



Il G7 sottoscrive un *Common Understanding* sulle sfide dell'economia digitale nel campo antitrust

📅 09/09/2019

📖 PROSPETTIVE, DIRITTO EUROPEO E DELLA CONCORRENZA, GLOBALLY MINDED

Roberto A. Jacchia
Marco Stillo

In data 5 giugno 2019, nel corso del *summit* tenutosi a Chantilly, le autorità di concorrenza dei Paesi del G7 (Canada, Francia, Germania, Italia, Giappone, Regno Unito e Stati Uniti)¹ e la Commissione Europea avevano sottoscritto un *Common Understanding*² riguardante le sfide che l'economia digitale pone in materia di antitrust.

L'accordo, adottato a Biarritz dai Ministri delle finanze e dai governatori delle Banche centrali il 18 luglio 2019, si propone di promuovere una maggiore cooperazione a livello internazionale nell'applicazione delle normative a tutela della concorrenza. A tal fine, esso si focalizza su quattro punti essenziali.

In primo luogo, l'importanza dei mercati competitivi. L'economia digitale ha radicalmente trasformato il modo in cui

¹ Il G7 è un'organizzazione intergovernativa e internazionale composta dalle sette maggiori economie avanzate del pianeta, il cui peso politico, economico, industriale e militare è ritenuto di centrale importanza su scala globale. Nata nel 1975, essa si propone di facilitare le iniziative macroeconomiche condivise dai suoi e di monitorare gli sviluppi nell'economia mondiale.

² Il documento è consultabile al seguente [LINK](#).



vengono prodotti e venduti beni e servizi, creando nuove opportunità di *business*, rimodellando le industrie e garantendo maggiore trasparenza ai consumatori. Pertanto, è fondamentale una politica della concorrenza che, da un lato, asseconi la trasformazione digitale indirizzata alla crescita e all'innovazione e, dall'altro, salvaguardi la fiducia dei consumatori nei mercati digitali. In ciò, i *Big Data*³ sono destinati a svolgere un ruolo centrale, in quanto la raccolta di dati è in grado di favorire la concorrenza migliorando la qualità di beni e servizi e creandone anche di nuovi.

In secondo luogo, l'economia digitale pone anche delle sfide, e per poterle affrontare il diritto della concorrenza deve essere flessibile, senza però rinunciare ai suoi principi guida e obiettivi. Benché la normativa vigente in materia fornisca già gli strumenti e i mezzi necessari per approfondire le conoscenze dei nuovi modelli di *business* ed il loro impatto sulla concorrenza, quali ad esempio le analisi di mercato e le indagini di settore, è necessario che le autorità antitrust condividano in misura sempre maggiore le loro conoscenze e *best practice*. In questo modo, esse saranno in grado di ampliare le proprie competenze per essere in grado di affrontare concretamente le problematiche dell'economia digitale.

In terzo luogo, spetta ai governi stabilire se le loro leggi e regolamenti limitino

ingiustificatamente la concorrenza nei mercati digitali, tenendo in considerazione possibili alternative non-concorrenziali laddove possibile. Un incremento di regolazione, infatti, anziché incoraggiare la concorrenza, potrebbe avere un effetto opposto, ad esempio innalzando i costi di ingresso e rafforzando la posizione degli *incumbent*⁴. Per questo motivo, monitorare l'impatto della nuova regolazione e modificare periodicamente quella esistente potrebbe rivelarsi uno strumento idoneo al fine di mantenere competitivi i mercati.

Infine, data la natura transfrontaliera dell'economia digitale, una maggiore cooperazione internazionale nell'applicazione delle normative antitrust potrebbe favorire a tutti gli effetti la creazione di un ambiente concorrenziale, di cui potrebbero beneficiare anche le imprese. Proprio per questo, le autorità antitrust accolgono con favore iniziative come il *Common Understanding*, volte ad integrare e supportare le azioni nazionali ed internazionali di settore, rendono disponibile il loro contributo ai governi, continuando a cooperare nelle sedi istituzionali e all'interno dei gruppi di lavoro *ad hoc*.

³ Per ulteriori informazioni, si veda il nostro precedente contributo, disponibile al seguente [LINK](#).

⁴ In gergo tecnico, per *incumbent* si intende un'impresa, solitamente di grandi dimensioni, che è monopolista di uno specifico mercato e tenta di bloccare l'entrata di altre imprese, definite come entranti. Tuttavia, *incumbent* di un mercato può essere anche un gruppo di imprese oligopoliste che agiscono all'unisono per bloccare l'ingresso di nuovi competitori.



Roberto A. Jacchia
PARTNER

 r.jacchia@dejalex.com

 +39 02 72554.1

 Via San Paolo 7
20121 - Milano

Marco Stillo
ASSOCIATE

 m.stillo@dejalex.com

 +32 (0)26455670

 Chaussée de La Hulpe 187
1170 - Bruxelles

MILANO

Via San Paolo, 7 · 20121 Milano, Italia
T. +39 02 72554.1 · F. +39 02 72554.400
milan@dejalex.com

ROMA

Via Vincenzo Bellini, 24 · 00198 Roma, Italia
T. +39 06 809154.1 · F. +39 06 809154.44
rome@dejalex.com

BRUXELLES

Chaussée de La Hulpe 187 · 1170 Bruxelles, Belgique
T. +32 (0)26455670 · F. +32 (0)27420138
brussels@dejalex.com

MOSCOW

Ulitsa Bolshaya Ordynka 37/4 · 119017, Moscow, Russia
T. +7 495 792 54 92 · F. +7 495 792 54 93
moscow@dejalex.com