

AZIENDE E MERCATI

Assorel, i dati sulle gare

Assorel comunica i primi dati dell'Osservatorio Gare e apre il tavolo comune con le altre associazioni del comparto, cui aderisce Unicom.



ASSOCIAZIONI

Assorel comunica i primi dati dell'Osservatorio Gare e apre il tavolo comune con Unicom

In prima linea per contribuire alla qualità e alla crescita del mercato, a inizio 2017 **Assorel** ha avviato l'Osservatorio Gare per l'elaborazione di dati utili ad aprire il dialogo con le autorità di competenza sul tema della trasparenza in fatto di gare pubbliche in Italia. Partendo dal database delle gare bandite nel 2016, è stata effettuata l'estrapolazione e l'analisi dei bandi europei di comunicazione e relazioni pubbliche e ne sono emersi i seguenti dati: 57 è il numero di gare bandite e assegnate dalle stazioni appaltanti indicate come Regioni (16 bandi), Comuni (13 bandi) e Ministeri (3 bandi). Un dato esiguo se lo si rapporta, per esempio, ai 140 milioni di Euro spesi in promozione turistica dalle Regioni nel corso del 2016 ma soltanto tre Regioni hanno messo a gara un budget di spesa per il settore (fonte Confturismo). Un altro parametro in tal senso lo offre il Dipartimento dell'Editoria che nel 2016 ha programmato 22 campagne di comunicazione per le quali non sono stati rilevati bandi pubblici ma solo alcune

manifestazioni d'interesse senza ulteriore tracciabilità. Una tale procedura lascia spazio all'assegnazione diretta degli 'incarichi sotto soglia' (40 mila euro) o agli incarichi entro i 150 mila euro, assegnati con procedura negoziale a cottimo fiduciario con almeno 5 partecipanti, e lo stesso iter viene seguito per gli incarichi fino a 1 milione con 10 partecipanti. Dall'analisi delle società vincitrici degli appalti emerge che il 22% delle gare è stato assegnato a due sole agenzie e che la maggior parte dei bandi impone la rispondenza a requisiti molto stringenti, di fatto uno sbarramento alla sana competizione tra imprese a beneficio del mercato dell'offerta e della domanda, con conseguente scadimento della qualità dei servizi, dovuta al ribasso degli onorari, che ha nel dumping la peggiore deriva. Uno scenario che il nuovo codice degli appalti si è dimostrato incapace di risolvere. «L'Osservatorio Gare è il primo contributo concreto ad una ricerca di trasparenza basata su fatti oggettivi, che necessitano di una soluzione

attraverso la mediazione e il dialogo con le Istituzioni competenti – dichiara **Filomena Rosato**, presidente **Assorel**. – È tuttavia certo che tutte le parti coinvolte del mondo della Comunicazione e dei Servizi a valore aggiunto devono sedere allo stesso tavolo per agire coesi verso il raggiungimento di un obiettivo comune. **Assorel** è pronta a collaborare con le Associazioni del comparto, nell'identità di rappresentanza, e per questo ha assegnato la delega specifica Gare e Trasparenza al consigliere Omer Pignatti». In questa direzione **Assorel** condivide con Unicom il processo di collaborazione in ambito internazionale e oggi esteso anche al tema Gare, nelle parole del presidente Alessandro Ubertis: «La comunicazione, per sua definizione tematica trasversale, vede il coesistere di tante realtà associative rappresentanti singoli segmenti verticali. Solo un ascolto attento e produttivo di tutte le voci potrà garantire un trattamento equo del tema. La costituzione di un tavolo di

lavoro congiunto – o la partecipazione congiunta a tavoli esistenti – ne è utile complemento». Un segno tangibile di questo impegno è infine l'azione-ponte svolta da Maria Cristina Manfredini, delegata **Assorel** per l'area Experiential, nel Club degli Eventi e della Live Communication, dove coordina il tavolo "Diffusione della Cultura degli Eventi in Italia", con un'azione trasversale anche sul tema delle gare.

