



Promemoria

Analisi di mercato

Stato: 18 dicembre 2024

I committenti sono tenuti a impiegare i fondi pubblici in modo sostenibile, come pure a scegliere l'offerta più vantaggiosa per soddisfare il fabbisogno nel quadro di una concorrenza efficace ed equa. Per garantire un approvvigionamento ottimale e per determinare la procedura di aggiudicazione corretta è essenziale conoscere l'andamento attuale e futuro del mercato. A tale scopo può rivelarsi necessario svolgere un'analisi di mercato o commissionarla a un terzo indipendente. In linea di principio, un'analisi di mercato svolta correttamente non costituisce di per sé alcuna preimplicazione degli offerenti consultati.

A. Obiettivi

Sulla base di un'analisi di mercato specifica vengono raccolte ed elaborate informazioni sul mercato degli appalti attuale e potenziale. L'analisi di mercato persegue l'individuazione e la comprensione delle strutture di mercato e, in particolare, della struttura dei fornitori in relazione a tutte le caratteristiche rilevanti: prezzo (alto, basso e oscillazioni), dimensioni del mercato, ripartizione geografica di potenziali fornitori e attori chiave ecc.

Poiché funge da base per poter adottare decisioni strategiche di acquisto, l'analisi di mercato deve fornire risposte in particolare a talune domande, come quelle indicate di seguito.

- Il fabbisogno individuato può essere soddisfatto con le soluzioni / le prestazioni offerte sul mercato?
- Come si caratterizza il mercato interessato sotto il profilo degli offerenti (ad es. numero di potenziali offerenti, un'unica impresa o più imprese, svolgimento usuale nel settore ecc.)?
- Come deve essere strutturata la procedura di appalto per garantirne il corretto svolgimento?

- Come possono essere scelti e formulati al meglio i criteri (CP, CI, ST e CA)?

B. Approcci possibili

L'analisi di mercato è preceduta da un rilevamento del fabbisogno, effettuato nel quadro di un'analisi preliminare di una procedura di appalto. È possibile strutturare un'analisi di mercato come interna o esterna seguendo diversi approcci (elenco non esaustivo):

- consultare banche dati o altre fonti accessibili al pubblico (riviste specializzate ecc.);
- effettuare uno scambio esperienziale con altri servizi di aggiudicazione, autorità, associazioni di categoria o gruppi d'interesse;
- commissionare analisi di mercato a terzi (eventualmente con una richiesta di informazioni, al riguardo cfr. lett. D più sotto);
- presentare una richiesta di informazioni tramite il servizio di aggiudicazione interpellando direttamente i potenziali offerenti o con una pubblicazione su simap;
- utilizzare analisi esistenti condotte da società di ricerche di mercato.

C. Problematiche da affrontare

Trattamento paritario e preimplicazione

La legge non disciplina le modalità di svolgimento di un'analisi di mercato conformemente alle disposizioni del diritto in materia di appalti pubblici. In generale devono essere osservati i principi contenuti nella legislazione sugli appalti pubblici, in particolare quelli inerenti al trattamento paritario e alla trasparenza (si veda l'art. 2 lett. b e c LAPub)¹. Nello svolgimento delle analisi di mercato occorre impedire l'insorgenza di vantaggi nella procedura di aggiudicazione per gli offerenti consultati. Non è consentito adattare il bando a determinati offerenti sulla base delle informazioni desunte dall'analisi di mercato. È importante evitare una

¹ Legge federale del 21.6.2019 sugli appalti pubblici (LAPub; RS 172.056.1)

preimplicazione; in caso contrario occorre compensare il vantaggio concorrenziale che ne deriva (si veda l'art. 14 cpv. 1 e 2 LAPub).

Sussiste una preimplicazione quando un offerente ha partecipato alla preparazione di una procedura di appalto. Una siffatta partecipazione pone l'offerente in una posizione di forza, perché rispetto ai concorrenti egli ha un vantaggio in termini di conoscenze. Tuttavia, secondo l'articolo 14 capoverso 3 LAPub un'analisi di mercato svolta correttamente prima della procedura di aggiudicazione non costituisce di per sé alcuna preimplicazione degli offerenti consultati, sempre che il committente pubblichi i risultati dell'analisi di mercato nella documentazione del bando.

Tutela del segreto d'affari

Ai fini del trattamento paritario, l'offerente è tenuto a compensare il vantaggio in termini di conoscenze pubblicando i risultati dell'analisi di mercato; a quest'obbligo si contrappone però il segreto d'affari. Occorre fare in modo che nella procedura successiva tale segreto venga tutelato (si veda l'art. 11 lett. e LAPub).

Costi dell'analisi di mercato

Le analisi di mercato impegnative, caratterizzate da un contesto complesso, possono comportare costi elevati. Non è da escludere che già in questa sede sia necessario svolgere, a seconda del valore della commessa, una procedura mediante invito o una procedura di livello superiore. L'analisi di mercato deve essere svolta da offerenti indipendenti dal mercato potenziale.

D. Richieste di informazioni: aspetti particolari da considerare

Con una richiesta di informazioni è possibile chiedere ai potenziali offerenti se un fabbisogno prospettato può essere in linea di massima soddisfatto sul mercato esistente. Poiché in una richiesta di informazioni vengono consultati direttamente i potenziali offerenti, occorre prestare particolare attenzione alle problematiche summenzionate (trattamento paritario, preimplicazione e tutela del segreto d'affari dei partecipanti alla richiesta di informazioni).

La mera richiesta di informazioni o i risultati ivi desunti non costituiscono una base sufficiente per un'aggiudicazione per incarico diretto. Questo perché per gli offerenti la partecipazione a una richiesta di informazioni è facoltativa e di conseguenza non si può appurare in modo attendibile le dimensioni del reale mercato in relazione alle prestazioni. Pertanto, di regola è necessario effettuare ulteriori chiarimenti (cfr. lett. B).

Richieste di informazioni pubblicate su simap.ch

Affinché sia resa accessibile a un gruppo di destinatari più ampio, una richiesta di informazioni può essere pubblicata su simap.ch. I riscontri pervenuti da un ampio bacino di potenziali offerenti devono consentire di accertare come deve essere strutturata in seguito la procedura di aggiudicazione. Tuttavia, anche nel caso di una pubblicazione, la struttura della richiesta di informazioni e l'utilizzo delle informazioni ivi desunte sono d'importanza cruciale. Anche le competenze specialistiche del servizio richiedente sono il presupposto per elaborare una richiesta di informazioni efficace su simap.ch.

Si rammenta che una richiesta di informazioni con pubblicazione su simap.ch deve essere formulata secondo i medesimi principi di una richiesta non pubblicata.

E. Giurisprudenza

Nella [DTF 150 II 105](#) il Tribunale federale ha intensificato l'importanza dell'analisi di mercato nell'ambito delle aggiudicazioni per incarico diretto secondo l'articolo 21 capoverso 2 lettera c LAPub. Secondo tale decisione il committente è tenuto a comprovare che, dal punto di vista economico e funzionale, non esiste un'alternativa adeguata in caso di aggiudicazione per incarico diretto. Per fornire questa prova, **prima** di procedere a una simile aggiudicazione, il committente deve aver svolto un'adeguata analisi di mercato. Nel concreto, l'analisi deve verificare la peculiarità della commessa, indicare in modo definitivo i requisiti prestazionali concreti e includere i fornitori noti di potenziali alternative.

F. Ulteriori informazioni

Centro di competenza per gli acquisti pubblici della Confederazione CCAP:
rechtsdienst.kbb@bbl.admin.ch