



DELIBERA N. 216

23 aprile 2024

Oggetto

Istanza singola di parere per la soluzione delle controversie ex articolo 220, comma 1, del d.lgs. n. 36/2023 presentata da [OMISSIS]S.r.l. – S.A. SUA Provincia di Frosinone - Concessione del servizio di somministrazione di alimenti e bevande e ristorazione interna mediante bar – Importo a base di gara: Euro 1.279.349,38.

UPREC - PREC 76-2024-S

Riferimenti normativi

Artt. 8, 13, 107, 108, 134, 187 del D.lgs. n. 36/2023; art. 19 del D.lgs. n. 50/2016.

Parole chiave

Concessione, avviso esplorativo, numero minimo degli inviti, valore della concessione, contratto di sponsorizzazione, clausola di sponsorizzazione.

Massima

Concessione – Servizi – Contratti sotto soglia - Scelta del contraente – Procedura – Avviso esplorativo – Indagine di mercato – Valore dell'affidamento – Sufficienza - Metodo utilizzato per la stima del valore della concessione – Omissione – Obbligo – In fase preliminare alla gara – Non sussiste.

Contratti pubblici – Contratti di sponsorizzazione – Autonomia contrattuale – Ammissibilità.

Concessioni – Servizi – Contratti sotto soglia - Scelta del contraente – Procedura – Avviso esplorativo – Clausola di sponsorizzazione – Legittimità – Condizioni.

In un avviso esplorativo con richiesta di manifestazione interesse al successivo invito è sufficiente che l'ente concedente indichi il valore dell'affidamento della concorrente. Il metodo oggettivo utilizzato dall'ente concedente ai fini della stima del valore della concessione, secondo quanto previsto all'art. 179, comma 3, del Codice, essendo funzionale a consentire ai concorrenti la presentazione di un'offerta economica seria e consapevole, deve essere reso noto al momento dell'avvio della procedura di gara.



Alla luce della valorizzazione del principio di autonomia contrattuale della P.A. nell'art. 8 del nuovo Codice, è ammissibile la stipula di contratti di sponsorizzazione da parte di stazioni appaltanti e/o enti concedenti anche diversi dagli enti che operano nel settore dei beni culturali, nel rispetto dei principi del risultato, della fiducia e di accesso al mercato, secondo quanto previsto dall'art. 13, commi 2 e 5. Nel rispetto di tali principi, anche le istituzioni scolastiche possono stipulare contratti di sponsorizzazione per realizzare introiti e/o servizi per migliorare la qualità e la quantità dell'offerta formativa e incentivare la partecipazione a manifestazioni di carattere culturale, didattico, specialistico e artistico o a iniziative di carattere sportivo o a laboratori didattici.

È legittima la clausola di sponsorizzazione accessoria ad un contratto di concessione di servizi, laddove siano stati rispettati i principi di accesso al mercato, par condicio, pubblicità e trasparenza di cui all'art. 5 del Codice e sia stato previsto il criterio di selezione delle offerte. È nella procedura di gara indetta in seguito all'indagine esplorativa che l'ente concedente dovrà prevedere un punteggio massimo per la sponsorizzazione residuale e marginale rispetto alla valutazione delle capacità tecniche, organizzative ed operative dei concorrenti all'espletamento del servizio principale oggetto di concessione.

Il Consiglio dell'Autorità Nazionale Anticorruzione

nell'adunanza del 23 aprile 2024

DELIBERA

VISTA l'istanza acquisita al prot. gen. ANAC n. 28705 del 28 febbraio 2024, con la quale la società [OMISSIS]S.r.l. ha contestato l'avviso esplorativo relativo all'affidamento in oggetto sotto diversi profili, chiedendo all'Autorità di pronunciarsi in ordine alla sua legittimità, ed in particolare:

- i)* sulla discrepanza dei termini di presentazione delle domande indicate sul portale della SUA e dell'ente aggiudicatore e sulla duplice indicazione del nominativo del RUP;
- ii)* sulla violazione dell'art. 50, commi 1, lett. e), e 2, in combinato disposto con l'art. 187 del Codice, per avere l'ente concedente previsto che la procedura sarà espletata anche se, all'esito dell'avviso, dovessero risultare qualificati "un numero di operatori inferiore al minimo previsto per legge";
- iii)* sulla mancata indicazione del metodo di calcolo della concessione;
- iv)* sulla illegittimità della clausola di sponsorizzazione prevista nell'avviso pubblico, per contrasto con gli artt. 107, comma 1, 108, comma 4 e 134, comma 4, del Codice;

VISTA la comunicazione di avvio del procedimento di cui alla nota prot. 32754 dell'8 marzo 2024;

VISTA la documentazione in atti e le memorie presentate dalla SUA Provincia di Frosinone (acquisita al prot. 34063 del 12 marzo 2024) e dell'I.I.S. Largo Brodolini (acquisita al prot. 34659 del 13 marzo 2024);

PREMESSO che il 12 febbraio 2024 la SUA Provincia di Frosinone ha pubblicato, nell'interesse dell'I.I.S. Largo Brodolini, un avviso esplorativo finalizzato a ricevere manifestazioni di interesse da parte di operatori economici qualificati ai fini del successivo invito alla procedura di affidamento in concessione del servizio di somministrazione di alimenti e bevande e ristorazione interna mediante bar, ai sensi dell'art. 50, comma 1, lett. e), e comma 2, del D.lgs. n. 36/2023. L'avviso prevede che il criterio di



aggiudicazione della futura selezione sarà quello dell'offerta economicamente più vantaggiosa e prescrive i requisiti minimi di capacità economica e tecnica. Prevede, inoltre, che *"nella procedura di gara, che avverrà con l'applicazione dell'offerta economicamente più vantaggiosa, uno dei criteri sarà la disponibilità dell'offerente a sponsorizzare la scuola attraverso la sponsorizzazione "finanziaria" (di puro finanziamento) che l'istituzione scolastica utilizzerà per finanziare le attività culturali e ricreative elencate nell'Allegato A) al presente avviso"*;

RITENUTO che la doglianza *sub i)* sia infondata sotto entrambi i profili in cui è stata articolata. Per quanto concerne il termine di presentazione della manifestazione di interesse, l'avviso esplorativo prevede chiaramente che *"i soggetti interessati dovranno presentare le candidature caricando la documentazione richiesta dal presente avviso mediante piattaforma telematica raggiungibile al seguente indirizzo web <https://gare.provincia.fr.it> sezione "indagini di mercato" entro e non oltre le ore 12 del 11/03/2024"*. È, dunque, questa la data da tenere presente. La circostanza che sul sito della SUA era stata riportata la data del 10 marzo 2024 non comporta un vizio di legittimità della procedura, atteso che nell'avviso è stata riportata la data corretta e che, essendo il 10 marzo un giorno festivo (domenica), ai sensi dell'art. 155 c.p.c., la scadenza era da intendersi prorogata al primo giorno successivo non festivo (cfr. *ex multis* Cons. Stato, sez. V, 5 marzo 2003, n. 1214; Id., 13 marzo 2014, n. 1257; Delibera ANAC n. 429 del 26 maggio 2021). Per quanto concerne l'individuazione del RUP, rispetto alla quale l'istante deduce "duplicazione e/o incertezza", si osserva che l'avviso prevede chiaramente che il RUP della procedura è l'Ing. Francesco Cornacchia. Invece, il nominativo del Dott. Ivan Di Legge (Responsabile dell'Albo Fornitori della SUA) non è riportato né nell'avviso, né nei suoi allegati, per cui non si ritiene che sia stata generata confusione;

RITENUTO, con riferimento alla censura *sub ii)*, che sia conforme alla vigente normativa la clausola mediante la quale l'Amministrazione ha stabilito che *"alla procedura saranno invitati tutti gli operatori che si qualificheranno a seguito del presente avviso anche se in numero inferiore al minimo previsto per legge, nel rispetto delle disposizioni medesime, nonché di procedere con l'invio della lettera di invito alla presentazione dell'offerta anche in presenza di un'unica manifestazione di interesse valida"*. L'art. 187 del Codice stabilisce che per l'affidamento di contratti di concessione sotto soglia *"l'ente concedente può procedere mediante procedura negoziata, senza pubblicazione di un bando di gara, previa consultazione, ove esistenti, di almeno 10 operatori, nel rispetto di un criterio di rotazione degli inviti, individuati sulla base di indagini di mercato o tramite elenchi di operatori economici"*. È, pertanto, legittima la previsione di procedere alla successiva procedura negoziata anche in presenza di un solo candidato ovvero di un numero di operatori economici qualificati inferiori a quelli richiesti dal legislatore (dieci). Va, infatti, considerato che il numero minimo di operatori a cui l'ente concedente deve rivolgere l'invito si riferisce all'ipotesi in cui la manifestazione di interesse venga presentata da un numero di candidati superiore al minimo; invece, nel caso in cui ciò non accada, è evidente che non sarebbe addebitabile all'ente concedente il mancato invito di almeno dieci candidati e non potrebbe essere diversamente, considerando che la scelta di presentare o meno la manifestazione di interesse (come anche l'offerta) è rimessa a una scelta autonoma degli operatori, per cui non avrebbe senso impedire all'ente di indire la procedura negoziata nel caso non esistano almeno dieci concorrenti interessati all'affidamento;

CONSIDERATO, con riferimento alla censura *sub iii)*, che è dirimente osservare che il caso in esame attiene ad un avviso di indagine di mercato, che, per indirizzo costante sia della giurisprudenza che dell'Autorità, ha natura di mera indagine esplorativa preordinata a conoscere l'assetto del mercato funzionale ad una successiva (e peraltro eventuale) procedura per l'affidamento del servizio e non è assimilabile ad un bando di gara o comunque a una procedura concorsuale (cfr. TAR Sardegna, sez. I, 1



agosto 2023, n. 597; Cons. Stato, sez. V, 11 ottobre 2022, n. 8687; Id., sez. III, 23 settembre 2019, n. 6302; TAR Lazio, Roma, sez. II, 3 marzo 2022, n. 2568; Delibere ANAC n. 103 del 15 marzo 2023, n. 491 del 19 ottobre 2022 e n. 747 del 30 settembre 2020). Nell'avviso *de quo* viene chiaramente esplicitato tale scopo esplorativo, prevedendo che *"il presente avviso è finalizzato esclusivamente a ricevere manifestazioni di interesse per favorire la partecipazione e la consultazione del maggior numero di operatori economici potenzialmente interessati, senza vincoli per l'Ente, con l'unico scopo di acquisire dagli stessi, la disponibilità ad essere invitati a presentare offerta"*. Peraltro, nel rispetto dell'art. 2 dell'Allegato II.1 del D.lgs. n. 36/2023, il suddetto avviso indica anche il valore dell'affidamento pari ad € 1.279.349,38 oltre IVA, come fatturato del concessionario. Dovranno poi essere i documenti della futura (ed eventuale) procedura negoziata ad esplicitare il metodo oggettivo utilizzato dall'ente concedente ai fini della stima del valore della concessione, secondo quanto previsto all'art. 179, comma 3, del Codice. Tali elementi, essendo funzionali a consentire ai concorrenti la presentazione di un'offerta economica seria e consapevole, devono essere resi noti al momento dell'avvio della procedura di gara (dunque, in caso di procedura negoziata, al momento dell'invio della lettera di invito), mentre non sono obbligatori in sede di mera indagine esplorativa, non essendo richiesta la formulazione di un'offerta in questa fase e non essendoci neanche un obbligo dei candidati che hanno presentato la manifestazione di interesse a formulare una successiva offerta in caso di invito;

CONSIDERATO, infine, che la questione *sub iv*) attiene alla legittimità della cd. clausola di sponsorizzazione inserita nell'avviso, in virtù della quale *"nella procedura di gara, che avverrà con l'applicazione dell'offerta economicamente più vantaggiosa, uno dei criteri sarà la disponibilità dell'offerente a sponsorizzare la scuola attraverso la sponsorizzazione "finanziaria" (di puro finanziamento) che l'istituzione scolastica utilizzerà per finanziare le attività culturali e ricreative elencate nell'Allegato A) al presente avviso"*;

CONSIDERATO che la cd. clausola di sponsorizzazione è una clausola accessoria inserita all'interno di bandi di gara/lettere di invito avente come oggetto prevalente un diverso contratto, attraverso la quale un concorrente si rende disponibile a farsi carico di un contratto accessorio di sponsorizzazione, versando contributi a sostegno dell'attività istituzionale dell'ente. In base alla disponibilità del concorrente a sponsorizzare l'Amministrazione, si prevede l'attribuzione di un punteggio. Nel vigore della normativa precedente, il Consiglio di Stato (sez. VI, 5 dicembre 2001, n. 6073) si è pronunciato con riferimento alla legittimità di tale clausola inserita come accessoria ad un contratto di tesoreria; richiamando il principio di autonomia contrattuale dell'Amministrazione (che, nei limiti previsti dalla legge, consente l'utilizzo di strumenti privatistici al fine di realizzare bisogni generali di rilievo pubblicistico), è stato ritenuto che *"il bando di gara può riguardare tali ulteriori e remunerative attività, e prevedere un contratto di sponsorizzazione accessivo al contratto di tesoreria e riservare a tale voce una quota del punteggio da attribuire agli istituti di credito concorrenti, in modo che l'Amministrazione possa disporre anch'essa di un beneficio economico a causa dello svolgimento di attività comunque esercitate dal gestore nel prevalente interesse proprio e dirette all'ampliamento della propria clientela, anche tramite forme pubblicitarie che lo svolgimento del servizio offre e che con il contratto di sponsorizzazione vengono espressamente previste. Del resto, il pagamento di un corrispettivo in denaro per la sponsorizzazione delle indicate iniziative ed i criteri di attribuzione dei punteggi sono stati previsti espressamente nella lettera di invito, in modo che in alcun modo può ritenersi lesa la par condicio dei partecipanti alla gara, che erano tutti edotti della clausola e della sua parziale incidenza ai fini dell'aggiudicazione"*;

CONSIDERATO che l'Adunanza Plenaria del Consiglio di Stato, con sentenza n. 6 del 18 giugno 2002, ha ritenuto legittima la previsione, tra i criteri di valutazione, dell'attribuzione di un punteggio in relazione



alla disponibilità, manifestata dal concorrente, a stipulare un contratto di sponsorizzazione e a farsi carico dei relativi oneri, stabilendo i presupposti di legittimità di tale clausola. Al riguardo, è stato chiarito, in primo luogo, a tutela della *par condicio*, che la potenziale incidenza delle erogazioni di sponsorizzazione sulla scelta dell'affidatario del servizio deve essere espressamente contemplata nella normativa di gara; in secondo luogo, per evitare il perseguimento di finalità diverse rispetto all'oggetto della gara, che l'incidenza deve essere disciplinata in modo da attribuire alla sponsorizzazione un carattere residuale rispetto agli interessi direttamente legati al servizio oggetto di affidamento, tale quindi da non costituire l'elemento discriminante principale, tendenzialmente risolutivo dell'aggiudicazione. A tal fine, l'attribuzione dei punteggi deve privilegiare essenzialmente gli aspetti riguardanti la capacità tecnica, operativa ed organizzativa del concorrente e l'economia del servizio da affidare, dovendo l'Amministrazione individuare criteri almeno potenzialmente in grado di differenziare in modo significativo le offerte per il profilo più strettamente funzionale. Viene precisato che *"il conferimento di punteggio per tale voce dovrà muoversi – anche ad evitare che si alterino i principi della concorrenza e della trasparenza dell'azione amministrativa (...) – nell'ambito di una forcella esattamente definita nella lex specialis di gara ed ivi resa nota ai concorrenti, tale da non comportare in alcun caso l'attribuzione di punteggi aggiuntivi direttamente e illimitatamente proporzionali al crescere dell'entità dell'offerta per la voce stessa"*. Il criterio guida da seguire, pertanto, è fondamentalmente quello della trasparenza e della certezza dei criteri fissati a monte nel bando di gara. Quest'ultimo deve indicare chiaramente il punteggio aggiuntivo riconosciuto ai concorrenti disponibili a stipulare un contratto accessorio di sponsorizzazione con l'ente. Solo in questo modo non viene elusa la *par condicio* dei partecipanti alla gara, i quali sono resi edotti della clausola e della sua parziale e potenziale incidenza ai fini dell'aggiudicazione;

RITENUTO che i principi sanciti dalla citata Adunanza Plenaria del Consiglio di Stato abbiano portata generale e siano applicabili anche al caso in esame, in cui la sponsorizzazione viene collegata all'affidamento in concessione del servizio di somministrazione di alimenti e bevande e di ristoro;

CONSIDERATO che l'art. 8 del D.lgs. n. 36/2023 (applicabile nel caso di specie) recepisce e valorizza il principio di autonomia contrattuale della Pubblica Amministrazione, nel solco dell'orientamento giurisprudenziale che riconosce alla P.A. una generale capacità negoziale (ai sensi del comma 1 dell'art. 8, *"possono concludere qualsiasi contratto, anche gratuito, salvi i divieti espressamente previsti dal codice e da altre disposizioni di legge"*), pur trattandosi sempre di una autonomia negoziale "limitata" e "funzionale", poiché deve svolgersi nel rispetto dei principi costituzionali di legalità, imparzialità e buon andamento. Il nuovo Codice, in coerenza con l'obiettivo di favorire la libera iniziativa e l'autoresponsabilità delle stazioni appaltanti e degli enti concedenti, valorizzandone discrezionalità e autonomia, ammette espressamente la possibilità di stipulare contratti a titolo gratuito e contratti atipici. Ai sensi dell'art. 13 del D.lgs. n. 36/2023, a tali contratti, ai contratti esclusi e ai contratti attivi non si applicano le regole del Codice ma, nel solo caso in cui offrano opportunità di guadagno economico, anche indiretto, si applicano i principi del risultato (art. 1), della fiducia (art. 2) e di accesso al mercato (art. 3), secondo quanto previsto dal combinato disposto dei commi 2 e 5 dell'art. 13 (*"2. Le disposizioni del codice non si applicano ai contratti esclusi, ai contratti attivi e ai contratti a titolo gratuito, anche qualora essi offrano opportunità di guadagno economico, anche indiretto. (...) 5. L'affidamento dei contratti di cui al comma 2 che offrono opportunità di guadagno economico, anche indiretto, avviene tenendo conto dei principi di cui agli articoli 1, 2 e 3"*);

CONSIDERATO che, a differenza dell'art. 19 del D.lgs. n. 50/2016 (dedicato ai contratti di sponsorizzazione nei settori ordinari, diversi dai beni culturali, la cui disciplina si rinveniva nell'art. 151), il Codice del 2023 disciplina espressamente solo il regime di affidamento delle sponsorizzazioni di importo



superiore a 40.000 euro nel settore dei beni culturali (art. 134, comma 4, del D.lgs. n. 36/2023), imponendo il rispetto degli obblighi di pubblicità e trasparenza, nonché dei principi di qualità della prestazione, sotto il profilo dei criteri di selezione dello sponsor. Tuttavia, anche al di fuori del settore dei beni culturali il contratto di sponsorizzazione, sia di puro finanziamento (in cui lo sponsor si obbliga a corrispondere alla P.A. unicamente un finanziamento in denaro o ad accollarsi il pagamento dei corrispettivi di un appalto) che tecnico (in cui lo sponsor si impegna a progettare e a realizzare le prestazioni richieste dalla P.A. a sua cura e spese, curando direttamente le fasi di progettazione ed esecuzione), continua ad essere assoggettato ai principi generali di trasparenza, imparzialità e parità di trattamento, in virtù del rinvio operato dall'art. 13, comma 5, del nuovo Codice, ai principi di risultato, fiducia e di accesso al mercato. In particolare, è il richiamo all'art. 5 (principio di accesso al mercato) ad imporre il rispetto dei principi di concorrenza, imparzialità, non discriminazione, pubblicità, trasparenza e proporzionalità, in funzione dei quali era pure delineata la disciplina della sponsorizzazione nell'art. 19 del precedente Codice;

RITENUTO che, alla luce della valorizzazione del principio di autonomia contrattuale della P.A. nell'art. 8 del nuovo Codice, è senza dubbio tutt'oggi ammissibile la stipula di contratti di sponsorizzazione da parte di stazioni appaltanti e/o enti concedenti anche diversi dagli enti che operano nel settore dei beni culturali. Diversamente da quanto affermato dalla società istante – secondo la quale l'Istituto scolastico, non essendo menzionato tra gli enti di cui al comma 4 dell'art. 134, non potrebbe affidare un contratto di sponsorizzazione di puro finanziamento – si osserva che la normativa applicabile *ratione temporis* e *ratione materiae* alle sponsorizzazioni non inerenti beni culturali è rappresentata dall'art. 13, commi 2 e 5 del D.lgs. n. 36/2023. Le istituzioni scolastiche, nell'esercizio della propria autonomia contrattuale, possono pertanto stipulare contratti di sponsorizzazione per realizzare introiti e/o servizi per migliorare la qualità e la quantità dell'offerta formativa e incentivare la partecipazione a manifestazioni di carattere culturale, didattico, specialistico e artistico o a iniziative di carattere sportivo o a laboratori didattici; al riguardo il nuovo Codice, semplificando ulteriormente la disciplina precedente, prevede solo il rispetto dei richiamati di cui artt. 1, 2 e 3, ed in particolare di concorrenza, imparzialità, non discriminazione, pubblicità, trasparenza e proporzionalità;

RITENUTO che, nell'attuale sistema, sempre in virtù del richiamato principio di autonomia contrattuale, non appare censurabile la decisione di un ente di inserire una clausola di sponsorizzazione accessoria ad un contratto di concessione di servizi, laddove siano stati rispettati i principi di accesso al mercato di cui all'art. 5 e questa sia prevista come criterio di valutazione conformemente ai dettami di cui agli artt. 107 e 108, nonché sia coerente ai principi statuiti dall'Adunanza Plenaria del Consiglio di Stato n. 6/2022;

RITENUTO che, nel caso di specie, il principio di accesso al mercato, di *par condicio*, di pubblicità e trasparenza siano stati rispettati dal momento che la clausola è stata inserita in un avviso esplorativo pubblicato sul sito internet sia della SUA che dell'Istituto scolastico., sicché sin da questa fase preliminare alla procedura i concorrenti sono stati resi edotti della clausola e della sua potenziale incidenza ai fini dell'aggiudicazione della futura procedura negoziata. Nell'avviso, pubblicato anche sull'albo *pretorio online*, viene precisato, infatti, che l'istituto scolastico intende individuare uno sponsor "il quale si obbliga a fornire un determinato corrispettivo a fronte della possibilità di divulgare e pubblicizzare la propria immagine e ragione sociale, il marchio, il logo, l'attività, i prodotti, ecc., anche attraverso il proprio logo aziendale nell'Istituto sponsorizzato "sponsee", con l'impegno a sottoscrivere "un contratto di sponsorizzazione". In caso di manifestazione di una siffatta disponibilità da parte dell'aggiudicatario si verificherà, in particolare, un caso di accessione del contratto di sponsorizzazione a quello relativo al servizio di somministrazione di alimenti e bevande mediante bar, obbligando lo sponsor al versamento



di una somma predeterminata dallo "sponsee" la cui entità sarà oggetto dei criteri di valutazione dell'offerta economica, ai fini dell'attribuzione del punteggio finale. La somma iniziale posta a base di gara è fissata in € 600,00 mensili pari a € 7.200,00 annuali da versarsi per l'intera durata novennale della concessione". Trattandosi di avviso esplorativo preliminare alla gara, l'ente concedente non era tenuto, in questa fase, a prevedere i criteri di valutazione delle offerte, né a precisare il punteggio massimo attribuibile a tale voce, avendo già previsto come criterio di selezione quello dell'offerta economicamente più vantaggiosa. I criteri e sub-criteri di valutazione e i rispettivi punteggi e sub-punteggi dovranno essere indicati nei documenti di gara (disciplinare e capitolato) allegati alla lettera di invito e dovranno tenere conto del fatto che il punteggio massimo attribuibile alla sponsorizzazione dovrà risultare residuale e marginale rispetto alla valutazione delle capacità tecniche, organizzative ed operative dei concorrenti all'espletamento del servizio principale di concessione del punto ristoro e bar, (secondo quanto previsto dall'art. 108 del Codice) dovendo essere evitato che, attraverso un rialzo elevato dell'importo della sponsorizzazione, si alteri il sinallagma contrattuale e l'interesse pubblico a selezionare un concorrente capace di espletare il servizio di ristorazione messo a gara;

RITENUTO, inoltre, nei limiti del sindacato che compete all'Autorità, che non sia irragionevole o illogica la scelta dell'ente di destinare il contributo dello sponsor alla realizzazione di progetti formativi dell'istituto scolastico previsti nel PTOF (Piano Triennale Offerta Formativa). Al riguardo, l'Istituto scolastico ha precisato che la scelta dello sponsor è funzionale a promuovere e facilitare le attività educative e formative nell'ambito della scuola. L'accostamento di tali iniziative con uno sponsor non appare di per sé censurabile, laddove non emergano potenziali conflitti di interessi tra l'attività pubblica e quella privata, ovvero non vi sia contrasto tra l'oggetto sociale, la finalità e l'attività svolta dallo sponsor e le finalità didattiche e formative perseguite dall'istituzione scolastica; conflitto di interessi e contrasto che, al momento dell'indagine di mercato, non è preventivamente verificabile e che non è stato neppure contestato dall'istante.

Il Consiglio

Ritiene, nei termini di cui in motivazione, che, per i profili sopra esaminati, l'avviso esplorativo oggetto di contestazione sia conforme alla normativa di settore.

Il Presidente

Avv. Giuseppe Busia

Depositato presso la segreteria del Consiglio in data 3 maggio 2024

Il Segretario Valentina Angelucci

Firmato digitalmente