



## Cosmexport guarda ai mercati dell'Est

Si è conclusa a Kiev (nella foto la Cattedrale) il 9 febbraio la settima edizione di Intercharm Ukraine, la manifestazione fieristica di settore sicuramente più importante nell'area dei paesi ex CSI.

L'evento, sviluppato per la prima volta su tre padiglioni, per un'area espositiva di 25.000 metri quadri, si è confermato come una realtà autonoma ed importante, che ha acquisito uno specifico sempre più caratterizzato rispetto alla prestigiosa edizione moscovita. La fiera ha chiuso i battenti con 557 espositori internazionali, di cui 20 italiani presenti direttamente con i loro stand e altrettanti rappresentati attraverso i distributori locali.

Cosmexport è stato presente a livello istituzionale con un suo stand-lounge e con una funzione di servizio e assistenza per gli espositori suoi consorziati, che hanno potuto usufruire tra l'altro di un programma di incontri B2B con distributori locali e retailers, in caso di imprese già attive in Ucraina.

# Accademia33



Mensile di Cultura d'Impresa Febbraio 2008 Anno 1 n.2

Editore: UNIPRO Milano. Direttore Responsabile: Gian Andrea Positano. Direttore Editoriale: Vic Moniaci. Stampatore: Laser Copy via Livraghi 1, Milano. Registrazione c/o Tribunale di Milano n.562 del 19/09/2007

## Alla Fiera di Kiev

### Le imprese cosmetiche italiane a Intercharm Ukraine 2008

Sulla fiera e sul mercato di riferimento, le opinioni di alcuni espositori italiani: **Rodolfo Mostardi**, titolare di Eudermic e consigliere Cosmexport: "Siamo estremamente soddisfatti della partecipazione della nostra azienda ad Intercharm Ukraine, tanto da ipotizzare già per il prossimo anno una più ampia e strutturata presenza espositiva di Eudermic.

Il paese è intrinsecamente interessante: con 50 milioni di abitanti, con i suoi ritmi di crescita costanti ed elevati e soprattutto con un mercato che sta maturando e via via acquisendo consapevolezza ed attenzione alla qualità, anche da parte di fasce sociali emergenti, le imprese esportatrici devono guardare nella sua direzione.

A tutto ciò si aggiunga che la saturazione del mercato è ancora ben lontana dall'essere compiuta! Per quanto riguarda la fiera, il confronto con realtà ancora inarrivabili come Cosmoprof Asia o anche Intercharm Mosca è ancora penalizzante, ma non si può negare che in termini di area, standard espositivi, movimento e servizi, la qualità generale dell'evento sia di tutto rispetto, considerando anche le migliorie e gli ampliamenti di questa edizione. In termini di afflusso di visitatori professionali i risultati sono stati inferiori alle aspettative, ma ciò è stato compensato da un programma di incontri B2B, organizzati da Cosmexport, che ci ha permesso di venire in contatto con realtà distributive giovani e dinamiche, per noi molto interessanti e dotate di livello e professionalità. Il lavoro di match-making

effettuato in fase pre-fiera deve essere stato particolarmente curato e per quanto riguarda le valutazioni generali sulla fiera ha sicuramente per noi fatto una certa differenza".

**Alessandro Gnaccarini**, titolare di Oyster Cosmetics e consigliere Cosmexport: "Prima di qualsiasi valutazione globale su Intercharm Ukraine, vorrei sottolineare anche uno degli aspetti critici che spesso si presentano in concomitanza di fiere in paesi con situazioni doganali difficili. Per la partecipazione della mia azienda in questa fiera ho riscontrato seri problemi per far arrivare le campionature, ovviamente strumento essenziale. In questo senso pongo una questione: cosa si può fare a livello associativo o di consorzio per facilitare situazioni critiche su questo fronte?

E' possibile agire collegialmente, adottare una strategia comune per ovviare agli inevitabili problemi? In ogni caso Intercharm Ukraine è stata una positiva esperienza che Oyster quasi

sicuramente ripeterà nel 2009, dando però priorità all'aspetto della visibilità più che della contestualizzazione.

In una fiera ancora dalle dimensioni contenute infatti, non ha molto senso che gli espositori italiani siano frammentati in tante isole espositive a seconda della categoria merceologica di riferimento, più logico mi pare contemplare l'idea di un fronte comune indipendentemente dal settore, ma che sia nel punto di maggior transito della fiera.

Mi auguro, infine, che anche nelle edizioni future di Intercharm Ukraine, Cosmexport sia attivo nell'organizzazione degli incontri B2B con i distributori e retailers locali che sono stati per la mia azienda, per quanto esigui in quantità, del tutto centrati e tutti estremamente qualificati. E' ormai sempre più chiaro che la mera partecipazione ad una fiera perda di incisività se non corredata da contatti commerciali ben congegnati e reperiti con criterio in fase preventiva".



Commenta così la presenza di Cosmexport nell'ambito della Fiera il Presidente **Carlo Baiesi**: "L'Ucraina è il paese dell'area ex sovietica che sicuramente soprattutto negli ultimi 18 mesi è cresciuto in modo più rilevante.

La funzione di presidio dei mercati, in particolare di quelli emergenti, che caratterizza la natura e le funzioni del nostro consorzio ci ha portato a voler iniziare quest'anno una cauta azione in Ucraina, azione la cui entità si svilupperà nel futuro. Il paese solo recentemente, ma con molta determinazione e competenza, si sta dotando di vere strutture distributive, ed è proprio questa fase di business ancora in costruzione che intendiamo monitorare.

Per cui quest'anno Cosmexport è stato presente ad Intercharm Ukraine e continuerà ad esserci nelle prossime edizioni, anche perché il bilancio di questo nostro primo anno si è rivelato positivo".

Un'azione sui mercati esteri non può e non deve prescindere dalle istanze dei suoi destinatari, oltre che da valutazioni sui dati di mercato: è incrociando queste due variabili che l'azione diventa significativa.

E' anche fondamentale che le attività crescano e si consolidino con il tempo, fatto questo che ci auguriamo davvero si possa concretizzare nel caso di questa manifestazione.

francesca.detoma@unipro.org  
Area Relazioni e Attività Internazionali  
Referente di Cosmexport

## Meda Cosmetic & Beauty Forum

Il futuro dello sviluppo delle vendite nei Paesi del Mediterraneo è legato a Euromed 2010, scadenza che rappresenta l'avvio dell'area di libero scambio. Il tema è stato trattato al **Meda Cosmetic & Beauty Forum**, organizzato in collaborazione con la Camera di Commercio di Barcellona e l'Associazione delle Camere di Commercio e Industria del Mediterraneo (ASCAME). Al Forum sono intervenuti Maurizio Crippa, direttore generale di Unipro, Gianni Manzetti della Farmen e José Ramón González della GTS Group SpA.



# Mediterraneo: una porta aperta sui "nuovi mercati"

A Barcellona, in occasione della Fiera, una riflessione su Euromed 2010

Ambasciatori prestigiosi della cosmetica italiana, dal 23 al 25 febbraio, le imprese italiane hanno incontrato, in una attività B2B, operatori del settore di tutti i Paesi del Mediterraneo all'interno di Cosmopolitan & Wellness di Barcellona.

I Paesi dell'area Euromed si sono dati appuntamento in Catalogna per esprimere e promuovere il grande potenziale, sia strategico che commerciale, dei nuovi mercati che rappresentano.

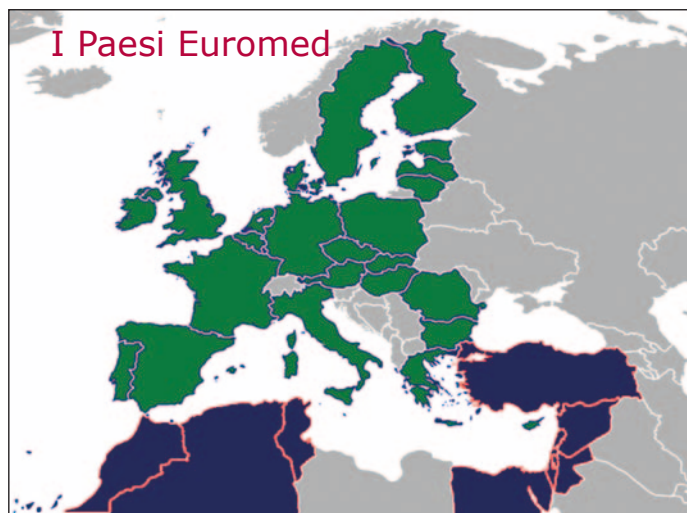
Le imprese italiane, in collaborazione con Promos, Agenzia Speciale della Camera di Commercio di Milano per le attività internazionali, hanno incontrato 70 buyer selezionati dell'area del Mediterraneo.

I 35 Paesi Euromed, nel 2010, formeranno la grande zona di libero commercio Pan-Euro-Mediterranea e registrano oggi un mercato di più di 800 milioni di abitanti, con un fatturato di 42 miliardi di euro nel nostro settore. Questa realtà conferisce all'area una straordinaria importanza strategica e Barcellona è stata designata capitale di questa nuova concentrazione.

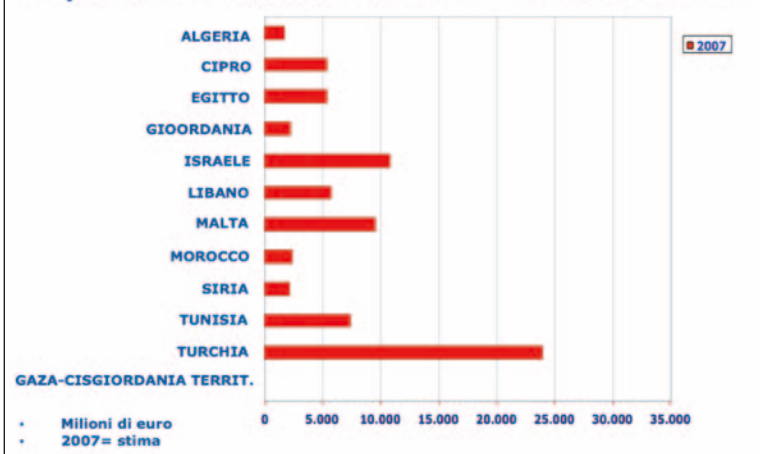
Il mercato europeo è, infatti, il primo mercato per le esportazioni italiane di cosmetici e l'area mediterranea, allargata ai paesi del Nord Africa, rappresenta un'opportunità di evidente sviluppo per l'offerta italiana, leader nella produzione di cosmetici specifici e ad alto contenuto di tecnologia e innovazione.

Per quanto concerne **l'interscambio con la Spagna**, nel 2007 l'Italia ha esportato cosmetici per oltre 160 milioni di euro e ne ha importati poco meno di 80 milioni di euro confermando una tenuta positiva della bilancia commerciale nel settore cosmetico.

**Una Partnership tra Paesi: EU e Algeria, Cipro, Egitto, Israele, Giordania, Libano, Malta, Marocco, Siria, Tunisia, Turchia, Gaza e territori Cisgiordania**  
**Oggetto della Partnership, oltre al libero scambio: Politica e sicurezza**  
**Le politiche sociali e culturali**  
**Economia e finanza**



Esportazioni cosmetici: Italia - area Euromed



## "Media Tutorial" un progetto Unipro dedicato alla stampa

Il 14 febbraio è partito il progetto MEDIA TUTORIAL, in collaborazione con l'Università Cattolica di Milano, che propone un'attività di informazione-formazione dedicata alla stampa.

L'agenda, nell'edizione 2008, prevede tre incontri di mezza giornata.

L'obiettivo è di aggiornare i giornalisti sui temi legati alla salute e alla sicurezza per favorire un'informazione più corretta.

Il progetto ha, di conseguenza, una funzione di accreditamento e consolidamento dell'autorevolezza del settore cosmetico.

Il progetto vuole idealmente dare continuità all'esperienza del corso di cosmetologia promosso con l'Istituto Superiore di Sanità nel 2003, con una formula più breve e intensa. Nel 2009 proseguiranno gli incontri, con un taglio più economico.

## Il Sole 24 Ore

Nel programma 2007/2009 il Presidente Franchina aveva preso l'impegno di offrire alla Giunta qualche occasione di approfondimento su temi d'attualità e l'incontro con testimoni del mondo dell'economia e della società.

La prima è stata la riunione di Giunta del 20 febbraio, presso la sede del Sole 24 Ore, dove è stato affrontato il tema della comunicazione pubblicitaria con un taglio creativo e giuridico con gli interventi di Giuseppe Strano della DCS & PARTNER e di Silvio Saffirio, pubblicitario, chairman di GREY. L'incontro ha anche offerto l'opportunità di incontrare l'A.D. del gruppo editoriale, Claudio Calabi, il Direttore del quotidiano Ferruccio De Bortoli, e di visitare la redazione e gli studi radiofonici di Radio 24.

## In breve

### 1 Febbraio

Roberta Pellegatta di Radio24 de Il Sole 24 Ore ha intervistato Maurizio Crippa all'interno del programma Job 24 che va in onda dal lunedì al venerdì alle ore 18.45. L'argomento dell'intervento è la figura professionale nel settore della cosmetica. Le figure più richieste, le specializzazioni e i corsi universitari di oggi. Occupazione, specializzazione, creatività e talento per il futuro.

Testo dell'intervista sul sito.

### 2 Febbraio

Nel programma di Radio Vaticana: "Stop, precedenza a chi pensa" Federico Piana ha intervistato Luca Nava, responsabile area Tecnico Normativa di Unipro sul pericolo per la salute dei prodotti cosmetici contraffatti, un business dannoso. Fonti, considerazioni, consigli e dati della contraffazione in Italia. La registrazione dell'intervista sul sito.

### 4 Febbraio

Organizzata dal Gruppo Scientifico Italiano Studi e Ricerche (GSISR), si è tenuta una giornata di studio sui "Prodotti cosmetici - Regolamentazione e sicurezza". Gian Andrea Positano, direttore del Centro Studi ha tenuto una relazione sul fenomeno della **contraffazione** e delle importazioni parallele nel mercato cosmetico italiano.



### 18 Febbraio

Quarto capitalismo in action. Gamma Croma e Clavis, le due importanti realtà dell'area cremonese hanno perfezionato l'aggregazione dando vita alla Gamma Croma Clavis Group. La società, partendo dall'eredità di oltre 50 anni di esperienza di storia locale, costituisce oggi la seconda realtà mondiale leader nella produzione di make-up.

**20 Febbraio.** Cambio ai vertici dell'Associazione. La Giunta Unipro ha nominato Giordina Gallo, Amministratore Delegato de L'OREAL ITALIA, nuovo Vice Presidente.

**20 Febbraio.** Dopo una lunga esperienza negli organi dell'Associazione Aldo Sortino (nella foto) lascia la carica di Vice Presidente di Unipro. Nel corso del Comitato di Presidenza il presidente Franchina lo ha salutato e ringraziato per l'abnegazione e il contributo rivolti allo sviluppo dell'Associazione.

**22-24 Febbraio.** In occasione della quinta edizione di Vegetalia, Fiera dedicata alla filiera vegetale, Unipro ha presentato l'andamento economico dei cosmetici in erboristeria nel corso del convegno "Agroalimentare e cosmesi: nuova frontiera per l'economia cremonese".

# Parliamo di nanotecnologie

Dispositivi sempre più piccoli, veloci, economici: un mondo affascinante.

Le nanotecnologie sono un'eccitante area di sviluppo scientifico che promette "di più a meno". Offrono infatti la possibilità di creare dispositivi sempre più piccoli, leggeri, veloci ed economici, con un numero sempre crescente di prestazioni ingegnose, utilizzando ridotti quantitativi di materiale di partenza e consumando minor energia. Grazie alle opportunità della creazione di nuovi caratteri e funzioni, le nanotecnologie stanno già proponendo la soluzione a molti problemi datati

in campo medico, sociale e ambientale, assumendo caratteristiche di interesse globale. E' infatti il settore che attira più finanziamenti pubblici di qualsiasi altra area tecnologica, stimabili, nel 2005, in 3.800 miliardi di euro. E' anche un'area di ricerca veramente multidisciplinare, in quanto convoglia diverse conoscenze e competenze scientifiche, che comprendono la biologia e la biochimica in stretta cooperazione con la fisica, la chimica e le tecnologie informatiche. Per approfondire questo mondo affascinante e le

sue applicazioni abbiamo rivolto alcune domande a José M. Kenny, Professore ordinario di Scienza e Tecnologia dei Materiali presso la Facoltà di Ingegneria dell'Università degli Studi di Perugia e titolare delle cattedre di "Tecnologia dei Polimeri" e "Nanotecnologie dei Materiali" presso il corso di laurea di Ingegneria dei Materiali. E a uno dei massimi esperti del settore, Gerhard J. Nohynek, tossicologo e Direttore Scientifico presso i Laboratori di Ricerca & Sviluppo di L'OREAL.

**Professor Kenny,** cosa sono le nanotecnologie?

"Le nanoscienze e le nanotecnologie sono riconosciute come strumento per ottenere una nuova generazione di materiali e sistemi con proprietà e funzionalità fino ad oggi sconosciute. Negli ultimi anni i nanomateriali sono stati oggetto di grande attenzione ed è opinione comune che il loro utilizzo rappresenti una autentica rivoluzione tecnologica, come sono state in passato l'elettronica e, più recentemente, l'informatica.

I nanomateriali sono caratterizzati dall'aver almeno una delle dimensioni inferiore a 100 nanometri ed un elevato rapporto tra area superficiale e volume. Questo porta a materiali nei quali le caratteristiche degli atomi di superficie prevalgono su quelle degli atomi interni. Se da un lato la realizzazione di dimensioni nanoscopiche costituisce la naturale e necessaria evoluzione nel campo della microelettronica, dall'altro la creazione di nuovi materiali a partire da precursori su scala nanometrica apre interessanti prospettive per applicazioni nel settore meccanico, chimico, biomedico ed elettronico. Per esempio, nanoparticelle d'argento sono usate in notevoli prodotti commerciali per conferire proprietà antibatteriche ai tessuti. Una superficie argentata, non opportunamente strutturata, rilascia con difficoltà ioni argento in una soluzione contenente batteri. Per accelerare la cinetica di rilascio negli ultimi anni si è prodotto argento sotto forma di nanoparticelle o film nanostrutturati."



**Dottor Nohynek,** le nanotecnologie rappresentano un settore tecnologico estremamente innovativo.

In che modo ne beneficia anche l'industria cosmetica?

Cosa ci può dire poi della sicurezza di questi componenti impiegati nei prodotti cosmetici?

"Molti prodotti cosmetici all'avanguardia fanno uso di nanocomponenti. Grazie alla ricerca e sviluppo di nuovi sistemi emulsionanti, è possibile ottenere nanoemulsioni, cioè prodotti che contengono goccioline di olio di dimensioni dell'ordine dei nanometri, disperse nella fase acquosa.

Le nanoemulsioni sono trasparenti e hanno caratteristiche uniche di gradevolezza cosmetica, grazie ad una texture piacevole al tatto. Nell'ambito della protezione solare abbiamo oggi a disposizione prodotti in grado di conferire una protezione molto elevata ed efficiente, grazie alla presenza di nanoparticelle insolubili di biossido di titanio o di ossido di zinco, che sono incolori e filtrano più efficacemente i raggi UV rispetto alle particelle più grandi.

Per quanto riguarda la sicurezza, le attuali evidenze scientifiche suggeriscono che l'impiego di nano ingredienti cosmetici o di filtri solari nano tecnologici determina un potenziale rischio nullo o trascurabile per la salute umana"



## Storia e definizione della nanoscienza

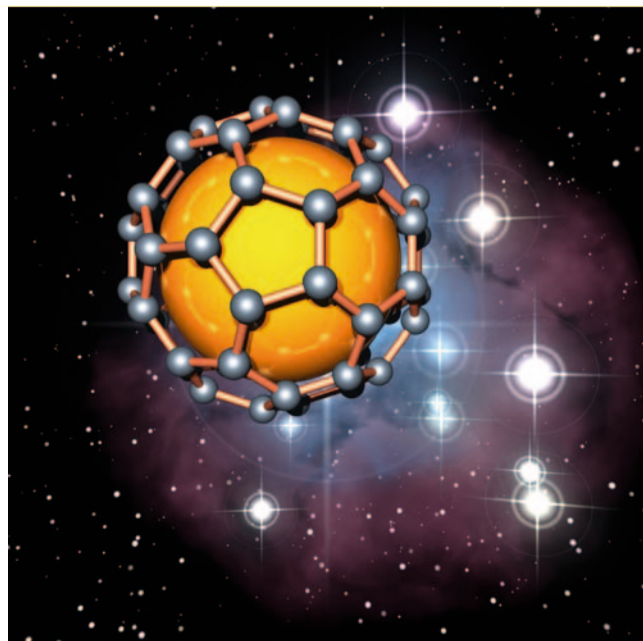
E' sicuramente da riferire a Richard Feynman, uno dei più brillanti fisici teorici del secolo scorso e vincitore, nel 1965, del premio Nobel per la fisica, l'atto di nascita ufficiale della nanotecnologia: il 29 dicembre del 1959 Feynman tenne un discorso al Californian Institute of Technology, durante la riunione annuale della American Physical Society, dal titolo *There's plenty of room at the bottom*, traducibile in "c'è moltissimo spazio in basso", dove "in basso" indica il mondo al di sotto delle dimensioni molecolari. "Voglio parlare della manipolazione e del controllo delle cose su piccola scala- spiegava alla platea Feynman - Spesso si parla di motori elettrici grandi quanto un'unghia, ma questo è nulla... per quanto ne so i principi della fisica non impediscono di manipolare le cose atomo per atomo. Non è un tentativo di violare alcuna legge; è qualcosa che in principio può essere fatto, ma in pratica non è successo perché siamo troppo grandi". Lo scopo della conferenza era di spingere i ricercatori in questo campo, allora del tutto inesplorato, mostrandone gli enormi vantaggi che ne

sarebbero derivati. La sfida lanciata da Feynman portò, nei primi anni ottanta, all'invenzione del microscopio a scansione tunnel (STM), uno dei primi strumenti che ci hanno consentito di vedere e di manipolare gli atomi. L'invenzione risale al 1981 presso i laboratori di ricerca dell'IBM di Zurigo ad opera di G.K. Binnig e di H. Rohrer che riceveranno il premio Nobel in fisica 5 anni più tardi.

L' introduzione del termine nanotecnologia si deve invece a Kim Eric Drexler, un ingegnere considerato uno dei pionieri nello studio delle nanotecnologie, che nel 1986 la definì: "una tecnologia a livello molecolare che ci potrà permettere di porre ogni atomo dove vogliamo che esso stia. Chiamiamo questa capacità nanotecnologia, perché funziona sulla scala del nanometro, 1 miliardesimo di metro".

Anche se non esiste ancora una definizione univoca e universalmente accettata, con il termine nanotecnologie si intende la capacità di osservare, misurare e manipolare la materia su scala atomica e molecolare, cioè a livello delle dimensioni comprese tra 1 e 100 nanometri. 1 nanometro (nm) è un miliardesimo di metro e corrisponde all'incirca a 10 volte la grandezza dell'atomo dell'idrogeno, il più piccolo degli elementi di cui è composta la materia.

Sempre citando Feynman, l'ordine di grandezza infinitamente piccolo può essere meglio compreso se paragonato a qualche elemento visibile, quale la capocchia di uno spillo: per quanto questa possa apparirci uno spazio sufficientemente esiguo, a livello nanometrico è sufficientemente estesa da contenere tutti e 24 i volumi dell'Enciclopedia Britannica!



### Polvere di stelle

Il fullerene è stata la nanoparticella che verosimilmente iniziò la rivoluzione nelle nanoscienze negli anni 80. Infatti, la molecola a 60 atomi di carbonio, fu scoperta incidentalmente da un gruppo di scienziati che cercavano di capire la formazione e il comportamento delle molecole di carbonio nelle nubi di gas interstellare. Harold Kroto, Robert F. Curl e Richard E. Smalley vinsero nel 1996 il Premio Nobel per tale scoperta.

francesca.bernacchi@unipro.org  
Servizi Tecnico-Organizzativi



# Approvata la Class Action

La Legge Finanziaria ha dato il via all'Azione Collettiva Risarcitoria, con decorrenza dalla fine del prossimo mese di giugno.

Nel nostro ordinamento entra l'Azione Collettiva Risarcitoria comunemente definita anche *Class-Action*.

La Legge Finanziaria 2008 ne ha determinato le modalità e ha fissato l'entrata in vigore per il 29 del prossimo mese di giugno.

## COSA E' L'AZIONE COLLETTIVA RISARCITORIA

Si tratta di uno strumento giuridico che consente un'unica e particolare azione giudiziaria a tutela di una pluralità di consumatori che ritengono di aver subito un danno o di aver diritto ad un risarcimento in conseguenza di:

- rapporti giuridici relativi a contratti stipulati mediante sottoscrizione di moduli o formulari, atti illeciti di natura extracontrattuale
- pratiche commerciali scorrette
- comportamenti anticoncorrenziali.

La norma non è rivolta alla sola tutela dei consumatori, riguarda anche soggetti che definisce "utenti". Per "consumatori e utenti" devono intendersi persone fisiche che agiscono fuori da attività imprenditoriale o professionale.

## CHI LA PUO' ESERCITARE

L'Azione Collettiva può essere promossa dalle Associazioni dei Consumatori, riconosciute e registrate presso il Ministero per lo Sviluppo Economico, e può anche essere promossa da associazioni o comitati sorti spontaneamente, purché adeguatamente rappresentativi di un interesse collettivo da tutelare. Questi ultimi possono anche aggregarsi ad una Azione Collettiva promossa da un'Associazione riconosciuta.

A livello individuale, chi ritiene di rientrare tra i soggetti danneggiati può aggiungersi strada facendo all'Azione non ancora conclusa, salvo comunque il diritto ad agire individualmente, come si vedrà più avanti.

## AVVIO DELL'AZIONE

Per avviare l'Azione il promotore deve presentare una domanda specifica presso il Tribunale ove ha sede l'impresa ritenuta danneggiante.

Il Tribunale deve in primo luogo stabilire se la domanda è ammissibile. Il Giudice, sentite le parti, deve valutare l'esistenza dei requisiti affinché si avvii una Azione Risarcitoria, deve cioè stabilire se la richiesta è fondata, se è ravvisabile un interesse collettivo che richieda la necessaria tutela, deve verificare l'assenza di conflitti di interesse e simili. Ammettere la domanda equivale a riconoscere il diritto al risarcimento. Contro l'ordinanza che accoglie l'istanza è consentito ricorso presso la Corte di Appello.

## QUANDO IL GIUDICE ACCOGLIE L'AZIONE

Ritenuta ammissibile la domanda il Giudice prima di valutare gli effetti del danno e del risarcimento richiesto, dispone che chi ha proposto l'Azione dia idonea pubblicità dell'avvio della stessa al fine di consentire a chi ne ha titolo di aggregarsi.

Il Giudice determina quindi i criteri in base ai quali fissare il risarcimento e, se possibile, fissa la somma minima risarcibile, notificando alle parti la relativa sentenza ordinariamente impugnabile.

A fronte di tale sentenza l'impresa ritenuta responsabile del danno può provvedere entro 60 giorni a determinare gli importi a



favore di ciascun avente diritto e a comunicarli sia alla Cancelleria del Tribunale che ai diretti interessati.

Se l'impresa non comunica o il danneggiato non accetta l'ammontare della somma risarcitoria, il Presidente del Tribunale costituisce una camera di conciliazione composta da tre avvocati, nominati rispettivamente dall'impresa, dai soggetti che hanno promosso l'Azione Collettiva e dal Presidente del Tribunale. La camera deve determinare i modi, i termini e l'ammontare da corrispondere ai singoli danneggiati. Qualora alcuni danneggiati non abbiano accettato la proposta dell'impresa, la camera di conciliazione valuterà e deciderà per la loro specifica situazione. In alternativa a questa camera di conciliazione, il promotore dell'Azione e l'impresa ritenuta responsabile possono richiedere al Presidente del Tribunale di definire quanto sopra presso un organismo conciliativo presente ad esempio presso le Camere di commercio.

Allo stato attuale non è chiaro cosa succede qualora in sede di opposizione alla sentenza l'impresa vinca in appello dopo aver comunque effettuato dei risarcimenti. Questo sarà un punto che il Legislatore dovrà

definire prima dell'entrata in vigore della normativa.

## SOGGETTO PASSIVO DELL'AZIONE

La norma non approfondisce la definizione di soggetto passivo ma appare evidente la volontà del Legislatore che l'Azione Collettiva Risarcitoria possa essere promossa solo contro imprese, allo stato attuale, sia pubbliche che private.

## ASPETTI GENERALI

Fondamentale è il diritto individuale di rivolgersi alla Magistratura, diritto che la Costituzione riconosce a ciascun cittadino per la tutela dei propri diritti. Per questo motivo la norma riconosce comunque legittima l'iniziativa del singolo individuo che non ha aderito alla Azione Collettiva. Questo fatto e la mancanza assoluta di una definizione di "classe" crea altissimi dubbi interpretativi sulla normativa. Le azioni risarcitorie collettive sono iniziative assolutamente opportune e utili in presenza di danni generati, ad esempio, dal crack di una impresa o dal fallimento di un istituto finanziario, fatti cioè ove il danneggiante è di immediata individuazione, l'identificazione dei danneggiati è assolutamente oggettiva e il momento in cui si manifesta il danno è certo.

## PROBLEMI APPLICATIVI

L'assenza anche solo di uno di questi elementi può comportare dei problemi applicativi di forte rilevanza: non sempre la quantificazione del danno è omogenea per tutti i soggetti coinvolti, né risultano danneggiati tutti nello stesso momento e nella stessa entità; si pensi, ad esempio, agli effetti di una nube tossica sugli individui, alcuni possono subire danni all'immediato contatto, altro solo dopo molti anni dal contatto e in misura completamente diversa rispetto ai primi.

## LA NORMATIVA

Vi sono quindi lacune oggettivamente presenti in una normativa che è ottima per determinate situazioni ma si presenta di difficile applicazione in altre, non certo marginali. Proprio in funzione di queste considerazioni in sede comunitaria è allo studio una direttiva che armonizzi a livello europeo questo tipo di strumento giudiziario, in considerazione anche delle molte perplessità che sorgono dalla sua concreta applicazione negli Stati Uniti.

Michele Cireni  
Responsabile dell'Area Affari Economici e Tributari