

Domanda 1: Costi di Produzione

Quale delle seguenti affermazioni sui costi di produzione è corretta?

- A) I costi fissi sono sempre indipendenti dal livello di produzione.
- B) I costi variabili diminuiscono al crescere della produzione.
- C) I costi marginali sono calcolati come la variazione dei costi totali in relazione alla variazione delle quantità prodotte.
- D) I costi totali sono uguali alla somma dei costi fissi e variabili a livello di produzione ottimale.

Risposta corretta: C) I costi marginali sono calcolati come la variazione dei costi totali in relazione alla variazione delle quantità prodotte.

Spiegazione: I costi marginali si calcolano come la variazione dei costi totali derivante da una variazione di una unità della produzione. Le altre risposte sono imprecise. I costi fissi non sono indipendenti dal livello di produzione (A), i costi variabili tendono ad aumentare con la produzione (B), e i costi totali non sono uguali alla somma dei costi fissi e variabili solo nel caso di produzione ottimale (D), ma in generale lo sono in ogni livello di produzione.

Domanda 2: Struttura di Mercato

Quale delle seguenti strutture di mercato è caratterizzata dalla presenza di molte imprese che vendono prodotti omogenei?

- A) Monopolio
- B) Oligopolio
- C) Concorrenza perfetta
- D) Monopolio naturale

Risposta corretta: C) Concorrenza perfetta

Spiegazione: Nella concorrenza perfetta, ci sono molte imprese che vendono prodotti omogenei, e nessuna impresa ha il potere di influenzare il prezzo di mercato. Al contrario, nelle altre strutture di mercato (monopolio, oligopolio, monopolio naturale), i prodotti non sono perfettamente omogenei, e ci sono limitazioni alla concorrenza.

Domanda 3: Economia di Scala

Le economie di scala si verificano quando:

- A) I costi medi di produzione aumentano all'aumentare della produzione.
- B) I costi medi di produzione diminuiscono all'aumentare della produzione.
- C) Le aziende operano in condizioni di monopolio.
- D) Il prezzo di mercato aumenta all'aumentare della produzione.

Risposta corretta: B) I costi medi di produzione diminuiscono all'aumentare della produzione.

Spiegazione: Le economie di scala si verificano quando l'aumento della produzione porta a una riduzione dei costi medi per unità. Questo accade perché i costi fissi vengono distribuiti su un numero maggiore di unità prodotte, abbattendo il costo medio per unità.

Domanda 4: Teoria dei Giochi

Nel contesto di un oligopolio, quale delle seguenti affermazioni è più corretta riguardo alla competizione tra le imprese?

- A) Le imprese operano indipendentemente e non influenzano le decisioni dei concorrenti.
- B) Le imprese tendono a colludere per massimizzare i profitti collettivi.
- C) Le imprese competono sempre sul prezzo per ottenere quote di mercato.
- D) Le imprese non si preoccupano delle reazioni dei concorrenti.

Risposta corretta: B) Le imprese tendono a colludere per massimizzare i profitti collettivi.

Spiegazione: In un oligopolio, poche imprese dominano il mercato, e spesso esse tendono a colludere per massimizzare i profitti, riducendo la concorrenza. Sebbene esistano strategie competitive (come la competizione sul prezzo), la collusione è un comportamento tipico in questo tipo di mercato.

Domanda 5: Curva di Isocosto

Quale delle seguenti affermazioni è corretta riguardo alla curva di isocosto?

- A) La curva di isocosto rappresenta tutte le combinazioni di input che producono lo stesso livello di output.
- B) La curva di isocosto rappresenta tutte le combinazioni di input che si possono acquistare per un dato livello di spesa.
- C) La curva di isocosto è sempre inclinata negativamente.
- D) La curva di isocosto non ha alcuna relazione con la funzione di produzione.

Risposta corretta: B) La curva di isocosto rappresenta tutte le combinazioni di input che si possono acquistare per un dato livello di spesa.

Spiegazione: La curva di isocosto mostra le diverse combinazioni di input che un'impresa può acquistare con una determinata quantità di spesa. È una rappresentazione del vincolo di bilancio per l'impresa. La risposta A riguarda la

curva di isoquante, non quella di isocosto. La risposta C è corretta solo in alcuni casi, ma non è sempre valida. La risposta D è errata poiché la curva di isocosto è correlata alla funzione di produzione in quanto riflette le combinazioni di input utilizzabili.

Domanda 6: Modello di Competizione Monopolistica

Quale delle seguenti affermazioni descrive meglio la competizione monopolistica?

- A) Le imprese sono tutte identiche e i consumatori hanno perfetta conoscenza dei prezzi.
- B) Le imprese vendono prodotti omogenei, ma ogni impresa ha potere di mercato.
- C) Ogni impresa produce un prodotto differenziato, ma ci sono molte imprese.
- D) Le imprese possono entrare e uscire liberamente dal mercato.

Risposta corretta: C) Ogni impresa produce un prodotto differenziato, ma ci sono molte imprese.

Spiegazione: La competizione monopolistica è un tipo di mercato in cui molte imprese vendono prodotti che sono simili ma differenziati (per esempio, marche diverse di un prodotto simile). Le imprese hanno un certo potere di mercato, ma ci sono molte alternative per i consumatori.

Capitolo 7**Domanda 1: Cos'è un monopolio naturale?**

- A) Un mercato in cui l'ingresso di nuove imprese è impedito da barriere legali.
- B) Un mercato in cui un'unica impresa può produrre a costi inferiori rispetto a più imprese.
- C) Un mercato in cui tutte le imprese sono uguali e competono perfettamente.
- D) Un mercato in cui le imprese differenziano i loro prodotti per attrarre consumatori diversi.

Risposta corretta:

- B) Un mercato in cui un'unica impresa può produrre a costi inferiori rispetto a più imprese.

Spiegazione:

Un monopolio naturale si verifica quando le economie di scala sono così marcate che un'unica impresa può produrre l'intera offerta di mercato a un costo inferiore rispetto a più imprese. Questo rende inefficiente la presenza di più produttori nel mercato.

Domanda 2: Qual è l'effetto della differenziazione orizzontale sui consumatori?

- A) Aumenta la varietà dei prodotti disponibili, permettendo ai consumatori di scegliere in base ai propri gusti.
- B) Riduce la varietà dei prodotti, concentrando l'offerta su pochi modelli standardizzati.
- C) Aumenta i prezzi, ma senza migliorare la qualità percepita dai consumatori.
- D) Non ha alcun effetto significativo sulla scelta dei consumatori.

Risposta corretta:

- A) Aumenta la varietà dei prodotti disponibili, permettendo ai consumatori di scegliere in base ai propri gusti.

Spiegazione:

La differenziazione orizzontale implica la creazione di varianti di prodotto che rispondono a preferenze diverse dei consumatori. Questo approccio amplia la scelta disponibile, consentendo ai consumatori di selezionare prodotti che meglio soddisfano i loro gusti personali.

Domanda 3: Come si comporta un monopolista nel determinare il prezzo di vendita?

- A) Fissa il prezzo in modo che il ricavo marginale sia uguale al costo marginale.
- B) Fissa il prezzo al livello del costo medio per massimizzare la produzione.
- C) Fissa il prezzo al livello del costo marginale per massimizzare i profitti.
- D) Fissa il prezzo arbitrariamente, senza considerare il costo di produzione.

Risposta corretta:

- A) Fissa il prezzo in modo che il ricavo marginale sia uguale al costo marginale.

Spiegazione:

Un monopolista massimizza i profitti producendo la quantità in cui il ricavo marginale (MR) è uguale al costo marginale (MC). Questo punto determina il livello ottimale di produzione e, conseguentemente, il prezzo di vendita.

Domanda 4: Qual è una caratteristica distintiva della concorrenza monopolistica rispetto alla concorrenza perfetta?

- A) Le imprese offrono prodotti differenziati, permettendo loro di fissare prezzi superiori al costo marginale.
- B) Le imprese offrono prodotti identici e sono price takers.
- C) Le imprese non hanno libertà di entrare o uscire dal mercato.
- D) Le imprese non perseguono la massimizzazione del profitto.

Risposta corretta:

- A) Le imprese offrono prodotti differenziati, permettendo loro di fissare prezzi superiori al costo marginale.

Spiegazione:

Nella concorrenza monopolistica, le imprese offrono prodotti differenziati che non sono perfetti sostituti. Questo consente loro di avere un certo potere di mercato, fissando prezzi superiori al costo marginale, ma con la possibilità di entrare o uscire liberamente dal mercato.

Domanda 5: Qual è l'effetto della discriminazione di prezzo sul benessere sociale?

- A) Può aumentare il benessere sociale, riducendo la perdita secca di monopolio.
- B) Riduce il benessere sociale, aumentando la perdita secca di monopolio.
- C) Non ha alcun effetto sul benessere sociale.
- D) Aumenta il benessere sociale solo se applicata uniformemente a tutti i consumatori.

Risposta corretta:

- A) Può aumentare il benessere sociale, riducendo la perdita secca di monopolio.

Spiegazione:

La discriminazione di prezzo consente al monopolista di vendere a prezzi diversi a consumatori diversi, aumentando la quantità venduta e riducendo la perdita secca di monopolio. Tuttavia, l'effetto sul benessere sociale dipende dalle specifiche condizioni del mercato e dalle modalità di applicazione della discriminazione.

Domanda 1: Cos'è la differenziazione verticale del prodotto?

- A) Creazione di varianti di prodotto destinate a diversi segmenti di mercato.
- B) Offerta di prodotti con caratteristiche qualitative diverse, ma senza variazioni evidenti nel prezzo.
- C) Introduzione di prodotti con qualità e prezzi differenti, indirizzati a consumatori con diverse disponibilità a pagare.
- D) Modifica del prodotto per adattarlo a diverse normative locali.

Risposta corretta:

- C) Introduzione di prodotti con qualità e prezzi differenti, indirizzati a consumatori con diverse disponibilità a pagare.

Spiegazione:

La differenziazione verticale implica la creazione di versioni di un prodotto con qualità e prezzi differenti, mirando a soddisfare le diverse disponibilità a pagare dei consumatori. Questo approccio consente al monopolista di segmentare il mercato e massimizzare i profitti.

Domanda 2: In un mercato con monopolio e differenziazione verticale, quale strategia può adottare l'impresa per massimizzare i profitti?

- A) Offrire un unico prodotto a prezzo elevato.
- B) Offrire una gamma di prodotti con qualità e prezzi variabili, per attrarre diversi segmenti di consumatori.
- C) Ridurre la qualità del prodotto per abbassare i costi.
- D) Limitare l'offerta a un solo prodotto di alta qualità.

Risposta corretta:

- B) Offrire una gamma di prodotti con qualità e prezzi variabili, per attrarre diversi segmenti di consumatori.

Spiegazione:

Offrendo una gamma di prodotti con diverse qualità e prezzi, l'impresa può attrarre consumatori con differenti disponibilità a pagare, aumentando così i ricavi complessivi. Questa strategia è particolarmente efficace in presenza di monopolio e differenziazione verticale.

Domanda 3: Qual è l'effetto della differenziazione verticale sulla struttura del mercato?

- A) Aumenta la concorrenza tra imprese.
- B) Riduce la concorrenza, permettendo a un'unica impresa di dominare il mercato.
- C) Non ha alcun effetto sulla concorrenza.
- D) Porta alla creazione di monopoli naturali.

Risposta corretta:

- B) Riduce la concorrenza, permettendo a un'unica impresa di dominare il mercato.

Spiegazione:

La differenziazione verticale consente a un'impresa di offrire prodotti con diverse qualità e prezzi, riducendo la concorrenza diretta e permettendo a un'unica impresa di dominare il mercato. Questo fenomeno è spesso osservato in mercati con monopolio o oligopolio.

Domanda 4: Qual è una caratteristica distintiva della differenziazione verticale rispetto alla differenziazione orizzontale?

- A) La differenziazione verticale riguarda variazioni nel prezzo e nella qualità del prodotto, mentre la differenziazione orizzontale riguarda variazioni nelle caratteristiche del prodotto senza influire sul prezzo.
- B) La differenziazione verticale si concentra sulla varietà di prodotti offerti, mentre la differenziazione orizzontale si concentra sulla qualità.
- C) La differenziazione verticale è applicabile solo in mercati concorrenziali, mentre la differenziazione orizzontale è

tipica dei monopoli.

D) Non esistono differenze tra differenziazione verticale e orizzontale.

Risposta corretta:

A) La differenziazione verticale riguarda variazioni nel prezzo e nella qualità del prodotto, mentre la differenziazione orizzontale riguarda variazioni nelle caratteristiche del prodotto senza influire sul prezzo.

Spiegazione:

La differenziazione verticale implica variazioni nel prezzo e nella qualità del prodotto, mirando a soddisfare le diverse disponibilità a pagare dei consumatori. Al contrario, la differenziazione orizzontale riguarda variazioni nelle caratteristiche del prodotto che non influenzano direttamente il prezzo, come colore o design.

Domanda 5: Come può un monopolista utilizzare la differenziazione verticale per massimizzare il benessere sociale?

A) Offrendo prodotti di alta qualità a prezzi elevati per tutti i consumatori.

B) Offrendo una gamma di prodotti con diverse qualità e prezzi, per soddisfare le diverse preferenze dei consumatori.

C) Limitando l'offerta a un unico prodotto di alta qualità.

D) Riducendo la qualità del prodotto per abbassare i costi.

Risposta corretta:

B) Offrendo una gamma di prodotti con diverse qualità e prezzi, per soddisfare le diverse preferenze dei consumatori.

Spiegazione:

Offrendo una gamma di prodotti con diverse qualità e prezzi, il monopolista può soddisfare le diverse preferenze dei consumatori, aumentando l'efficienza allocativa e migliorando il benessere sociale. Questa strategia consente di ridurre la perdita secca associata al monopolio.

Capitolo 8

Domanda 1: Cos'è l'equilibrio di Nash in un gioco non cooperativo?

A) Una situazione in cui tutti i giocatori collaborano per massimizzare il benessere collettivo.

B) Una situazione in cui ogni giocatore sceglie la strategia che massimizza il proprio guadagno, dato ciò che gli altri giocatori stanno facendo.

C) Una situazione in cui tutti i giocatori scelgono la stessa strategia.

D) Una situazione in cui nessun giocatore ha alcun incentivo a cambiare la propria strategia.

Risposta corretta:

B) Una situazione in cui ogni giocatore sceglie la strategia che massimizza il proprio guadagno, dato ciò che gli altri giocatori stanno facendo.

Spiegazione:

L'equilibrio di Nash si verifica quando ogni giocatore, conoscendo le strategie degli altri, non ha alcun incentivo a cambiare la propria strategia. In altre parole, ogni giocatore sta facendo la miglior scelta possibile, tenendo conto delle scelte degli altri. Questo concetto è fondamentale nella teoria dei giochi per analizzare i comportamenti strategici in contesti competitivi.

Domanda 2: Come si applica l'equilibrio di Nash alla differenziazione orizzontale in un mercato monopolistico?

A) Le imprese differenziano i loro prodotti per massimizzare i profitti, indipendentemente dalle scelte dei consumatori.

B) Le imprese scelgono le caratteristiche dei loro prodotti tenendo conto delle preferenze dei consumatori e delle scelte dei concorrenti.

C) Le imprese non considerano le preferenze dei consumatori nella differenziazione dei prodotti.

D) Le imprese offrono prodotti identici per evitare la concorrenza.

Risposta corretta:

B) Le imprese scelgono le caratteristiche dei loro prodotti tenendo conto delle preferenze dei consumatori e delle scelte dei concorrenti.

Spiegazione:

In un contesto di differenziazione orizzontale, le imprese offrono prodotti con caratteristiche diverse per attrarre segmenti specifici di consumatori. L'equilibrio di Nash si applica quando ogni impresa sceglie le caratteristiche del prodotto che massimizzano il proprio guadagno, dato ciò che le altre imprese stanno facendo. Questo porta a una situazione in cui nessuna impresa ha incentivo a cambiare unilateralmente la propria strategia di differenziazione.

Domanda 3: Qual è l'effetto della differenziazione orizzontale sui prezzi in un mercato monopolistico?

A) I prezzi aumentano poiché le imprese offrono prodotti più esclusivi.

B) I prezzi diminuiscono a causa della maggiore concorrenza tra prodotti differenziati.

C) I prezzi rimangono invariati, poiché la differenziazione non influisce sulla concorrenza.

D) I prezzi aumentano inizialmente, ma poi diminuiscono man mano che le imprese si differenziano ulteriormente.

Risposta corretta:

A) I prezzi aumentano poiché le imprese offrono prodotti più esclusivi.

Spiegazione:

La differenziazione orizzontale consente alle imprese di offrire prodotti che soddisfano preferenze specifiche dei consumatori, creando una sorta di "monopolio locale" per ciascun prodotto differenziato. Questo potere di mercato permette alle imprese di fissare prezzi più elevati rispetto a un mercato con prodotti omogenei.

Domanda 4: In un mercato con differenziazione orizzontale, come si determina l'equilibrio di Nash?

A) Le imprese scelgono simultaneamente le caratteristiche dei loro prodotti, tenendo conto delle preferenze dei consumatori e delle scelte dei concorrenti.

B) Le imprese scelgono sequenzialmente le caratteristiche dei loro prodotti, anticipando le scelte dei concorrenti.

C) Le imprese offrono prodotti identici per evitare la concorrenza.

D) Le imprese non considerano le preferenze dei consumatori nella differenziazione dei prodotti.

Risposta corretta:

A) Le imprese scelgono simultaneamente le caratteristiche dei loro prodotti, tenendo conto delle preferenze dei consumatori e delle scelte dei concorrenti.

Spiegazione:

In un mercato con differenziazione orizzontale, l'equilibrio di Nash si raggiunge quando ogni impresa sceglie le caratteristiche del prodotto che massimizzano il proprio guadagno, dato ciò che le altre imprese stanno facendo. Questo implica una scelta simultanea delle caratteristiche del prodotto, in cui ogni impresa considera le preferenze dei consumatori e le scelte dei concorrenti.

Domanda 5: Qual è la relazione tra l'equilibrio di Nash e l'ottimo di Pareto in un mercato con differenziazione orizzontale?

A) L'equilibrio di Nash coincide sempre con l'ottimo di Pareto, massimizzando il benessere collettivo.

B) L'equilibrio di Nash può non coincidere con l'ottimo di Pareto; è possibile che esistano situazioni in cui il benessere collettivo potrebbe essere migliorato senza danneggiare nessuno.

C) L'equilibrio di Nash è sempre inefficiente, mentre l'ottimo di Pareto è sempre efficiente.

D) Non esiste una relazione tra l'equilibrio di Nash e l'ottimo di Pareto.

Risposta corretta:

B) L'equilibrio di Nash può non coincidere con l'ottimo di Pareto; è possibile che esistano situazioni in cui il benessere collettivo potrebbe essere migliorato senza danneggiare nessuno.

Spiegazione:

L'equilibrio di Nash rappresenta una situazione in cui nessun giocatore ha interesse a cambiare unilateralmente la propria strategia. Tuttavia, questo non implica che il benessere collettivo sia massimizzato. In alcuni casi, è possibile migliorare il benessere collettivo senza danneggiare nessuno,

Domanda 1: Qual è la principale differenza tra il modello di Cournot e quello di Stackelberg in un oligopolio?

A) Nel modello di Cournot, le imprese scelgono simultaneamente le quantità, mentre nel modello di Stackelberg una impresa è leader e l'altra è follower.

B) Nel modello di Cournot, le imprese scelgono i prezzi, mentre nel modello di Stackelberg scelgono le quantità.

C) Nel modello di Cournot, le imprese non hanno potere di mercato, mentre nel modello di Stackelberg sì.

D) Nel modello di Cournot, le imprese sono identiche, mentre nel modello di Stackelberg sono diverse.

Risposta corretta:

A) Nel modello di Cournot, le imprese scelgono simultaneamente le quantità, mentre nel modello di Stackelberg una impresa è leader e l'altra è follower.

Spiegazione:

Nel modello di Cournot, le imprese decidono simultaneamente le quantità da produrre, considerando le scelte degli altri come date. Nel modello di Stackelberg, invece, una impresa (il leader) sceglie per prima la quantità, e l'altra impresa (il follower) decide la propria quantità successivamente, tenendo conto della scelta del leader. Questo conferisce al leader un vantaggio strategico.



Domanda 2: In un duopolio di Cournot, quale delle seguenti affermazioni è corretta riguardo all'equilibrio di Nash?

A) Ogni impresa sceglie la quantità che massimizza il proprio profitto, dato ciò che l'altra impresa sta producendo.

B) Le imprese collaborano per massimizzare i profitti complessivi.

C) Ogni impresa sceglie simultaneamente il prezzo di vendita.

D) Le imprese non hanno informazioni sulle scelte dell'altra impresa.

Risposta corretta:

A) Ogni impresa sceglie la quantità che massimizza il proprio profitto, dato ciò che l'altra impresa sta producendo.

Spiegazione:

Nell'equilibrio di Nash del modello di Cournot, ogni impresa sceglie la quantità che massimizza il proprio profitto, considerando la quantità prodotta dall'altra impresa come data. Questo porta a una situazione in cui nessuna impresa ha incentivo a cambiare unilateralmente la propria strategia.

 **Domanda 3: Qual è l'effetto dell'assunzione di simmetria tra le imprese nel modello di Cournot?**

A) Le imprese producono la stessa quantità e ottengono lo stesso profitto.

B) Le imprese producono quantità diverse, ma ottengono lo stesso profitto.

C) Le imprese producono quantità diverse e ottengono profitti diversi.

D) Le imprese non competono tra loro.

Risposta corretta:

A) Le imprese producono la stessa quantità e ottengono lo stesso profitto.

Spiegazione:

Assumendo che le imprese siano simmetriche (cioè abbiano gli stessi costi e affrontino la stessa domanda), nel modello di Cournot entrambe le imprese producono la stessa quantità e ottengono lo stesso profitto. Questo equilibrio simmetrico è una caratteristica del modello.

 **Domanda 4: In un duopolio di Stackelberg, quale impresa ottiene il profitto maggiore?**

A) L'impresa leader.

B) L'impresa follower.

C) Entrambe le imprese ottengono lo stesso profitto.

D) Nessuna delle due imprese ottiene profitto.

Risposta corretta:

A) L'impresa leader.

Spiegazione:

Nel modello di Stackelberg, l'impresa leader sceglie per prima la quantità da produrre, anticipando la risposta dell'impresa follower. Questo le consente di ottenere una quota di mercato maggiore e, di conseguenza, un profitto superiore rispetto all'impresa follower.

 **Domanda 5: Qual è l'effetto della differenza nei costi marginali tra le imprese in un duopolio di Stackelberg?**

A) L'impresa con il costo marginale più basso produce una quantità maggiore e ottiene un profitto maggiore.

B) L'impresa con il costo marginale più alto produce una quantità maggiore e ottiene un profitto maggiore.

C) Entrambe le imprese producono la stessa quantità e ottengono lo stesso profitto.

D) Le imprese non competono tra loro.

Risposta corretta:

A) L'impresa con il costo marginale più basso produce una quantità maggiore e ottiene un profitto maggiore.

Spiegazione:

In un duopolio di Stackelberg, l'impresa con il costo marginale più basso ha un vantaggio competitivo. Essa può produrre una quantità maggiore a un costo inferiore, ottenendo una quota di mercato maggiore e un profitto superiore rispetto all'altra impresa.

Domanda 4: In un modello di Cournot con n imprese e costi diversi, quale delle seguenti affermazioni è corretta riguardo ai profitti delle imprese in equilibrio?

A) Tutte le imprese ottengono lo stesso profitto, indipendentemente dai loro costi.

B) Le imprese con costi marginali più bassi ottengono profitti maggiori.

C) Le imprese con costi marginali più alti ottengono profitti maggiori.

D) I profitti delle imprese non dipendono dai loro costi marginali.

Risposta corretta:

B) Le imprese con costi marginali più bassi ottengono profitti maggiori.

Spiegazione:

In un equilibrio di Nash nel modello di Cournot, le imprese con costi marginali più bassi producono quantità maggiori e, di conseguenza, ottengono profitti superiori. Questo accade perché i costi più bassi permettono di produrre a un prezzo competitivo, aumentando la quota di mercato e i profitti. L'espressione per i profitti di ciascuna impresa mostra

che i profitti sono inversamente proporzionali al costo marginale cic_ici , quindi un aumento di cic_ici comporta una diminuzione dei profitti.

Domanda 4: In un modello di Cournot con nnn imprese e costi diversi, quale delle seguenti affermazioni è corretta riguardo ai profitti delle imprese in equilibrio?

- A) Tutte le imprese ottengono lo stesso profitto, indipendentemente dai loro costi.
- B) Le imprese con costi marginali più bassi ottengono profitti maggiori.
- C) Le imprese con costi marginali più alti ottengono profitti maggiori.
- D) I profitti delle imprese non dipendono dai loro costi marginali.

Risposta corretta:

- B) Le imprese con costi marginali più bassi ottengono profitti maggiori.

Spiegazione:

In un equilibrio di Nash nel modello di Cournot, le imprese con costi marginali più bassi producono quantità maggiori e, di conseguenza, ottengono profitti superiori. Questo accade perché i costi più bassi permettono di produrre a un prezzo competitivo, aumentando la quota di mercato e i profitti. L'espressione per i profitti di ciascuna impresa mostra che i profitti sono inversamente proporzionali al costo marginale cic_ici , quindi un aumento di cic_ici comporta una diminuzione dei profitti.

Domanda 1: Come influisce il numero di imprese (n) sul prezzo di mercato nel modello di Cournot?

- A) Il prezzo aumenta con il numero di imprese.
 - B) Il prezzo rimane costante, indipendentemente da nnn .
 - C) Il prezzo diminuisce al crescere del numero di imprese.
 - D) Il prezzo oscilla in modo imprevedibile con il numero di imprese.
- ✓ **Risposta corretta: C)** Il prezzo diminuisce al crescere del numero di imprese.

Spiegazione:

Nel modello di Cournot, un aumento del numero di imprese genera maggiore competizione sull'offerta complessiva. Ogni impresa tiene conto delle scelte altrui, ma all'aumentare di nnn , l'effetto della singola impresa sul mercato si riduce. L'offerta totale aumenta, spingendo verso il basso il prezzo di equilibrio. In particolare, al limite, con molte imprese il prezzo si avvicina al costo marginale, come in concorrenza perfetta.

Domanda 2: Qual è la relazione tra l'indice di concentrazione (come l'indice di Herfindahl-Hirschman, HHI) e la redditività nel modello di Cournot?

- A) All'aumentare dell'indice di concentrazione, la redditività delle imprese diminuisce.
 - B) L'indice di concentrazione è irrilevante per la redditività.
 - C) Esiste una relazione positiva: più elevata è la concentrazione, maggiore è la redditività.
 - D) La redditività cresce solo se l'indice di concentrazione è zero.
- ✓ **Risposta corretta: C)** Esiste una relazione positiva: più elevata è la concentrazione, maggiore è la redditività.

Spiegazione:

Nel modello di Cournot, la concentrazione del mercato (misurata ad esempio con l'HHI) riflette quanto è distribuito il potere di mercato tra le imprese. Una maggiore concentrazione implica che poche imprese detengono una quota elevata del mercato, permettendo loro di mantenere prezzi più alti e quindi ottenere margini di profitto superiori. L'equilibrio di Cournot mostra che la redditività è direttamente proporzionale all'indice di concentrazione.

Domanda 3: Come cambia la quota di mercato e la redditività delle imprese con costi diversi in un modello di Cournot con concentrazione?

- A) Le imprese con costi più alti ottengono quote di mercato maggiori.
 - B) Tutte le imprese ottengono la stessa quota di mercato, indipendentemente dai costi.
 - C) Le imprese più efficienti (con costi più bassi) ottengono quote di mercato e profitti maggiori.
 - D) Le imprese meno efficienti riescono a sostenere profitti grazie alla concentrazione.
- ✓ **Risposta corretta: C)** Le imprese più efficienti (con costi più bassi) ottengono quote di mercato e profitti maggiori.

Capitolo 9

Domanda 1:

In un modello di concorrenza di prezzo con prodotti differenziati, cosa implica la differenziazione dei prodotti per la sensibilità dei consumatori al prezzo?

- A. I consumatori diventano completamente insensibili al prezzo
- B. La concorrenza di prezzo diventa più intensa
- C. I consumatori sono disposti a pagare di più per un prodotto che meglio si adatta alle loro preferenze
- D. Tutte le imprese ottengono profitti nulli nel lungo periodo

✓ **Risposta corretta: C**

📘 **Spiegazione:**

La differenziazione dei prodotti attenua la concorrenza diretta tra le imprese, poiché i consumatori percepiscono i prodotti come non perfetti sostituti. Questo li rende disposti a pagare un prezzo più elevato per un prodotto che preferiscono, riducendo la sensibilità al prezzo rispetto alla concorrenza perfetta.

Domanda 2:

Nel modello di Hotelling (linea del mercato) con due imprese che scelgono il prezzo, quale delle seguenti affermazioni è vera nel caso di prodotti differenziati?

- A. Entrambe le imprese fissano lo stesso prezzo e si dividono il mercato equamente
- B. Le imprese fissano prezzi diversi in equilibrio e possono mantenere profitti positivi
- C. Le imprese continuano a ridurre i prezzi fino a raggiungere il prezzo marginale
- D. Una delle due imprese ottiene sempre l'intero mercato

✓ **Risposta corretta: B**

📘 **Spiegazione:**

Con prodotti differenziati, anche se le imprese competono sui prezzi, non azzerano i margini di profitto perché i consumatori attribuiscono un valore diverso ai prodotti a seconda della "distanza" dalle proprie preferenze. Di conseguenza, è possibile l'esistenza di un equilibrio con prezzi diversi e profitti positivi per entrambe le imprese.

Domanda 3:

Qual è l'effetto della maggiore differenziazione dei prodotti sulla concorrenza di prezzo?

- A. Aumenta l'intensità della concorrenza
- B. Riduce il potere di mercato delle imprese
- C. Riduce la pressione competitiva sui prezzi
- D. Costringe tutte le imprese ad abbassare i prezzi al costo marginale

✓ **Risposta corretta: C**

📘 **Spiegazione:**

Quando i prodotti sono fortemente differenziati, i consumatori sono meno propensi a cambiare fornitore in risposta a variazioni di prezzo. Questo conferisce alle imprese un certo potere di mercato e riduce la pressione competitiva sui prezzi, rendendo meno probabile una guerra di prezzi.

Domanda 1:

Nel contesto della concorrenza tra imprese, due variabili strategiche sono *complementi strategici* quando:

- A. La scelta di una variabile da parte di un'impresa induce l'altra a ridurre la propria
- B. L'aumento della strategia di un'impresa rende conveniente anche all'altra impresa aumentare la propria
- C. Le due imprese collaborano fissando insieme le loro strategie
- D. Le imprese operano in mercati separati ma simili

✓ **Risposta corretta: B**

📘 **Spiegazione:**

Due variabili sono **complementi strategici** se un aumento nella strategia di una impresa (ad esempio il prezzo o la quantità) rende **più vantaggioso** per l'altra impresa aumentare anche la sua. Questo accade, ad esempio, nella **concorrenza di Bertrand con prodotti differenziati**, dove un aumento del prezzo da parte di un'impresa può indurre l'altra a fare altrettanto.

Domanda 2:

Quale delle seguenti situazioni rappresenta un esempio di **sostituti strategici**?

- A. Due imprese che decidono quanto investire in pubblicità, dove un aumento della spesa pubblicitaria da parte di una induce l'altra ad aumentare la propria
- B. Due imprese che decidono quanto produrre, e un aumento della quantità prodotta da una porta l'altra a ridurre la sua
- C. Due imprese che collaborano fissando lo stesso prezzo di vendita
- D. Due imprese che offrono prodotti complementari

✓ **Risposta corretta: B**

📘 **Spiegazione:**

Le **quantità nella concorrenza di Cournot** sono **sostituti strategici**: se un'impresa aumenta la quantità prodotta, l'altra ha l'incentivo a **ridurre** la propria, poiché il prezzo di mercato diminuisce. In questo contesto, le strategie si muovono in **direzioni opposte**, tipico dei sostituti strategici.

Domanda 3:

Perché è utile distinguere tra complementi strategici e sostituti strategici nell'analisi della concorrenza?

- A. Per decidere se le imprese devono collaborare o fondersi
- B. Per capire se le imprese offrono prodotti simili o molto diversi
- C. Per prevedere come le imprese reagiranno alle decisioni strategiche altrui
- D. Per calcolare il prezzo ottimale nel monopolio

✅ **Risposta corretta: C**

📘 **Spiegazione:**

La distinzione tra **complementi** e **sostituti strategici** aiuta a **prevedere il comportamento competitivo**: sapere se una decisione strategica (es. aumentare la produzione o il prezzo) spingerà le altre imprese a fare lo stesso (complementi) o il contrario (sostituti) è fondamentale per comprendere le dinamiche di equilibrio e le risposte strategiche nel mercato.

Capitolo 10**Domanda 1:**

Quale delle seguenti affermazioni descrive correttamente una **minaccia non credibile** in un gioco dinamico?

- A. Una strategia che un giocatore annuncia ma che non ha interesse a seguire quando deve agire
- B. Una mossa che massimizza il payoff atteso del giocatore in ogni ramo del gioco
- C. Una minaccia che cambia le regole del gioco iniziale
- D. Una strategia che viene scelta in modo casuale dai giocatori

✅ **Risposta corretta: A**

📘 **Spiegazione:**

Una **minaccia non credibile** è una dichiarazione che un giocatore fa nella fase iniziale del gioco, ma che **non è razionale da eseguire** nel momento in cui si presenta l'opportunità di attuarla. Nei giochi dinamici, l'equilibrio perfetto nei sottogiochi serve proprio a eliminare tali minacce irrealistiche, imponendo coerenza tra intenzioni e azioni future.

Domanda 2:

Che cos'è un **equilibrio perfetto nei sottogiochi** (subgame perfect equilibrium)?

- A. Un equilibrio in cui ogni impresa massimizza il profitto solo all'inizio del gioco
- B. Un equilibrio di Nash che tiene conto solo delle mosse iniziali
- C. Un equilibrio in cui le strategie costituiscono un equilibrio di Nash in ogni sottogioco del gioco
- D. Un equilibrio in cui tutti i giocatori cooperano sempre

✅ **Risposta corretta: C**

📘 **Spiegazione:**

L'**equilibrio perfetto nei sottogiochi** è una **raffinazione dell'equilibrio di Nash**: richiede che le strategie siano ottimali non solo globalmente, ma anche in **ogni possibile punto del gioco**, ovvero in ogni sottogioco. Questo elimina comportamenti non credibili e garantisce coerenza temporale delle decisioni.

Domanda 3:

Nel contesto dei giochi dinamici tra imprese, perché è importante la **credibilità di una minaccia**?

- A. Per confondere il concorrente e aumentare l'incertezza
- B. Per far credere al consumatore che il prezzo non scenderà
- C. Per influenzare il comportamento futuro dell'avversario in modo razionale
- D. Per giustificare l'uso della pubblicità aggressiva

✅ **Risposta corretta: C**

📘 **Spiegazione:**

Una minaccia è utile solo se è **credibile**, ovvero se l'avversario crede che sarà effettivamente attuata. Nei giochi dinamici, la credibilità serve a **influenzare strategicamente** il comportamento dell'altro giocatore, spingendolo a scelte favorevoli per chi emette la minaccia. Le minacce non credibili, al contrario, non hanno potere persuasivo.

Domanda 1:

Nel modello a due stadi di differenziazione del prodotto, quale tra i seguenti ordini di gioco è corretto?

- A. Le imprese prima scelgono i prezzi, poi decidono se entrare nel mercato
- B. Le imprese prima scelgono le quantità, poi i prezzi
- C. Le imprese prima scelgono la localizzazione o le caratteristiche del prodotto, poi competono sul prezzo
- D. Le imprese fissano tutto simultaneamente in un unico stadio

✅ **Risposta corretta: C**

Spiegazione:

Nel modello a **stadi** (stage game), le imprese prendono decisioni in sequenza. **Prima** scelgono **come differenziarsi**, ad esempio decidendo una **posizione lungo una linea di Hotelling** (che rappresenta le caratteristiche del prodotto). **Poi**, una volta fissate le caratteristiche, le imprese **competono sui prezzi**. Questa struttura riflette come la progettazione del prodotto possa influenzare la concorrenza successiva.

Domanda 2:

Perché la differenziazione del prodotto in una competizione a stadi può attenuare la concorrenza di prezzo?

- A. Perché consente alle imprese di fissare prezzi inferiori al costo marginale
- B. Perché rende i prodotti perfetti sostituti e aumenta la fedeltà del cliente
- C. Perché i consumatori preferiscono prodotti uguali
- D. Perché aumenta la "distanza" tra i prodotti e riduce la sensibilità al prezzo dei consumatori

 **Risposta corretta: D**

Spiegazione:

Una **maggior differenziazione** (ad esempio, prodotti più distanti sulla linea di Hotelling) implica che i consumatori vedano i prodotti come **meno sostituibili**. Questo riduce la loro propensione a cambiare in risposta a piccoli cambiamenti di prezzo, attenuando così la concorrenza di prezzo e dando più potere di mercato alle imprese.

Domanda 3:

Nel contesto della differenziazione del prodotto come competizione a stadi, quale delle seguenti strategie può portare a un equilibrio di Nash in ogni sottogioco?

- A. Entrambe le imprese si localizzano nello stesso punto per massimizzare la competizione
- B. Le imprese scelgono posizioni differenziate e fissano prezzi tenendo conto delle preferenze spaziali dei consumatori
- C. Un'impresa sceglie un prodotto molto vicino al concorrente per attrarre i suoi clienti
- D. Le imprese fissano prezzi marginali e ignorano la differenziazione

 **Risposta corretta: B**

Spiegazione:


In un **equilibrio perfetto nei sottogiochi**, ogni impresa ottimizza la propria scelta **alla luce delle decisioni future previste**. In questo contesto, le imprese **si differenziano strategicamente** (scelta del primo stadio) per ridurre la concorrenza di prezzo nel secondo stadio. La scelta ottimale della posizione e del prezzo, date le preferenze dei consumatori, rappresenta un equilibrio coerente in ogni fase del gioco.

Capitolo 11

Domanda 1:

Che cos'è il **prezzo limite** in un contesto di deterrenza all'entrata?

- A. Il prezzo più alto che un monopolista può fissare senza perdere clienti
- B. Il prezzo fissato da un'impresa per massimizzare i profitti nel breve periodo
- C. Un prezzo sufficientemente basso da scoraggiare l'entrata di nuovi concorrenti nel mercato
- D. Il prezzo fissato dallo Stato per evitare pratiche monopolistiche

 **Risposta corretta: C**


Spiegazione:

Il **prezzo limite (limit pricing)** è una strategia in cui un'impresa incumbent (già presente sul mercato) **fissa un prezzo più basso rispetto al livello monopolistico**, ma comunque redditizio, **per scoraggiare potenziali entranti**. Se il nuovo entrante crede che non potrà ottenere profitti a quel prezzo, deciderà di non entrare nel mercato. È una forma di deterrenza **strategica**.

Domanda 2:

Quale delle seguenti condizioni **rende più credibile** una strategia di prezzo limite da parte dell'impresa incumbent?

- A. Costi marginali più elevati rispetto al potenziale entrante
- B. Capacità produttiva flessibile e facilmente espandibile
- C. Capacità produttiva in eccesso e irreversibile
- D. Nessuna conoscenza del comportamento del potenziale entrante

 **Risposta corretta: C**

Spiegazione:

Per rendere **credibile** una minaccia di prezzo basso, l'incumbent può investire in **capacità produttiva in eccesso**, cioè capacità che consenta di aumentare rapidamente l'offerta in caso di entrata di un concorrente. Se tale investimento è

irreversibile, il potenziale entrante capisce che l'impresa è **vincolata** ad agire in modo aggressivo, rendendo più efficace la deterrenza.

Domanda 3:

Perché il prezzo limite può non essere un equilibrio perfetto nei sottogiochi?

- A. Perché non tiene conto della domanda dei consumatori
- B. Perché viola le regole della concorrenza perfetta
- C. Perché il potenziale entrante può non credere che l'impresa manterrà quel prezzo dopo l'entrata
- D. Perché è sempre illegale secondo la normativa antitrust

✅ **Risposta corretta: C**

📘 **Spiegazione:**

Nel contesto dei **giochi dinamici**, un comportamento è un **equilibrio perfetto nei sottogiochi** solo se è **razionale in ogni fase del gioco**, anche dopo un'eventuale entrata. Se l'impresa **non ha reale incentivo** a mantenere il prezzo limite dopo che l'entrata è avvenuta, allora il potenziale entrante può **non credere alla minaccia** e decidere comunque di entrare. Questo rende la strategia **non credibile** e quindi **non sostenibile** in un equilibrio perfetto nei sottogiochi.

Domanda 1:

Qual è la principale differenza tra **prezzo limite** e **prezzo predatorio**?

- A. Il prezzo limite è illegale, mentre il prezzo predatorio è sempre ammesso
- B. Il prezzo limite mira a massimizzare il profitto nel breve termine, mentre il prezzo predatorio mira al profitto immediato
- C. Il prezzo limite scoraggia l'entrata mantenendo il prezzo sopra il costo marginale, mentre il prezzo predatorio implica vendite a prezzo inferiore al costo per espellere un concorrente
- D. Il prezzo predatorio è usato solo in mercati con concorrenza perfetta

✅ **Risposta corretta: C**

📘 **Spiegazione:**

Il **prezzo limite** è una **strategia preventiva**: l'impresa mantiene il prezzo **sufficientemente basso ma ancora profittevole** per scoraggiare nuovi entranti. Il **prezzo predatorio**, invece, è una **strategia aggressiva** che prevede la **vendita a un prezzo inferiore al costo**, con l'obiettivo di **eliminare un concorrente** già attivo nel mercato. Una volta espulso, l'impresa dominante può aumentare i prezzi per recuperare le perdite.

Domanda 2:

Perché il comportamento predatorio può non essere credibile in un gioco dinamico?

- A. Perché porta sempre a una perdita di reputazione
- B. Perché i consumatori boicottano l'impresa che lo pratica
- C. Perché l'impresa dominante ha pochi incentivi a sostenere perdite nel breve termine se non può recuperarle nel lungo periodo
- D. Perché il predatore rischia di dover ridurre permanentemente la capacità produttiva

✅ **Risposta corretta: C**

📘 **Spiegazione:**

Il comportamento **predatorio** può essere **non credibile** perché implica **perdite nel breve periodo**. Se l'impresa non ha la possibilità concreta di **recuperare queste perdite** dopo aver espulso il concorrente (ad esempio alzando i prezzi), allora **non è razionale** per lei attuare questa strategia. Nei giochi dinamici, un equilibrio perfetto nei sottogiochi richiede che ogni strategia sia ottimale in ogni fase: se non lo è, la minaccia predatoria non sarà creduta.

Domanda 3:

Quale delle seguenti condizioni **rende più efficace o credibile** una strategia di prezzo predatorio?

- A. L'impresa dominante ha costi marginali più alti dell'entrante
- B. L'impresa dominante ha una forte reputazione per comportamenti aggressivi
- C. Il mercato è perfettamente concorrenziale
- D. L'entrante ha una posizione di monopolio in un altro mercato

✅ **Risposta corretta: B**

📘 **Spiegazione:**

In mercati **ripetuti** o con **informazione incompleta**, un'impresa con una **reputazione consolidata di comportamento aggressivo** può rendere più **credibile** la sua minaccia predatoria. I potenziali entranti, temendo una guerra di prezzi che potrebbe portarli a uscire con perdite, **sceglono di non entrare**. La **reputazione** diventa quindi un **strumento strategico** di deterrenza credibile.

Domanda 1:

Perché l'espansione della capacità produttiva può fungere da **impegno credibile** per scoraggiare l'entrata di nuovi concorrenti?

- A. Perché dimostra che l'impresa è disposta a condividere il mercato
- B. Perché segnala l'intenzione di competere in modo aggressivo e rende credibile una futura guerra di prezzi
- C. Perché consente all'impresa di produrre solo per il mercato interno
- D. Perché obbliga l'entrante a chiedere l'autorizzazione all'antitrust

✅ **Risposta corretta: B**

📘 **Spiegazione:**

L'**espansione di capacità** è una **strategia di commitment**: dimostra che l'impresa incumbent **può sostenere una produzione elevata**, e quindi è in grado di abbassare i prezzi nel caso entri un nuovo concorrente. Se questa capacità è **irreversibile** (cioè l'investimento non può essere recuperato facilmente), l'entrante percepisce il rischio di **perdere denaro** in caso di ingresso e può decidere di **non entrare nel mercato**.

Domanda 2:

Quale condizione rende l'espansione di capacità **più efficace** come deterrente all'entrata?

- A. Se la capacità è reversibile e può essere riconvertita
- B. Se la capacità viene annunciata ma non realizzata
- C. Se i costi fissi legati all'espansione sono elevati e irreversibili
- D. Se i margini di profitto sono molto bassi anche in assenza di concorrenza

✅ **Risposta corretta: C**

📘 **Spiegazione:**

Per essere **credibile**, l'espansione di capacità deve rappresentare un **impegno vincolante**. Se l'impresa affronta **costi fissi elevati e non recuperabili**, dimostra che è pronta a **sostenere perdite** nel breve periodo per difendere la propria posizione. Questo può dissuadere l'entrante, che anticipa una risposta aggressiva e un mercato meno profittevole.

Domanda 3:

In che modo la teoria dei giochi aiuta a comprendere l'uso dell'espansione di capacità come deterrente?

- A. Consente di calcolare il profitto massimo dell'entrante
- B. Mostra che l'espansione è sempre vantaggiosa per il monopolista
- C. Permette di analizzare la sequenza delle decisioni e identificare equilibri credibili
- D. Elimina la possibilità che l'entrante entri in qualsiasi condizione

✅ **Risposta corretta: C**

📘 **Spiegazione:**

Attraverso la **teoria dei giochi dinamici**, si può modellare il processo decisionale in **stadi**: prima l'incumbent decide se espandere la capacità, poi l'entrante valuta se entrare. L'**equilibrio perfetto nei sottogiochi** consente di stabilire se l'investimento in capacità è **razionale** e se rappresenta un **impegno credibile**, aiutando a prevedere i comportamenti strategici e gli esiti del gioco.

Domanda 1:

Quale tra le seguenti è una condizione che **favorisce la persistenza del monopolio** attraverso la **prevenzione dell'entrata**?

- A. Mercato in rapida crescita con bassa intensità di capitale
- B. Bassi costi fissi e facilità di accesso per nuovi entranti
- C. Esistenza di forti economie di scala e costi sommersi elevati
- D. Totale trasparenza informativa tra incumbent ed entrante

✅ **Risposta corretta: C**

📘 **Spiegazione:**

La **persistenza del monopolio** è più probabile quando sono presenti **barriere strutturali** all'entrata, come **forti economie di scala**, che consentono al monopolista di produrre a costi più bassi, e **costi sommersi** (sunk costs), che rendono rischioso l'ingresso per nuovi operatori. Questi elementi rendono difficile per un potenziale entrante competere efficacemente.

Domanda 2:

Secondo l'analisi strategica dell'entrata, quale comportamento può il monopolista adottare per **prevenire l'entrata**, mantenendo così il proprio potere di mercato?

- A. Alzare il prezzo per massimizzare il profitto di breve termine
- B. Mantenere un atteggiamento neutrale verso i potenziali concorrenti
- C. Adottare strategie di investimento o produzione che segnalano un impegno credibile a resistere all'entrata
- D. Evitare di investire in capacità per non spaventare i consumatori

✓ Risposta corretta: C

📘 Spiegazione:

Il monopolista può attuare una **strategia preventiva** adottando comportamenti che **segnalano l'intenzione di difendere il mercato**. Questo può includere **investimenti in capacità, integrazione verticale, o sviluppo di tecnologie** che rendono l'entrata **non profittevole** per i nuovi arrivati. Queste strategie sono più efficaci se rappresentano **impegni credibili**, ovvero se non sarebbe conveniente per il monopolista non attuarle una volta che l'entrante ha deciso di entrare.

Capitolo 12

Domanda 1:

Come possono i **contratti di esclusiva** tra un'impresa incumbent e i distributori agire come **barriera all'entrata**?

- A. Consentono all'entrante di accedere più facilmente alla rete di distribuzione
- B. Vincolano i distributori a non trattare con l'entrante, limitando l'accesso al mercato
- C. Impediscono all'impresa incumbent di cambiare fornitore
- D. Ridistribuiscono i profitti tra consumatori e produttori senza effetti sull'entrata

✓ Risposta corretta: B

📘 Spiegazione:

I **contratti di esclusiva** vincolano i distributori o rivenditori a **non collaborare con concorrenti**, ostacolando così l'ingresso di nuove imprese. L'entrante, non potendo accedere ai canali di vendita o distribuzione chiave, si trova in una posizione svantaggiata, anche se potrebbe offrire prezzi competitivi o prodotti innovativi. Questo tipo di contratto rappresenta quindi una **barriera strategica all'entrata**.

Domanda 2:

Quale tra le seguenti è una **condizione necessaria** affinché un contratto con un acquirente agisca come **strumento efficace di deterrenza all'entrata**?

- A. L'entrante ha costi di produzione più alti dell'incumbent
- B. I contratti sono brevi e facilmente annullabili
- C. L'incumbent offre contratti di lungo termine con clausole di esclusiva o quantità minima
- D. I consumatori possono scegliere liberamente tra più fornitori in ogni momento

✓ Risposta corretta: C

📘 Spiegazione:

Affinché i **contratti siano efficaci nel prevenire l'entrata**, devono essere **vincolanti nel lungo periodo** e includere clausole che **limitano la libertà commerciale** dei clienti, come la **quantità minima d'acquisto o l'esclusiva**. In questo modo, anche se l'entrante offrisse condizioni migliori, troverebbe una **domanda già bloccata** contrattualmente, rendendo l'ingresso **non profittevole**.

Domanda 1:

In che modo i contratti di esclusiva a lungo termine possono essere utilizzati come **strumento predatorio** da un'impresa incumbent?*

- A. Permettono all'incumbent di fissare prezzi inferiori ai costi marginali per eliminare l'entrante
- B. Impediscono agli acquirenti di cambiare fornitore anche se un concorrente più efficiente entra nel mercato
- C. Favoriscono la concorrenza tra più fornitori nello stesso mercato
- D. Permettono all'entrante di accedere alla rete di distribuzione a condizioni agevolate

✓ Risposta corretta: B

📘 Spiegazione:

I **contratti di esclusiva a lungo termine** possono avere un **effetto predatorio** quando **vincolano gli acquirenti** (es. rivenditori, distributori o grandi clienti) a **non acquistare da altri fornitori per un lungo periodo**. Anche se un **nuovo entrante** potesse offrire un prezzo migliore o un prodotto superiore, non avrebbe **accesso alla domanda** già bloccata. Questa strategia può servire a **proteggere la posizione dominante** e a **soffocare la concorrenza** potenziale, senza abbassare i prezzi in modo diretto.

**Domanda 2:

Quale delle seguenti condizioni rende **più efficace** l'uso di contratti di esclusiva a lungo termine per escludere un concorrente?*

- A. Il mercato è altamente concorrenziale con molti fornitori di pari dimensione
- B. I costi di switching (cambio fornitore) per i clienti sono bassi
- C. Il potenziale entrante ha costi marginali molto più bassi dell'incumbent
- D. Gli acquirenti strategici rappresentano una parte consistente della domanda e accettano vincoli contrattuali esclusivi

✓ **Risposta corretta: D**

📘 **Spiegazione:**

L'**efficacia escludente** dei contratti di esclusiva a lungo termine aumenta se **una parte rilevante della domanda è vincolata** attraverso accordi con clienti strategici (grandi acquirenti, distributori chiave). Se l'**entrante non ha accesso a una fetta sufficiente del mercato** per raggiungere economie di scala o coprire i costi fissi, **rinuncerà a entrare**, anche se è più efficiente. In questo modo, l'incumbent usa i contratti per **predisporre barriere artificiali** all'ingresso.

Domanda 1:

In che modo i **contratti vincolanti** a lungo termine possono essere considerati **strumenti predatori** in un contesto di concorrenza?

- A. Possono aumentare la qualità del prodotto e favorire i consumatori
- B. Possono obbligare i clienti a restare fedeli a un fornitore anche se un concorrente offre un prodotto migliore a un prezzo inferiore
- C. Possono ridurre i costi di transazione per il nuovo entrante
- D. Possono impedire alle imprese di fissare prezzi predatori

✓ **Risposta corretta: B**

📘 **Spiegazione:**

I **contratti vincolanti** a lungo termine agiscono come **barriere all'entrata** quando **vincolano i clienti a restare con un fornitore esistente** per un periodo prolungato. In tal modo, impediscono a un concorrente che potrebbe offrire prodotti migliori o più economici di accedere al mercato, poiché i clienti sono già **legati contrattualmente** al monopolista. Questo tipo di **esclusiva** riduce la concorrenza e rende più difficile l'entrata di nuovi attori, creando così un ambiente favorevole alla **sopravvivenza del monopolista**.

Domanda 2:

Quale delle seguenti affermazioni descrive meglio come un **contratto vincolante** possa essere utilizzato come **strategia predatoria** da un'impresa incumbent?

- A. Un contratto vincolante aumenta i costi di ingresso per l'impresa incumbent e ne limita la competitività
- B. Un contratto vincolante rende l'entrata più facile per i nuovi concorrenti, riducendo le barriere all'entrata
- C. Un contratto vincolante può fare in modo che i clienti rimangano fedeli all'incumbent, impedendo ai concorrenti di acquisire una base di clienti sufficiente per competere
- D. Un contratto vincolante obbliga l'impresa incumbent a ridurre i prezzi per evitare l'ingresso di nuovi concorrenti

✓ **Risposta corretta: C**

📘 **Spiegazione:**

Un **contratto vincolante** crea una **relazione esclusiva e a lungo termine** tra l'incumbent e i suoi clienti. Questo tipo di contratto impedisce ai **clienti di cambiare fornitore** anche se un nuovo concorrente entra nel mercato e offre condizioni più vantaggiose. In altre parole, il monopolista sfrutta il **legame contrattuale** per **bloccare l'accesso al mercato** per i nuovi entranti, creando una **barriera strategica** all'ingresso che dissuade i concorrenti dal provare a competere.

Capitolo 13

Domanda 1:

Perché la collusione tra imprese può essere **più stabile** nei giochi **ripetuti** rispetto ai giochi **singoli**?

- A. Perché le imprese hanno maggiore **flessibilità** nel modificare i prezzi in ogni periodo
- B. Perché le imprese possono punirsi reciprocamente in caso di deviazione dalle regole collusive, creando un incentivo a cooperare nel lungo periodo
- C. Perché nel gioco ripetuto, le imprese sono più **disposte a competere** tra loro
- D. Perché nel gioco singolo le imprese non hanno alcun interesse a cooperare

✓ **Risposta corretta: B**

📘 **Spiegazione:**

Nel contesto dei **giochi ripetuti**, le imprese interagiscono più volte, il che consente loro di **punirsi reciprocamente** in

caso di comportamento non cooperativo, come nel caso di **deviazioni** dalla strategia collusiva. Questo fa sì che la collusione sia **più stabile** perché le imprese temono le **ripercussioni future** derivanti dalla violazione degli accordi. In un gioco singolo, non c'è la possibilità di punire il comportamento scorretto a lungo termine.

Domanda 2:

Quale delle seguenti **strategie collusive** è più **sostenibile** in un gioco ripetuto?

- A. Un accordo di **prezzo fisso** che non cambia mai
- B. Una **strategia "Tit for Tat"**, in cui ogni deviazione dalla collusione viene punita nel periodo successivo
- C. Una **strategia di prezzo predatorio** a breve termine
- D. Un accordo in cui le imprese si accordano per **dividere il mercato** una sola volta

✓ **Risposta corretta: B**

📘 **Spiegazione:**

La strategia **"Tit for Tat"** è una delle più note nel contesto dei giochi ripetuti, ed è sostenibile perché prevede che un'impresa **copi la strategia** dell'altra nel periodo successivo: se un'impresa coopera, anche l'altra coopera, ma se una devia dal comportamento cooperativo, l'altra reagisce con una punizione. Questa strategia promuove la cooperazione a lungo termine, in quanto crea un forte **incentivo a mantenere la fiducia**.

Domanda 3:

In un gioco ripetuto, quale **condizione** è necessaria affinché la collusione sia possibile?

- A. Le imprese devono essere in grado di **monitorare i comportamenti** degli altri e **punire** le deviazioni in modo efficace
- B. Le imprese devono essere in grado di ridurre i costi di **produzione** tramite innovazioni tecnologiche
- C. Le imprese devono avere **una perfetta concorrenza** sui prezzi
- D. Le imprese devono essere obbligate per legge a collaborare

✓ **Risposta corretta: A**

📘 **Spiegazione:**

La **collusione stabile** in un gioco ripetuto richiede che le imprese possano **monitorare i comportamenti** delle altre imprese per **identificare le deviazioni** dalla strategia collusiva e applicare **sanzioni** o punizioni. Questo meccanismo di **monitoraggio e punizione** è essenziale per garantire che le imprese rimangano cooperative nel lungo periodo, poiché riduce il rischio che un'impresa devii senza conseguenze.

Domanda 4:

Qual è il **rischio principale** associato alla collusione in un gioco ripetuto?

- A. La perdita immediata di **profitto** per le imprese coinvolte
- B. L'incapacità di raggiungere un accordo che massimizzi i guadagni di tutte le imprese
- C. La possibilità che uno dei partecipanti **rompa l'accordo collusivo** e inizi una guerra di prezzi
- D. La completa **scomparsa della concorrenza** nel mercato

✓ **Risposta corretta: C**

📘 **Spiegazione:**

Il rischio principale della collusione in un gioco ripetuto è che una delle imprese **decida di rompere l'accordo collusivo** per ottenere guadagni maggiori nel breve termine, ad esempio abbassando i prezzi. Questo comportamento può portare a una **guerra di prezzi**, che riduce i profitti per tutti i partecipanti nel lungo periodo. Per evitare ciò, le imprese devono sviluppare meccanismi di **punizione credibili** in caso di deviazione.

Domanda 5:

Nel modello di collusione, quale dei seguenti **fattori** rende più difficile il raggiungimento e il mantenimento di un accordo collusivo in un gioco ripetuto?

- A. Un numero elevato di imprese nel mercato
- B. Una forte **cooperazione iniziale** tra le imprese
- C. Prezzi simili tra le imprese
- D. Un basso livello di **trasparenza** nel mercato

✓ **Risposta corretta: A**

📘 **Spiegazione:**

In un mercato con **molte imprese**, diventa **più difficile** raggiungere un accordo collusivo stabile, poiché aumenta la **difficoltà di monitorare** i comportamenti di tutte le imprese e **mantenere la disciplina** tra i partecipanti. Inoltre, **più imprese ci sono**, più difficile diventa coordinare le azioni e più probabile che uno o più partecipanti **violino l'accordo** per ottenere guadagni a breve termine.

Domanda 1:

Cosa descrive il **paradosso delle fusioni orizzontali** secondo la teoria economica delle fusioni?

- A. Le fusioni orizzontali tendono sempre a ridurre la concorrenza e quindi a diminuire il benessere dei consumatori
- B. Le fusioni orizzontali possono portare a un aumento dei prezzi di mercato, ma allo stesso tempo a una **maggiore efficienza** e a una **riduzione dei costi** per le imprese
- C. Le fusioni orizzontali non influenzano in alcun modo il benessere complessivo dei consumatori, ma creano vantaggi solo per le imprese coinvolte
- D. Le fusioni orizzontali sono illegali in tutti i casi, indipendentemente dall'effetto sulle quote di mercato

✅ **Risposta corretta: B**

📘 **Spiegazione:**

Il **paradosso delle fusioni orizzontali** si riferisce alla situazione in cui una **fusione** tra due imprese concorrenti **aumenta la concentrazione del mercato**, portando a una **riduzione della concorrenza**, e potenzialmente a **aumenti dei prezzi**. Tuttavia, **l'efficienza complessiva** delle imprese può migliorare grazie a **economies of scale** (risparmi sui costi di produzione) e altre **sinergie**, che permettono alle imprese fuse di **ridurre i costi** e talvolta migliorare l'offerta ai consumatori. Quindi, l'effetto complessivo delle fusioni può essere ambiguo e dipendere dal bilanciamento tra il potenziale **aumento dei prezzi** e il miglioramento dell'efficienza produttiva.

Domanda 2:

Quale tra i seguenti è un **motivo** per cui le **fusioni orizzontali** possono risultare controverse da un punto di vista antitrust?

- A. Le fusioni orizzontali riducono la concorrenza, portando a una **minore innovazione** e a **prezzi più elevati** per i consumatori
- B. Le fusioni orizzontali aumentano la competizione tra le imprese e quindi riducono i profitti complessivi nel mercato
- C. Le fusioni orizzontali creano un maggiore **divario** tra i produttori di beni omogenei e quelli di beni differenziati
- D. Le fusioni orizzontali non portano ad alcun cambiamento significativo nelle dinamiche del mercato

✅ **Risposta corretta: A**

📘 **Spiegazione:**

Una delle principali preoccupazioni dal punto di vista **antitrust** è che le **fusioni orizzontali**, che uniscono due imprese che operano nello stesso settore o mercato, **riducono la concorrenza**. Senza la pressione competitiva delle imprese concorrenti, le imprese fuse potrebbero **aumentare i prezzi** o **diminuire l'innovazione**. La **riduzione della concorrenza** potrebbe quindi danneggiare i consumatori, che potrebbero dover pagare di più per beni o servizi che erano precedentemente offerti a prezzi più bassi grazie alla concorrenza.

Domanda 1:

Quale dei seguenti **effetti** può rendere una **fusione verticale pro-concorrenziale**?

- A. L'integrazione di due imprese della stessa catena produttiva può **aumentare i costi** di produzione per entrambe
- B. Una fusione verticale può **ridurre le barriere all'ingresso** nel mercato, rendendo più facile per i nuovi concorrenti entrare nel settore
- C. Una fusione verticale permette alle imprese di **mantenere prezzi elevati**, riducendo la concorrenza
- D. L'integrazione verticale crea **doppioni operativi**, aumentando i costi complessivi per i consumatori

✅ **Risposta corretta: B**

📘 **Spiegazione:**

Le **fusioni verticali** possono essere **pro-concorrenziali** se contribuiscono a **ridurre le barriere all'ingresso** nel mercato. In particolare, un'impresa può acquisire o integrarsi con un fornitore o un distributore in modo da **controllare meglio la catena di fornitura** e **ridurre i costi** di transazione. Questo potrebbe **rendere il mercato più accessibile ai nuovi entranti**, in quanto le imprese fuse sono in grado di **ottimizzare la produzione** e rendere l'offerta più competitiva, favorendo così una maggiore **concorrenza** nel lungo periodo.

Domanda 2:

In quale situazione una **fusione verticale** potrebbe essere **pro-concorrenziale** rispetto a un **monopolio verticale**?

- A. Quando la fusione permette di **migliorare l'efficienza** complessiva, abbassando i costi per i consumatori senza ridurre la concorrenza nel mercato
- B. Quando le imprese coinvolte aumentano il **controllo sui prezzi** a valle e a monte della catena produttiva, riducendo la concorrenza
- C. Quando la fusione verticale porta a **esclusività tra fornitori e distributori**, riducendo la concorrenza tra le imprese del settore
- D. Quando una fusione verticale riduce la **trasparenza** nel mercato, rendendo più difficile per i consumatori comparare i prezzi

✓ Risposta corretta: A

📘 Spiegazione:

Una **fusione verticale pro-concorrenziale** si verifica quando l'integrazione tra le imprese **migliora l'efficienza** complessiva, portando a una **riduzione dei costi** operativi e, di conseguenza, a prezzi più bassi per i consumatori. In questi casi, la fusione non riduce la **concorrenza** nel mercato, ma anzi la **favorisce**, perché la maggiore efficienza produttiva e l'accesso a migliori risorse permettono di offrire prodotti a prezzi più competitivi. Se la fusione porta a una **competizione più sana**, essa può essere **pro-concorrenziale**, al contrario di una fusione che crea un monopolio verticale che riduce le opzioni per i consumatori.