

Il primo comma dell'art. 62 del D.P.R. 21 dicembre 1999, n. 554 e s.m., nel sottrarre gli affidamenti degli incarichi di progettazione di valore inferiore alla soglia di 40.000 Euro al previo svolgimento della licitazione privata e alle connesse forme di pubblicità disposte dall'art. 80 dello stesso decreto, ha inteso rimettere alla discrezionalità della stazione appaltante l'individuazione della forma di pubblicità ritenuta più congrua. Pertanto, non può affermarsi apoditticamente che, in ogni caso, non possa parlarsi di "adeguata pubblicità", se la pubblicazione non comprenda almeno un quotidiano a tiratura locale, dovendosi aver riguardo, invece, alle singole fattispecie concrete. Non è da trascurare, al riguardo, che l'art. 17, comma 12, della legge 11 febbraio 1994, n. 109 e s.m. prevedeva, per gli incarichi di progettazione di importo stimato inferiore ai 40.000 Euro, che le stazioni appaltanti potessero procedere all'affidamento a liberi professionisti o associazioni di professionisti di loro fiducia, senza, quindi, apposite formalità di gara. Ne consegue che non appare irragionevole la scelta della A.S.L., che, pur avendo deciso di effettuare una selezione per il conferimento dell'incarico, ha considerato sufficiente, stante il non elevato valore di esso (nella fattispecie, Euro 32.510,46), la pubblicazione dell'avviso al proprio Albo ed all'Albo pretorio del Comune, sia perché tale era l'iter procedurale suggerito dalla circolare ministeriale 7 ottobre 1996 n. 4488/UL per gli incarichi di siffatto importo, sia perché, oltre tutto, a tali forme tradizionali di pubblicità risulta affiancata, nella fattispecie, anche la contestuale pubblicazione sul sito Internet dell'Azienda. Quest'ultimo adempimento, sotto il profilo logico della "adeguatezza", appare quanto meno equivalente, se non superiore, per capacità diffusiva, alla (genericamente) propugnata pubblicazione su un quotidiano locale di non predeterminata tiratura e penetrazione.