

Sponsorizzazioni

Il nuovo procedimento per individuare lo sponsor da parte della Pubblica Amministrazione

di Maurizio De Paolis - Presidente dell'Associazione Romana di Studi Giuridici

L'eccessivo debito pubblico e la persistente crisi economica che investe il nostro Paese, fanno sì che la ricerca di finanziamenti privati per sponsorizzare iniziative promosse dalla Pubblica Amministrazione costituisca un fattore di fondamentale importanza soprattutto per le Regioni e le Autonomie locali che hanno subito e continuano a sopportare pesanti tagli nei loro bilanci pur dovendo svolgere funzioni essenziali per la vita dei cittadini e delle imprese.

Introduzione

L'orientamento prevalente della giurisprudenza ritiene che la scelta dello *sponsor* deve avvenire all'interno di procedure ad evidenza pubblica (1). Pertanto, ben si comprende come la stipulazione del contratto di sponsorizzazione si abbia soltanto a conclusione della corretta esecuzione di una sequenza di atti, adempimenti e accertamenti formali costituenti il modulo procedimentale di evidenza pubblica (2).

Detta sequenza, in realtà, è quasi interamente predefinita e non subisce modifiche rilevanti in ragione della specifica procedura concorsuale che si intende porre in essere. Tuttavia, e soprattutto nel caso di contratti che presentino importi esigui o comunque inferiori alla somma di quarantamila euro, è opportuno e legittimo che la scelta dello sponsor privato avvenga sulla base di procedure semplificate, quali possono essere, ad esempio, quelle alla base del così detto affidamento diretto previsto dall'art. 36, D.Lgs. n. 50/2016 (3).

Sebbene ai contratti di sponsorizzazione non si possano applicare le specifiche procedure previste dalla

legislazione comunitaria e nazionale riguardanti gli appalti pubblici di lavori, servizi e forniture, sia l'Autorità Nazionale Anticorruzione (4) e sia il Consiglio di Stato (5) hanno ribadito che si devono utilizzare procedimenti che comunque garantiscano il rispetto del principio di efficacia, efficienza e trasparenza dell'azione amministrativa.

Si deve precisare che il principio di economicità non è applicabile alla categoria dei contratti di sponsorizzazione in quanto determinano un risparmio per l'Amministrazione. A supportare la predetta asserzione contribuisce anche la disposizione incardinata nell'art. 30, primo comma, Codice dei contratti pubblici, che contempla deroghe al principio della economicità proprio quando il contratto abbia ad oggetto esigenze sociali, la tutela della salute e dell'ambiente, il patrimonio culturale, la promozione dello sviluppo sostenibile, anche dal punto di vista energetico (6).

In ogni caso, il procedimento per la scelta dello *sponsor* presenta talune fasi comuni a qualunque tipo di gara posta in essere dall'Amministrazione come di seguito esemplificato.

(1) TAR Lazio, Roma, sez. II, 25 luglio 2012, n. 6921.

(2) R. Poppi, "Obbligo di concludere il procedimento e stipula del contratto", in *Giorn. dir. amm.*, 2018, 5, 641.

(3) L'affidamento diretto si connota: a) per un'ampia discrezionalità della PA (TAR Veneto, sez. I, 20 giugno 2018, n. 654); b) per procedure semplificate (TAR Puglia, Bari, sez. II, 1° febbraio 2018, n. 127).

(4) Autorità Nazionale Anticorruzione, delibera 7 giugno 2017, n. 625 che riprende quanto già asserito dall'Autorità di vigilanza sui

contratti pubblici nella delibera 8 febbraio 2012, n. 9 adottata per la vicenda della sponsorizzazione dell'Anfiteatro Flavio nella città di Roma.

(5) Consiglio di Stato, sez. V, 3 ottobre 2017, n. 4614; Consiglio di Stato, sez. VI, 31 luglio 2013, n. 4034.

(6) Corte dei conti, sez. giur. Regione Abruzzo, 16 febbraio 2017, n. 16.

La sponsorizzazione pura

Art. 19, comma 1, Codice dei contratti pubblici:

“L’affidamento di contratti di sponsorizzazione di lavori, servizi o forniture per importi superiori a quarantamila euro, mediante dazione di danaro o accollo del debito, o altre modalità di assunzione del pagamento dei corrispettivi dovuti, è soggetto esclusivamente alla previa pubblicazione sul sito internet della stazione appaltante, per almeno trenta giorni, di apposito avviso, con il quale si rende nota la ricerca di *sponsor* per specifici interventi, ovvero si comunica l’avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione, indicando sinteticamente il contenuto del contratto proposto. Trascorso il periodo di pubblicazione dell’avviso, il contratto può essere liberamente negoziato, purché nel rispetto dei principi di imparzialità e di parità di trattamento fra gli operatori che abbiano manifestato interesse, fermo restando il rispetto dell’articolo 80”.

Ci si trova innanzi all’ipotesi del contratto di sponsorizzazione pura in quanto allo *sponsor* viene imposta soltanto l’obbligazione di corrispondere il finanziamento con il quale la PA svolge lavori, opere, servizi o forniture.

Il finanziamento privato oltre all’erogazione di una somma di denaro può consistere nell’accollo del debito gravante sulla PA oppure in altre modalità di pagamento in sostituzione della PA (7).

La norma in esame, per contratti di importo superiore a quarantamila euro al netto dell’IVA, sembrerebbe aver apportato una semplificazione drastica rispetto alla procedura disciplinata dall’abrogato art. 199-bis, D.Lgs. n. 163/2006 che fu introdotto nel vecchio Codice dei contratti pubblici a seguito della nota vicenda giudiziaria del restauro del Colosseo finanziato da una importante azienda operante nel settore della moda.

Da una attenta lettura del secondo periodo del citato primo comma, art. 19, D.Lgs. n. 50/2016, ci si rende conto che, dovendosi rispettare i principi di imparzialità e di parità di trattamento tra tutte le imprese che abbiano manifestato interesse all’iniziativa da sponsorizzare, riemergono talune fasi della vecchia procedura indispensabili per garantire il rispetto dei predetti principi; si tratta di fasi che vanno dalla elaborazione del progetto da finanziare con capitali privati sino all’aggiudicazione definitiva della sponsorizzazione.

La sponsorizzazione tecnica

Art. 19, comma 2, Codice dei contratti pubblici: “Nel caso in cui lo *sponsor* intenda realizzare i lavori, prestare i servizi o le forniture direttamente a sua cura e spese, resta ferma la necessità di verificare il possesso dei requisiti degli esecutori, nel rispetto dei principi e dei limiti europei in materia e non trovano applicazione le disposizioni nazionali e regionali in materia di contratti pubblici di lavori, servizi e forniture, ad eccezione di quelle sulla qualificazione dei progettisti e degli esecutori. La stazione appaltante impartisce opportune prescrizioni in ordine alla progettazione, all’esecuzione delle opere o forniture e alla direzione dei lavori e collaudo degli stessi”.

Sebbene la norma non lo specifichi, si ritiene che la stessa procedura semplificata (di cui al primo comma) prevista per la sponsorizzazione pura sia applicabile anche alla sponsorizzazione tecnica, ferma restando la necessità di avvalersi di imprese qualificate, oltre che in possesso dei requisiti soggettivi e morali richiesti per contrattare con la Pubblica Amministrazione (8).

La sponsorizzazione mista

Le sponsorizzazioni miste risultano dalla combinazione di una sponsorizzazione pura e di una tecnica. Pertanto, in esse sono presenti elementi dell’una e dell’altra tipologia di contratti, in forza dei quali lo *sponsor* potrà finanziare l’iniziativa pubblica, totalmente o

(7) L’accollo è disciplinato dall’art. 1273 Cod. civ. Qualora il debitore e un terzo convengono che quest’ultimo assuma il debito dell’altro, il creditore può aderire alla convenzione rendendo irrevocabile la stipulazione a suo favore. La figura è stata prevista per la prima volta nel codice civile del 1942, ma era già stata individuata a livello dottrinale quando era vigente il codice del 1865. L’adesione del creditore importa la liberazione del debitore originario soltanto se ciò costituisce condizione espressa della stipulazione o se il creditore dichiara espressamente di liberarlo. Se non vi è liberazione del debitore questi rimane obbligato in solido col terzo. In ogni caso il terzo è obbligato nei confronti del creditore che ha aderito alla stipulazione nei limiti in cui ha assunto il debito e può opporre al creditore le eccezioni fondate sul contratto in base al quale l’assunzione è avvenuta. U. Stelfini, “Accollo interno ed esterno in relazione ai vizi dell’obbligazione accolta”, in *I contratti rivista di dottrina e giurisprudenza*, 2014, 11, 997; D. Farace, “Art.

1276 c.c. e risoluzione dell’accollo liberatorio”, in *Giur. it.*, 2012, 7, 1553; A. Colavolpe, “Se in caso di accollo a scopo di finanziamento si applichi la disciplina dei soggetti operanti nel settore finanziario”, in *Rivista di diritto privato*, 2008, 2, 427; G. Bonfiglio, “Accollo”, in *Studium iuris*, 2003, 3, 355-357; A. Brascio, “L’accollo come modalità di pagamento del corrispettivo”, in *Notariato*, 1999, 5, 443-449.

(8) *Ex multis* in tema di art. 80, D.Lgs. 4 aprile 2016, n. 50: Consiglio di Stato, sez. V, 21 novembre 2018, n. 6576, *contra* Consiglio di Stato, sez. V, 19 novembre 2018, n. 6530; TAR Lazio, Roma, sez. III-quater, 19 novembre 2018, n. 11184; TAR Sardegna, 15 novembre 2018, n. 972; TAR Veneto, sez. I, 5 novembre 2018, n. 1024; TAR Puglia, Lecce, sez. II, 24 ottobre 2018, n. 1543; TAR Emilia-Romagna, Bologna, sez. I, 23 ottobre 2018, n. 782; Consiglio di Stato, sez. VI, 15 ottobre 2018, n. 5919.

parzialmente, e contestualmente svolgere anche lavori, servizi o forniture *in toto* o soltanto per una parte.

Elaborazione del progetto di sponsorizzazione

L'elaborazione del progetto viene svolta dall'ufficio competente sotto il profilo amministrativo e tecnico, mentre la sua formalizzazione rientra nella competenza del dirigente titolare dell'ufficio che dovrà rendere pubblica la sponsorizzazione.

Il progetto di sponsorizzazione deve riguardare sempre attività preventivamente individuate. Tuttavia, qualora non sia possibile per la PA indicare l'obiettivo da raggiungere e di conseguenza i capitoli in uso presso l'Amministrazione interessati dalla sponsorizzazione, l'iniziativa potrà venire espressamente autorizzata attraverso l'adozione di uno specifico atto deliberativo al quale dovrà necessariamente seguire l'integrazione dei documenti contabili di riferimento.

Redazione e approvazione dell'avviso pubblico

I contratti di sponsorizzazione si devono considerare sostanzialmente esclusi dall'ambito di operatività del Codice dei contratti pubblici. Comunque, si reputa necessario applicare le norme di portata generale in tutti i casi in cui sia doverosa la predisposizione di un avviso di selezione.

Avviso per la sponsorizzazione pura, tecnica e mista

L'avviso della PA dovrà contenere le seguenti informazioni:

- una generica descrizione di ciascun intervento proposto con l'indicazione del valore di massima;
- i tempi di realizzazione;
- la richiesta di offerte in aumento sull'importo del finanziamento minimo indicato per le sponsorizzazioni pure.

Inoltre, l'avviso dovrà precisare la forma di sponsorizzazione ovvero di puro finanziamento (erogazione di denaro) o tecnica (forma di partenariato estesa alla progettazione e all'esecuzione totale o parziale dell'intervento a cura e a spese dello *sponsor*).

Nel caso di sponsorizzazione tecnica l'avviso avrà una struttura più complessa in quanto dovrà indicare

anche i parametri e i criteri di valutazione delle offerte (in particolare, in ordine ai contenuti progettuali e alle modalità di selezione dell'appaltatore).

Per la sponsorizzazione tecnica o mista (pura e tecnica al contempo), l'Amministrazione potrà alla base della procedura elaborare il più appropriato in relazione allo specifico oggetto dell'avviso prevedendo anche l'affidamento allo *sponsor* di uno o più livelli di progettazione.

Nell'avviso dovrà essere stabilito un congruo lasso temporale entro il quale le imprese interessate alla procedura potranno presentare le offerte.

Una volta che sia stato redatto, il dirigente competente procede all'approvazione dell'avviso pubblico.

Pubblicazione dell'avviso pubblico

Il procedimento amministrativo per l'individuazione dello *sponsor* prosegue con la pubblicazione dell'avviso pubblico sul sito istituzionale dell'Amministrazione per non meno di trenta giorni consecutivi.

Della predetta pubblicazione non viene più data comunicazione su almeno due quotidiani a diffusione nazionale e sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, né per i contratti di importo superiore alle soglie comunitarie, anche sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea, così come era previsto in precedenza dall'abrogato art. 199-bis, D.Lgs. n. 163/2006 (9).

Tipologie di offerte

Qualora non venga presentata alcuna offerta o nessuna offerta sia giudicata appropriata oppure quando le offerte presentate risultino irregolari o inammissibili per i requisiti degli offerenti e delle stesse offerte, o qualora le offerte non siano rispondenti ai requisiti formali della procedura, la stazione appaltante può ricercare liberamente lo *sponsor* con cui negoziare il contratto di sponsorizzazione ferma restando la natura e le condizioni essenziali delle prestazioni richieste nell'avviso pubblicato sul sito *web* istituzionale. In alternativa, l'Amministrazione procedente può rinnovare l'intera procedura.

L'esito negativo della procedura selettiva e il ricorso alla negoziazione diretta

La possibilità per l'Amministrazione procedente di individuare, entro un lasso di tempo ragionevole e

(9) Per la giurisprudenza sulla predetta norma ora abrogata si veda TAR Valle d'Aosta, 17 luglio 2012, n. 68 (integra la violazione dei principi di concorrenza e di massima partecipazione alla procedura la pubblicazione della procedura di selezione per l'affidamento di un contratto di sponsorizzazione esclusivamente sul sito

dell'Amministrazione indipendentemente da ogni forma di pubblicità più ampia e diffusa anche per i potenziali soggetti interessati operanti al di fuori del contesto regionale) e TAR Liguria, sez. II, 21 giugno 2007, n. 1195.

senza particolari formalità, il contraente con il quale sottoscrivere il contratto di sponsorizzazione è subordinata alla condizione che rimangano ferme la natura e le condizioni essenziali delle prestazioni richieste inizialmente nell'avviso pubblico.

Conseguentemente, si deve ritenere vietata la stipula di una sponsorizzazione pura posteriore alla richiesta di una sponsorizzazione tecnica pubblicizzata nel sito istituzionale in quanto si tratta di contratti che richiedono allo *sponsor* differenti prestazioni.

È invece legittimo che sia stipulata una sponsorizzazione mista dopo lo svolgimento di una procedura ad evidenza pubblica andata deserta e avente come oggetto una sponsorizzazione pura poiché la sponsorizzazione mista contiene anche obbligazioni proprie della sponsorizzazione pura consistenti nella erogazione di una somma di denaro.

La normativa vigente lascia aperti ampi spazi operativi e infatti il principio dell'identità della prestazione e del tipo di contratto (tra gara e fase successiva di negoziazione diretta) non può essere interpretato in termini a tal punto rigidi da precludere ogni spazio agli esiti della negoziazione che può comportare aggiustamenti tali da rendere fattibile l'operazione, eliminando le previsioni dell'avviso pubblico irrealistiche, eccessivamente onerose o complesse, di difficile attuazione, tali da aver contribuito a causare l'esito negativo dell'evidenza pubblica.

Entro questi limiti e nel rispetto del principio di proporzionalità e di ragionevolezza, è legittima la conclusione di un contratto analogo a quello prefigurato nell'avviso pubblico a condizione che vengano rispettate la natura e le condizioni essenziali indicate nel citato avviso.

Ricezione e valutazione delle offerte da parte della PA o della commissione di gara

Le offerte, una volta pervenute, previa verifica dei requisiti di qualificazione per la partecipazione alla gara (10) e dell'assenza di cause di esclusione (11), possono venire esaminate direttamente dall'Amministrazione titolare del procedimento, oppure da una commissione giudicatrice appositamente costituita

quando gli interventi, al netto dell'IVA, siano di importi particolarmente ingenti.

Sotto la vigenza del vecchio Codice dei contratti pubblici per importi superiori a un milione di euro o, per casi di particolare complessità, era esplicitamente prevista la composizione di una specifica commissione.

Quando venga nominata una commissione di gara, dovranno trovare applicazione i corrispondenti principi e norme del nuovo Codice dei contratti pubblici e in particolare, gli artt. 77 e 78. Anche le modalità di funzionamento della commissione giudicatrice, non diverse nel caso di ricerca di *sponsor* rispetto alla generalità dei casi di selezione del privato contraente, sono quelle previste dal Codice ed elaborate dalla giurisprudenza amministrativa di settore (12).

I criteri di aggiudicazione nella sponsorizzazione pura, tecnica e mista

Il meccanismo di selezione deve essere improntato a criteri di semplicità e di chiarezza.

Nel caso di sponsorizzazione pura, si potrà avanzare, in genere, e salvo quanto subito di seguito si dirà, una richiesta di offerte in aumento sull'importo del finanziamento minimo indicato dall'Amministrazione proponente.

Nell'ipotesi di sponsorizzazione mista, per la parte tecnica si potranno richiedere non solo offerte in aumento rispetto al finanziamento minimo, ma si potranno formulare anche richieste riguardanti il progetto e la sua esecuzione a cura dello *sponsor*.

Il criterio di aggiudicazione della sponsorizzazione pura è dunque generalmente quello del maggior rialzo sull'importo posto a base di gara.

Il criterio di aggiudicazione della sponsorizzazione tecnica è, invece, quello dell'offerta economicamente più vantaggiosa.

Peraltro, anche in caso di sponsorizzazione pura, si deve ritenere non esclusa la possibilità per l'amministrazione di valutare, oltre all'offerta economica, anche la strategia promozionale dello *sponsor* mediante l'attribuzione di un punteggio specifico per il piano di comunicazione elaborato dal concorrente

(10) *Ex multis*, Consiglio di Stato, sez. VI, 6 novembre 2018, n. 6275; TAR Veneto, sez. I, 5 novembre 2018, n. 1024; Consiglio di Stato, sez. V, 24 ottobre 2018, n. 6040; TAR Puglia, Lecce, sez. II, 24 ottobre 2018, n. 1543; TAR Lazio, Roma, sez. III-ter, 5 ottobre 2018, n. 1543; Consiglio di Stato, sez. II, 16 luglio 2018, n. 4329; TAR Lazio, Roma, sez. III-quater, 19 novembre 2018, n. 11184; TAR Sardegna, 15 febbraio 2018, n. 972.

(11) Tra le tante, Consiglio di Stato, sez. III, 29 novembre 2018, n. 6786; Consiglio di Stato, sez. III, 20 novembre 2018, n. 6561;

Consiglio di Stato, sez. V, 19 novembre 2018, n. 6530; Consiglio di Stato, sez. V, 19 novembre 2018, n. 6526.

(12) Consiglio di Stato, sez. III, 15 novembre 2018, n. 6447; Consiglio di Stato, sez. III, 7 novembre 2018, n. 6281; Consiglio di Stato, Consiglio di Stato, sez. V, 18 giugno 2018, n. 3721; TAR Sardegna, 9 ottobre 2017, n. 633; Consiglio di Stato, sez. V, 11 luglio 2017, n. 3400; TAR Friuli-Venezia Giulia, 10 luglio 2017, n. 239; TAR Puglia, Lecce, sez. II, 29 giugno 2017, n. 1074.

nel rispetto delle possibilità e dei limiti stabiliti dall'invito.

Il citato punteggio potrebbe tenere conto:

a) delle potenzialità di comunicazione del piano presentato in termini di promozione della conoscenza o, comunque, di valorizzazione dell'iniziativa;
 b) dell'entità e della tipologia di controprestazioni ipotizzate a favore dello *sponsor*;
 c) di eventuali ulteriori vantaggi offerti, con le modalità predeterminate dall'avviso pubblico, in favore dell'Amministrazione che potranno anche consistere nell'offerta di provvedere a ulteriori interventi. Va, peraltro, segnalato che l'Amministrazione, in tali ipotesi, potrà regolare il meccanismo di aggiudicazione secondo due diverse modalità. È, infatti, ipotizzabile sia la previsione nell'avviso di un criterio di ponderazione dell'offerta economica rispetto a quella tecnica, sia anche la fissazione di un tetto massimo di offerta economica, raggiunto il quale verrà valutata la strategia di comunicazione del singolo concorrente con l'attribuzione di uno specifico punteggio.

Le predette soluzioni presentano indubbi pregi specie nelle operazioni di più elevato valore economico in quanto consentono alla PA di risolvere sostanzialmente il problema dell'adeguata stima della controprestazione offerta allo *sponsor* e sollevano, inoltre, la stazione appaltante dall'onere di provvedere alla puntuale predeterminazione delle controprestazioni offerte.

Dal punto di vista delle imprese è preferibile non doversi attenere alle modalità di promozione della propria immagine rigidamente predeterminate dall'avviso pubblico, bensì avere la possibilità di elaborare una propria strategia di comunicazione fondata sulle specifiche esigenze aziendali. Pertanto, tale modalità potrebbe astrattamente consentire di aumentare il numero dei concorrenti che prendono parte all'iniziativa promossa dall'Amministrazione. L'aggiudicazione della sponsorizzazione pura con il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa e, in particolare, con la fissazione di un tetto massimo di offerta economica corrispondente a quanto necessario per l'esecuzione di lavori, servizi o forniture, consente di superare i particolari problemi contabili degli uffici non dotati di autonomia dalle Amministrazioni centrali. Infatti, gli uffici che non godono di autonomia amministrativa-contabile, sono obbligati, nelle sponsorizzazioni pure, a prevedere l'accollo

da parte dello *sponsor* del debito dell'amministrazione verso l'appaltatore in quanto non potrebbero introitare direttamente l'eventuale eccedenza di offerta dello *sponsor* rispetto all'importo utilizzabile per eseguire la prestazione finanziata dal soggetto privato. Il problema può essere risolto alla radice ove sia previsto che lo *sponsor*, oltre ad accollarsi l'intero corrispettivo degli interventi previsti, possa essere valutato in base alla sua strategia di comunicazione e/o rispetto alle eventuali ulteriori utilità offerte diverse dal denaro.

Nel caso di aggiudicazione con il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, troveranno applicazione le pertinenti disposizioni del Codice dei contratti pubblici (13).

Formazione della graduatoria ed eventuale acquisizione di ulteriori offerte con il meccanismo del rilancio

Successivamente, l'Amministrazione redige la graduatoria delle offerte presentate dalle imprese in ordine decrescente rispetto agli importi complessivi offerti.

È prevista anche la potestà discrezionale di ricorrere a una successiva fase procedurale finalizzata all'acquisizione di ulteriori offerte migliorative stabilendo un termine per effettuare i rilanci.

Delle suddette operazioni viene redatto apposito verbale di aggiudicazione nel quale devono essere indicati espressamente i criteri di selezione in ragione dei quali è stato formulato il giudizio comparativo.

Presa d'atto dei risultati della commissione di gara e assegnazione del contratto di sponsorizzazione al soggetto vincitore

Il dirigente designato adotta una determinazione con cui ratifica i risultati della commissione di gara e assegna in via definitiva il contratto all'impresa risultata vincitrice all'esito del procedimento di evidenza pubblica.

L'aggiudicazione definitiva

Prima di pervenire alla fase di sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione la PA richiede all'aggiudicatario e al concorrente che segue in graduatoria di provare il possesso dei requisiti.

(13) Art. 95, D. Lgs. 18 aprile 2016, n. 50; Linee guida ANAC n. 2, delibera 2 maggio 2018, n. 424.

Per la giurisprudenza sull'offerta più vantaggiosa si veda: TAR Basilicata, 16 novembre 2018, n. 768; Consiglio di Stato, sez. III,

15 novembre 2018, n. 6439; TAR Veneto, sez. I, 5 novembre 2018, n. 1023; TAR Puglia, Lecce, sez. I, 5 novembre 2018, n. 1644; TAR Lazio, Roma, sez. III-*quater*, 5 novembre 2018, n. 10617; TAR Campania, Salerno, sez. I, 24 ottobre 2018, n. 1493.

L'aggiudicazione definitiva diventa efficace soltanto dopo la verifica del possesso dei prescritti requisiti dalla vigente normativa.

Di fatti, i requisiti generali e speciali devono essere posseduti dalle imprese concorrenti non solo alla data di scadenza del termine per la presentazione della richiesta di partecipazione alla procedura di affidamento, ma anche per tutta la durata della procedura stessa sino all'aggiudicazione definitiva e alla stipula del contratto (14).

Proposte di sponsorizzazione provenienti dalle imprese

Accanto all'iniziativa promossa direttamente dalla PA i cui dettagli devono essere inseriti in un apposito avviso pubblico nel quale vanno riportati l'oggetto del progetto, la sua durata, l'importo da finanziare e le occasioni di pubblicità garantite allo *sponsor*, è ammessa anche l'offerta dell'impresa privata, che, pertanto, dovrà indicare direttamente il contenuto della sponsorizzazione, con riferimento all'intervento da realizzare e all'entità del finanziamento.

Resta tuttavia fermo e sempre possibile lo svolgimento di un ruolo "attivo" dell'Amministrazione nella ricerca di *sponsor* che potrà riferirsi agli atti di programmazione (15).

Quando la proposta di sponsorizzazione provenga direttamente dalle imprese private, così come previsto dal primo comma dell'art. 19, D.Lgs. n. 50/2016, la PA si trova davanti a tre distinte possibilità.

a) La proposta viene riconosciuta idonea e in quanto tale è pubblicata sul sito istituzionale.

b) La proposta è giudicata inadeguata, pertanto deve essere archiviata in quanto insufficiente sotto il profilo del finanziamento o perché la richiesta di pubblicità avanzata dall'impresa risulta incompatibile con la tutela dell'immagine della PA.

In tal caso l'Amministrazione procedente procede a inviare una mera risposta di "cortesia" in conformità a quanto disposto dalla Legge n. 241/1990.

c) La proposta presenta aspetti lacunosi per cui la PA utilizza il c.d. "istituto del soccorso istruttorio", fissando un termine congruo e al contempo perentorio entro il quale l'impresa deve regolarizzare l'offerta; qualora il predetto termine decorra inutilmente la proposta sarà archiviata, mentre se le integrazioni fatte pervenire risultino idonee a riempire i "vuoti" la proposta sarà regolarmente pubblicata sul sito *internet* (16). L'uso del soccorso istruttorio deve essere mirato poiché il Responsabile Unico del Procedimento (RUP) lo potrà utilizzare legittimamente soltanto quando vi siano sufficienti indizi di una probabile regolarizzazione della proposta di sponsorizzazione, altrimenti, trasformandosi in un aggravio della fase istruttoria potrebbe comportare un danno all'erario con l'obbligo di risarcimento che la Corte dei conti pone a suo carico (17).

Alla proposta giudicata idonea per le esigenze dell'Amministrazione segue la negoziazione diretta con l'impresa e la firma del contratto di sponsorizzazione.

(14) Consiglio di Stato, sez. VI, 15 ottobre 2018, n. 5919.

(15) Art. 21, D.Lgs. 18 aprile 2016, n. 50: la norma prevede un programma biennale degli acquisti di beni e servizi unitamente a un programma triennale dei lavori pubblici.

(16) Per la giurisprudenza sul soccorso istruttorio si veda: TAR Lazio, Roma, sez. II, 30 gennaio 2019, n. 1192; TAR Sicilia, Palermo, sez. II, 29 gennaio 2019, n. 232; TAR Sardegna, 22 gennaio 2019, n. 34; TAR Campania, Napoli, sez. I, 15 gennaio

2019, n. 213; Cons. Stato, sez. III, 14 gennaio 2019, n. 348. M. Allena, "Le gare pubbliche tra formalismo e apertura al mercato: il soccorso istruttorio", in *Giur. it.*, 2018, 6, 1474; E. Moro, "Il soccorso istruttorio e la fase di verifica dei requisiti di idoneità", in *Urb. e app.*, 2017, 2, 246.

(17) Corte dei conti, sez. giuri. Regione Basilicata, 15 novembre 2017, n. 92.