

Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato

Concorso pubblico, per titoli ed esami, a quattro posti nella qualifica di funzionario in prova, con formazione economica, nel ruolo della carriera direttiva al livello 6 della tabella stipendiale dei Funzionari dell'Autorità (2024F6EC - Delibera del 17 dicembre 2024 – Avviso di Concorso pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica, IV[^] Serie speciale - Concorsi ed esami, n. 6 del 21/01/2025)

Prova scritta del 10 luglio 2025

TRACCIA N. 2

Quesito 1

1. Definizioni e motivazioni
 - a. Che cosa si intende per fusione orizzontale? In che cosa differisce da una fusione verticale?
 - b. Quali sono le principali ragioni economiche che spingono le imprese a fondersi orizzontalmente? Quali tipi di sinergie vengono spesso citate nei casi di fusione orizzontale?
 - c. Quali sono le principali ragioni economiche che spingono le imprese a fondersi verticalmente? Quali tipi di efficienze vengono spesso citate nei casi di fusione verticali?

2. Conseguenze potenziali
 - a. Si spieghi attraverso quali meccanismi una fusione orizzontale può incidere sui prezzi, sulla quantità offerta e sul benessere dei consumatori.
 - b. Si spieghi attraverso quali meccanismi una fusione verticale può incidere sui prezzi, sulla quantità offerta e sul benessere dei consumatori.

3. Modello di Cournot
 - a. In un semplice modello con domanda lineare e costi marginali costanti si mostri l'effetto di una fusione tra due imprese su prezzi e quantità.
 - b. Si discuta se e quando la fusione può essere profittevole. Si illustrino i meccanismi economici sottostanti.

- c. Si mostri come la presenza di efficienze possa controbilanciare gli effetti negativi di una fusione sul benessere dei consumatori.
- d. Si spieghi cos'è l'HHI (Indice di Herfindahl-Hirschman) e si discuta quale relazione ha con il potere di mercato nell'equilibrio di un modello di Cournot.

Quesito 2

- 1. Concetti di base
 - a. Si discuta come i dati personali possono essere utilizzati a fini commerciali.
 - b. Che cos'è la discriminazione di prezzo? Quali sono le sue principali forme (di primo, secondo e terzo grado)?
 - c. In che modo la raccolta di dati personali può facilitare la discriminazione di prezzo?
- 2. Analisi economica
 - a. Si spieghi perché, da un punto di vista economico, la discriminazione di prezzo può aumentare l'efficienza. Si illustrino quali sono i rischi dal punto di vista distributivo.
 - b. Si discuta quale ruolo gioca la privacy nella capacità delle imprese di estrarre surplus dal consumatore, anche con riferimento a esempi concreti nel settore digitale.
- 3. Privacy e concorrenza
 - a. Si discuta come il livello di privacy può essere concettualizzato in un contesto competitivo.
 - b. Si discuta il legame tra intensità della concorrenza e privacy e le implicazioni per l'*enforcement* antitrust.