust italiana e le possibili ragioni della sua ritardata adozione	19
6. <i>L'imprinting</i> eurounitario della legge antitrust italiana: i divieti di intesa e abuso di posizione dominante e il controllo delle concentrazioni	22
7. Il sistema di attuazione: <i>enforcement</i> pubblico e privato	25
7.1. <i>Segue: l'enforcement</i> privato	30
8. L'Autorità garante, la concorrenza e le competenze ulteriori (cenni)	33
9. Ambiti di applicazione. Il Reg. CE n. 1/2003 e l'applicazione del diritto antitrust europeo da parte dell'Autorità garante e dei giudici italiani. La residualità della legge antitrust italiana in materia di intese e abusi di posizione dominante	36

## Capitolo II

I PRESUPPOSTI ECONOMICI  
DELLA DISCIPLINA ANTITRUST

1.	Una prima giustificazione economica per l'esistenza della disciplina antitrust	43
2.	Gli obiettivi micro e macro economici della disciplina antitrust	47
	2.1. Benessere del consumatore o benessere totale?	50
	2.2. Benessere del consumatore o correttezza del processo competitivo?	52
	2.3. Benessere del consumatore, creazione di un mercato unico e un tentativo di sintesi	55
3.	Perché guardare a concentrazioni, intese e condotte delle imprese dominanti e quando vietarle	56
4.	Il mercato rilevante: tra apprezzamento del potere di mercato e individuazione degli effetti delle condotte delle imprese	58
	4.1. Il mercato rilevante del prodotto	62
	4.2. Il mercato geografico	67
	4.3. Alcuni affinamenti	70
	4.4. Strumenti quantitativi per l'individuazione del mercato rilevante	71
5.	Il Potere di mercato (cenni e rinvio)	75
	5.1. Potere di mercato e singole fattispecie. L'apparente paradosso del favor nei confronti delle operazioni di concentrazione	79

## Capitolo III

## LE INTESE RESTRITTIVE DELLA CONCORRENZA

1.	Introduzione	83
2.	Gli elementi costitutivi della fattispecie: la nozione di impresa	87
3.	Impresa e accordi infragruppo	90
4.	Impresa e imputazione delle condotte	92
	4.1. Imputazione e gruppi di imprese	96
5.	Successione d'impresa	101
6.	La concertazione tra imprese	103
7.	Accordo	106
	7.1. Accordi e pratiche unilaterali	109
8.	Decisioni di associazioni di imprese	111
9.	Pratiche concordate	114
	9.1. Pratiche concordate e parallelismo di comportamenti	118
10.	La prova delle intese	120
	10.1. La prova della partecipazione di ciascuna impresa	124

	<i>pag.</i>
11. La restrizione della concorrenza: oggetto ed effetto	127
11.1. Intese restrittive per oggetto	127
11.2. Intese restrittive per effetto	132
12. Restrizione sensibile o consistente della concorrenza	133
12.1. <i>Segue</i> : l'approccio più recente	136
12.2. Le restrizioni accessorie	140
13. Le esenzioni dal divieto: caratteristiche generali	143
14. Esenzioni individuali e per categoria	145
15. Condizioni per l'esenzione. Il miglioramento dell'offerta	150
16. Benefici per i consumatori	155
17. Indispensabilità delle restrizioni	157
18. Non eliminazione della concorrenza	159
19. Intese orizzontali che restringono la concorrenza: le esemplificazioni contenute nell'art. 101, paragrafo 1, TfUE	161
19.1. Fissazione di prezzi e di altre condizioni di transazione	163
19.2. Limitazione della produzione, degli sbocchi, dello sviluppo tecnico o degli investimenti	167
19.3. Ripartizione dei mercati e delle fonti di approvvigionamento	169
19.4. Applicazione di condizioni dissimili per prestazioni equivalenti	171
19.5. Prestazioni gemellate	173
20. Altre intese orizzontali (solitamente) restrittive: lo scambio di informazioni	174
21. Gli accordi di cooperazione orizzontale	180
21.1. Accordi di produzione in comune	183
21.2. Accordi di acquisto in comune	187
22. Gli Accordi sostenibili	189
22.1. Le tre tipologie di beneficio da considerare	194
23. La cooperazione verticale	196
23.1. Restrizioni relative all'uso dei mercati online	204
23.2. Comparatori di prezzi	206
23.3. Obblighi di parità	209

#### Capitolo IV

#### L'ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

1. Il ruolo dell'abuso di posizione dominante nel diritto antitrust	213
2. La nozione di posizione dominante e il problema del suo accertamento	216
2.1. <i>Segue</i> : la definizione del mercato rilevante (rinvio)	218
2.2. <i>Segue</i> : peculiarità della definizione di mercato rilevante applicata alla fattispecie di abuso di posizione dominante	219

	<i>pag.</i>
2.3. La nozione di mercato collegato	221
2.4. La posizione dominante dal lato della domanda	224
2.5. Quote di mercato e altri indici per valutare l'esistenza di una posizione dominante	225
3. Posizione dominante collettiva e oligopolio	230
4. Lo sfruttamento abusivo della posizione dominante: profili generali	233
4.1. Le linee guida della Commissione sugli abusi escludenti	235
5. L'imposizione di prezzi e di altre condizioni ingiustificatamente gravose (art. 102, lett. <i>a</i> ), TfUE)	237
5.1. I prezzi predatori	240
5.2. La compressione dei margini dei concorrenti ( <i>margin squeeze</i> )	243
6. Le pratiche escludenti (art. 102, lett. <i>b</i> ), TfUE)	245
6.1. Il rifiuto ingiustificato di contrarre	246
6.2. La " <i>essential facility doctrine</i> "	247
6.3. Rifiuto a contrarre e diritti di proprietà intellettuale	249
6.4. Il diritto di autoproduzione (art. 9, l. n. 287/1990)	254
7. Le pratiche discriminanti (art. 102, lett. <i>c</i> ), TfUE)	254
8. Le pratiche leganti (art. 102, lett. <i>d</i> ), TfUE)	256
8.1. Il <i>bundling</i> fra prodotti o servizi diversi	257
8.2. Gli sconti fidelizzanti	259
9. Gli abusi di posizione dominante nei mercati digitali	262

## Capitolo V

### LE CONCENTRAZIONI

1. Concentrazioni e diritto antitrust: le ragioni di un controllo preventivo	267
2. Origini ed evoluzioni della normativa sul controllo delle concentrazioni	271
3. Nozione e forme giuridiche di concentrazione	273
3.1. <i>Segue: a</i> ) fusione e acquisto di diritti su beni produttivi	276
3.2. <i>Segue: b</i> ) l'acquisto del controllo	277
3.3. <i>Segue:</i> le imprese comuni ( <i>Joint-Ventures</i> )	279
3.4. <i>Segue:</i> le restrizioni accessorie (" <i>ancillary restraints</i> ")	282
3.5. Operazioni che non rientrano nella nozione di concentrazione	284
4. Dimensioni dell'operazione e diritto applicabile	285
5. Le concentrazioni di dimensione eurounitaria	287
6. Le concentrazioni di dimensione nazionale	290
7. La valutazione delle operazioni sotto soglia	292
8. Il procedimento di valutazione delle concentrazioni di dimensione eurounitaria e nazionale: principali differenze	295

	<i>pag.</i>
9. La valutazione delle concentrazioni sotto il profilo antitrust	299
9.1. <i>Segue</i> : il c.d. test di dominanza	300
9.2. <i>Segue</i> : le modifiche introdotte dall'art. 2, Reg. n. 139/2004	302
9.3. <i>Segue</i> : la modifica del test nazionale di valutazione sostanziale delle operazioni di concentrazione	303
9.4. <i>Segue</i> : i fattori di cui tenere conto nella valutazione di una concentrazione	304
9.5. <i>Segue</i> : in particolare, la valutazione di eventuali efficienze	306
9.6. <i>Segue</i> : le concentrazioni verticali e conglomerali ( <i>non-horizontal</i> )	308
10. Gli esiti della valutazione e i poteri delle Autorità antitrust	308
11. Il controllo delle concentrazioni nei mercati digitali	311

## Capitolo VI

### L'APPLICAZIONE DEL DIRITTO ANTITRUST

1. <i>Public e private enforcement</i> nel diritto antitrust	315
2. Il ruolo della Commissione UE	317
2.1. <i>Segue</i> : i rapporti della Commissione UE con le Autorità di concorrenza e i giudici nazionali	318
2.2. <i>Segue</i> : la collaborazione internazionale tra Autorità antitrust	322
3. Il ruolo dell'AGCM nell'applicazione del diritto antitrust nazionale ed eurounitario	325
4. La competenza del Giudice ordinario in materia di diritto antitrust	327
5. I poteri istruttori dell'AGCM in materia di intese e abusi di posizione dominante	330
6. Il potere dell'AGCM di adottare misure cautelari <i>ex art. 14-bis</i> , l. n. 287/1990	338
7. La chiusura anticipata del procedimento con impegni (art. 14- <i>ter</i> , l. n. 287/1990)	342
8. Le procedure di transazione (c.d. <i>settlement</i> )	345
9. I poteri sanzionatori dell'AGCM in materia di intese e abusi di posizione dominante	347
9.1. Le sanzioni pecuniarie	348
9.2. Calcolo delle sanzioni e linee guida dell'AGCM	350
9.3. <i>Segue</i> : i programmi di <i>compliance</i> antitrust	353
10. I programmi di clemenza la non applicazione delle sanzioni (artt. 15- <i>bis</i> ss., l. n. 287/1990)	355
11. I poteri sanzionatori dell'AGCM in materia di concentrazioni	361
12. Il sindacato del giudice amministrativo sui provvedimenti dell'AGCM	362

	<i>pag.</i>
13. Il <i>private enforcement</i> del diritto antitrust	364
14. Il risarcimento del danno antitrust	365
15. La nullità delle intese	370
15.1. <i>Segue</i> : la nullità dei contratti a valle	371
15.2. Nullità e abuso di posizione dominante	373
15.3. Nullità e operazioni di concentrazione	374
16. I provvedimenti cautelari concessi dal Giudice Ordinario	375

## Capitolo VII

### LIMITI ALL'APPLICAZIONE DELLA DISCIPLINA ANTITRUST

1. Introduzione	377
2. Limiti sostanziali all'applicazione della normativa antitrust	380
3. Monopoli legali e imprese che svolgono servizi di interesse economico generale	381
3.1. L'ambito soggettivo di applicazione della deroga	384
3.2. La proporzionalità della restrizione	386
3.3. Obblighi di separazione societaria	389
4. Misure normative direttamente restrittive della concorrenza	392
4.1. Imputabilità delle condotte alle imprese	392
4.2. Sindacabilità delle misure normative (nella prospettiva euro-unitaria)	395
4.3. Pareri e segnalazioni dell'Autorità	398
4.4. Poteri sugli atti amministrativi distorsivi della concorrenza	401
5. L'applicazione del diritto antitrust nei settori bancario, assicurativo e delle comunicazioni	404
5.1. La ripartizione delle competenze nel settore bancario	406
5.2. Rapporti con le discipline di settore	410