

Examen Onderneming & Overheid
Eerste zittijd 2014-2015

NAAM :

VOORNAAM :

1. Definieer (één zin!)(5 ptn)

- Groepsvrijstelling

- Tacit collusion

- Marktmacht

- Regulering

- Altmarkcriteria (geen opsomming!)

2. Immoweb is met voorsprong leider in de markt voor immozoekertjes. Het bedrijf maakt gebruik van softwarebedrijven die het web afspeuren naar zoekertjes. Immoweb betaalt 2€ per aangeleverd zoekertje. In het contract tussen Immoweb en de softwarebedrijven is een clause opgenomen die bepaalt dat de softwarebedrijven aan concurrenten van Immoweb niet minder mogen aanrekenen dan 2€ per zoekertje. Beoordeel deze praktijk o.b.v. Art. 102 VwEU. (3 ptn)

3. Een producent van faux-gras en een producent van foie-gras willen fusioneren. Wat moet er eerst gebeuren alvorens kan overgaan worden tot een inschatting van de marktmacht van het op te richten bedrijf? Hoe gebeurt dit? (2 ptn)

4. De strijd tegen kartels (3 ptn)

- a. Welke middelen kunnen ingezet worden in de strijd tegen kartels? Licht KORT toe.
- b. Wat is de logica achter het feit dat deze instrumenten gelijktijdig hervormd werden door de Europese Commissie (tip: gebruik speltheorie)?

5. Afspraken tussen ondernemingen kunnen zowel anti-competitieve als pro-competitieve effecten hebben. Illustreer met een voorbeeld + licht toe hoe de mededingingsautoriteit met dit soort zaken moet omgaan. (3 ptn)

6. De Europese Commissie laat toe dat lidstaten subsidies uitkeren aan hun bedrijven voor R&D, opleiding van werknemers etc. Toon grafisch aan hoe dit soort steun economisch te verantwoorden is (4 ptn)

Oefenvragen

Definitievragen

- Altmarkcriteria: In dit arrest legt het Hof van Justitie vast aan welke voorwaarden financiële compensatie moeten voldoen om niet aanzien te worden als staatssteun
- Artikel 101 TFEU: Concurrentiebeperkend gedrag
- Behavioural remedy
- Chicago School: Types van machtsmisbruik p100-110
- Collective dominance
- Concerted practices
- De minimis-overeenkomsten: overeenkomsten waarvan het effect op de handel tussen lidstaten of de mededinging als “niet merkbaar” kan worden beschouwd. Het gaat dus om overeenkomsten tussen ondernemingen met een beperkt marktaandeel
- Dominante positie: positie waarbij een bedrijf een bepaald marktsegment in handen heeft. Het heeft als het ware een monopolie of oligopolie met enkele andere bedrijven
- Dynamische efficiëntie: economiën en hun markten zijn voortdurend in ontwikkeling en dan vooral op technologisch vlak.
- Foreclosure: een upstreambedrijf die via verticale beperkingen andere bedrijven, zowel up- als downstream, uit de markt probeert te drijven. Bij inputforeclosure krijgen downstreamconcurrenten het moeilijker om te concurreren tegen de downstream component waarmee een afspraak is aangegaan. Bij customerforeclosure krijgen de upstreamrivalen het moeilijker om te verkopen aan de downstreamcomponent binnen de verticale afspraak
- Groepsvrijstelling: een bepaalde groep regelingen, die in strijd zijn met het kartelverbod, middels een verordening van dit verbod wordt vrijgesteld
- Harbergertriangle: welvaartsdriehoek die verloren gaat wanneer een monopolist een te hoge prijs vraagt en een te lage afzet produceert
- Incumbent: bedrijf die vroeger een monopolie had, maar dit niet meer heeft. Komt bijvoorbeeld voor bij staatsbedrijven die later zijn geprivatiseerd.
- Kaldor-Hicks-criterium: criterium waarbij de totale welvaart toch verbetert, doordat diegene die erop is vooruitgegaan, diegene die erop achteruit is gegaan ruimschoots kan compenseren voor het geleden welvaartsverlies
- Kartel: een overeenkomst tussen bepaalde bedrijven met de bedoeling de concurrentie tussen de bedrijven onderling te verminderen. Kartelvorming is niet gewenst, omdat het het concurrentieprincipe tegenwerkt
- Kritische discontofactor: $(winst_{vals} - winst_{collusive}) / (winst_{collusive} - winst_{Cournot})$
De verhouding van deze discontofactor tot de door de bedrijven bepaalde discontofactor bepaalt het al dan niet voorkomen van collusie.
- Leniency programma: een clementieprogramma die voorziet in boetevermindering voor uit de biecht klappende kartelleden. Vermindering van de boetes worden berekend naar rata vd toegevoegde waarde van het aangeleverde materiaal tov de bewijzen die men al had.
- Lernerindex: een manier om de marktmacht van een bepaald bedrijf in kaart te brengen. Deze index geeft aan hoe sterk een sector of bedrijf in zijn prijszetting kan afwijken van het concurrentieel niveau dat door de marginale kost wordt gegeven.

- Lissabondoelstellingen: doelstellingen die in Lissabon werden vastgesteld voor een termijn van 10 jaar (2000-2010) met als hoofddoel één van de meest concurrerende en dynamische economieën te worden met een participatiegraad van 70% en een jaarlijkse groei van 3%
- Margin squeeze of price squeeze (wurgprijzen): een strategie waarbij een verticaal geïntegreerde onderneming die upstream een dominante positie heeft en downstream in concurrentie staat met andere bedrijven de operaties van de downstream concurrenten moeilijk of onmogelijk maakt door hun prijs-kostenmarge verhouding economisch onleefbaar te maken.
- Marktmacht: de mate waarin een deelnemer in de markt zich onafhankelijk kan gedragen van andere deelnemers in diezelfde markt.
- Marktstructuur: structuur van een bepaalde markt. Dit wordt bepaald door de aard van het product (homogeen of heterogeen), transparantie en in- en uitredingsmogelijkheid
- Marktwerkingsbeleid: beleid (meestal door de overheid of een andere centraal orgaan) dat gevoerd wordt met het oog op een zo goed mogelijk werkende economische markt
- Meeting competition clause: clause waarin de verkoper belooft elke klant die een lager geprijsd aanbod heeft van een concurrent, ook die lagere prijs aan te bieden.
- Monistische mededingingsautoriteit: autoriteit die zowel bevoegd is voor het onderzoek als de beslissing die genomen moet worden. Voordelen zijn een duidelijk en uniek gezicht tov de buitenwereld, directere en betere werking. Nadelen zijn de vooringenomenheid en bevoordeling doordat onderzoek en beslissing door hetzelfde orgaan worden gedaan.
- Moral hazard: veranderingen in het gedrag van partijen indien zijzelf niet direct risico lopen voor hun daden
- Netwerkindustrie: industrieën die via een netwerk gebeuren. Voorbeelden hiervan zijn energie, water, transport, telecom, post
- Overheidsfalen: falen van de markt in de publieke sector. Dit treedt op wanneer overheidsingrijpen leidt tot een minder efficiënte allocatie van goederen en diensten.
- Pareto-optimum: een toestand op de markt waarbij de welvaart van het ene individu slechts kan worden verhoogd ten koste van de welvaart van een ander individu. Het is het punt waar de welvaart maximaliserend is voor de gehele economie (snijpunt V&A)
- Regulering: het opleggen van regels en het toezicht houden op het uitvoeren van die regels door een centraal orgaan
- Relevante markt: markt waarin producten met bepaalde kenmerken zich bevinden (geografisch, economisch en productmatig)
- Resale price maintenance: verplichtingen die producenten/groothandelaars opleggen aan de verdelers/kleinhandelaars ten aanzien van de wederverkoopprijs.
- Roofprijzen: een sterke onderneming die beschikt over veel geldmiddelen zet gedurende een bepaalde periode zeer lage prijzen, waardoor het kortetermijnwinst opgeeft. Concurrenten die niet dezelfde middelen hebben kunnen hierdoor worden afgeschrikt en de markt verlaten, waardoor op lange termijn de onderneming meer marktmacht verwerft.
- Schokanalyse
- SCP paradigma (Structure-Conduct-Performance Paradigma): is een model in de industriële economie die een theoretische verklaring geeft voor goede prestaties door economisch gedrag op onvolledige markten
- Stranded costs: investering die worden gedaan in een bepaalde industrie die moeilijk inzetbaar zijn in een andere markt, waardoor deze bij faillissement van het betreffende bedrijf dan ook niet te recupereren zijn

- Sunk costs: economische kosten die eigen zijn aan een bedrijf in een bepaalde markt en die dus verloren gaan bij het verlaten van de ene markt en die dus opnieuw worden gemaakt bij het betreden van een andere markt
- Supranationaal: een wijze van samenwerking tussen verschillende staten
- Tacit collusion: stilzwijgende collusie. Samenwerking waarbij beide of meerdere partijen weten dat ze samenwerken (meestal kartelvorming), maar daarvan niets op papier geschreven is. Het is dan ook heel moeilijk voor autoriteiten om dit aan te tonen
- Derdegraads prijsdiscriminatie: prijsdiscriminatie tov een hele klantengroep. Voorbeelden zijn studentenkorting, 60+ kortingen
- Tullock rechthoek: een monopolie wordt dikwijls verworven door lobbyen bij de overheid. Wie dit monopolie loskrijgt bij de overheid wint een groot deel van de markt voor zich. Het deel die men (grafisch) op de markt wint, noemt men de Tullock rechthoek. Let wel: hier moeten wel nog de kosten van lobbyen worden op afgetrokken.
- Tying: een onderdeel van de koppelverkoop. Bij tying is één van beide producten of diensten wel afzonderlijk te koop, het andere niet. Bv voetbalwedstrijden op Sporting.
- Universele dienstverlening: verplichting van dienstverlening tov het hele gebied (bv Post)
- Unilaterale effecten van een fusie: eenzijdig effect van een fusie

1. Inleiding

- Twee mogelijke doelstellingen van het concurrentiebeleid zijn: het totale surplus maximaliseren of het consumentensurplus maximaliseren.
 - Leg de volgende concepten uit:
 - Consumentensurplus: verschil tussen hetgeen een consument wil betalen voor een goed en de actuele prijs van dat goed
 - Producentensurplus: het verschil tussen de actuele prijs van een goed en de prijs waartegen de producent datzelfde goed zou willen produceren
 - Geef aan waarvoor 'consumentensurplus' en 'producentensurplus' indicatoren zijn.
 - Geef kort aan in hoeverre de bovenstaande doelstellingen van het concurrentiebeleid gelijklopende doelstellingen zijn.
 - Geef kort aan in hoeverre de bovenstaande doelstellingen van het concurrentiebeleid tegenstrijdig zijn en geef een voorbeeld.
- Welke vormen van marktfaling zijn er? Licht kort toe welke rol het marktwerkingsbeleid kan spelen in elk van deze vormen.
 - Afwijkingen van volkomen concurrentie → monopolies, kartels...
 - Externe effecten → milieuschade, onderwijs, O&O
 - Schaafeffecten → Natuurlijk monopolie, door de hoge VK
 - Asymmetrische informatie → producent weet meer dan consument
 - Publieke goederen → markt voorziet hier niet in, aangezien niet winstgevend
- Leg aan de hand van de welvaartstheorie het verband uit tussen efficiëntie en rechtvaardigheid.

2. Concepten van het concurrentiebeleid

- Een producent van faux-gras en een producent van foie-gras willen fusioneren. Wat moet er eerst gebeuren alvorens kan overgaan worden tot een inschatting van de marktmacht van het op te richten bedrijf? Hoe gebeurt dit?

- Men moet nagaan wat de relevante markt van beide producenten is. Om deze markt te definiëren, worden zowel kwalitatieve (onderzoek naar productkenmerken) als kwantitatieve (nagaan vd prijsevolutie) methodes gebruikt. Er moet dus onderzoek worden gedaan naar de producten zelf en de geografie. Een andere belangrijke factor is de substitueerbaarheid van de vraag en aanbodszijde. Bij de vraagzijde gaat het om de mate waarin consumenten kunnen overstappen op een soortgelijk product van een concurrent. Bij de aanbodszijde gaat het om de mate waarin het produceren van een ander product in dezelfde productielijn al dan niet extra kosten met zich meebrengt. Deze onderzoeken kunnen gevoerd worden aan de hand van SSNIP-tests, prijsonderzoeken, schokanalyses...
- De volgende markt vormen leiden tot een andere evenwichtsprijs: Cournot (A), perfecte concurrentie (B), monopolie (C), Stackelberg (D). Rangschik ze van laag tot hoog in functie van die evenwichtsprijs.
 - Perfecte concurrentie → Stackelberg → Cournot → Monopolie
- Bereken de critical loss in volgend geval en legt uit:
 - initiële prijs 10 €
 - winst per eenheid 3 €
 - initiële omzet 100 eenheden
 - hypothetische prijsverhoging met 10 %
 - $CL = X/(X+L)$
 - $3 \times 100 = €300$ winst
 - Om de winst gelijk te houden bij een prijsverhoging van 10% (prijs stijgt van €10 naar €11, dus €4 winst), moeten er dus $300/4 = 75$ eenheden worden verkocht.
 - Maw de afzet mag dalen met 25% om de winst constant te houden.
 - Deze afzetdaling van 25% noemt men de “critical loss”
- In een markt zijn vier grote bedrijven met elk een marktaandeel van 22 % actief en twaalf kleine bedrijven met elk 1 %. Op een gegeven moment gaan de kleine bedrijven samen in één bedrijf. Bereken C4 en HHI voor en na. Geef commentaar.
 - CR-4: 4 bedrijven met het grootste marktaandeel: $4 \times 22\% = 88\%$ (zelfde voor en na)
 - HHI: som van de kwadraten van de markt aandelen
 - Voor fusie: $4 \times (0,22)^2 + 12 \times (0,01)^2 = 0,1948$
 - Na fusie: $4 \times (0,22)^2 + 1 \times (0,12)^2 = 0,2080$
 - CR-n heeft als nadeel dat over de niet opgenomen bedrijven geen informatie wordt weergegeven. Hoewel de 12 kleine bedrijfjes fusioneerden, is de CR-n niet veranderd. Bij de HHI is de uitkomst wel veranderd. Door de fusie wordt de HHI groter wat wil zeggen dat er minder spelers op de markt zijn en meer concentratie is.
- In markt X zijn zes bedrijven actief met de volgende omzetverdeling:

Bedrijf	A	B	C	D	E	F
Omzet	30	60	30	90	45	45

Bereken CR-4 en HI en het equivalent aantal. Hoe moet de mededingingsautoriteit deze markt beoordelen? Licht toe.

- CR-4: $(90+60+45+45)/300 = 70\%$
- HHI: $(0,3)^2 + (0,2)^2 + 2*(0,15)^2 + 2*(0,1)^2 = 0,195$
- Eén bedrijf heeft 30% van de markt in handen en kan worden beschouwd als een bedrijf met een dominante positie. Ze blijft echter ver onder de algemene grens van de 40 à 50%. Deze markt kan worden beschreven als een oligopolische markt.

3. Horizontale afspraken en concentraties

- Twee duopolisten fusioneren. De horizontale concentratie leidt tot efficiëntiewinsten, maar tegelijkertijd stijgt uiteraard de marktmacht van de nieuwe monopolist. Toon grafisch aan wat de gevolgen zijn van deze fusie voor de welvaart en licht toe.
 - Verschuiving van het Cournotpunt naar het monopolie-punt op de grafiek. Door de fusie zal de afzet verlagen en zal de prijs verhogen. Hierdoor verlaagt het consumentensurplus en stijgt het producentensurplus en de winst vd producent.
- In een bepaalde sector zijn er n firma's actief. Zij verkopen een homogeen product, onderhevig aan frequente shocks die aanleiding geven tot een hoge prijsinstabiliteit. Elke week communiceren zij de prijs waartegen ze de volgende week zullen verkopen aan hun beroepsorganisatie. Deze organisatie publiceert dan alle prijzen in de kranten. De mededingingsautoriteit argumenteert dat deze handelswijze toelaat om informatie tussen bedrijven uit te wisselen waardoor de kans op collusie toeneemt. Ga je hiermee akkoord? Waarom (niet)?
 - Akkoord, de bedrijven weten hoe de prijs zal gezet worden door andere bedrijven omdat deze gepubliceerd worden. De voordelen van concurreren worden hierdoor beperkt, omdat men de prijzen reeds weet. Als je colludeert met de bedrijven, weet je welk bedrijf aan het vals spelen is, aangezien de prijzen wekelijks worden gepubliceerd. Het vals spelen zelf wordt ook ontmoedigd door de stroming van informatie van het ene naar het andere bedrijf.
- In een bepaalde grootstad zijn zes exclusieve hotels. De goedkoopste kamers in één van deze bijzondere hotels kosten in het laagseizoen minstens 500 euro per nacht. Suites worden voor ongeveer 8000 euro per nacht verhuurd. Medewerkers van de zes hotels corresponderen wekelijks per e-mail over de te hanteren tarieven en marketingmethodes. Op wekelijkse en maandelijkse bijeenkomsten wordt allerlei informatie uitgewisseld zowel over de activiteiten in het verleden als over toekomstplannen. Stel je in de plaats van de mededingingsautoriteit en beoordeel deze situatie.
 - Dit is is een goed voorbeeld van kartelvorming. Prijzen en marketing worden er samen besproken, informatie wordt uitgewisseld en de leden van de verschillende hotels komen zelfs samen. Er zijn genoeg bewijzen (emails, bijeenkomsten...) om deze 6 hotels te veroordelen voor kartelvorming in deze stad.
- Hoe moet een mededingingsautoriteit omgaan met een gelijktijdige prijsverlaging van enkele concurrenten?
 - Het is zeer toevallig dat tegelijkertijd enkele concurrenten een prijsverlaging doorvoeren voor een zeker product. Ze zouden op z'n minst met elkaar moeten gesproken hebben over deze prijsverlaging. De kans is bijzonder groot dat ze colluderen om eventueel andere aanbieders uit de markt te kunnen zetten door deze prijsverlaging, waarna zij een kartel kunnen vormen als enige spelers op een bepaalde markt

- Leg grafisch uit hoe bij de fusie van de twee enige bedrijven in een markt met Bertrandconcurrentie kostenbesparingen worden afgewogen tegenover het effect van een vermindering in de concurrentie.
- Bereken de delta van een fusie tussen twee bedrijven met een marktaandeel van resp. 25 en 10 %.
 - $(0,25 + 0,1)^2 = 0,25^2 + 0,1^2 + 2*(0,25*0,1)$
 - $\Delta = 2*(0,25*0,1) = 0,05$
- Welke rol kunnen kruiselingse participaties spelen bij collusie?
 - Coördinatie wordt vergemakkelijkt indien participatie leidt tot vertegenwoordiging in beide directies.
 - Contacten en communicatie lopen vlotter bij mensen die om andere redenen met elkaar in contact staan.
 - Vals spelen voor de een zorgt voor daling van de winst voor de ander waardoor de totale som afneemt en dus niet kruislings bevorderend is.
- Waarom hebben bedrijven die fusioneren er belang bij de relevante markt zo groot mogelijk voor te stellen?
- Geef grafisch weer hoe een fusie zowel welvaartsbeperkende als welvaartsverhogende effecten kan hebben. (zie p78)

4. Verticale afspraken

- Leg het commitment probleem uit en de eventuele oplossingen ervoor. (zie p91-92)
 - Een bepaalde monopolist probeert zijn merk te verkopen aan een kleinhandelaar en wil daarvoor de monopoliewinst opstrijken. Echter de kleinhandelaar wil hier een exclusiviteitscontract voor in de plaats. Omdat de monopolist deze exclusiviteit ook wil verkopen aan andere kleinhandelaren, zullen de kleinhandelaren deze exclusiviteitsbelofte niet geloven en dus een prijs willen betalen lager dan de monopoliewinst die de producent voor ogen had. Oplossingen voor dit probleem zijn verticale fusie, een geloofwaardige exclusiviteit of een vaste afnameprijs. Dit is goed voor de producent en kleinhandelaar, maar slecht voor de consument
- In een verticale relatie kan een upstreambedrijf een downstreambedrijf een verplichte wederverkoopprijs opleggen. Het upstreambedrijf kan het downstreambedrijf ook verplichten om een minimum hoeveelheid af te nemen. Leg uit aan de hand van een grafiek hoe beide verticale restricties tot hetzelfde resultaat kunnen leiden.
- De SSNIP test is niet zo maar toe te passen op tweezijdige markten.
 - Leg kort uit wat de SSNIP-test doet.
 - Leg kort uit wat een tweezijdige markt is.
 - Waar moet op gelet worden als men de relevante markt voor een tweezijdige markt probeert te bepalen?

- Wat is dubbele marginalisatie, hoe kan het worden vermeden en hoe moet het fenomeen worden beoordeeld vanuit mededingingsstandpunt?
 - Dubbele marginalisatie is het fenomeen waarbij zowel de producent als de kleinhandel zonder beperkingen hun winst proberen te maximaliseren wat resulteert in te hoge prijzen en te lage afzet. Indien beide monopolisten zouden fusioneren tot één bedrijf zou er slechts één marge genomen worden. Indien er dus afspraken bestaan tussen de producent en verdeler zou er een hogere prijs en hogere winst zijn voor beide bedrijven, maar tevens een hogere hoeveelheid op de markt worden aangeboden en het consumentensurplus verhoogd zijn. De mededinging mag dus niet weigerachtig staan tov van zo'n fusie.
- Kunnen verticale beperkingen welvaartsverhogende effecten hebben? Licht toe.
 - Kunnen het probleem van dubbele marginalisatie oplossen
 - Als producent de kleinhandelaar een verzekerde prijs geeft of een exclusiviteitsrecht dan heeft de kleinhandelaar een incentive om het bepaalde product meer te verkopen, wat voor beide bedrijven een goede zaak is.
- Op welke manier kan een two-part tariff een oplossing bieden voor het probleem van de dubbele marginalisatie?
 - Een two-part-tariff kan tot een oplossing leiden als het vaste gedeelte de monopoliewinst dekt.
- Een producent van luxeproducten legt een vaste prijs op aan haar retailers. Waarom doet ze dit?
 - Om de effecten te internaliseren die voor de bedrijven zonder afspraken extern zouden blijven. Producenten zijn afhankelijk van prijzen die de retailers zetten. Een te hoge prijs zorgt voor minder vraag; een te lage voor meer vraag. De upstream-bedrijven zouden zo in de problemen kunnen komen door toedoen van retailers.

5. Misbruik van machtspositie

- Is buyer power altijd een goede zaak voor de welvaart? Toon grafisch aan.
 - Bij het extreme geval van buyer power (nl monopsonie) waarbij er één vrager is naar een bepaald goed. Deze monopsonist zal zijn welvaart proberen te maximaliseren door zijn $MK=MO$. Hierdoor zal het evenwicht worden gezet ver voor de aanbodscurve de vraagcurve snijdt. Er is dus een welvaartsverlies (p57)
- Hoe moet een mededingingsautoriteit bepalen of er effectief sprake is van roofprijzen?
 - Het is sowieso al moeilijk om te bepalen wanneer men te maken heeft met roofprijzen. Eerst moet men de marktmacht van de onderneming onderzoeken. Indien de onderneming een dominante positie bekleedt, is er mogelijks een probleem. De onderneming zou dan de prijzen kunnen laag zetten om concurrenten uit de markt te werken. Indien geen dominante positie, laissez faire. Ten tweede moet men het verband tussen de prijzen en kosten nagaan. Als de prijs zich onder de gemiddelde variabele kost bevindt, dan moet de mededingingsautoriteit optreden.
- Leg het reputatie-effect uit bij roofprijzen.
 - Het effect dat de predator creëert tov nieuwe bedrijven die zich willen vestigen op de markt. Als het bedrijf telkens roofprijzen hanteert bij de intrede van een nieuwe speler, krijgt zij een bepaalde "reputatie" dat ze zeer sterk staat in de markt.

- Als het de voornaamste taak is voor een mededingingsautoriteit om te waken over de consumentenwelvaart, hoe moeten rooftprijzen dan beoordeeld worden?
 - Mededingingsautoriteit moet proberen het motief van de plotse verlaging van de prijzen zien na te gaan. Is deze het gevolg van een predator op de markt of normale concurrentie? Mogelijke benaderingen hierbij is het nagaan van de marktmacht van het bedrijf die de rooftprijs zet en het nagaan van de verhouding prijs/kosten.
- Welke factoren kunnen een tegenwicht bieden aan bedrijven met een groot marktaandeel?
 -
- Op welke manier kan het toekennen van loyauteitskortingen mededinging-beperkende effecten hebben?
 - Doordat consumenten een loyauteitskorting krijgen zijn ze meer geneigd om telkens naar dezelfde handelaar te gaan, waardoor ze zelf niet meer kijken naar andere prijzen van handelaars. Hierdoor wordt de positie van de handelaar versterkt.
- Bespreek de leverage theorie.
 - In deze setting gebruikt de monopolist zijn marktmacht in de ene sector om zijn rivaal of rivalen in de andere markt, waar er geen monopolie heerst, uit de markt te duwen. Hierbij gebruikt hij het monopolie in de ene markt als hefboom voor de andere markt.
 - Concreet biedt hij de beide goederen (A (monopolistisch) en B (concurrentieel)) samen aan, waarbij de prijs van de bundel ver onder de prijs van de goederen A en B afzonderlijk liggen, waardoor concurrenten goed B niet meer kunnen produceren, omdat de kosten te hoog oplopen. Hierdoor verwerft het bedrijf nu ook op de markt in goed B een monopolie.

6. Het EU-mededingingsbeleid

- Hoe gaat de Europese Commissie om met de trade-off tussen efficiëntie en concurrentieverstorende praktijken van bedrijven?
- Licht kort toe welke instrumenten door de EU worden ingezet in de strijd tegen kartels en hoe deze instrumenten een wederzijds versterkend, afschrikkend effect hebben op de vorming van kartels.
- Wat is de logica achter het feit dat de instrumenten in de strijd tegen kartels gelijktijdig hervormd werden door de Europese Commissie?
- Press release, Brussels, 15 July 2011 – “The European Commission has opened formal antitrust proceedings because of concerns that the Austrian waste management company ARA may hinder its competitors to enter or expand their positions on the markets for the management of household and commercial packaging waste [...]” (3 ptn)
 - Van welke inbreuk op de mededingingswetgeving wordt ARA beschuldigd?
 - Wat is de wettelijke basis voor dit onderzoek van de Commissie?

- Waarom is dit gedrag verboden door de mededingingswetgeving?
 - Kan ARA zich verdedigen tegen de aantijgingen? Zo, ja: hoe?
 - Zou deze zaak voor zijn voor de Europese Commissie als ARA een Australisch bedrijf was?
 - Waar zal de Commissie rekening mee houden bij het berekenen van de boete?
- Immoweb is met voorsprong leider in de markt voor immozoekertjes. Het bedrijf maakt gebruik van softwarebedrijven die het web afspeuren naar zoekertjes. Immoweb betaalt 2€ per aangeleverd zoekertje. In het contract tussen Immoweb en de softwarebedrijven is een clausule opgenomen die bepaalt dat de softwarebedrijven aan concurrenten van Immoweb niet minder mogen aanrekenen dan 2€ per zoekertje. Beoordeel deze praktijk o.b.v. Art. 102 VwEU.
 - Afspraken tussen ondernemingen kunnen zowel anti-competitieve als pro-competitieve effecten hebben. Illustreer met een voorbeeld + licht toe hoe de mededingingsautoriteit met dit soort zaken moet omgaan.
 - Een producent van aluminiumfolie en een producent van vershoudfolie willen fusioneren. Ze dienen een aanvraag in bij de Europese Commissie. Hoe zal de Commissie beoordelen of deze fusie verenigbaar is met de interne markt?
 - Een belangrijke evolutie in het Europees mededingingsbeleid is de overgang van een rule-of-law naar een rule-of-reason. Wat betekent dit?

7. Het Belgische mededingingsbeleid

- Hoewel een relatief groot aantal brouwerijen actief is in België, is de productie van bier sterk geconcentreerd bij een beperkt aantal spelers. De twee belangrijkste brouwerijen, Interbrew en Alken-Maes, produceren bijna 70 % van de in België verkochte hoeveelheid bier. De nummers een en twee op de Belgische biermarkt plegen regelmatig bilateraal overleg over prijzen en promoties in de detailhandel en de verdeling van klanten op de horeca-markt. Beoordeel.
- Bespreek de relatie tussen een prijsbeleid en een mededingingsbeleid in België.

8. De bijdrage van het concurrentiebeleid aan de welvaart

- Vergelijk de structuren van de BmA en DG COMP. Bespreek.
 - Het grote verschil tussen de structuren van Mededingingsautoriteit van de EC en de Belgische Mededingingsautoriteit is het model. Bij de EC is het opgebouwd volgens een monistisch karakter, waarbij zowel onderzoek als beslissing door hetzelfde orgaan worden genomen. Bij de BmA is dit dualistisch waarbij onderzoek en beslissing door afzonderlijke organen binnen hetzelfde systeem worden genomen.
- Toon grafisch aan hoe het concurrentiebeleid via een verbod op monopolievorming de welvaart vergroot.

9. Regulering

- Leg met behulp van een grafiek de gevolgen uit van het kunstmatig opdrijven van de kosten (cost padding) door een natuurlijk monopolie onder cost-plus regulering.
- Leg uit en beoordeel de cost-plus benadering in regulering.
- Bespreek de verschillen tussen een mededingingsbeleid en regulering.
- Licht toe hoe het reguleren van netwerkindustrieën doorheen de tijd geëvolueerd is en waarom.
- Welke factoren bepalen de optimale duur van een patent?

10. Regulering in België

- Leg uit welke impact de liberalisering van de energiemarkten in België heeft gehad doorheen de bedrijfskolom van de gasvoorziening.
- Hoe is in België de transmissie van elektriciteit georganiseerd?

11. De rationale van een supranationaal beleid t.a.v. overheidssteun

- Het mededingingsbeleid en een subsidiebeleid hebben een andere benchmark. Licht toe.
- Wat is de rationale voor het organiseren van supranationaal toezicht over de subsidiepolitiek van landen?

12. Het Europese staatssteunbeleid

- De Europese Commissie laat toe dat lidstaten subsidies uitkeren aan hun bedrijven voor R&D, opleiding van werknemers etc. Toon grafisch aan hoe dit soort steun economisch te verantwoorden is.
- Hoe gaat de Commissie om met het verschil tussen overheidssteun en staatsteun?
- Waarom is staatssteun een exclusieve bevoegdheid van de Commissie?

13. Het EU-beleid t.a.v. openbare bedrijven

- In welke context plaats je de Altmarkcriteria? Geef een voorbeeld uit de praktijk.
- In welke context plaats je het market economy investor principle? Geef een voorbeeld uit de praktijk.
- Een vliegtuigmaatschappij ondertekent een contract met een luchthaven die deels in handen is van de regionale overheid. De luchthaven wil deze maatschappij erg graag aantrekken omdat ze heel wat meer luchtvaarttraffiek zal genereren op de luchthaven dan kleinere spelers. De luchthaven moet dan ook minder betalen voor landingsrechten etc.. Beoordeel.

