

Misurare la reputazione dei fornitori: un commento alla ricerca Promo P.A.

Pierluigi Sabbatini*

AGCM

Roma, Palazzo Valentini, Via IV Novembre, 119/a
2 dicembre 2015

*Le opinioni espresse in questa presentazione non impegnano l'Istituzione di appartenenza

- La ricerca di Promo PA è utile e tempestiva
Attira l'attenzione sul problema principale:
«Se e come le stazioni appaltanti possono partecipare a un sistema di rating segnalando la performance relativa all'esecuzione di un appalto»

Outline

- Caratteristiche di un possibile sistema di rating reputazionale
- Cosa dovranno fare le stazioni appaltanti
- Idoneità delle stazioni appaltanti a svolgere il ruolo richiesto
- Incentivi a farlo

Legge delega: Criterio Reputazionale

- 1) Criterio premiante
- 2) Ruolo ANAC
- 3) Nesso con il rating di legalità

Possibile sistema reputazionale

- Reputazione basata su una patente a punti (punti negativi)
- ANAC definisce i criteri
- Stazioni appaltanti assegnano i punteggi
- Stazioni appaltanti utilizzano i punteggi (aggregati a livello nazionale) per selezionare gli aggiudicatari

Difficoltà nell'attribuire punteggi negativi

- Possono generare un contenzioso (differentemente dai punteggi positivi)
- Possibili soluzioni:
 - 1) Criterio oggettivo e facilmente interpretabile
 - 2) Rendere il punteggio meno esposto al contenzioso:
 - Ad es. si potrebbe stabilire che l'assenza di punti negativi corrisponda a una esecuzione del lavoro (o una fornitura) pari al migliore standard possibile, più elevato di quanto stabilito contrattualmente?
 - E' coerente con le direttive comunitarie? Dubbio. Però rispetta il principio di non discriminazione dei nuovi entranti e la concorrenza transfrontaliera.

Inerzia delle stazioni appaltanti

- La ricerca di Promo PA ci dice che le stazioni appaltanti:
 - 1) Giudicano assai benevolmente i contratti conclusi
 - 2) Effettuano pochi controlli sulla esecuzione dell'appalto
 - 3) Scarso contenzioso su iniziativa della stazione appaltante

Incentivi per attribuire un punteggio reputazionale

Al momento scarsi:

- Indicare la performance è costoso in termini di risorse
- Può dar luogo a un contenzioso
- Il vantaggio ricade su altre stazioni appaltanti

Strategie di internalizzazione dei benefici che derivano dal sistema reputazionale

- Monitoraggio dell'esecuzione del contratto di appalto in corso di opera: la minaccia di un punteggio negativo può migliorare l'esecuzione
- L'ANAC potrà utilizzare il modo con cui viene attribuito il punteggio reputazionale come indicatore di qualità della stazione appaltante

Opportunità derivanti dal nuovo contesto normativo

1) *criterio di aggiudicazione: l'offerta economicamente più vantaggiosa*

- Il mancato rispetto di una condizione presente nell'offerta tecnica ha una immediata valorizzazione economica (più facile quantificare i punti negativi)
- Vi potrebbero essere lamentele da parte dei non aggiudicatari (effetto dubbio)

2) *Stazioni appaltanti maggiormente professionalizzate e con un più ampio portafoglio di gare*

- Conseguenza: migliore capacità di valutazione ex post e parziale internalizzazione dei vantaggi derivanti dal criterio reputazionale