



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

WINTER SCHOOL
SANGUIS JOVIS
"FRA PRODOTTO E MERCATO:
I valori della marca nel Sangiovese"

**La marca come valore
patrimoniale**

PIETRO MASTRAPASQUA

La marca come valore patrimoniale

Definizione

Logo: abbreviazione di **Logotipo** (scritta del nome dell'azienda con le sue caratteristiche tipografiche – carattere, colore, spaziatura, proporzioni)

In alcuni casi al **Logotipo** si aggiunge un **Simbolo**

Logo (Logotipo + Simbolo) = Marchio



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La marca come valore patrimoniale

Definizione

Marca: grande contenitore (aspetti distintivi della comunicazione visiva, storia dell'azienda, esperienza vissuta dai clienti, livello di notorietà, reputazione nel web, risultati delle campagne pubblicitarie, aspettative dei potenziali clienti, valori percepiti dai clienti e dagli stakeholders)

La **Marca (Brand)** è contenitore del **Marchio**



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La marca come valore patrimoniale

Definizione

Il **Marchio** si puo' stampare, la **Marca** no

Il **Marchio** si puo' registrare, la **Marca** no



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La marca come valore patrimoniale

Definizione

Il **Marchio** è un **bene immateriale** (intangibile)



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La marca come valore patrimoniale

Le disposizioni civilistiche

I **marchi** sono disciplinati:

- dagli artt. 2569-2574 del codice civile

e

- dal D.Lgs 10 febbraio 2005, n.30 ("Codice della proprietà industriale").



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La marca come valore patrimoniale

Registrazione

Con la registrazione, il codice dei diritti di proprietà industriale conferisce diritti esclusivi connessi al **Marchio** di impresa



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La marca come valore patrimoniale

Profili

- Contabilizzazione (Bilancio)
- Valutazione



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La marca come valore patrimoniale

Contabilizzazione

- Principio contabile nazionale OIC 24 – Immobilizzazioni immateriali
- Principio contabile internazionale IAS 38 – Intangible assets
- Principio contabile internazionale IFRS 3 – Business combinations



La marca come valore patrimoniale

Acquisizione del marchio

- " L'acquisizione " del **Marchio** può avvenire con le seguenti modalità:
 - 1) acquisto a titolo oneroso;
 - 2) produzione interna;
 - 3) licenza d'uso;
 - 4) concessione a titolo gratuito.
- Indipendentemente dalle modalità sopra riportate, il **Marchio** contabilmente si può rilevare, tra le immobilizzazioni immateriali, solo se acquisito a titolo oneroso (OIC 24, IAS 38) o se prodotto internamente (OIC 24)
- Il **Marchio** può essere rivalutato solo se la legge lo prevede o lo consente



La marca come valore patrimoniale

Bilancio

Art. 2424 del Codice Civile (Contenuto dello Stato Patrimoniale)

Attivo: B) Immobilizzazioni

B.I – Immobilizzazioni immateriali

B.I.4) concessioni, licenze, **Marchi** e diritti simili



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La marca come valore patrimoniale

Bilancio

Art. 2425 del Codice Civile (Contenuto dello Conto Economico)

B) Costi della produzione

B.10) ammortamenti e svalutazioni

B.10.a) ammortamento delle immobilizzazioni immateriali

B.10.c) altre svalutazioni delle immobilizzazioni



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La marca come valore patrimoniale

Bilancio

Art. 2427 del Codice Civile (Contenuto della Nota Integrativa)

2) I movimenti delle immobilizzazioni (costo, rivalutazioni, ammortamenti, svalutazioni, acquisizioni, alienazioni)

3-bis) La misura e le motivazioni delle riduzioni di valore applicate alle immobilizzazioni ..immateriali.. facendo riferimento a loro: concorso alla futura produzione di risultati economici, durata utile, valore di mercato, influenza sui risultati economici dell'esercizio



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La marca come valore patrimoniale

Bilancio

Art. 2426 del Codice Civile (Criteri di valutazione)

- 1) Le immobilizzazioni sono iscritte al costo di acquisto (compresi costi accessori) o di produzione (compresi costi imputabili, oneri finanziari)
- 2) Il costo delle immobilizzazioni ..immateriali.. deve essere ammortizzato in relazione alla residua possibilità di utilizzo

(segue)



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La marca come valore patrimoniale

Bilancio

Art. 2426 del Codice Civile (Criteri di valutazione)

3) L'immobilizzazione durevolmente di valore inferiore rispetto a quello di bilancio deve essere iscritta a tale minor valore. Il minor valore non può essere mantenuto nei successivi bilanci se vengono meno i motivi della rettifica effettuata



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La marca come valore patrimoniale

Ammortamento

Una volta contabilizzato, il **Marchio**, secondo le disposizioni civilistiche (art. 2426 del Codice Civile), deve essere sottoposto al processo di ammortamento



La marca come valore patrimoniale

Ammortamento

L'ammortamento segue il concetto generale di "vita utile" del bene immateriale.

In alcuni casi questa si identifica con il periodo di produzione e commercializzazione in esclusiva dei prodotti cui il **Marchio** si riferisce.

La vita utile dei **Marchi** non può superare i 20 anni (OIC 24).



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La marca come valore patrimoniale

Principi contabili internazionali (IAS 38)

- Il **Marchio** con una vita utile definita è ammortizzato
- Il **Marchio** con una vita utile indefinita **non** è ammortizzato



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La marca come valore patrimoniale

Monitoraggio del valore

- Naturalmente il valore contabile del **Marchio** dovrà essere costantemente monitorato e, pertanto, ogni anno il "valore recuperabile" dovrà essere rilevato e confrontato con il valore contabile
- Nel caso in cui il primo valore fosse inferiore al secondo, si dovrà procedere a svalutare il bene immateriale per poi procedere al calcolo dei nuovi ammortamenti
- Quanto sopra dovrà essere analiticamente esposto nella nota integrativa



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La marca come valore patrimoniale

Monitoraggio del valore

- Calcolo del "valore recuperabile" del **Marchio**: **impairment test** (OIC 9, IAS 36)
- Confronto del valore contabile con il valore recuperabile calcolato come il maggiore tra il fair value e il value in use
- Il fair value è il valore ottenibile dalla vendita del **Marchio**, dedotti i costi necessari per effettuare la stessa (transazioni similari su mercato attivo)
- Il value in use è dato dal valore attuale dei flussi di cassa (cash flow) futuri che si prevedono dall'utilizzo del **Marchio** (tasso di sconto)



La marca come valore patrimoniale

Il regime fiscale e il coordinamento con le disposizioni civilistiche

- Fiscalmente l'**ammortamento** del costo dei marchi deve avvenire in ossequio a quanto indicato dall'art. 103 del Tuir
- **Il costo**, per quanto attiene alla sua composizione, deve rispettare quanto disposto dall'art. 110 del Tuir (costo + oneri accessori + interessi passivi)



La marca come valore patrimoniale

Ammortamento fiscale

(art. 103 del Tuir)

In particolare, le quote di ammortamento sono deducibili in misura non superiore ad un diciottesimo del costo.

La norma fiscale ha quindi stabilito un limite minimo alla durata dell'ammortamento del **Marchio**.

In pratica, fiscalmente il costo può dedursi in un periodo liberamente scelto, purché non inferiore ai 18 anni.



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La marca come valore patrimoniale

Ammortamento

Nella sostanza, ciò significa che quando la vita utile del bene (razionalmente definita in base alla durata della produzione o commercializzazione dei prodotti di riferimento o convenzionalmente determinata) è inferiore a 18 anni, il maggiore ammortamento civilistico dovrebbe essere fiscalmente ripreso in quanto temporaneamente non deducibile



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La marca come valore patrimoniale

Disallineamento tra normativa civilistica e fiscale

La normativa fiscale può determinare, dal punto di vista contabile, un'ipotesi di disallineamento tra i valori «civilistici» e i valori «fiscali», con la conseguente iscrizione in bilancio della relativa fiscalità differita



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La marca come valore patrimoniale

Valutazione

- Principi Italiani di Valutazione 2015 – Organismo Italiano di Valutazione (OIV)
- International valuation standards 2017 (update January 2020) – International Valuation Standards Council (IVSC)
- Linee guida OCSE (Transfer Pricing)



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La marca come valore patrimoniale

Metodi di valutazione - concetti base

- Credibilità-affidabilità (impostazione razionale formule; basso grado soggettività)
- Coerenza (valori coerenti con risultati economici complessivi: analisi dell'impresa)
- Continuità (calcoli ripetibili nel tempo, senza sostanziali variazioni di criteri)
- Dimostrabilità-verificabilità (dimostrabili componenti, ipotesi e calcoli del processo valutativo; per essere verificabile)
- Efficienza (procedura non eccessivamente onerosa)
- Adattabilità (metodi utilizzabili in più settori: ma a volte preferibili metodi peculiari)
- Confrontabilità (possibilità di confronto dei risultati ottenuti con diversi metodi)



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La marca come valore patrimoniale

Metodi di valutazione

- Metodi del costo
- Metodi reddituali
- Metodi dei risultati differenziali
- Metodi comparativi
- Metodi delle ricerche di mercato



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La marca come valore patrimoniale

Metodi del costo

- Costo storico (costi sostenuti internamente/costo di acquisizione)
- Costo storico residuale (costo storico ridotto sulla base della residua utilità)
- Costo di riproduzione (stima degli oneri per riprodurre il bene immateriale)



La marca come valore patrimoniale

Metodi reddituali

- Benefici futuri attualizzati (valore attuale benefici diretti attesi. i.e. risparmio costi)
- Extra redditi (valore attuale del reddito al netto del costo d'uso – costo + remunerazione – degli altri beni strumentali)



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La marca come valore patrimoniale

Metodi dei risultati differenziali

- Attualizzazione dei risultati differenziali (stima dei vantaggi rispetto a concorrenti che non ne fruiscono)
- Costo della perdita (attualizzazione della riduzione del margine di contribuzione nel caso di indisponibilità del bene immateriale)



La marca come valore patrimoniale

Metodi comparativi

- Transazioni comparabili (prezzi in transazioni recenti di beni simili)
- Tassi di royalty o relief from royalties (royalties applicate in operazioni di licenza d'uso di **Marchi** comparabili; risparmio per possesso del **Marchio**)
- Metodo dei multipli (impliciti nei deals/empirici)
- Metodo dei flussi differenziali (with and without method, con **Marchio**, senza **Marchio**)



La marca come valore patrimoniale

Metodi delle ricerche di mercato

Ricerche di mercato

Fattori della forza della **Marca**

Traduzione fattori in misure/multiplo
(su base esperienza)

Performance cui
applicare il multiplo
(analisi contabili)

Valore della **Marca**



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La marca come valore patrimoniale

Critério delle ricerche di mercato

Metodo Interbrand (sette fattori – ponderati - per stima della forza della **Marca**):

- Leadership (posizione di mercato)
- Stabilità (fedeltà del consumatore)
- Mercato (stabilità domanda nel settore)
- Internazionalità
- Trend (sviluppo nel lungo periodo)
- Sostegno (investimenti in marketing)
- Protezione (legale)



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La marca come valore patrimoniale

Criterio delle ricerche di mercato

Metodo del brand rating (tre componenti):

- Performance qualitativa di una **Marca** (riferimento a banca dati)
- Differenziale di prezzo realizzabile dalla **Marca** rispetto a marche senza pregio (differenziale di reddito attualizzato)
- Brand future score (previsione del futuro della **Marca**)



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La marca come valore patrimoniale

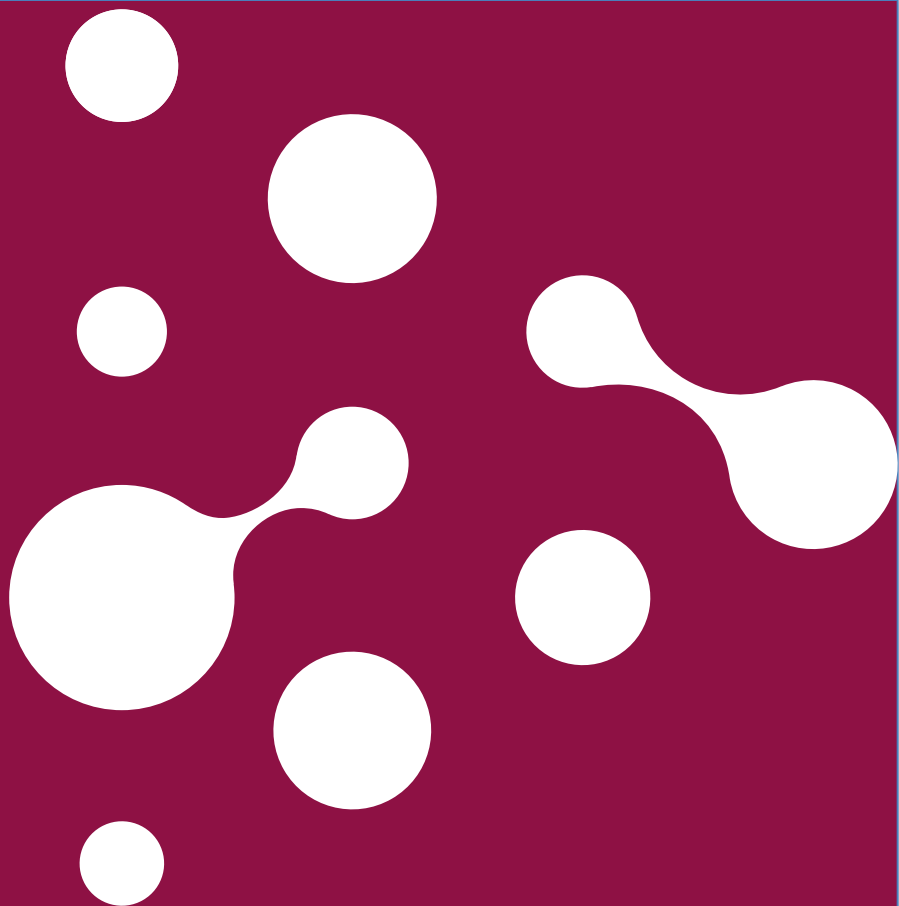
Varie

- Trasferimento (conferimento) **Marchio**
- Patent Box
- Transfer Pricing



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

fondazionebanfi.it