

Gli influencer dilagano, a seguirli sono 27 milioni di italiani adulti



Chiara Ferragni, Giallozafferano, Benedetta Rossi, ClioMakeUp e Aurora Ramazzotti i più seguiti

La rilevanza del concetto di reputazione nel nuovo Codice

degli Appalti



Il Legislatore conferma anche nel [nuovo Codice dei Contratti Pubblici D.lgs. 36/2023](#) (il "Codice") l'approdo ormai irreversibile ad una **qualificazione e selezione dei contraenti** da un sistema di tipo " *statico* " basato, esclusivamente, sulla valutazione di requisiti formali degli operatori economici **verso un sistema di tipo " *dinamico* "**, che sposta l'attenzione sui **requisiti sostanziali, di tipo reputazionale**.

Del resto, tutto il Titolo I dedicato ai "*Principi generali*", seppure indirettamente, rappresenta un elemento fondante la **rilevanza del concetto di reputazione** nel mercato dei lavori, servizi e forniture pubbliche.

In particolare il **principio di " *risultato* "** (art. 1) e della "***fiducia***" (art. 2) segnano una sorta di **transizione dalla concorrenza assoluta alla concorrenza regolata** restituendo il primato alla "*decisione amministrativa*", che costituirà e

costituisce l'approdo della **discrezionalità amministrativa della P.a.** all'esercizio efficace di una delicata azione di bilanciamento (balancing) orientata sulla specialità infungibile del caso concreto.

Ecco che [l'art. 109 del Codice](#) riprende, innovandola, l'originaria disposizione in tema di **rating d'impresa**, contenuta nel *comma 10 dell'art. 83 del d.lgs. 50/2016* (Vecchio Codice).

Il legislatore, dunque, ha deciso di dedicare una **norma solo ed esclusivamente al tema della reputazione dell'impresa, sganciandola dalle disposizioni inerenti agli specifici criteri di selezione e aggiudicazione e al soccorso istruttorio** (art. 83 d.lgs. 50/2016).

Le previsioni già contenute nel precedente *comma 10 dell'art. 83 d.lgs. 50/2016* sono state, nella sostanza, sinteticamente ribadite dal *nuovo art. 109*, il quale, però, innova la disciplina della reputazione dell'impresa in termini di **semplificazione e informatizzazione del sistema di monitoraggio delle prestazioni istituito presso l'ANAC**.

Facendo un piccolo passo indietro, sia la disposizione previgente che quella attualmente in vigore prevedono l'istituzione presso l'ANAC del sistema del Rating di impresa e delle relative penalità e premialità, da applicarsi ai fini della qualificazione delle imprese. L'art. 109, in particolare, conferma **l'attribuzione all'ANAC della disciplina e della gestione del sistema di Rating dell'impresa** collegandolo al fascicolo informatico dell'operatore economico, introdotto *dagli artt. 22 e ss.* del nuovo codice dei contratti pubblici.

Nel dettaglio, *il comma 1 dell'art. 109* prevede l'istituzione di un **sistema digitale di monitoraggio delle prestazioni degli esecutori dei contratti pubblici**. Il suddetto sistema è connesso a requisiti reputazionali valutati sulla base

di **indici qualitativi e quantitativi, oggettivi e misurabili**, nonché sulla base di **accertamenti definitivi che esprimono l'affidabilità** dell'impresa in fase di esecuzione del contratto, il rispetto della **legalità** e l'impegno sul **piano sociale**: tutti requisiti, oltre a quelli di selezione, necessari ai fini dell'aggiudicazione della gara.

Il Codice, infatti, dedica per la prima volta un'intera sezione (*Sezione III; artt. 19-36*) alla **digitalizzazione dell'intero ciclo di vita dei contratti pubblici**, che si articola in programmazione, progettazione, pubblicazione, affidamento ed esecuzione, richiamando i principi sanciti dal codice dell'amministrazione digitale (*decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82*). La scelta del legislatore di introdurre nel nuovo codice un'intera sezione dedicata alla digitalizzazione risponde all'esigenza di **accelerare e semplificare le procedure** attraverso tecniche di **interoperabilità e interconnettività**, garantendo i principi di **neutralità tecnologica, trasparenza e la protezione dei dati personali e di sicurezza informatica**.

Come anticipato, *l'art. 22 e ss. del Codice* disciplina l'ecosistema nazionale di approvvigionamento digitale, il c.d. **"e-procurement"**, composto da **piattaforme telematiche certificate**, che assicurano l'interoperabilità dei servizi svolti e la confluenza delle informazioni sulla Banca dati nazionale dei contratti pubblici dell'ANAC.

Tutte le gare, dunque, devono necessariamente svolgersi attraverso le piattaforme abilitate.

Nell'ambito di tale sistema, divengono centrali il **Fascicolo Virtuale dell'Operatore Economico**, già reso operativo dall'ANAC, e l'Anagrafe dell'Operatore Economico.

Il Fascicolo virtuale, in particolare, è utilizzato per accertare in capo agli operatori economici **l'assenza delle cause di esclusione di cui agli articoli 94 e 95** e dei **requisiti** di cui *all'articolo 103* per i soggetti esecutori

di lavori pubblici. I dati e i documenti contenuti nel fascicolo virtuale sono aggiornati automaticamente mediante interoperabilità e sono utilizzati in tutte le procedure di affidamento cui l'operatore partecipa.

All'interno del suddetto **fascicolo virtuale dell'operatore economico** sono raccolti anche i dati relativi alla **reputazione** dell'impresa che partecipa alla gara.

Tornando *all'art. 109*, l'esigenza di utilizzare anche criteri reputazionali ai fini dell'aggiudicazione nasce dalla percezione di inadeguatezza del previgente sistema di qualificazione a garantire l'affidabilità dell'operatore economico e assicurare la qualità della prestazione finale, specialmente rispetto al fenomeno dilagante della corruzione. Proprio allo scopo di **arginare il fenomeno della corruzione** nell'ambito degli appalti pubblici, il legislatore ha avvertito l'urgenza di imporre alle Amministrazioni pubbliche l'adozione di adeguati **meccanismi di prevenzione** e, allo stesso tempo, di richiedere ai soggetti privati, che vengono in contatto con la pubblica amministrazione e che sono destinatari di risorse pubbliche, **maggiori garanzie di legalità** (*Rating di Legalità* introdotto dal d.l. n.1/2012 e i protocolli di legalità previsti dalla legge 190/2012 nonché i protocolli di legalità richiesti dalla legislazione antimafia vigente D.lgs. n. 159/2011 e smi).

Al comma 2 dell'art. 109, invece, il legislatore ha attribuito all'ANAC anche il compito di definire gli elementi di **monitoraggio**, le modalità di **raccolta dei dati** e il meccanismo di **applicazione del sistema**, al fine di incentivare gli operatori al rispetto dei principi del risultato (di cui *all'art. 1 del nuovo codice*), **buona fede e affidamento** (di cui *all'art. 5 del nuovo codice*).

Al comma 3, da ultimo, il legislatore ha espressamente previsto che alla stessa disposizione deve essere data **attuazione entro 18 mesi dalla data di entrata in vigore**

del Codice, anche tenendo conto dei risultati ottenuti nel periodo iniziale di sperimentazione.

Detto questo, **il c.d. rating d'impresa è da applicarsi ai fini della qualificazione delle imprese**, pertanto deve ricollegarsi *all'attuale art. 100* del nuovo codice dei contratti pubblici, il quale individua i **requisiti di ordine speciale**, ossia **idoneità professionale, capacità economica e finanziaria e capacità tecniche e professionali** .

La qualificazione, quindi, deve essere intesa in senso ampio come valutazione della **capacità delle imprese di poter accedere alla gara**.

Nel documento redatto dall'ANAC, relativo alle Linee Guida attuative del codice degli appalti di cui al d.lgs. 50/2016, proprio in ordine ai criteri reputazionali per la qualificazione delle imprese (si veda pag.3), si precisa che i requisiti reputazionali considerati ai fini dell'attribuzione del **Rating d'impresa** consistono in **elementi positivi** (come ad es. *il Rating di Legalità e gli adempimenti ex lege n. 231/2001*) ovvero **negativi** (*sanzioni, illeciti, inadempimenti contrattuali, ecc.*), espressi, nel primo caso, da un valore numerico di segno positivo e, nel secondo caso, da un valore numerico di segno negativo.

Il suddetto meccanismo incentiva **l'impresa ad adottare misure virtuose** quali, ad esempio, quelle di cui al *decreto legislativo n. 231/2001 ovvero il Rating di Legalità*, in considerazione degli **effetti premiali** che ne derivano. L'obiettivo è la creazione di un sistema che *in modo equo e trasparente premia le imprese* che risultano maggiormente affidabili per il committente pubblico.

Sempre nelle citate Linee Guida si deduce che il **sistema del Rating di impresa** è costruito dal legislatore come **obbligatorio e non opzionale**, come è, invece, quello di legalità. Tuttavia, dal momento che ai sensi del previgente

art. 83, comma 10, il Rating di impresa tiene conto anche di quello di legalità, vi è un incentivo per le singole imprese a richiedere anche quest'ultimo al fine di incrementare il proprio livello reputazionale.

Come già anticipato, il sistema di premialità e penalità richiamato e innovato *dall'art. 109 del nuovo codice dei contratti pubblici* è connesso a requisiti reputazionali valutati sulla base di indici qualitativi e quantitativi, oggettivi e misurabili, nonché sulla base di accertamenti definitivi che esprimono l'affidabilità dell'impresa in fase di esecuzione del contratto, il rispetto della legalità e l'impegno sul piano sociale. La *ratio* della norma è quella di **evitare che il sistema reputazionale possa essere influenzato da valutazioni discrezionali delle stazioni appaltanti**, che sono tenute ad inviare una parte consistente dei dati su cui il sistema è basato, con il rischio di generare contenzioso e di provocare alterazioni dovute a fenomeni di collusione tra operatori economici e stazioni appaltanti.

Tra questi vengono indicati, a titolo di esempio:

- 1. indici espressivi della capacità strutturale dell'impresa;**
- 2. il rispetto dei tempi e dei costi previsti per l'esecuzione;**
- 3. l'incidenza del contenzioso sia in sede di partecipazione alle gare che di esecuzione dei contratti;**
- 4. il Rating di Legalità rilevato dall'ANAC in collaborazione con l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato;**
- 5. la regolarità contributiva;**
- 6. la presenza di misure sanzionatorie amministrative per i casi di omessa o tardiva denuncia obbligatoria delle richieste estorsive e corruttive da parte delle imprese titolari di contratti pubblici, comprese le imprese subappaltatrici e le imprese fornitrici di materiali, opere e servizi.**

Gli ulteriori requisiti reputazionali che possono essere considerati al fine di valutare l'affidabilità di una impresa

afferiscono al **comportamento assunto dalla stessa in sede di esecuzione del contratto**, ossia gli inadempimenti delle **obbligazioni contrattuali** che hanno determinato l'erogazione di **penali**, l'escussione di cauzioni o fideiussioni o la risoluzione del contratto.

Inoltre, tra gli indici quali-quantitativi favorevoli in ordine al giudizio reputazionale di una impresa dovranno rientrare, le **certificazioni di qualità specifiche** quali *UNI ISO 9001, 45001, 14001*, (qualità, ambiente e sicurezza) – *ISO 37001* (anticorruzione), *ISO 27001* (Sicurezza dei dati), *ISO 30415* (Gestione delle risorse umane – Diversità e Inclusione), *PdR 125* (Parità di genere) ecc.

Non vi è chi non veda l'importanza dell'inserimento tra gli **indici di valutazione espressivi della capacità strutturale** dell'impresa **le certificazioni rilasciate da Enti terzi** e riconosciuti dal Legislatore quali enti di certificazione di standard organizzativi di impresa sia rispetto all'organizzazione tout court sia rispetto a settori specifici quali la sicurezza sui luoghi di lavoro, l'ambiente, la parità di genere, la prevenzione della corruzione ecc.

Orbene, i 18 mesi di sperimentazione concessi dal legislatore all'Anac consentiranno a quest'ultima di affinare un metodo di valutazione obiettivo agevolato dalla **gestione digitale delle informazioni**, che costituisce un valore aggiunto anche sotto il profilo della registrazione tempestiva delle revisioni riguardanti i singoli operatori economici valutati.

L'Anac dovrà, quindi, pervenire ad **un metro di valutazione degli assetti organizzativi e della capacità strutturale** (saranno individuati indicatori della capacità dell'impresa), del rispetto *dei tempi e dei costi* (saranno valutati i comportamenti in fase di esecuzione), dell'incidenza del *contenzioso* (sarà considerato il contenzioso con esito negativo), della presenza del *rating di legalità*, del *Modello Organizzativo 231*, della *regolarità*

contributiva e contrattuale, delle sanzioni per *omessa denuncia di richieste estorsive e contributive*.

Accanto a questi dovranno essere valutati tutti i comportamenti tenuti in fase di esecuzione, potenzialmente idonei a configurare una **causa di esclusione dall'appalto**.

Per ognuno di questi elementi sarà determinato **il valore massimo di premialità e penalizzazione**, graduando poi la penalizzazione stessa sulla base di una serie di fattori. Ad ogni indice, poi, dovrà essere attribuita una valenza temporale.

Verificheremo se l'Anac riproporrà l'algoritmo di calcolo del Vecchio Codice, ovvero quel sistema di punteggi nel quale far confluire come risultato finale il rating di impresa.

La soluzione sin qui praticata in prima battuta è caduta su un "**unico punteggio finale**", capace di sintetizzare in un dato numerico tutte le informazioni che lo compongono e, più nello specifico, il meccanismo della **somma ponderata dei vari elementi che rientrano tra i requisiti reputazionali**. Ogni impresa viene, pertanto, sottoposta obbligatoriamente a una valutazione e ottiene un punteggio pari a un massimo di cento.

Nel corso della vita dell'operatore economico, poi, questo rating può crescere o diminuire, in relazione a una serie di parametri.

Si tratta di un **meccanismo che richiama la c.d. "patente a punti"**, che oltre al monitoraggio continuo favorito dalla digitalizzazione, consente alla P.a. di esercitare il c.d. **balancing nell'affidamento dei contratti pubblici** sul presupposto di operare con potenziali contraenti aventi una adeguata reputazione.

La reputazione, sul mercato dei contratti pubblici, sembra, pertanto, destinata ad assumere un ruolo sempre più centrale, oltretutto, orientandolo conformemente al disposto dell'art.

41 della Costituzione a valorizzare la dimensione sociale delle imprese, chiamate a tale scopo a garantire assetti organizzativi e standard minimi di qualità nell'ottica di impedire e/o limitare fenomeni corruttivi, di violazione dei diritti umani, di uso inappropriato delle risorse e di danneggiamento del paesaggio e dell'ambiente e di garantire per quanto possibile di conseguire il miglior risultato possibile nel rispetto di tempi e condizioni economiche contrattuali.

Nuovo Regolamento sui Rating ESG: il ruolo dell'Unione Europea nella lotta al greenwashing



Pur essendo centrali per agevolare il raggiungimento degli obiettivi del Green Deal europeo e delle Nazioni Unite, il mercato dei rating ESG è viziato da non conformità, bias distorsivi e greenwashing, con il risultato che la fiducia degli investitori può risultarne compromessa. La nuova proposta di regolamento dell'UE mira a normare e standardizzare questo genere di certificazioni, garantendo un approccio omogeneo tra gli Stati membri e una maggiore trasparenza e protezione degli investitori. Ma non mancano le criticità

**Trasparenza e crescita
sostenibile: nuove direttive**

e iniziative contro il greenwashing nel mondo aziendale



In un'epoca di crescente attenzione alla sostenibilità, il "Risk in Focus 2024" e il Salone CSR di Bocconi evidenziano l'importanza della decarbonizzazione e della governance aziendale. L'Osservatorio "Governance della Sostenibilità" mostra un'evoluzione positiva in Europa, con un chiaro segnale da parte della Commissione che ha approvato nuovi standard di rendicontazione per i bilanci ESG. Le nuove direttive dei principi dell'OCSE, promettono una svolta decisiva per una trasparenza aziendale autentica.

Una convenzione internazionale per bonificare la rete



Richard Avedon, uno dei grandi della fotografia del '900, diceva che ogni istantanea è solo un'opinione, sottraendo allo scatto fotografico l'aura della prova incontestabile. Oggi possiamo dire che ogni riproduzione, video o fotografica, è solo una tecnica, a volte persino vera.

Siamo ormai nell'epoca della manipolabilità di ogni rappresentazione, direbbe Walter Benjamin. Un tempo in cui le istituzioni, ma forse sarebbe più preciso dire lo spazio pubblico, deve intervenire imponendo un codice e una modalità di comportamento che riduca la discrezionalità dei proprietari e aumenti le garanzie per gli utenti.

Una grande agenzia fotografica, che serve decine di migliaia di clienti, individuali o professionali, che possono attingere a un archivio con circa 740 milioni di istantanee, [ha annunciato](#) che ha avviato una linea di produzione di immagini

con l'intelligenza artificiale. Una scelta che, proprio per la reputazione e il peso sul mercato dell'azienda, inevitabilmente renderà sempre più inestricabile reale e artificiale.

Si creeranno fenomeni di vero meticcio di immagini che con l'accelerare dei flussi di produzione e di domanda dei clienti, le due tipologie di documenti – quelli reali, prodotti professionalmente sul campo da un professionista, e quelli artificiali, che emergono dopo un dialogo con i sistemi di intelligenza artificiale – si mischieranno, ibridando irrimediabilmente la realtà.

Al World summit sull'intelligenza artificiale di Amsterdam, Lùì Amyth, responsabile della sezione di intelligenza artificiale generativa dell'agenzia Shutterstock, una delle più accreditate sul mercato globale, ha spiegato come il fenomeno stia oggi crescendo.

Shutterstock ha spiegato come si è trovato, quasi inconsapevolmente, sperimentando le diverse estensioni dei dispositivi intelligenti, a produrre immagini virtuali, che prima erano solo complementari di quelle reali, e che poi hanno cominciato a generarsi in maniera del tutto autonoma, sulla base di pochi input testuali.

Ora il primo problema che si è posto a un'agenzia commerciale riguarda proprio la gestione di questi file: quale tipo di copyright può disciplinare l'uso di questi documenti? E, secondo tema non certo minimale, chi sono i titolari di questi artefatti? L'azienda che promuove la produzione? Il singolo intraprendente operatore? O ancora: qual è l'atto che determina il titolo di proprietà? L'iscrizione al dispositivo, o l'ideazione dei prompt? O ancora la finalizzazione dell'elaborato in un ciclo di produzione?

In questo ragionamento ci sono i primi elementi che intaccano il concetto di proprietà esclusiva, aprendolo a nuove figure e

funzioni, come sono appunto gli architetti dei prompt, ossia la costruzione di domande articolate all'intelligenza artificiale per ricavare il risultato più efficace.

Sono tutti temi che, evolvendo insieme alla dinamica tecnologica, sono destinati a mutare radicalmente proprio i concetti di creatività, proprietà, e originalità. Ma la matrice di questi problemi è ancora un nodo più rilevante su cui è indispensabile che le istituzioni prendano posizione.

Un'agenzia come quella che abbiamo citato, ma anche una redazione, o una biblioteca, o un museo, si troveranno, spinti dalle sollecitazioni del mercato, o dalle necessità competitive, a elaborare sempre nuove suggestioni visive, di cui le immagini sono vettore. Via via che queste suggestioni si combineranno con fotografie reali o saranno inserite in flussi tradizionali, modificheranno la percezione sociale della documentazione fotografica, e, di conseguenza, l'idea di attendibilità del documento.

Siamo ormai sul crinale in cui le reti parallele di reale e virtuale si intrecciano.

È successo con la scrittura, dove la descrizione è diventata immediatamente immaginazione, è accaduto con tutte le forme di arte che dal realismo sono passate all'astrattismo, o alla riproduzione fantastica.

Persino i media freddi, come diceva MC Luhan, cioè quei sistemi di comunicazione che rendevano modificabili i contenuti mediante un'interazione con un utente, sia esso interlocutore di una telefonata, o ascoltatore di una radio, hanno trovato il modo di alterare la realtà con un uso fantasioso del mezzo, come per esempio la leggendaria cronaca dei marziani che atterravano negli Usa di Orson Welles nel 1938 rimane un capostipite.

E poi l'intero mondo della produzione di immagini, dalla fotografia appunto, al cinema e alla TV, sono diventati

laboratori di effetti speciali, in cui il confine fra realtà e manipolazione tecnologica è diventato assolutamente indistinguibile.

Ma tutto questo fino a ora rimaneva delimitato da precisi perimetri di credibilità, con poche eccezioni, ogni alterazione della documentazione del reale era comunque riconoscibile o, in ogni caso, talmente distante da un uso diretto da parte del pubblico che ne isolavano l'eventuale effetto di mistificazione.

Rimanevano solo i contenuti, i concetti, a essere manipolati e condivisi direttamente con gli utenti, trasformando i resoconti giornalistici o la narrazione letteraria, da cronaca o letteratura in propaganda.

Ora invece ogni argine viene travolto, e persino l'ambito più attendibile e riconosciuto, come sono le immagini, le prove regine in un contesto giudiziario, o in un'inchiesta giornalistica, sono oggi semplicemente una proposta.

Ognuno di noi da tempo incontra contenuti realizzati da agenti artificiali, che ci assediano e allagano, diventando inevitabilmente più performanti nel processo di costituzione delle nostre opinioni. Ora questi contenuti, che al momento erano solo testi, pensiamo a Cambridge Analytica, saranno corredati da immagini, foto o video, del tutto artefatte, costruite a tavolino, dove un massacro diventa una scampagnata e viceversa, dove un personaggio potrà dichiarare cose che sono esattamente agli antipodi di quello che sostiene veramente. Tutto questo in un ambiente segnato dal real time, dove i tempi di verifica sono coincidenti con quelli di lettura o ascolto.

In questo scenario diventa indispensabile, urgente, tanto più in un tale clima bellico, che le istituzioni impongano un codice di garanzia, che renda tutti i file prodotti da un sistema non umano immediatamente riconoscibile. Non solo un

bollino rosso, ma la tipologia delle immagini e la struttura del file deve essere immediatamente distinguibile da quanto prodotto da un umano.

È una battaglia dei giornalisti, dei giuristi, dei pubblici amministratori, dei medici e degli scienziati. Un patto professionale e culturale che denunci ogni inquinamento visivo e bonifichi una straordinaria opportunità di diffusione dei saperi quale è la rete.