

# Bocconi

## OSSERVATORIO SUL MANAGEMENT DEGLI ACQUISTI E DEI CONTRATTI IN SANITÀ (MASAN)

*Pubblico – Privato.*

*Creare valore per il SSN : opportunità e barriere*

**Veronica Vecchi**

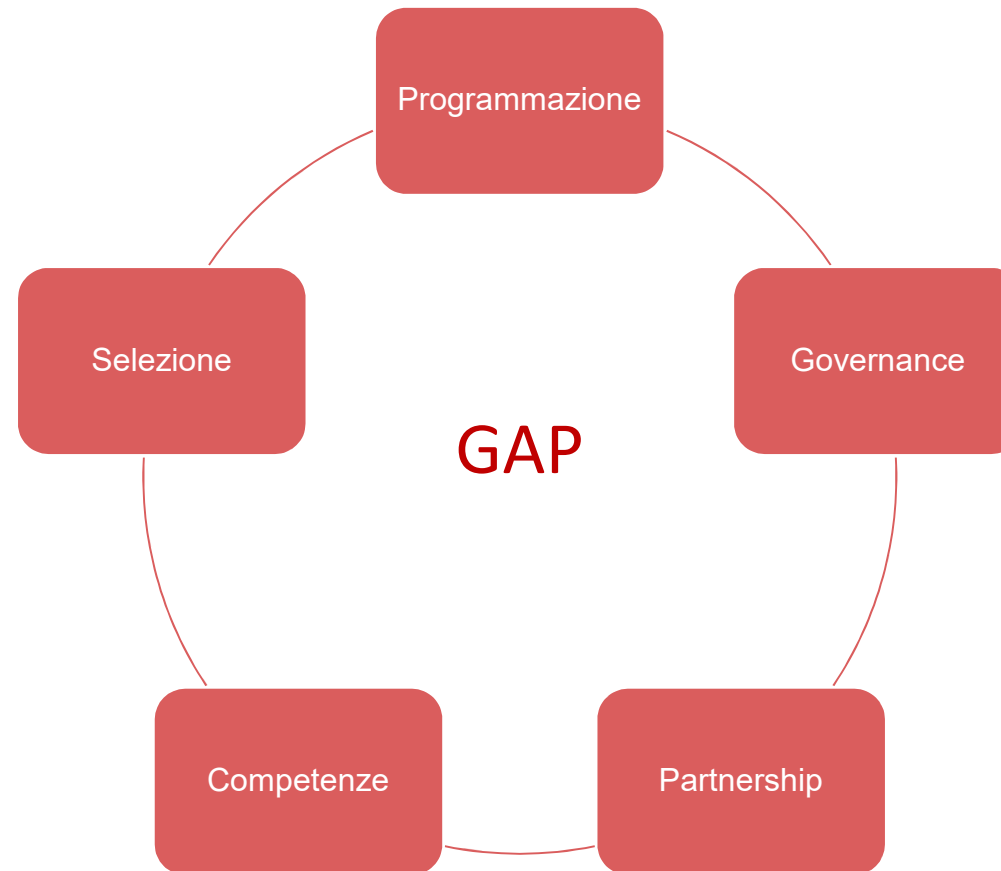
6 Novembre 2019

# Trend Macro



- Come gli OE possono contribuire all'Obiettivo 3 degli SDG nelle economie mature, dotate di un welfare state?
- Come il SSN può catturare il trend globale di maggior commitment del mercato verso obiettivi di sostenibilità?

# La centralizzazione: i gap da chiudere per un procurement più «strategico»



# Ripensare la Governance e i meccanismi operativi del procurement

## DIMENSIONE MACROECONOMICA/POLITICA

- Ricerca di un trade off tra ottimizzazione della spesa vs qualità ed efficacia dell'acquisto
- Catturare l'evoluzione del mercato
- Norme anticorruzione e conflitto di interesse che frenano i processi di innovazione del procurement

## DIMENSIONE GOVERNANCE

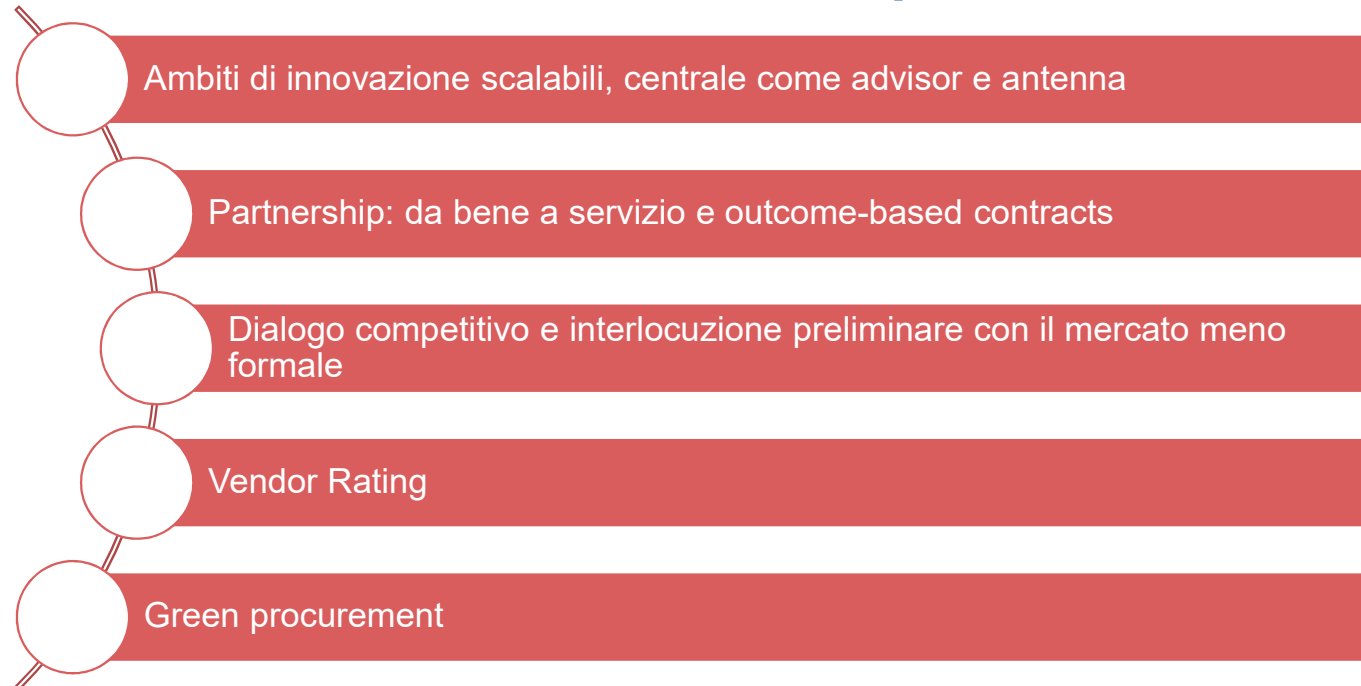
- Centrale: funzione regionale o di supporto alle aziende del SSR
- Coinvolgimento delle centrali nei processi decisionali di programmazione regionale
- Economie di specializzazione, anche tra centrali
- Rafforzamento del monitoraggio per supportare la programmazione
- Rendicontazione dei risultati (non solo risparmio) come driver di credibilità
- Reinvestimento del risparmio per introdurre più innovazione
- Individuazione di spazi di innovazione scalabili
- Superamento delle logiche formali della gestione del conflitto di interessi per un miglior coinvolgimento dei clinici

## DIMENSIONE AZIENDALE/ORGANIZZATIVA

- Più collegamento tra performance aziendale e acquisti: individuazione di spazi di innovazione a livello aziendale
- Ruolo chiave del provveditore e del DEC: accompagnamento al ruolo
- Vendor rating per ridurre l'azzardo morale del mercato e per migliorare la qualità di ciò che si acquista
- Miglior coinvolgimento dei clinici

DIMENSIONE MERCATO  
Procurement come driver di crescita e innovazione

# Catturare la capacità di generare innovazione del mercato: possibili ambiti



- Qual è la value proposition del mercato?
- Come il mercato può essere un fornitore-partner per consentire di conseguire una maggior sostenibilità?
- Ha senso parlare di patto per l'innovazione sostenibile? Se sì, come?

**Veronica Vecchi**

*Chair Advisory Board Osservatorio MASAN*

*CERGAS – SDA Bocconi*

*veronica.vecchi@unibocconi.it*

Università Commerciale Luigi Bocconi

Via Röntgen 1 | 20136 Milano – Italia |

Tel +39 02 5836.2597 | [www.cergas.unibocconi.eu](http://www.cergas.unibocconi.eu)