Abstract progetto di ricerca

Il progetto di ricerca si propone di analizzare i contratti di esclusiva quando l’acquirente non è un consumatore finale ma un'impresa che compete in un mercato downstream. In questo contesto, i contratti di esclusiva possono assolvere due funzioni: escludere dal mercato un rivale in accordo con la teoria del “demand boost”, o costituire un commitment a non espandere le vendite in accordo con la teoria di Hart e Tirole (1990). Il progetto analizza le determinanti del prevalere dell’una o dell’altra finalità, concentrandosi in particolare su tre fattori: l’intensità della concorrenza upstream (interbrand competition), l’intensità della concorrenza downstream (intrabrand competition) e il vantaggio competitivo dell’impresa dominante.

The research project is aimed at analyzing the role of exclusivity clauses when buyers are not final consumers but downstream firms that compete with each other. In this framework, exclusive dealing contracts may serve to foreclose rivals, in accordance with the “demand boost” theory, or to allow upstream firms to commit not to overflood the market, in accordance with Hart and Tirole (1990). The project aims to identify under what condition either motive prevails, focusing in particular on three factors: the intensity of inter-brand competition, the intensity of intra-brand competition, and the size of the dominant firm’s competitive advantage.

Programma delle attività

1. Rassegna della letteratura (mesi 1-4)
2. Analisi di casi antitrust rlevanti (mesi 5-8)
3. Analisi numerica dei modelli teorici sviluppati in collaborazione col tutor (mesi 9-12)

Schedule of activities

1. Review of the relevant literature (months 1-4)
2. Analysis of relevant antitrust cases (mnths 5-8)
3. Numerical analysis of theoretical models developed jointly with the project’s tutor (months 9-12)