

POT ROBOȚII SA FORMEZE UN CARTEL?

ALGORITMI DE PREȚ ȘI LEGEA CONCURENȚEI



ALGORITMI ȘI LEGEA CONCURENȚEI

SPECII DE ALGORITMI

❑ Algoritmi de preț

- Algoritmi de monitorizare (precum retailerii online)
- Tarifare dinamică – costuri proprii, capacitate, cerere
- Adaptarea prețurilor la prețurile practicate de concurenți
- Tarifare personalizată bazată pe urmărirea comportamentului online al consumatorilor

❑ Algoritmi de tip “ranking”

- Siteuri destinate comparării prețurilor (asigurări, energie, telecomunicații, călătorii, servicii financiare)
- Magazine de aplicații
- E-commerce
- Motoare de căutare

ASPECTE DE INVESTIGAT

❑ Algoritmi de preț

- Coluziune ilegală asupra prețului
- Stabilirea unilaterală a prețurilor (prețuri excesive, discriminare, ca forme ale abuzului de poziție dominantă)

❑ Algoritmi de tip “ranking”

- Autopreferința ca abuz de poziție dominantă – prioritate față de propriile servicii/produse



ALGORITMI DE PREȚ ȘI COORDONAREA ILEGALĂ

➤ Scenariul 1

Un algoritm este utilizat ca **instrument de sprijin/monitorizare** pentru a aplica sau consolida un acord anticoncurențial „tradițional” deja existent;

➤ Scenariul 2

Algoritmii coordonați, care sunt furnizați de terți, fără comunicare directă /contact între concurenți

➤ Scenariul 3

Utilizarea în paralel a algoritmilor individuali, atunci când societățile utilizează algoritmi distincți pe cont propriu, având în vedere că interacțiunile succesive dintre acești algoritmi ar putea facilita alinierea comportamentului societăților.

CAZ EXEMPLU: ALGORITMI DE STABILIRE A PREȚURILOR



Aspecte Cheie:

- Respectarea regulilor concurenței ar trebui inclusă în design-ul algoritmilor.

Doi concurenți direcți au convenit să evite concurența prin preț pentru o parte din produsele lor (postere și rame pentru sport și divertisment) vândute pe site-ul internet al Amazon din Regatul Unit în perioada 2011-2015.

Cum? Acordul a fost implementat prin utilizarea unui software de “repricing”. Software-ul a fost configurat astfel încât cealaltă prin companie să fie “ignorată”, astfel încât să nu se concureze reciproc. Corespondență prin e-mail a fost, de asemenea, găsită.

GBE a primit imunitate. Amenda aplicată lui Trod 163,371 GBP.

EXEMPLU: ALGORITMI DE MONITORIZARE A PREȚULUI



PHILIPS

Pioneer

DENON[®]
marantz[®]

Asus, Denon & Marantz, Philips și Pioneer au fost implicați în "stabilirea unui preț de revânzare fix sau minim" cu distribuitorii acestora. Producătorii monitorizau prețul de revânzare printr-un software și exercitau presiune asupra retailer-ilor care aplicau discount-uri, prin amenințări, blocarea conturilor sau încetarea livrărilor.

- Asus: EUR 65 million
- Phillips: 30 milioane EURO
- Pioneer: 10 milioane EURO
- Denon & Marantz: 8 milioane EURO

Exemplu recent: CMA/ Casio – 2019 (interdicție de vânzare sub un anumit preț și utilizarea software-ului de monitorizare pentru a verifica respectarea nivelului minim de preț)

Aspecte cheie

- Algoritmii de monitorizare utilizați pentru detectarea și pedepsirea deviațiilor de la un anumit nivel "recomandat" al prețului facilitează înțelegerile verticale asupra prețului de revânzare.

ALGORITMI DE PREȚ ȘI COORDONAREA ILEGALĂ

Scenariul II

- Utilizarea de algoritmi identici sau similari, fără contact direct între competitori
- Competitorii știu că folosesc algoritmi similari sau coordonați furnizați de un terț (e.g. cazul Eturas)
 - Aliniere la nivel de cod
 - Aliniere la nivel de date – regulile aplicabile schimbului de informații comercial sensibile
- Competitorii nu știu că folosesc algoritmi coordonați. Răspunderea terțului?
 - Părțile erau conștiente sau ar fi trebuit să prevadă în mod rezonabil obiectivul anticoncurențial?

ALGORITMI DE PREȚ ȘI COORDONAREA ILEGALĂ

Scenariul III

- Algoritmi concepuți și implementați unilateral
- Doar interacțiunea dintre computere, fără comunicare între oameni.
- Când un algoritm observa în mod unilateral, analizează și reacționează la comportamentul de preț al algoritmilor competitori, aceasta poate echivala cu **adaptarea inteligentă la comportamentul competitorilor**.
- În ce măsură comportamentului unui algoritm de tip self learning poate fi atribuit unei companii?

ÎNTREBĂRI?

