# CONCORRENZA E MERCATO
## COMPETITION, REGULATION, CONSUMER WELFARE, IP

# CALL FOR PAPERS 2016

La cosiddetta era digitale ha contribuito al successo di **nuovi modelli di impresa** (si pensi ai motori di ricerca come *Google* o ai *social network* come *Facebook*), alla **riorganizzazione di servizi** (si pensi ad *Uber* rispetto al servizio tradizionale di taxi o NCC) e allo sviluppo del **commercio elettronico** (rispetto alle più tradizionali modalità di distribuzione di beni e servizi).

I **mercati digitali** sono caratterizzati da aspetti peculiari (come, ad esempio, gli effetti di rete, i mercati a più versanti, la contendibilità, le piattaforme), molti dei quali sono già stati oggetto di analisi da parte della Commissione europea, delle corti dell'UE e nazionali, nonché delle Autorità nazionali di concorrenza: si pensi, per citare quelli più celebri, ai casi *Microsoft*, *Google, Facebook/WhatsApp*.

La presente ***Call for Papers*** intende approfondire, attraverso saggi scientifici, gli **aspetti più strettamente concorrenziali dei *Big Data***.

I *Big Data* implicano la creazione di grandi quantità di dati prodotti, immagazzinati, organizzati e utilizzati velocemente attraverso le tecnologie ICT, sia nel **settore pubblico** (***Public Sector Information***), sia in quello **privato.**

In entrambi i casi, i *Big Data* possono **incidere sulla concorrenza** in molti modi:

1. ***"fondamenti" del diritto antitrust***: il fenomeno dei *Big Data* esige la **ridefinizione dei concetti basilari del diritto della concorrenza**? Ad esempio, la definizione di mercato rilevante al tempo dei *Big Data* necessita che questo sia declinato specialmente in considerazione del ruolo dei consumatori?
2. ***Regime di accesso ai Big Data***: a chi **appartengono** i *Big Data*? Qual è o quale dovrebbe essere il **regime di accesso** preferibile al fine di mantenere condizioni di concorrenza tra *provider* di piattaforme per i *Big Data* e tra questi e le imprese che sviluppano applicazioni? Fino a che punto e in base a quali condizioni i *Big Data* dovrebbero essere resi disponibili per il riutilizzo in altre piattaforme (portabilità dei dati)? Il regime di accesso dovrebbe essere differente nel caso di *Big Data* gestiti da soggetti pubblici o privati?

# BIG DATA E CONCORRENZA

AND COMPETITION




3. ***Riutilizzo e strategie di prezzo***: fino a che punto i "proprietari" dei *Big Data* e i *provider* sono liberi di stabilire le condizioni contrattuali per il **riutilizzo commerciale o non commerciale** dei dati? Vi sono strategie di prezzo relative ai *Big Data* da considerarsi sospette in base al diritto della concorrenza (i.e. differenziazione di prezzo, discriminazione, ecc.)?
4. ***"Portabilità" dei Big Data***: i *Big Data* sono di solito generati ed organizzati da un soggetto che, spesso, adotta strategie che **impediscono il loro riutilizzo con tecnologie diverse**. In che modo gli *enforcer* devono bilanciare le restrizioni alla concorrenza che ne derivano con il diritto d'esclusiva dei soggetti che hanno elaborato i dati?
5. ***Effetti di lock-in e leveraging***: i mercati dei Big Data tendono ad essere monopolistici. Poiché questi sono basati sull'erogazione di servizi "ritagliati" sul consumatore, ciò può generare **effetti di *lock-in*** e rafforzare le capacità di ***leveraging*** dei giganti digitali che, così, estendono il proprio potere di mercato in settori attigui. In che modo il diritto antitrust dovrebbe reagire? Dovrebbe adottare rimedi *ex ante* per evitare il rischio di *leveraging* o dovrebbe invece lasciare il mercato libero di adattarsi?
6. ***Apporto dei consumatori alla definizione del potere di mercato***: i consumatori, mediante l'utilizzo prodotti e servizi digitali o semplicemente agendo, "alimentano" costantemente il serbatoio di *Big Data* a disposizione delle imprese o del settore pubblico. E' possibile affermare che gli strumenti tradizionali del diritto antitrust non colgono appieno il **contributo fornito dai consumatori alla creazione o al rafforzamento delle posizioni dominanti** nei mercati dei *Big Data*?
7. ***Interazioni tra disciplina antitrust e della privacy***: venuta meno l'automatica equivalenza tra regole di *privacy* vigenti negli Stati Uniti e negli Stati membri dell'UE per effetto dell'annullamento dell'accordo *Safe Harbour* del 2000 (decisione della Corte di giustizia UE in causa C-362/14), in che modo le differenti discipline della riservatezza e della protezione dei dati possono diventare fattori di **confronto concorrenziale tra imprese europee e statunitensi**? Ovvero, la disciplina della *privacy* dovrebbe essere "neutrale" rispetto alle questioni più strettamente concorrenziali che interessano le imprese che gestiscono i *Big Data*?
8. ***Interazioni tra disciplina antitrust e tutela dei consumatori***: in che modo il rapporto tra antitrust e tutela dei consumatori dovrebbe porsi nei confronti di quelle imprese digitali che non tutelano adeguatamente il consumatore ma sono considerate campioni della "concorrenza basata sul merito" *(competition on the merits*) dalle autorità antitrust? Come dovrebbero essere trattate **in una prospettiva *multi-jurisdictional***?
9. ***Interazioni tra disciplina antitrust e diritto della proprietà intellettuale***: le imprese private che posseggono *Big Data*, così come i *provider*, possono detenere **diritti di proprietà intellettuale**, ad es., sulle loro banche dati (i.e. diritti che coprono le modalità con cui i dati sono immagazzinati, classificati, organizzati, ecc.). Oppure ancora, tali imprese potrebbero ottenere il consenso dai proprietari dei *Big Data* per **utilizzi** (si pensi allo sviluppo di applicazioni) che potrebbero essere coperti da diritti di proprietà intellettuale. In questo quadro, quali possono essere le interazioni tra antitrust e tutela della proprietà intellettuale? Come evitare effetti di *foreclosure* anticoncorrenziali derivanti dai diritti di proprietà intellettuale?
10. ***Interazioni tra Autorità antitrust e altre Autorità di regolazione***: in molti Paesi i *Big Data* sono sottoposti a **regolazione** da parte di soggetti pubblici (si pensi ai *Big Data* nel settore pubblico, frequentemente soggetti a regimi di *open access*, la cui applicazione è affidata ad un soggetto pubblico), siano questi il regolatore delle comunicazioni, o quello della trasparenza, il garante della *privacy*, il soggetto deputato ad attuare l'agenda digitale. Quali possono essere le interazioni tra Autorità antitrust e altre autorità che regolano i *Big Data*?
11. ***Public e private enforcement* del diritto antitrust:** quali sono, più in generale, gli **scenari e le tendenze del *public* e del *private enforcement*** del diritto antitrust nei mercati dei *Big Data*?

**Gli articoli completi,** in versione definitiva e **conformi ai criteri redazionali vanno inviati via email a: concorrenzaemercato@gmail.com entro il 15 febbraio 2016**

- Il Comitato di redazione (dott.ri Marilena Filippelli, Antonio Dell'Atti, Fabio Di Cristina, Luca Di Donato, Valeria Villella) è disponibile per qualsiasi richiesta di informazione.
- I contributi che i Direttori riterranno particolarmente meritevoli potranno essere presentati nel corso di un **convegno** che si terrà a Roma a marzo 2016. L'eventuale accettazione dei contributi per la presentazione sarà comunicata in tempo utile.
- Gli articoli possono essere scritti in italiano, inglese o francese. Altre lingue saranno accettate discrezionalmente dal Comitato di redazione.
  Il **doppio referaggio anonimo** sarà condotto con il coinvolgimento del Comitato scientifico conformemente al Regolamento della rivista.
- L'accettazione dei contributi sarà comunicata agli autori entro il 30 marzo 2016. Gli articoli corretti a seguito del referaggio devono essere inviati al Comitato editoriale entro il 30 aprile 2016.
- I contributi non devono essere stati pubblicati o accettati per la pubblicazione in altre riviste, in volumi o in collane di *working papers.*
- Gli articoli accettati per la pubblicazione saranno pubblicati nel n. 2016 di Concorrenza e mercato.

**N.B.: sarà valutata la pubblicazione di contributi di diritto ed economia della concorrenza diversi da quelli indicati nella presente *Call for Papers*.**

- Il Regolamento della rivista e i criteri redazionali ed editoriali sono disponibili al seguente link: http://ricerca.giurisprudenza.luiss.it/centri-di-ricerca/opicc/concorrenza-e-mercato