

# INDICE

	<i>pag.</i>
<i>Prefazione</i>	XIII
<i>Sistema di citazioni</i>	XVII

## CAPITOLO I ANTITRUST: DIRITTO, ECONOMIA E DEMOCRAZIA

1. <i>Sweet home, Chicago</i>	1
2. Concorrenza e monopolio nella prospettiva economica	6
3. L'efficienza economica quale obiettivo esclusivo del diritto antitrust	9
4. Chicago e l'economia comportamentale	13
5. <i>La rule of reason</i> : Chicago nel 'mare del dubbio'	17
6. Diritto antitrust, potere economico e democrazia	21
7. Gli obiettivi del diritto antitrust dell'Unione europea	28

## CAPITOLO II LE INTESE RESTRITTIVE DELLA CONCORRENZA

1. Le nozioni di impresa e di associazione di imprese	39
2. Le intese: accordi, decisioni di associazioni e pratiche concordate	45
3. Comportamenti privi della natura di intesa	50
4. Intese restrittive della concorrenza 'per oggetto o per effetto'	54
5. Intese che esulano dall'art. 101	60
6. Accordi collettivi concernenti le condizioni di lavoro	66
7. Le intese esentate dal divieto dell'art. 101	72
8. La nullità delle intese vietate ai sensi dell'art. 101	78

### CAPITOLO III

#### LE RESTRIZIONI ORIZZONTALI

1. I cartelli e le altre intese collusive	81
2. <i>Ratio</i> e dinamica della collusione	85
3. La collusione effettuata mediante scambi di informazioni	88
4. La collusione algoritmica	84
5. La perimetrazione soggettiva e temporale delle infrazioni	101
6. L'imputazione della responsabilità ai soggetti giuridici che costituiscono l'impresa	106
7. Collusione e disciplina delle prove: standard probatorio e regole di valutazione delle prove	112
8. ( <i>Segue</i> ): presunzioni probatorie, valore probatorio dei mezzi di prova e 'dottrina del pubblico distanziamento'	117

### CAPITOLO IV

#### LE RESTRIZIONI VERTICALI

1. Le motivazioni economiche delle restrizioni verticali	125
2. Il quadro generale della disciplina delle restrizioni verticali definito dal VBER	129
3. La 'zona di sicurezza' delle intese verticali: la regola della 'doppia soglia del 30%'	133
4. L'imposizione dei prezzi di rivendita	136
5. Le restrizioni della concorrenza nei sistemi di distribuzione esclusiva	141
6. Le restrizioni della concorrenza nei sistemi di distribuzione selettiva, nella distribuzione 'libera' e nel <i>franchising</i>	146
7. Le restrizioni verticali del commercio <i>on-line</i>	151
8. La duplice distribuzione	155
9. L'accordo di agenzia commerciale e la distribuzione 'ibrida'	158
10. Obblighi di non concorrenza e clausole di parità	162
11. Fornitura esclusiva e subfornitura	166

### CAPITOLO V

#### L'ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

1. La posizione dominante, individuale e collettiva	171
-----------------------------------------------------	-----

	<i>pag.</i>
2. Il mercato rilevante	177
3. Abusi di sfruttamento e abusi di esclusione	182
4. Capacità dell'abuso di produrre effetti, mercati in cui si manifesta l'abuso, intento abusivo	186
5. Le giustificazioni degli abusi di posizione dominante	191
6. La creazione o il rafforzamento di una posizione dominante nell'ambito della disciplina delle concentrazioni	196

## CAPITOLO VI

## GLI ABUSI DI SFRUTTAMENTO

1. <i>Children of a lesser god</i>	203
2. I prezzi eccessivi	204
3. I test di valutazione della eccessività del prezzo	207
4. Le condizioni di transazione non eque	213
5. Forme ed effetti della discriminazione tramite i prezzi	219
6. La discriminazione tramite i prezzi nell'art. 102	222
7. ( <i>Segue</i> ): la nozione di 'svantaggio per la concorrenza'	225

## CAPITOLO VII

## GLI ABUSI DI ESCLUSIONE

1. <i>Competition on the merits</i>	229
2. I prezzi sottocosto e gli sconti selettivi	235
3. Gli impegni di acquisto esclusivo e le pratiche scontistiche	240
4. L'applicazione del test AEC alle pratiche scontistiche	245
5. La teoria della leva e le vendite collegate	249
6. Il rifiuto di contrattare e la dottrina della <i>essential facilities</i>	256
7. La compressione dei margini	261
8. Il 'favoritismo'	264