



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA
E DEL MERCATO



Big Data e economia digitale: un'occasione per tornare a parlare di potere di mercato

Andrea Pezzoli *

Roma 25 ottobre 2017

**Agcm-* Le opinioni espresse dall'autore non coinvolgono necessariamente l'istituzione di appartenenza

OUTLINE

- Introduzione ai Big Data: definizioni
- Dati (più o meno Big) e potere di mercato
- Utilizzi (buoni e «cattivi») dei Big Data
- Nuove sfide per l'antitrust?
- I Big Data, la concorrenza, la regolazione, la privacy e la tutela della proprietà intellettuale

Big Data: di cosa stiamo parlando?

- Dati, dati individuali, dati industriali, dati settoriali, Big Data
- Le 3 (o 4 V): volume, varietà, velocità (e valore)
- Valore per chi? Valore per l'individuo (basso?) e valore per la piattaforma che li elabora (alto)...
Data is the New Money?!

Big Data: di cosa stiamo parlando?

- **Raccolta dati:** *i)* direttamente dai consumatori (in cambio di un servizio «gratuito»); *ii)* indirettamente da «venditori» di dati
- **Stockaggio dati:** costi fissi (grandi Data Centre) possono diventare variabili grazie alle «cloud»
- **Data Analytics** (applicazioni e algoritmi): è qui che contano le 4V!!

Big Data e Potere di Mercato

- Big Data, Over the Top, Piattaforme...e Potere di Mercato e...Potere Economico e...Potere *tout court*
- I dati come input per sviluppare applicazioni e algoritmi (input importante ma non unico)
- Big Data e «effetto rete»
- Big Data come barriera?
- Disponibilità, duplicabilità e valore dei dati...

Big Data e Potere di Mercato

- Disponibilità e duplicabilità:

i) i costi di raccolta non sono necessariamente elevati...

ii) i dati non sono «rivali» e sono ovunque...

iii) i dati si possono comprare o «barattare» con un servizio (motore di ricerca, social network, piattaforma comparativa...)

iv) i dati come «by-product»...

v) raccolta indiretta da un broker.

Big Data e Potere di Mercato

- I Big Data (o più semplicemente i dati) come *essential facility*
- Un paio di domande: in che misura competono tra loro piattaforme apparentemente molto diverse (Amazon, Google, Facebook...)? Da dove vengono i ricavi delle piattaforme?

Big Data e Potere di Mercato

- Il valore dei dati

i) che relazione c'è tra il volume dei dati e la qualità di un'applicazione o di un algoritmo?

ii) relazione tra varietà dei dati e qualità delle applicazioni o degli algoritmi

iii) i dati «vanno a male»?

iv) l'intelligenza artificiale e i Big Data

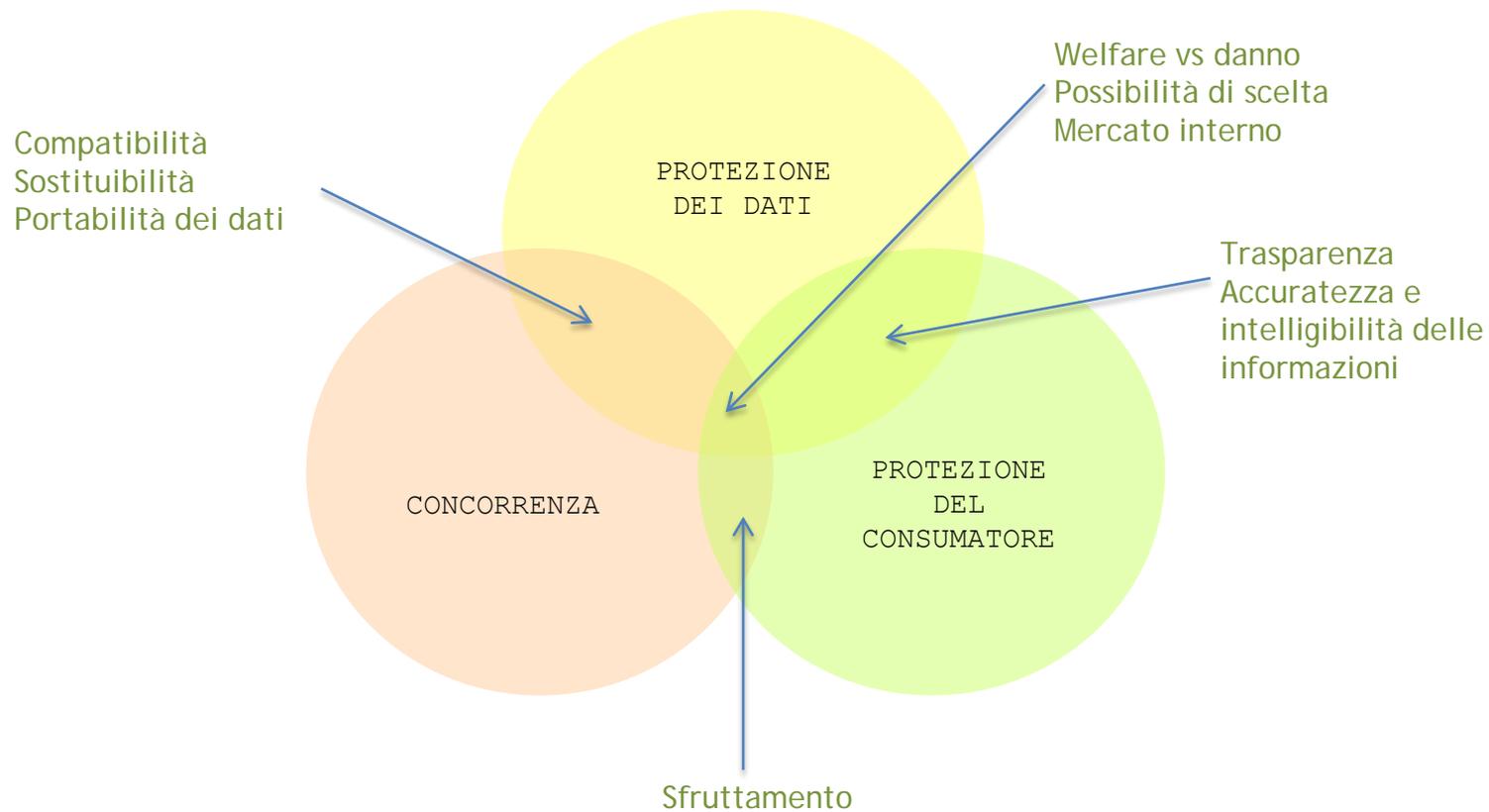
Utilizzi (buoni e «cattivi») dei Big Data

- I Big Data e la profilazione del consumatore: prezzi personalizzati e pubblicità mirata
- Il mercato della pubblicità *on-line*: il secondo versante delle piattaforme a più versanti...quello dove si «fanno i soldi»...
- Il mercato della pubblicità *on-line*: dinamico e innovativo. Le imprese competono sul piano tecnologico e degli algoritmi per aumentare l'efficacia dei messaggi

Utilizzi (buoni e «cattivi») dei Big Data

- Big Data e bassa protezione della privacy? In che misura rileva sotto il profilo antitrust?
- Il caso *Facebook* (Germania): *i)* dominante nel mercato dei social network?! *ii)* le condizioni contrattuali violano la privacy e ciò costituirebbe un abuso di dominanza...

La strumentazione disponibile



I Big Data e le sfide per l'antitrust

- **Big Data e Condotte Unilaterali:** sfruttamento (chiedo sempre più dati individuali); *switching cost* (domanda meno mobile per paura di perdere i propri dati...); violazione della privacy; rifiuto di concedere l'accesso ai dati e *essential facility*...
- **Big Data e Collusione:** la nuova frontiera degli algoritmi e dell'intelligenza artificiale
- **Big Data e Concentrazioni:** le soglie di fatturato dicono poco e le «conglomerati» vanno esaminate con lenti nuove

I Big Data e le sfide per l'antitrust

- La tradizionale scatola degli attrezzi e la teoria economica sono adeguate per fronteggiare le nuove sfide
- La velocità dell'innovazione e l'intreccio con altre dimensioni più marcate che in altri casi ma i nodi «non nuovi»...
- ...potere di mercato e potere (fin dalle origini dell'antitrust), concorrenza dinamica e statica, collusione tacita (i.e. adattamento intelligente, lecito) vs. collusione esplicita (i.e. concertazione)

I Big Data e le sfide: la politica economica

- La globalizzazione, l'economia digitale, le tecnologie distruttive e la concorrenza, la crescita, l'occupazione e la diseguaglianza...
- ...anche questi temi non nuovi ma assai complessi.
- La concorrenza da sola non basta ma i benefici della globalizzazione e dell'economia digitali non vanno dimenticati (e scoraggiati) quando si mette mano alla regolazione per governare i processi!!

Big Data, algoritmi e economia digitale: per chi vuol saperne di più

- Evans D.S. and Schmalansee R. (2016), *Matchmakers. The New Economics of Multisided Platforms*, Harvard Business Review Press.
- Eyrachi A. e Stucke M. (2016), *Virtual Competition*, Harvard University Press.
- French and German Competition Agencies (2016), *Antitrust and Data*.
- Muscolo, G. (2017), "Big Data e concorrenza: quale rapporto?" in Falce, V. e Olivieri, G. (eds.) "Big Data e Concorrenza nei Mercati Innovativi", Giuffrè, in via di pubblicazione
- Oecd (2016), *Big Data: Bringing Competition Policy to the Digital Era*, Paris, November.
- Oecd (2017), *Algorithms and Collusion*, Paris, June.
- Patterson M., (2017), *Antitrust in the New Economy: Google, Yelp, Libor and the Control of Information*, Harvard University Press
- Pezzoli, A. (2017), "Big Data e antitrust: un'occasione per tornare ad occuparci di struttura?" in Falce, V. e Olivieri, G. (eds.) "Big Data e Concorrenza nei Mercati Innovativi", Giuffrè, in via di pubblicazione

Grazie per l'attenzione e...la pazienza!!

Andrea Pezzoli

Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato

andrea.pezzoli@agcm.it