



ti B-to-B, facendo riferimento appunto ai rapporti business to business tra aziende e clienti, fornitrici e sub fornitrici, come ha spiegato **Giannicola Albarelli**, vicepresidente di Unindustria Reggio Emilia dando inizio ai lavori, mentre **Stefano Sidoli**, legale rappresentante Area broker consulting sgr ha illustrato le problematiche assicurative che riguardano la difettosità dei prodotti.

Catena del valore Invece **Claudio Cacciamani**, ordinario di economia degli intermediari finanziari all'università di Parma e coordinatore del convegno, ha messo in evidenza come la deverticalizzazione dei processi economici implichi sempre più spesso che si abbia una catena del valore e della produzione nella quale possono esservi molte responsabilità da parte dei singoli produttori, sia tra loro sia verso il cliente finale. «Ciò può comportare possibili passività emergenti e, soprattutto, una perdita di valore del complesso aziendale», ha detto Cacciamani. «Per questo, dopo che le assicurazioni si sono concentrate sui rischi *property*, è tempo che vengano prese in considerazione le aree di rischio non visibili in azienda se non come possibili passività verso terzi. Ne consegue un nuovo approccio al risk management e alla sua in-

Deverticalizzazione

Secondo **Claudio Cacciamani**, ordinario di economia degli intermediari finanziari all'università di Parma, la deverticalizzazione dei processi economici implica sempre più spesso una catena del valore e della produzione nella quale possono esservi molte responsabilità da parte dei singoli produttori, sia tra loro sia verso il cliente finale.

tegrazione con le grandezze economiche e patrimoniali dell'azienda».

Dopo aver citato diversi casi in cui un problema di responsabilità civile ha comportato perdite enormi per gli azionisti, fino a provocare il fallimento dell'azienda, Cacciamani ha concluso: «in tutti i casi, solo una efficace prevenzione aziendale e giuridica, unita a una efficace copertura assicurativa, può evitare impatti negativi di rilievo sul valore aziendale. Rimane ancora da verificare se e come cercare di proteggere quel bene aziendale superiore costituito dall'immagine, dalla quota di mercato, dalla fedeltà del cliente e, più in generale, dall'avviamento aziendale».

Le responsabilità legali dei soggetti coinvolti (produttore, distributore, venditore); le patologie negoziali; le tutele legali nei rapporti contrattuali tra imprese e una *case history* dei prodotti "non sicuri": tutti questi argomenti sono stati poi illustrati da **Michele Baroc**, avvocato e socio fondatore di Novastudia professional

alliance, Legal & Tax Term di Lugano. «Un prodotto è sicuro», ha detto Baroc, «in particolare se non presenta rischi per la salute e la sicurezza delle persone; questa valutazione va fatta per il prodotto in condizioni d'uso normali o ragionevolmente prevedibili, compresa la durata e, se del caso, la messa in servizio, l'installazione e la manutenzione», spiegando poi che i parametri da utilizzare in concreto per il giudizio di pericolosità sono elencati con precisione nell'articolo 103 del Codice del consumo.

Definizione Ue Per la sicurezza dei prodotti non si può prescindere dalla definizione fornita dalla legislazione dell'Ue (B2C), ha proseguito Baroc, esaminando poi di volta in volta gli obblighi del produttore e chi rientra in questa definizione; che cosa significa immissione sul mercato e le diverse interpretazioni che se ne danno; gli obblighi specifici assegnati al distributore dall'articolo 104 del Codice del consumo; le tipologie