

Sistemi di Qualificazione e Meccanismi Reputazionali

Giancarlo Spagnolo

U. di Tor Vergata – Proxenter

SITE, EIEF, CEPR



Roma, AGCM, 16 Settembre 2015



Focus

nn) **revisione del vigente sistema di qualificazione** degli operatori economici in base a criteri di omogeneità, trasparenza e verifica delle capacità realizzative, delle competenze tecniche e professionali organiche all'impresa, nonché delle attività effettivamente eseguite, **anche introducendo misure di premialità,** regolate da un'apposita disciplina generale fissata dall'ANAC con propria determinazione e connesse a **criteri reputazionali basati su parametri oggettivi e misurabili...**

Performance Passata e Selezione del Contraente: US vs EU

US

1. Kelman e il FPSA 1994: Obbligatorio raccogliere performance passata ed utilizzarla per selezione
2. Difficolta' di **implementazione**: PA non inseriscono I dati
3. Senato/GAO 2011: **blocca l'ingresso delle SME?**

EU

1. Paura che venga manipolato a favore dei locali
2. Solo poco nei criteri di esclusione, non per selezione
3. Si sta' aprendo uno **spiraglio?**

Limiti dei contratti

Rimedi contrattuali come le penali sono "conflittuali":

- scelti e imposti dal buyer *durante* la transazione
- 'assoluti' e 'individuali', indipendenti dai competitors
- richiedono *commitment*: minacce *ex ante*, ma *ex post*, l'incentivo a non applicarli e' forte, soprattutto nel pubblico

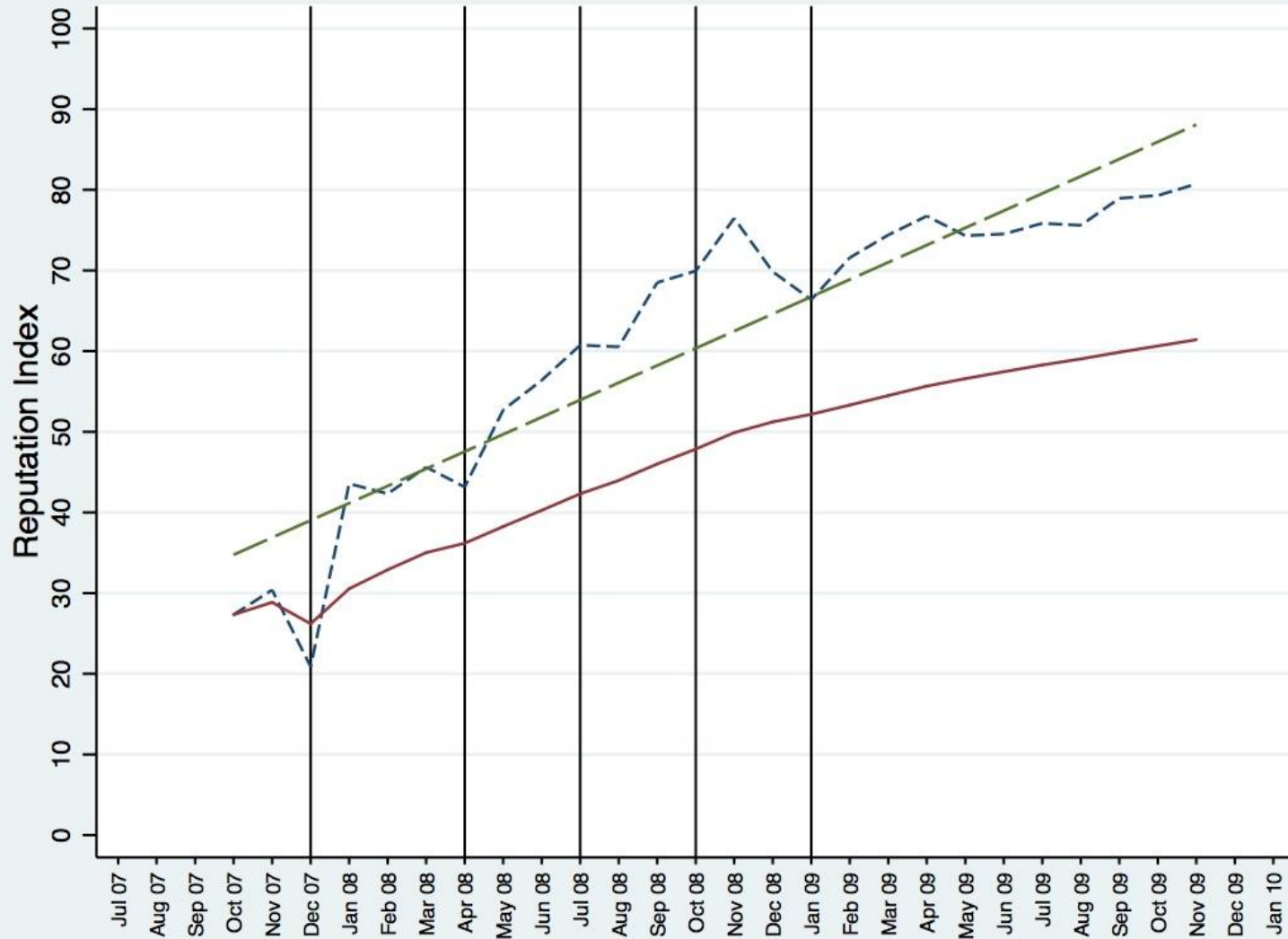
Riducono lo spirito di collaborazione, per questo sono poco usati nel privato, se non per grossi problemi

Meccanismi reputazionali

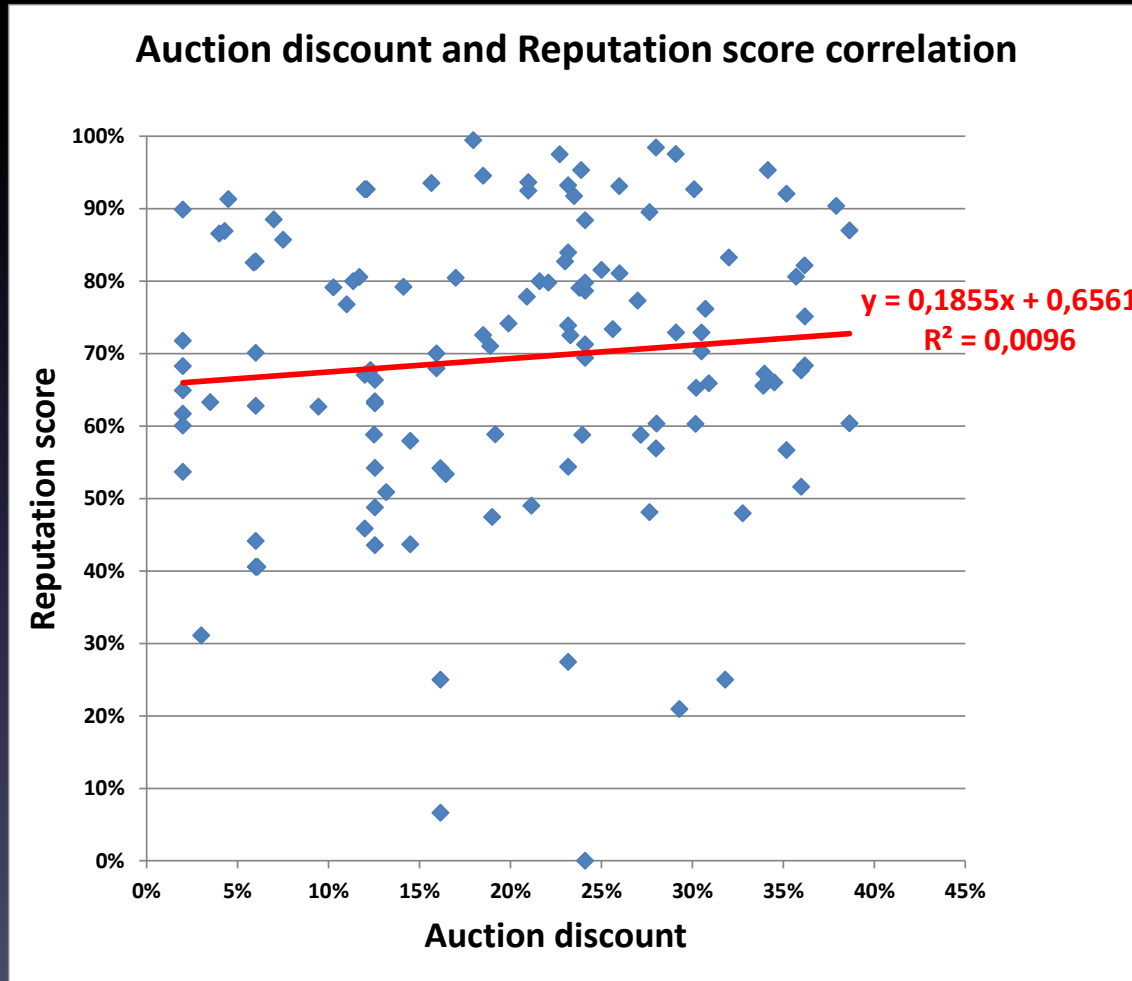
Piu' **semplici** da applicare perche **meno conflittuali**:

- premiare (punire) *in futuro* la buona (cattiva) performance passata e' un meccanismo naturale,
- generalmente accettato di buon grado perche' **comune a tutti i fornitori**
- **utilizzati ex post perche' 'relativi'**: penalizzare chi fa male premia allo stesso tempo **chi fa bene**, e questi **sosterra'** l'applicazione del meccanismo...

Migliorano la qualita'? Pare di si...



Aumentano I prezzi? Pare di no...



Discriminano contro entranti?

DIPENDE

I meccanismi reputazionali possono essere disegnati in modo molto diverso... ...e avere effetti molto diversi.

Butler, Conso, Carbone e Spagnolo (2014) studiano il problema in laboratorio, introducendo meccanismi reputazionali in cui i fornitori nuovi entrati:

- a) entrano senza reputazione
- b) entrano con la massima reputazione (come patente a punti)

RISULTATI

1. **Senza** meccanismo reputazionale:

bassa qualita' alti prezzi molti entranti

2. **Con** meccanismo, ma zero reputazione ai nuovi entranti:

alta qualita' bassi prezzi nessun entrante

3. **Massima** reputazione ai nuovi entranti (patente a punti):

alta qualita' bassi prezzi moltissimi entranti!!

~~~ NIRVANA ~~~

# Conclusione

- La ricerca dice che sono uno strumento semplice e molto potente
- L'Uomo Ragno dice che da un grande potere derivano grandi responsabilità
- Meccanismi reputazionali ben disegnati e implementati possono aumentare di molto il benessere dei cittadini, facilitando l'ingresso di nuove aziende e stimolando il procurement cross-border
- Ma disegnati o implementati male possono fare notevoli danni

**Siamo all'altezza del grande potere?**

# Referenze

- Dini, F., Spagnolo, G., 2004, “Reputation Mechanisms and Electronic Markets: Economic Issues and Proposals for Public Procurement,” with F. Dini, in Khi Thai et al. (Eds.), *Challenges in Public Procurement: an International Perspective*, PrAcademic Press.
- Dini, F., Dellarocas, C., Spagnolo, G., 2006, “Designing Reputation Mechanisms,” with Chris Dellarocas and Federico Dini, in N. Dimitri, G. Piga and G. Spagnolo (Eds.), *Handbook of Procurement*, Cambridge University Press, pp. 446-482.
- Spagnolo, G., 2012, “Reputation, Competition and Entry in Procurement.” *International Journal of Industrial Organization*, 30(3), 291–296.
- Butler, J., Carbone, E., Conso, P., Spagnolo, G., 2015, “Reputation and Entry in Procurement,” unpublished manuscript, available here
- Decarolis, F., Pacini, R., Spagnolo, G. 2015, “The Role of Reputation when Awarding Contracts: Empirical Evidence from a Vendor Rating System,” unpublished manuscript, available here

Referenze disponibili sul sito: <https://sites.google.com/site/giancarlospagnoloshomepage/>