

MODERATRICE: Passo la parola ad AGID che è degnamente rappresentata dal dottor Mauro Draoli, che è proprio del servizio strategico Procurement e Innovazione del Mercato di AGID.

MAURO DRAOLI: Buongiorno a tutti. Con il dottor Postiglione collaboriamo ormai da tanto tempo. Parto dalle prime parole che il dottor Postiglione ha detto: “Noi eravamo un centro di acquisto”. In realtà siete ancora un centro di acquisto, ma siete anche un'altra cosa. Credo che il caso di Soresa, cioè questa presa di consapevolezza di essere anche un'altra cosa sia una situazione importante. Chi fa acquisti determina non solo l'acquisto in sé, ma determina l'esito di una progettualità.

L'acquisto, che significa l'acquisizione di beni e di servizi da parte del mercato, è un pezzo a volte essenziale dell'azione della Pubblica Amministrazione. Non è l'unico, sono perfettamente consapevole che c'è una parte di organizzazione interna altrettanto importante, ma anche il rapporto con i terzi fornitori, cosiddetti, qualcuno ogni tanto dice partner, fornitori o partner sono due termini che indicano un approccio diverso a qualcosa che giuridicamente è sostanzialmente quasi la stessa cosa. Sono ingegnere, quindi scusatemi le sbavature, però è la presa di consapevolezza che l'acquisto e il servizio sono parte di una proposizione complessiva verso il cittadino o il paziente, come nel caso specifico di questo tavolo.

AGID si occupa, come sapete, da tanto tempo della parte più informatica, della parte digitale. Già in questo settore, lo diciamo qui con maggiore consapevolezza perché è il settore in cui operiamo da tanti anni, possiamo affermare con ragionevole sicurezza e prendendoci le responsabilità, che il fatto che la Pubblica Amministrazione abbia espresso, come domanda verso il mercato, una domanda più sfidante, più qualificata, più seria, alcune volte più rigorosa, non solo è diventato un problema di efficienza per la Pubblica Amministrazione, ma ha avuto anche un secondo effetto, l'effetto per il quale il mercato, che magari nel brevissimo tempo può gradire un cliente meno rigoroso o meno sfidante, perché è più facile dare una risposta, poi, nel medio o lungo termine può accorgersi che questa diventa una debolezza, soprattutto quando il cliente è un cliente massivo, che quindi ha una rilevanza notevole, perché non induce le aziende a diventare competitive, le fa adagiare. La competizione si sposta sui prezzi, sulla redditività, sullo stipendio delle persone, sulla qualità del lavoro dei ragazzi, sul fatto che i giovani che escono da luoghi di assoluta eccellenza, come questi, vengono chiamati nelle aziende per fare dei lavori che loro stessi, dopo cinque minuti, ritengono assolutamente al di sotto delle loro potenzialità e di quello che gli è stato insegnato fino a quel momento. L'effetto è molto più rilevante di quanto in prima battuta si possa pensare.

L'Agenzia per l'Italia Digitale ha affrontato, perché il nostro Governo, l'Italia, già dal 2012 ha dato delle priorità coraggiosamente su questo tema, il tema del Procurement di innovazione. Lo riformulo nella semplicità che i due minuti richiedono, il Procurement di innovazione è la propensione, da parte delle Amministrazioni, quando vogliono fare un acquisto, a pensare che si può potenzialmente andare oltre quello che è stato già fatto, quindi non ripetere meccanicamente e apparentemente in maniera semplificata l'appalto precedente, migliorandolo un pochino, non avere un approccio conservativo, ma pensare e pensare che in taluni casi, ci mancherebbe, non in tutti, non è che si può dire all'Amministrazione di rischiare sempre e comunque, pensare in maniera più strategica, pensare che quell'appalto può essere fatto sfidando il mercato e stimolando il mercato a darti il meglio di quello che ha o che potrebbe avere nei prossimi mesi o addirittura nei prossimi anni, a seconda di com'è l'approccio, di quanto vuoi rischiare, di quanto è importante – secondo te – l'obiettivo concreto che vuoi realizzare per il paziente o per le casse pubbliche e quant'altro.

Gli strumenti esistono, anzi, posso dire che molte azioni di colleghi coraggiosi, che hanno voluto fare qualcosa di più con gli appalti, hanno trovato difficoltà perché nel voler fare di più, coraggiosamente, hanno utilizzato strumenti procedurali tradizionali, hanno fatto l'opposto, e poi si sono incastrati su

Mauro Draoli

Servizio Strategie di Procurement e Innovazione del Mercato-AGID

questi strumenti. Gli strumenti nuovi, appalti precommerciali, partenariato per l'innovazione, dialogo competitivo (...).

MODERATRICE: Per la peculiarità del settore, quanto sarebbe importante la consultazione prevista per legge, in assoluto, delle aziende per poter predisporre un bando che poi non è soggetto a mille contenziosi, quindi esborsi dell'Ente pubblico, perdita di tempo. Ormai, in tutti i settori del pubblico, i dirigenti si dovrebbero abituare a fare la consultazione con tutte le aziende, questo semplificherebbe un sacco di cose, anche il lavoro dell'Anac per le mancate congruità e soprattutto in settori particolari, come quello di cui stiamo parlando, in cui un prodotto oggi vale tanto e tra sette mesi non serve più, vale pochissimo. Sarebbe importante un continuo dialogo anche con le aziende innovative.

MAURO DRAOLI, Servizio Strategie di Procurement e Innovazione del Mercato: Assolutamente, ci stavo arrivando proprio in quest'istante, quando dico tra gli strumenti: consultazione di mercato. Per chi vuole essere formale, articolo 66 del Codice degli Appalti.

Aggiungo, una consultazione di mercato serena. Ne monitoriamo tante, cerchiamo di aiutare i colleghi, quelle consultazioni di mercato in cui vediamo in cui c'è scritto l'avviso: ci sarà consultazione di mercato il giorno 23 ottobre alle ore 10:00, saranno ammessi tutti coloro che hanno mandato, via protocollo, il seguente modulo debitamente compilato entro le ore 12:00 del 10 settembre e arriveranno con una delega scritta.

Ecco, non è esattamente quello che intendiamo, quello che intendiamo è un momento di discussione aperta, paritaria, pubblica, serena tra i soggetti appaltanti, gli stakeholders, gli operatori di mercato e, perché no, se partecipano anche le Associazioni degli utenti in cui si assume reciprocamente la consapevolezza, anche da parte degli operatori di mercato, delle reali difficoltà che ci stanno dietro. È simmetrica la questione, è paritaria. Poi, ognuno ha i propri ruoli, e quindi dopo c'è un momento in cui la Pubblica Amministrazione deve fare il proprio compito e scrivere i documenti di gara.

Per chi vuole sapere un pochino di più, c'è un sito che si chiama appaltinnovativi.gov.it che in questo momento raccoglie tante esperienze, una settantina o una ottantina, da parte di tanti colleghi della Pubblica Amministrazione che già prima della nostra azione avevano fatto quest'approvazione, Soresa è una di essi. Può servire per prendere spunto, per contattare le Amministrazioni che lo hanno già fatto, per leggere i documenti di gara. Tra l'altro, questo sito, grazie a un accordo che ormai abbiamo già da circa un anno con Soresa e Regione Campania, l'assessore Fascione è connessa con le iniziative di Open Innovation Campania.

Open Innovation è l'ultima parola chiave che cito, poi termino repentinamente, è proprio il modello che sta dietro a tutto ciò. Open Innovation è una cosa che tradizionalmente si fa nel mondo aziendale, nel mondo privato. Il nostro lavoro, in sintesi, è quello di individuare facilmente e serenamente le modalità con cui una Pubblica Amministrazione può fare Open Innovation nel pieno e sereno rispetto delle regole oggi esistenti e tipicamente del Codice dei Contratti.

È poco noto, ma è possibilissimo. Le procedure che ho citato prima sono modalità procedurali, quindi aiuti. Se le leggo mi aiutano, se non ci fossero quelli articoli del Codice degli Appalti me li dovrei inventare, invece ci sono, li uso e riesco a fare Open Innovation nel settore pubblico.

L'Open Innovation è un settore privato, vede un soggetto che cerca altri nel mondo che lo possono aiutare a risolvere un problema sfidante. Per cercare altri nel mondo, deve fare pubblicità, deve scoprirsi. Nel settore privato, i privatisti industriali e gli opportunismi, spesso rendono inopportuno, impediscono che l'identità di colui che cerca una soluzione sia nota e questo limita inevitabilmente il parco dei potenziali offerenti.

Mauro Draoli

Servizio Strategie di Procurement e Innovazione del Mercato-AGID

Quello che oggi leggiamo e vediamo come un appesantimento, la trasparenza, la pubblicità legale, nel mondo dell'Open Innovation sono non più un'obbligazione, ma uno strumento essenziale per poter gridare al mondo: "Ho un problema, chi è in grado di risolvere o pensa di poter dare un contributo, prego, venga alla mia consultazione di mercato".

Molti di quegli strumenti che sono oggi percepiti come degli appesantimenti, se li pensiamo sotto un'altra ottica, sono degli straordinari strumenti di efficacia. Grazie a tutti.