

# Assegno Almaidea Argentesi

## ITALIANO

### 1) Abstract

Il progetto si propone di analizzare un fenomeno molto rilevante per le dinamiche competitive dei mercati a due lati (two-sided markets) ed in particolare dei mercati digitali, ovvero il *multi-homing*, che consiste nell'utilizzo di più piattaforme da parte degli utenti. Questo fenomeno esiste ovviamente anche nei mercati tradizionali, ma è più pervasivo nei mercati digitali dove il costo di utilizzare piattaforme diverse è basso o nullo.

Il multi-homing è generalmente considerato come un fattore che può mitigare gli effetti anticoncorrenziali derivanti dalle esternalità di rete che caratterizzano queste piattaforme perché riduce il loro potere di mercato sugli utenti, dato che essi non sono più esclusivi. Tuttavia, se si pensa all'effetto delle fusioni, un livello elevato di multi-homing tra le imprese che si fondono potrebbe esacerbare i potenziali effetti anticoncorrenziali dell'operazione, creando una base di utenti più esclusiva e incrementando pertanto il potere di mercato. Quantificare il fenomeno del multi-homing consente pertanto di derivare implicazioni sul potere di mercato delle piattaforme.

Il progetto ha quindi l'obiettivo di stimare empiricamente la rilevanza e l'impatto del multi-homing tra le piattaforme digitali utilizzando una banca dati disponibile presso il Joint Research Center (JRC) della Commissione Europea a Siviglia.

### 2) Programma delle attività

- a) Preparazione del dataset (mesi 1-5)
- b) Stime econometriche (mesi 6-10)
- c) Simulazioni ed esercizi di policy (mesi 11-12)

## INGLESE

### 1) Abstract

The project aims at studying the phenomenon of multi-homing, a topical empirical theme for competition in two-sided markets and particularly in digital markets. Users of two-sided platforms may patronize more than one platform, i.e. they may multi-home. This is true in the offline world (think of readers that buy more than one newspaper), but multi-homing is a widespread phenomenon in digital platforms. This is most likely due to the fact that the cost of multi-homing has dramatically dropped.

Multi-homing is important to the analysis of firms' behavior and competition policy interventions as it has been consistently regarded as a factor that mitigates the potential anticompetitive effects of network externalities, since outlets cannot fully extract advertising rents on shared users. However, when considering for instance the impact of mergers, if there is multi-homing between the merging parties, multi-homing users may become exclusive to the merging parties. This may strengthen the merging parties' post-merger market power and therefore exacerbate the anti-competitive concerns of a merger.

The objective of the project is therefore to quantify the extent of multi-homing between digital platforms on a database of online traffic that is available at the Joint Research Center of the European Commission in Seville.

## **2) Workplan**

- a) Preparation of the dataset (months 1-5)
- b) Econometric estimation (months 6-10)
- c) Simulations and policy exercises (months 11-12)