

# Hong Kong, Revisione del Budget 2011-2012

Nel suo quarto discorso annuale lo scorso 24 febbraio John Tsang, il segretario finanziario di Hong Kong ha presentato il bilancio di stato per l'anno 2011-2012. Il tema dominante di questo anno e' la lotta all' l'inflazione che da più due anni e mezzo a gennaio e' superiore al 3,6%. Nonostante il surplus di 71,3 bilioni HKD (6,7 bilioni di €) i contribuenti non usufruiranno come l'anno scorso di alcun bonus. Al contrario 6000 HKD (560EUR) verranno versati per ogni contribuente nel fondo obbligatorio provvidenza (fondo pensioni obbligatorio). Il totale di 24 bilioni di HKD (2,2 bilioni di €) e' la misura di stanziamento più ampia adottata per distribuire la ricchezza ai cittadini senza intaccare i prezzi. Le tasse sui salari si attesteranno sempre intorno al 15%. Previste altre misure di sostegno quali l'incremento di indennità e detrazioni. Anche le tasse sulla proprietà e di bollo rimarranno le stesse.

La tassa sui profitti rimarrà invariata al 16,5%, la più bassa al mondo. Un segnale promettente per gli affari e' rappresentato dalla pianificazione di sviluppo di edifici commerciali con focus sulla crescita di uffici e la rivitalizzazione dei siti industriali. Il terreno disponibile in vendita sarà di circa 600.000 metri quadri. Il dipartimento governativo si trasferirà presso il complesso di amministrazione centrale a Tamar una volta divenuto operativo, liberando così gli spazi per nuovi uffici grado A nella sede precedente.

La Commissione dello Sviluppo Nazionale e delle Riforme, l'ente governativo incaricato degli accordi sul monopolio, sull'abuso di potere e sul monopolio amministrativo ha pubblicato una ulteriore legge antitrust sui prezzi e ha dettato regole nelle procedura di esecuzione. Solo tre giorni dopo

l'amministrazione di Stato per il commercio e l'industria ha emanato le regole sulle proibizioni contro l'abuso di posizioni di dominio nel mercato e regole contro l'abuso di potere amministrativo per eliminare o restringere le attività competitive.

Queste regole implementano ulteriormente e chiarificano la legge anti monopolio del 2008 e mirano a colpire tutte quelle aziende che abusano del predominio del mercato, fissando un prezzo che esclude ogni competizione.

### **(A) Accordi Antitrust**

Vengono definiti come accordi antitrust quelle decisioni, accordi o condotte tra aziende concorrenti volte a eliminare o a restringere la competizione. La legge garantisce una tutela al meccanismo concorrenziale, impedendo che le imprese, singolarmente o congiuntamente, pregiudichino la regolare competizione economica adottando condotte che integrano intese restrittive della concorrenza, abusi di posizione dominante e concentrazioni idonee a creare o rafforzare una posizione di monopolio.

Si fa luce sull'interpretazione dell'antitrust identificando otto condotte commerciali come monopolio di prezzo orizzontale: 1) fissare o cambiare il prezzo, gli sconti di un bene 2) utilizzare in prezzo concordato come base di contrattazione con una terza parte 3) raggiungere accordi considerando la formula standard base di calcolo dei prezzi 4) stipulare accordi senza il consenso dell'altra parte (il prezzo non può essere cambiato) fissare o cambiare il prezzo camuffandolo, ogni altra condotta giudicata come accordo monopolistico.

Sono inoltre vietate: la limitazione o il blocco della produzione di un determinato quantitativo di un certo modello o prodotto, la limitazione delle vendite attraverso il rifiuto di fornire un determinato bene e la limitazione del contingente di vendita, dividere le vendite o

l'approvvigionamento per categorie di fornitori specifici, restringere l'acquisto o lo sviluppo di nuove tecnologie limitandone acquisto, investimenti rigettando ogni nuova tecnologia, boicottare le transazioni rifiutandosi di acquistare o vendere da uno specifico operatore commerciale.

## **(B) Abuso di Posizione Dominante**

L'articolo 6 dell'AML vieta agli "operatori di settore con una posizione dominante di mercato" di "eliminare o restringere la concorrenza abusando della loro posizione dominante". Conformemente alla legge per "posizione dominante" si deve intendere la posizione di mercato detenuta da un'impresa quando, in relazione al mercato di riferimento, questa sia in grado di avere il controllo del prezzo o dei quantitativi prodotti o altre condizioni commerciali, limitare o impedire l'entrata di altre imprese nello stesso mercato di riferimento. Gli articoli 17 e 18 dell'AML contengono un elenco di **fattori che possono essere utilizzati per stabilire se vi sia una posizione dominante** tra cui, per la fetta di mercato che l'impresa detiene e le condizioni concorrenziali nel mercato di riferimento, la capacità dell'impresa di aver controllo del mercato in cui opera, il grado di dipendenza dall'impresa da parte di altre imprese, la presenza di barriere all'entrata e i tipi di condotte abusive (fissare prezzi così bassi da evitare la concorrenza, rifiutare la trattativa).