



Firenze, 25 settembre 2017

Alla Direzione Servizi Tecnici
Servizio Belle Arti e Fabbrica di Palazzo Vecchio

PG: 295830/17
PA/2866/1

SEDE

Oggetto: Avviso pubblico per la ricerca di sponsorizzazioni per interventi di restauro su beni culturali – Offerta soc. Media Firenze Group Italia srl.

Con nota trasmessa via e-mail in data 26.7.2017, veniva chiesto a questa Avvocatura un parere in merito alla conformità dell'offerta presentata dalla società Media Firenze Group Italia srl rispetto all'avviso pubblico di cui in oggetto, con particolare riferimento alle condizioni di cui all'art.10 del medesimo.

Sul punto, esaminati gli atti allegati alla suddetta richiesta di parere e riscontrato che non è stata trasmessa allo scrivente ufficio l'offerta in oggetto, si osserva quanto segue.

* *

Da quanto ricavabile dalla succitata richiesta di parere e dalla documentazione ivi allegata, emerge che:

- con avviso pubblico del 1.6.2017, il Comune di Firenze ha indetto una procedura per la ricerca di sponsorizzazioni per interventi di restauro su beni culturali;
- entro il termine fissato dall'avviso al 3.7.2017, perveniva un'unica domanda di partecipazione alla procedura *de qua*, ovvero quella della Soc. Media Firenze Group Italia srl;
- nella seduta del 4.7.2017, la Commissione di gara, esaminata detta offerta e, in particolare, il "*Progetto di sponsorizzazione cumulativo di restauro di Palazzo Vecchio*", ha rilevato che le modalità di finanziamento della proposta formulata dalla ditta potrebbero non essere congruenti con quanto previsto dall'art.10 dell'Avviso ed ha, pertanto, richiesto all'offerente un'esplicita dichiarazione che "*....attesti la*

conformità dell'offerta presentata sia alla fattispecie contrattuale oggetto dell'avviso – ovvero il contratto di sponsorizzazione ai sensi della legge vigente – sia alle condizioni espresse dal citato art.10 ...”, con l'espresso avvertimento che in mancanza “...la Commissione non potrà procedere nel procedimento di valutazione dell'offerta e la medesima sarà dichiarata non congrua”;

- la società Media Firenze, invece che tale esplicita dichiarazione, ha trasmesso una nota a firma congiunta con il proprio legale, nella quale viene argomentato, a sostegno dell'ammissibilità di tale offerta, che sotto il profilo della conformità alla fattispecie contrattuale della sponsorizzazione, la stessa sarebbe conforme alla disciplina di cui all'art.9 del Regolamento comunale sulla pubblicità; mentre sotto il profilo della conformità all'art.10 dell'avviso pubblico, che tale norma deve essere interpretata in combinato con l'art.9 del cit. Regolamento, in modo da ammettere sia la sponsorizzazione diretta, che quella tramite società concessionaria di pubblicità.

*

Le argomentazioni svolte dal legale di Media Firenze nella succitata nota del 20.7.2017 non sono condivisibili.

Infatti, la procedura di cui si tratta è disciplinata dall'avviso pubblico del 1.6.2017, che ne costituisce la *lex specialis*, alla cui osservanza la Commissione di gara è vincolata.

Il riferimento al Regolamento comunale sulla pubblicità (Deliberazione C.C. 20/2001 e succ. mm. e ii.) è invece non pertinente, atteso che l'ambito applicativo dello stesso, come specificamente indicato al suo art.1, riguarda la disciplina della tipologia e quantità degli impianti pubblicitari che possono essere installati sul territorio comunale, le modalità per conseguire le relative autorizzazioni all'installazione, nonché l'istituzione e la disciplina del canone dovuto all'Amministrazione.

In particolare, nella cit. nota Media Firenze sostiene che la propria offerta di sponsorizzazione sarebbe conforme all'art.9 del suddetto Regolamento comunale, il quale disciplina la tipologia di impianti denominati “*Manufatti e cartelli con sponsor*”, disponendo che:

“I manufatti o cartelli che abbiano lo scopo di promuovere il nome, il marchio, l'immagine,

l'attività o il prodotto dell'attività del soggetto che eroga un contributo a titolo di sponsorizzazione, direttamente o mediante società concessionarie di pubblicità, tecnica o di puro finanziamento di opere pubbliche ... non sono soggetti ai limiti di superficie di cui al presente Regolamento".

E' evidente che tale norma regola le caratteristiche di detti impianti pubblicitari in funzione della loro installazione, ma la stessa non ha alcuna attinenza alla procedura di gara per la ricerca di sponsorizzazione di cui si tratta.

Con riferimento a quest'ultima, infatti, il relativo avviso prevede, all'art.10, che:

"Il Comune di Firenze consentirà ai soggetti individuati come sponsor di promuovere la propria immagine, associando nome/marchio/logo/attività/prodotto all'intervento sponsorizzato, sia sui canali del Comune sponsee (pubblicità diretta), sia sui canali dello sponsor (pubblicità indiretta). Tutto ciò limitatamente al periodo di durata del contratto di sponsorizzazione".

La *lex specialis* di gara definisce, pertanto, chiaramente che la controprestazione offerta allo sponsor è "promuovere la propria immagine", ovvero quella dello sponsor, attraverso i canali di pubblicità diretta e indiretta ivi indicati, e tale previsione, essendo inequivoca, non consente diverse interpretazioni da parte della Commissione di gara, che sarà tenuta a farne applicazione con tutte le conseguenze del caso, a fronte di un'offerta che non soddisfi le condizioni richieste.

A diversa conclusione si potrebbe addivenire solo revocando in via di autotutela l'avviso, ove ragioni di opportunità suggerissero una diversa regolamentazione, ma allo stato la previsione *de qua* è vincolante.

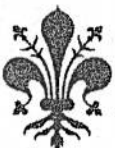
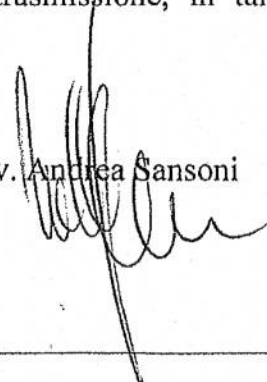
Il suddetto parere viene reso in base alla documentazione allegata alla richiesta dell'ufficio in indirizzo, rappresentando che si rimane comunque a disposizione per ogni ulteriore approfondimento, ove ritenuto necessario e previa trasmissione, in tal caso, dell'offerta in oggetto.

Cordiali saluti.

Avv. Debora Pacini



Avv. Andrea Sansoni



COMUNE DI
FIRENZE