



**DIPARTIMENTO DI IMPRESA E MANAGEMENT**

**Corso di Laurea Magistrale in  
Amministrazione Finanza e Controllo**

**Cattedra di Principi Contabili Internazionali**

**PATRIMONIO DI MARCA DELL'IMPRESA E  
VALUTAZIONE DEGLI INTANGIBLE ASSETS NEL  
SETTORE MODA: IL CASO FERRAGAMO**

**RELATORE**

**Ch.mo Prof. Fabio Fortuna**

**CANDIDATA**

**Federica Vitale**

**Matr. 772091**

**CORRELATORE**

**Ch.mo Prof. Eugenio Pinto**

**ANNO ACCADEMICO 2022/2023**



# INDICE

<b>INTRODUZIONE</b>	<b>5</b>
<b>CAPITOLO 1. LA VALUTAZIONE DEGLI INTANGIBLE ASSETS NELLA PROSPETTIVA NAZIONALE ED INTERNAZIONALE</b>	<b>8</b>
<b>1.1 Le ragioni alla base della crescente attenzione alla valutazione degli intangibles</b>	<b>8</b>
1.1.1. Le specificità e le problematiche valutative degli <i>intangibles</i>	11
<b>1.2 La rilevazione delle immobilizzazioni immateriali secondo la normativa nazionale</b>	<b>14</b>
<b>1.3 La rilevazione contabile degli <i>intangibles</i> e la loro classificazione in bilancio secondo gli IAS/IFRS</b>	<b>21</b>
<b>1.4 Le valutazioni successive alla prima rilevazione</b>	<b>27</b>
<b>1.5 La valutazione del <i>know-how</i> e degli intangibili di natura tecnologica</b>	<b>29</b>
1.5.1. I <i>software</i>	32
<b>1.6 L'avviamento e le condizioni per la sua rilevazione: normativa nazionale ed internazionale a confronto</b>	<b>33</b>
<b>CAPITOLO 2. LE CARATTERISTICHE DEL SETTORE MODA E LA RILEVANZA DEL MARCHIO NELL'AMBITO DEGLI INTANGIBLE ASSETS</b>	<b>40</b>
<b>2.1 Le peculiarità del settore moda e il progressivo consolidamento del concetto di <i>sustainable luxury</i></b>	<b>40</b>
<b>2.2 Definizione, ruolo e funzione del marchio aziendale</b>	<b>42</b>
2.2.1. Il <i>brand equity</i> e le sue principali componenti	43
<b>2.3 Gli aspetti contabili connessi all'iscrizione in bilancio dei marchi e gli standard di valutazione ISO 10668 e IVS 210</b>	<b>45</b>
<b>2.4 L'approccio reddituale o basato sui flussi di risultato</b>	<b>48</b>
<b>2.5 L'approccio di mercato</b>	<b>52</b>
<b>2.6 L'approccio basato sui costi</b>	<b>53</b>
<b>2.7 Gli aspetti fiscali connessi alla rilevazione contabile dei beni immateriali: il regime della <i>Patent Box</i></b>	<b>56</b>
<b>CAPITOLO 3. L'IMPAIRMENT TEST DELLE IMMOBILIZZAZIONI IMMATERIALI E LA DETERMINAZIONE DEL VALORE DEL MARCHIO AI FINI DELLA SUA VALORIZZAZIONE O CESSIONE</b>	<b>61</b>
<b>3.1 La svalutazione delle immobilizzazioni immateriali nella normativa contabile nazionale</b>	<b>61</b>
<b>3.2 L'<i>impairment test</i></b>	<b>64</b>
<b>3.3 La determinazione del valore recuperabile</b>	<b>66</b>
<b>3.4 Le modalità di determinazione delle perdite durevoli di valore riferite ad una singola attività</b>	<b>68</b>
<b>3.5 Le perdite di valore di una CGU</b>	<b>70</b>
<b>3.6 Analisi comparatistica dell'operazione di ripristino di valore nella normativa nazionale ed internazionale</b>	<b>72</b>

3.7. <i>L'impairment test</i> del marchio e le difficoltà di determinazione del c.d. <i>recoverable amount</i>	74
<b><i>CAPITOLO 4. LE MODALITÀ DI RILEVAZIONE DEGLI INTANGIBLE ASSETS NEL BILANCIO DEL GRUPPO FERRAGAMO S.p.A.</i></b>	<b>79</b>
4.1 Il Gruppo Ferragamo S.p.A.	80
4.1.1 L'identità del marchio Ferragamo e i proventi derivanti dalla concessione in licenza del marchio 84	
4.2 Il trattamento contabile degli <i>intangibile assets</i> e gli investimenti in beni immateriali	93
4.3 L'importanza della comparabilità dei dati di bilancio: analisi delle immobilizzazioni immateriali e degli investimenti effettuati nel periodo 2020-2022	100
<b><i>CONCLUSIONI</i></b>	<b>110</b>
<b><i>BIBLIOGRAFIA</i></b>	<b>111</b>
<b><i>SITOGRAFIA</i></b>	<b>114</b>
<b><i>INDICE TABELLE E GRAFICI</i></b>	<b>116</b>

## INTRODUZIONE

A partire dagli anni Novanta le dinamiche valutative relative alle risorse immateriali hanno ricevuto una crescente attenzione da parte di accademici, operatori e *policy makers*.

In un periodo di costanti cambiamenti ed innovazioni, le risorse immateriali hanno assunto un ruolo fondamentale nell'ambito della dinamica di creazione di valore per le imprese.

La struttura economica delle stesse ha infatti subito una modificazione sostanziale e ciò ha portato alla crisi delle logiche tradizionali riferite alle risorse intangibili e contestualmente alla ricerca di modelli di gestione e di valutazione in linea con le intervenute innovazioni.

Lo sviluppo di nuove tecnologie e diritti, insieme all'internazionalizzazione dei mercati hanno evidenziato che gli intangibili aziendali costituiscono uno dei principali fattori di successo di un'impresa.

Accanto al cambiamento economico si riscontra un progressivo ampliamento di ciò che è riconducibile alla categoria dei beni immateriali.

E, in ragione della crescente presenza di *asset* intangibili nel patrimonio aziendale si è reso necessario approfondire il legame tra risorse immateriali e valore di impresa al fine di comprenderne l'effettiva consistenza patrimoniale.

Parlare di consistenza patrimoniale e contestualmente di immaterialità di una risorsa potrebbe *prima facie* sembrare una contraddizione.

Ebbene, è proprio dietro tale apparente contraddizione che si scorge la difficoltà di individuazione e valorizzazione di ciò che, per definizione, è caratterizzato dall'immaterialità.

Le considerazioni sinora esposte sono alla base degli spunti di riflessione del presente lavoro di tesi, che si pone l'obiettivo di svolgere una ricognizione del quadro delle disposizioni dettate dai Principi Contabili Internazionali (IAS/IFRS), con specifico riferimento agli aspetti valutativi degli *intangible assets*, concentrandosi in particolar modo sull'analisi del marchio d'impresa.

Infatti, nell'ambito della disciplina dettata dagli IAS/IFRS relativamente alla valutazione dei beni immateriali, il marchio presenta dei profili di rilevanza e criticità dovuti alla particolare natura dell'*asset*.

La logica di valutazione del patrimonio di marca risulta profondamente influenzata dal contesto competitivo in cui l'impresa opera e dalle operazioni ordinarie e straordinarie di cui la marca costituisce oggetto.

Tuttavia, per comprendere a fondo le problematiche valutative del marchio d'impresa non si può prescindere da una disamina completa della macro-classe alla quale il marchio appartiene.

Pertanto, nel primo capitolo di questo elaborato sarà analizzata la disciplina generale dettata dai principi contabili nazionali ed internazionali e relativa alla valutazione dei beni immateriali.

Successivamente, dal secondo capitolo il *focus* sarà spostato sull'analisi del settore moda e sulle peculiarità sottese alla valutazione del marchio aziendale.

Come meglio si approfondirà nel seguente elaborato, i beni immateriali sono sottoposti ad un procedimento di verifica finalizzato ad allineare il valore contabile con quello recuperabile. Tale tematica sarà approfondita nel terzo capitolo, che si occuperà di fornire un'analisi comparativa della disciplina della svalutazione dei beni immateriali nella prospettiva dei principi contabili nazionali ed internazionali. Infine, il quarto ed ultimo capitolo si occuperà di fornire una rappresentazione concreta delle tematiche affrontate, analizzando il bilancio della società Ferragamo S.p.A.



# CAPITOLO 1.

## LA VALUTAZIONE DEGLI *INTANGIBLE ASSETS* NELLA PROSPETTIVA NAZIONALE ED INTERNAZIONALE

### 1.1 Le ragioni alla base della crescente attenzione alla valutazione degli *intangibles*

Sono numerose le ipotesi in cui si rende necessaria la stima del capitale aziendale, talune espressamente regolate dalla legge e, dunque, obbligatorie al verificarsi dei presupposti da questa stabiliti, altre invece facoltative e funzionali a fornire informazioni ai soggetti economici interessati all'andamento del complesso aziendale.

Tra le ipotesi espressamente regolate dalla legge si ricordano:

- la trasformazione di società;
- la liquidazione d'azienda;
- la formazione del bilancio d'esercizio;
- il trasferimento d'azienda;
- il trasferimento di un ramo d'azienda.

A partire dagli anni Novanta e in seguito alla registrazione della crescente attenzione alla valutazione delle risorse immateriali da parte di operatori economici, accademici e *policy makers*, il processo di valutazione d'azienda è stato oggetto di una progressiva trasformazione alla quale ha contribuito in misura rilevante l'evoluzione del ruolo delle risorse immateriali nell'economia d'azienda.

Le ragioni alla base di tale dinamica risiedono essenzialmente nella necessità di comprendere in maniera dettagliata l'effettiva composizione del patrimonio aziendale da parte degli operatori economici<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Tale problematica è stata affrontata da numerosi economisti, a fronte della constatazione della necessaria individuazione della dinamica di valori sottesa al complesso aziendale, funzionale ad offrire un'adeguata informazione agli investitori attuali e potenziali. Si veda al riguardo L. GUATRI "Il differenziale fantasma: i beni immateriali nella determinazione del reddito e nella valutazione delle imprese", in Finanza, Marketing, 1989; M. GIULIANI, *La valutazione del capitale intellettuale*, Franco Angeli editore, Milano 2017.



A partire dagli anni 90 tale evoluzione ha suscitato l'interesse di numerosi studiosi, che hanno offerto un importante contributo dottrinale, a livello nazionale<sup>2</sup> ed internazionale<sup>3</sup>, relativo alla valutazione di beni immateriali.

Fatte tali premesse, è opportuno chiedersi quali siano le principali ragioni poste alla base della valutazione degli *intangibile* aziendali.

Da un punto di vista contabile queste risiedono nelle difficoltà relative alle modalità di rappresentazione delle risorse immateriali, difficoltà che sono diventate ancor più evidenti con l'avvento della c.d. *new economy* e, quindi, con l'affermarsi di aziende il cui successo competitivo era prevalentemente riconducibile al possesso delle risorse immateriali "basate sulla conoscenza"<sup>4</sup>.

La crescita del valore di mercato delle azioni di tali aziende veniva ricondotto, appunto, all'esistenza di risorse intangibili, che venivano rilevate solo al momento di conclusione di operazioni di finanza straordinaria e che non trovavano un'adeguata rappresentazione contabile.

Tuttavia, tali risorse dovevano pur trovare una collocazione in bilancio e, nella maggior parte dei casi, si procedeva all'imputazione del valore dalle stesse generato alla voce dell'avviamento.

Inoltre, da un punto di vista concorrenziale, l'evoluzione dell'economia basata sull'informazione ha messo in evidenza l'incapacità della *disclosure* di bilancio di fornire adeguate informazioni ai suoi destinatari principali.

Difatti, il modello contabile tradizionale risultava perfettamente adeguato alla rilevazione delle operazioni contabili delle società appartenenti alla c.d. *old economy*, risultando invece inadeguato per le aziende appartenenti alla *new economy*.

Tale inadeguatezza era determinata dalla necessità di fornire ulteriori informazioni agli utilizzatori del bilancio di tali ultime società, più precisamente relative a:

- maggiori informazioni prospettiche;

---

<sup>2</sup> Tra i principali contributi a livello nazionale si ricordano: Renoldi, 1992; Vicari, Bertoli e Busacca, 2000; Liberatore, 1996; Amaduzzi, 2005; Marchi e Maresca, 2010; Bini, 2011; Orlandi, 2012; Giuliani, 2016;

<sup>3</sup> I principali contributi a livello internazionale si attribuiscono a Smith e Parr, 1994; Reilly e Schweihs, 1999; Lev, 2001; Andriessen, 2004; Cohen, 2005; Reilly e Schweihs, 2016.

<sup>4</sup> Difatti, con la diffusione delle società appartenenti alla *new economy* vengono messi in crisi i principi sui quali si basava la valutazione d'azienda, dovendo tenere in considerazione il valore prodotto da nuovi beni e il grande apporto economico fornito dalle risorse basate sulla conoscenza. Per un approfondimento si rimanda a R. TISCINI, F. PAOLONE, IFRS13, Fair value accounting, "Dibattito e profili di incertezza nella definizione dei parametri valutativi", Milano, Giappichelli, 2022

- maggiori informazioni sulle risorse intangibili;
- maggiori informazioni di natura non finanziaria.<sup>5</sup>

Inoltre, con riferimento agli ambiti strategico-gestionali, la stima del valore delle risorse immateriali assume rilevanza in sede di definizione della strategia aziendale.

Difatti, l'investimento in beni immateriali rappresenta “*un accumulo di potenzialità*”<sup>6</sup>; in particolar modo, si fa riferimento allo *shareholder value approach* e alla teoria di creazione di valore per gli azionisti: in base a tali concezioni i beni immateriali costituiscono una fonte di vantaggio competitivo (si pensi al valore di un marchio notorio e a tutti quei beni immateriali quali i brevetti, le formule, le conoscenze tecnologiche).

Pertanto, le scelte di investimento e disinvestimento degli *shareholders* risultano essere profondamente influenzate dalle dinamiche di valore dei beni intangibili; da ciò discende la necessità della loro rilevazione, indispensabile per considerare in maniera adeguata le scelte strategiche legate ai beni immateriali e le attività manageriali di creazione e sviluppo degli stessi.

La corretta rilevazione dei beni immateriali assume rilevanza anche nell'ambito di operazioni di M&A: numerosi studi<sup>7</sup> hanno infatti dimostrato che tra gli obiettivi perseguiti mediante operazioni straordinarie si riscontra proprio quello di acquisire beni immateriali, i quali spesso rappresentano larga parte del corrispettivo dell'operazione.

La valutazione dei beni immateriali risulta fondamentale anche in ambito economico-finanziario: il principio contabile nazionale OIC 24 e il corrispondente internazionale IAS 38 prevedono infatti criteri stringenti per la valutazione annuale dei beni in esame.

In particolar modo, da un punto di vista finanziario, si ricordano le operazioni di *IP finance*, *IP securitization*, *IP loan* e *IP leasing*: si tratta di operazioni basate sulla valorizzazione del portafoglio brevettuale e sull'utilizzo del valore da questo generato a fini di garanzia insieme ad operazioni finalizzate alla raccolta di liquidità.

Ancora, da un punto di vista fiscale, la valutazione dei beni immateriali assume profili di particolare rilevanza con riferimento agli investimenti ad essi relativi

---

<sup>5</sup> Sul punto si rimanda a R. TISCINI, F. PAOLONE, op.cit. p. 4.

<sup>6</sup> Per un approfondimento sul punto si consiglia la lettura di S. VICARI, “*Risorse e funzionamento d'impresa*” in Finanza, Marketing e Produzione, n. 3, 1992.

<sup>7</sup> Al riguardo si rimanda a MANCINI, QUAGLI e MARCHI, 2003, FAZZINI, 2004, AMADUZZI 2005.

e ciò in virtù dell'applicazione di un regime fiscale agevolato, mediante la previsione di crediti d'imposta, contributi a fondo perduto e ulteriori agevolazioni tra loro differenziate in base alla legge applicabile.

Al riguardo si ricorda l'istituzione nell'ordinamento italiano con la L. 190 del 2014 del regime di tassazione agevolato per i redditi derivanti da specifici beni immateriali (*Patent box*).<sup>8</sup>

Infine, il processo di globalizzazione che ha interessato i mercati ha determinato un aumento dei casi di contraffazione di marchi, *know how*, nonché un aumento dei casi di violazione delle norme regolatrici della concorrenza tra operatori economici.

Pertanto, in tali circostanze, la valutazione del valore dell'intangibile oggetto di abuso risulta essere fondamentale per la determinazione dell'entità del danno subito.<sup>9</sup>

### **1.1.1. Le specificità e le problematiche valutative degli *intangibles***

La valutazione delle risorse immateriali presenta alcune problematiche riconducibili sia al contesto valutativo sia alle caratteristiche proprie dei beni in esame.

Per comprendere le problematiche valutative di tali *asset*, è opportuno partire proprio dall'analisi del termine "risorse immateriali".

Appare subito evidente che, quando si parla di beni immateriali, viene a mancare un requisito essenziale per la valutazione: quello della materialità.

Ebbene, le risorse immateriali, in quanto "invisibili", richiedono che, per poter stimare correttamente il relativo valore, vi sia un primo passaggio essenziale, immaginabile come una sorta di finzione mediante la quale si va ad attribuire materialità ad un qualcosa che, in realtà, non è tangibile.

Si tratta di un processo preliminare, volto a definire il perimetro del bene oggetto di stima, perimetro che, per i beni materiali risulta invece agevolmente definibile e identificabile.

Inoltre, ogni intangibile è dotato di specifiche caratteristiche, che lo rendono unico e difficilmente assimilabile a beni che, seppur appartenenti alla medesima

---

<sup>8</sup> Sul punto si rimanda al capitolo IV.

<sup>9</sup> Al riguardo cfr. L. Faccincani, "La valorizzazione della proprietà intellettuale nel corporate lending", Milano, Giuffrè, 2009

categoria, risultano differenti per la loro idoneità a generare valore per l'impresa.

Si pensi, al riguardo, al caso del marchio: un marchio può essere considerato quale *asset* in quanto tale, ma quanto sono tra loro diversi i marchi? Sicuramente non possiamo assimilare un'icona come Ferragamo al marchio Superga; difatti gli standard qualitativi sono tra loro distanti, così come l'idoneità del marchio a essere un elemento di identificazione di una determinata categoria di clienti e, dunque, di generare dei differenziali di prezzo.

Le specificità su menzionate rendono difficile la comparabilità degli *asset* nel tempo e nello spazio in quanto le risorse destinate alla produzione di beni intangibili, seppur appartenenti alla stessa categoria, sono tra di loro nettamente diverse: per richiamare l'esempio fatto poc'anzi, il pellame utilizzato per la produzione di un mocassino Ferragamo comporta una spesa per le materie prime che sarà sicuramente superiore rispetto a quella necessaria per l'acquisto della tela impiegata per la produzione di una *sneakers* Superga.

Il processo di stima di una risorsa immateriale è quindi definibile come un processo dinamico che riflette l'evoluzione delle risorse immateriali per effetto di dinamiche riconducibili alle azioni manageriali, sociali e ambientali che influenzano l'idoneità del bene intangibile a generare valore per l'impresa.<sup>10</sup>

A tale dinamicità consegue che il valore stimato sia suscettibile di variazioni nel breve termine e ciò implica la necessaria rivalutazione dei beni immateriali, con frequenza almeno annuale, al fine di determinare un'eventuale rivalutazione o svalutazione dell'intangibile.

Si tratta di un rischio specifico c.d. "*risk premium*" che per i beni materiali si presenta in misura di regola ridotta e che comporta una difficoltà di rilevazione della relazione tra il bene intangibile e i risultati da questo generati in termini di performance economico-finanziaria.

In particolare, da un punto di vista contabile, è necessario determinare la quota parte di valore di mercato o di flussi reddituali e monetari, nonché i costi di sviluppo della risorsa immateriale.

La determinazione di tali flussi non è un lavoro di semplice esecuzione poiché è necessario tener conto del contesto valutativo di riferimento: un bene

---

<sup>10</sup> Si consiglia la lettura di R. MORO, VISCONTI "*Evaluating know-how for transfer price benchmarking*", *Journal of Finance and Accounting* 1, p. 27-38. G. Liberatore, "La valutazione degli intangibles aziendali", a cura di M. Giuliani, S. Marasca, p. 10 e ss. Milano, Giuffrè, 2018.

immateriale deve essere valutato nell'ambito di un quadro complessivo di riferimento in quanto l'*asset* oggetto di stima è, di regola, in grado di generare valore per l'azienda solo se considerato con altre risorse tangibili, intangibili o finanziarie.<sup>11</sup>

Da qui la necessità di far riferimento, per determinate ipotesi valutative, non a singoli beni, bensì a gruppi di *asset*, riconducibili al concetto di c.d. CGU "*cash generating unit*" ovvero sia di unità generatrici di flussi di cassa, composte da un insieme di beni immateriali tra loro interconnessi.<sup>12</sup>

Ancora, un altro aspetto da considerare è quello relativo alla potenzialità della risorsa immateriale di generare valore per l'impresa e, a riguardo, bisogna rilevare un'ulteriore differenza rispetto ai beni materiali: mentre questi non necessitano, in linea di principio, di costi di sviluppo e di impianto, i beni immateriali invece richiedono:

- una fase preliminare di sviluppo e di ricerca finalizzate a generare il bene stesso;
- una fase successiva e "permanente" finalizzata al mantenimento delle caratteristiche del bene che risulta essere maggiormente onerosa rispetto a quella prevista per i beni materiali e che si presenta con maggiore frequenza.

Per le ragioni esposte poc'anzi è agevole dedurre che il bene immateriale è in grado di produrre valore in una prospettiva di medio-lungo termine, essendo prima necessario predisporre le condizioni in base alle quali quel bene è in grado di generare valore.

Inoltre, parte della dottrina ha rilevato che il processo di accumulazione di valore è di regola più lento rispetto a quello di perdita di valore; pertanto, risulta fondamentale determinare il valore del bene in maniera precisa, per poter poi procedere alla definizione della sua vita utile nonché del miglior processo di ammortamento applicabile.<sup>13</sup>

Nell'ambito delle problematiche valutative degli *intangibile* si riscontra la difficoltà di disporre di un'adeguata base informativa relativa ai sistemi aziendali, che si presenta lacunosa rispetto a quella disponibile per i beni

---

<sup>11</sup> Si pensi al riguardo agli intangibili di natura tecnologica: il valore potenziale che questi sono in grado di generare è spesso correlato alla presenza di un'adeguata attrezzatura nonché a risorse da investire nello studio finalizzato alla progettazione dei prodotti, studio che richiede pertanto la presenza di una forza lavoro adeguata.

<sup>12</sup> Per una dettagliata analisi sulle CGU si rimanda ai capitoli successivi

<sup>13</sup> M. GIULIANI, "*La valutazione del capitale intellettuale*", Franco Angeli editore p.41

materiali. Nella prassi, tale problematica tende ad essere arginata con l'utilizzo di *proxy*, o semplificazioni procedurali.<sup>14</sup>

Tuttavia, si tratta di un'approssimazione che può determinare errori nella stima dell'effettivo valore del bene e che, ancora una volta, richiede uno sforzo maggiore, sforzo che rientra nella nozione di *risk premium* di cui si è discusso nelle pagine precedenti.

Ricorrere a informazioni approssimative implica possibili risultati approssimativi che minano l'attendibilità della stima effettuata e, tale dinamica, ha contribuito alla diffusione del c.d. "scetticismo" verso le stime effettuate sulle risorse immateriali, in aggiunta alla tendenza riscontrata nella prassi di ricorrere a metodi di stima applicabili per la valutazione dei beni materiali, estendendole analogicamente al processo utilizzato per la valutazione dell'intangibile.

È evidente che tutto ciò va a discapito dei numerosi modelli specifici elaborati dalla dottrina e aventi l'obiettivo di stimare in misura precisa il valore del bene immateriale.

## **1.2 La rilevazione delle immobilizzazioni immateriali secondo la normativa nazionale**

Come si è avuto modo di anticipare nei paragrafi precedenti, la valutazione delle immobilizzazioni materiali può essere definita come un processo articolato in più fasi, che possono essere così riassunte:

- una fase preparatoria nell'ambito della quale si definisce il perimetro valutativo dell'*asset*, la finalità della stima effettuata, l'analisi del processo di creazione di valore dell'azienda e l'analisi storica e prospettica della performance aziendale;
- una fase valutativa nella quale si identifica il miglior metodo di valutazione applicabile e i dati su cui basare la stima;
- una fase conclusiva che prevede la verifica dei risultati ottenuti.

L'analisi del principio contabile nazionale OIC 24 - disciplinante le modalità di valutazione delle immobilizzazioni immateriali- non può prescindere dal richiamo alla normativa civilistica relativa al bilancio d'esercizio.

---

<sup>14</sup> GIULIANI, op. cit.

L'art. 2423 comma 6 sancisce quanto segue: *“Il bilancio deve essere redatto con chiarezza e deve rappresentare in modo veritiero e corretto la situazione patrimoniale e finanziaria della società e il risultato economico dell'esercizio”*.

Ancora, l'art. 2423 *bis* disciplina i principi di redazione del bilancio; il testo della norma dispone:

*Nella redazione del bilancio devono essere osservati i seguenti principi:*

*1) la valutazione delle voci deve essere fatta secondo prudenza e nella prospettiva della continuazione dell'attività;*

*1-bis) la rilevazione e la presentazione delle voci è effettuata tenendo conto della sostanza dell'operazione o del contratto*

*2) si possono indicare esclusivamente gli utili realizzati alla data di chiusura dell'esercizio;*

*3) si deve tener conto dei proventi e degli oneri di competenza dell'esercizio, indipendentemente dalla data dell'incasso o del pagamento;*

*4) si deve tener conto dei rischi e delle perdite di competenza dell'esercizio, anche se conosciuti dopo la chiusura di questo;*

*5) gli elementi eterogenei ricompresi nelle singole voci devono essere valutati separatamente;*

*6) i criteri di valutazione non possono essere modificati da un esercizio all'altro.*

*Deroghe al principio enunciato nel numero 6) del comma precedente sono consentite in casi eccezionali. La nota integrativa deve motivare la deroga e indicarne l'influenza sulla rappresentazione della situazione patrimoniale e finanziaria e del risultato economico.*

Le norme riportate sono tra loro interconnesse: il rispetto dei principi previsti dall'art. 2423 *bis* è funzionale a fornire una rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale, finanziaria ed economica della società di cui al comma 2 dell'art. 2423.

Inoltre, le norme codicistiche svolgono una funzione paradigmatica rispetto ai principi che disciplinano la valutazione delle singole poste di bilancio; difatti la dottrina ha identificato i principi contabili nazionali come regole di specificazione dei principi generali previsti dalla normativa codicistica, seppur dotati di una propria autonomia.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup>Sul punto si registra il contributo di G.E. COLOMBO, *Il bilancio di esercizio*, Strutture e valutazioni, UTET, 1987 p. 140 e ss.

L'art. 2424 del Codice civile prevede la seguente classificazione nell'ambito della macroclasse B.I. "Immobilizzazioni immateriali":

- costi di impianto e ampliamento;
- costi di sviluppo;
- diritti di brevetto industriale e diritti di utilizzazione delle opere dell'ingegno;
- concessioni, licenze, marchi e diritti simili;
- avviamento;
- immobilizzazioni in corso e acconti;
- altre.

Il legislatore codicistico stabilisce delle condizioni alternative per poter procedere all'iscrizione dei beni immateriali nel bilancio d'esercizio:

- il bene deve essere acquisito dall'impresa a titolo oneroso;
- il bene deve essere generato internamente all'impresa: in tal caso il valore del bene è espresso dal suo costo di produzione.

Infine, l'art. 2426 recita: *“Le immobilizzazioni sono iscritte al costo di acquisto o di produzione. Nel costo di acquisto si computano anche i costi accessori. Il costo di produzione comprende tutti i costi direttamente imputabili al prodotto. Può comprendere anche altri costi, per la quota ragionevolmente imputabile al prodotto, relativi al periodo di fabbricazione e fino al momento dal quale il bene può essere utilizzato; con gli stessi criteri possono essere aggiuntigli oneri relativi al finanziamento della fabbricazione, interna o presso terzi; le immobilizzazioni rappresentate da titoli sono rilevate in bilancio con il criterio del costo ammortizzato, ove applicabile. Il costo delle immobilizzazioni, materiali e immateriali, la cui utilizzazione è limitata nel tempo deve essere sistematicamente ammortizzato in ogni esercizio in relazione con la loro residua possibilità di utilizzazione. Eventuali modifiche dei criteri di valutazione devono essere motivate in nota integrativa. L'immobilizzazione che, alla data della chiusura dell'esercizio, risulti durevolmente di valore inferiore a quello determinato secondo quanto esposto sopra, deve essere iscritta a tale minore valore. Il minor valore non può essere mantenuto nei successivi bilanci se sono venuti meno i motivi della rettifica effettuata; questa disposizione non si applica a rettifiche di valore relative all'avviamento. Per le immobilizzazioni consistenti in partecipazioni in imprese controllate o collegate che risultino iscritte per un valore superiore a quello derivante dall'applicazione del criterio di valutazione previsto dal numero 4 dell'art 2426 o, se non vi sia obbligo di redigere il bilancio consolidato, al valore*



*corrispondente alla frazione di patrimonio netto risultate dall'ultimo bilancio dell'impresa partecipata, la differenza dovrà essere motivata nella nota integrativa. Le immobilizzazioni consistenti in partecipazioni in imprese controllate o collegate possono essere valutate, con riferimento ad una o più tra dette imprese, anziché secondo il criterio indicato precedentemente, per un importo pari alla corrispondente frazione del patrimonio netto risultante dall'ultimo di bilancio delle imprese medesime, detratti i dividendi ed operate le rettifiche richieste dai principi di redazione del bilancio consolidato nonché quelle necessarie per il rispetto dei principi indicati negli articoli 2423 e 2423 bis. [...]*

Dopo aver richiamato il quadro normativo di riferimento, si procede all'analisi del principio contabile nazionale OIC 24 che disciplina i criteri per la rilevazione, classificazione e valutazione delle immobilizzazioni immateriali, nonché le informazioni da presentare nella nota integrativa.

Nel documento relativo al principio contabile OIC 24 l'Organismo italiano di contabilità definisce le immobilizzazioni immateriali quali attività normalmente caratterizzate dalla mancanza di tangibilità, costituite da costi che non esauriscono la loro utilità in un unico periodo ma che manifestano i benefici economici lungo un arco temporale di più esercizi che includono i ricavi originati dalla vendita di prodotti o servizi, i risparmi di costo o altri benefici derivanti dall'utilizzo delle attività immateriali da parte della società.<sup>16</sup>

Le immobilizzazioni immateriali comprendono:

- oneri pluriennali<sup>17</sup>;

---

<sup>16</sup> La definizione è tratta dal paragrafo 4 del documento redatto dall'OIC e relativo al principio contabile OIC 24, il link per consultare il sito è disponibile al seguente collegamento: <https://www.fondazioneoic.eu/wp-content/uploads/2011/02/2022-05-OIC-24-Immobilizzazioni-immateriali1.pdf>

<sup>17</sup> L'OIC 24, par. 5,6,7,8, definisce nel modo seguente gli oneri pluriennali. Gli oneri pluriennali sono costi che non esauriscono la loro utilità nell'esercizio in cui sono sostenuti e sono diversi dai beni immateriali e dall'avviamento. Gli oneri pluriennali generalmente hanno caratteristiche più difficilmente determinabili, con riferimento alla loro utilità pluriennale, rispetto ai beni immateriali veri e propri. Essi comprendono i costi di impianto e ampliamento, i costi di sviluppo e altri costi simili che soddisfano la definizione generale di onere pluriennale. I costi di impianto e ampliamento sono i costi che si sostengono in modo non ricorrente in alcuni caratteristici momenti del ciclo di vita della società, quali la fase pre-operativa (cosiddetti costi di start-up) o quella di accrescimento della capacità operativa. Lo sviluppo è l'applicazione dei risultati della ricerca di base o di altre conoscenze possedute o acquisite in un piano o in un progetto per la produzione di materiali, dispositivi, processi, sistemi o servizi, nuovi o sostanzialmente migliorati, prima dell'inizio della produzione commerciale o dell'utilizzazione. La ricerca di base è un'indagine originale e pianificata intrapresa con la prospettiva di conseguire nuove conoscenze e scoperte, scientifiche o tecniche, che si considera di utilità generica alla società. I costi di ricerca di base sono normalmente precedenti a quelli sostenuti una volta identificato lo specifico prodotto o processo che si intende sviluppare.

- beni immateriali quali i diritti di brevetto industriale e diritti di utilizzazione delle opere dell'ingegno, concessioni, licenze, marchi e diritti simili;
- avviamento<sup>18</sup>;
- immobilizzazioni immateriali in corso<sup>19</sup>;
- acconti<sup>20</sup>.

Nell'ambito delle immobilizzazioni immateriali si distinguono:

- immobilizzazioni immateriali in senso stretto;
- oneri pluriennali;
- avviamento.

Rientrano nella prima categoria:

- 1) i diritti di brevetto industriale<sup>21</sup> e i diritti di utilizzazione delle opere dell'ingegno<sup>22</sup>;
- 2) le concessioni<sup>23</sup>, le licenze<sup>24</sup>, i marchi<sup>25</sup> e i diritti similari;
- 3) i *software*, il *know how* e altri beni immateriali.

Con riferimento agli oneri pluriennali, invece, si rilevano:

- 1) i costi di impianto;
- 2) i costi di ampliamento;
- 3) i costi di sviluppo;
- 4) ulteriori oneri pluriennali.

---

<sup>18</sup> L'OIC 24, par. 10, definisce l'avviamento come segue: l'avviamento è l'attitudine di un'azienda a produrre utili che derivino o da fattori specifici che, pur concorrendo positivamente alla produzione del reddito ed essendosi formati nel tempo in modo oneroso, non hanno un valore autonomo, ovvero da incrementi di valore che il complesso di beni aziendali acquisisce rispetto alla somma dei valori dei singoli beni, in virtù dell'organizzazione delle risorse in un sistema efficiente.

<sup>19</sup> OIC 24, par. 14. Le immobilizzazioni in corso sono rappresentate da costi interni ed esterni sostenuti per la realizzazione di un bene immateriale per il quale non sia ancora stata acquisita la piena titolarità del diritto (nel caso di brevetti, marchi ecc..) o riguardanti progetti non ancora completati (nel caso di costi di sviluppo). I costi interni ed esterni sono rappresentati-ad esempio- dai costi di lavoro, materiali e consulenza specificamente utilizzati a tal fine.

<sup>20</sup> OIC 24, par. 15. Gli acconti sono rappresentati dagli importi corrisposti ai fornitori per l'acquisto di una o più immobilizzazioni immateriali prima che si siano verificate le condizioni per la loro iscrizione in bilancio.

<sup>21</sup> Per diritti di brevetto industriale s'intendono conoscenze e metodologie produttive utilizzate esclusivamente da un'impresa, che gode di una tutela giuridica relativo al diritto di utilizzazione esclusivo.

<sup>22</sup> Tra i diritti di utilizzazione di opere dell'ingegno rientrano, ad esempio, le formule e i processi scientifici o industriali o i diritti d'autore per opere artistiche che consentono al titolare del diritto il relativo sfruttamento economico per un determinato periodo di tempo.

<sup>23</sup> Le concessioni riguardano autorizzazioni amministrative che attribuiscono al titolare l'esercizio di attività di natura pubblica, privata o sottoposta a controllo pubblico.

<sup>24</sup> Le licenze sono provvedimenti autorizzativi rilasciati dalle Pubbliche Amministrazioni per lo svolgimento di determinate attività.

<sup>25</sup> Per una dettagliata analisi del marchio si rimanda al capitolo successivo.

La principale differenza tra la prima e la seconda categoria di immobilizzazioni risiede nella possibilità di procedere ad una separazione degli *asset* dal complesso aziendale: possibilità prevista per le immobilizzazioni immateriali in senso stretto, assente invece per gli oneri pluriennali.

Le immobilizzazioni immateriali in senso stretto sono considerate alla stregua delle immobilizzazioni materiali in quanto presentano numerose analogie con le stesse, prima fra tutte quella della trasferibilità; tale caratteristica consente di contabilizzare non solo il costo sostenuto per l'acquisto dell'*asset* ma anche il ricavo potenziale che ci si aspetta di poter ricevere a fronte dell'eventuale cessione del bene.

Invece, con riferimento agli oneri pluriennali, si precisa che il loro riconoscimento tra le attività immateriali risiede nell'esigenza di consentire la capitalizzazione di costi che non esauriscono la loro utilità nell'esercizio in cui sono sostenuti e che richiedono un processo di valutazione che comporta una logica unitaria, in quanto tali componenti possono essere solo astrattamente separate – sul piano organizzativo- ma non su quello contabile.

In particolare, i valori relativi ai costi pluriennali spesso originano da combinazione di processi relativi alla gestione interna ed esterna e, per tale ragione, non è sempre agevole individuare:

- le categorie di costi che possono essere oggetto di capitalizzazione;
- la stima sulla durata economicamente utile del costo capitalizzato;
- la classificazione di un costo quale costo pluriennale piuttosto che d'esercizio.

L'OIC 24 prevede il rispetto delle seguenti condizioni per procedere all'iscrizione in bilancio degli oneri pluriennali:

- la dimostrazione dell'effettiva capacità di generare benefici economici per l'impresa;
- la dimostrazione dell'effettiva recuperabilità;<sup>26</sup>
- la correlazione tra costi capitalizzati e benefici economici futuri.

---

<sup>26</sup> Sul punto cfr. A. GUISSANI, P. NAVA e A. PORTALUPI, in *“Il memento pratico contabile*, Ipsoa Francis Lefebvre, Milano, 2016, p. 583.

Con riferimento al punto 2, l'OIC 24 precisa che *“Essendo la recuperabilità caratterizzata da alta aleatorietà, essa va stimata dando prevalenza al principio di prudenza”*.<sup>27</sup>

È opportuno sottolineare che questa è una delle diverse fattispecie, insieme alle condizioni per procedere all'iscrizione in bilancio dell'avviamento o ai limiti del ripristino di valore di un *asset* precedentemente svalutato, nella quale si riscontra un rigido rispetto del principio di prudenza, che risulta invece mitigato nella normativa internazionale.

Ulteriore presidio per l'iscrizione dei costi di impianto e ampliamento e dei costi di sviluppo è l'approvazione da parte del Collegio sindacale, ove esistente.

Appare evidente che la *ratio* della disciplina è quella di evitare i c.d. annacquamenti di capitale conseguenti alla capitalizzazione di costi di valore incerto, pericolo che viene arginato dalla previsione della necessaria constatazione dell'effettiva utilità pluriennale del bene, dimostrata per mezzo di un piano economico previsionale, nonché dall'onere di specifica informazione all'interno della nota integrativa al bilancio.

Inoltre, la possibilità di capitalizzazione dei costi è prevista solo con riferimento a:

- costi originari sostenuti per l'acquisizione o la produzione di nuovi beni immateriali;
- costi sostenuti per migliorare, modificare, rinnovare o ristrutturare beni immateriali già iscritti in bilancio e che incrementino significativamente la produttività o la loro vita utile.

Andando avanti con la nostra analisi, la voce relativa alle immobilizzazioni in corso e acconti è definita dall'OIC 24 come comprendente i costi interni ed esterni sostenuti per la realizzazione di un bene immateriale, che restano ivi iscritti finché non sia stata acquisita la piena titolarità del diritto o non sia stato completato il progetto. In quel momento, tali valori vengono riclassificati nelle rispettive voci di competenza delle immobilizzazioni immateriali.<sup>28</sup>

Infine, la voce “altre” ha carattere residuale, includendo tutti i costi e gli oneri capitalizzabili ma non riconducibili a nessuna delle categorie presenti.

Per concludere con un esempio, l'OIC 24 riconduce alla voce in esame i costi per migliorie e spese incrementative su beni di terzi, nonché i costi sostenuti per la

---

<sup>27</sup> OIC 24, par. 40.

<sup>28</sup> Paragrafo 59 OIC 24.

produzione interna di software applicativi non tutelati che abbiano dato luogo a programmi utilizzabili per un certo numero di anni all'interno della società.<sup>29</sup>

### **1.3 La rilevazione contabile degli *intangibles* e la loro classificazione in bilancio secondo gli IAS/IFRS**

Secondo la definizione dello IAS 38 le attività immateriali costituiscono risorse non monetarie, prive dell'elemento della consistenza fisica e in grado di generare benefici economici per un periodo di tempo superiore all'anno.

Si tratta di attività che, pur nelle diversità di caratteristiche e funzionalità, hanno in comune tra loro la capacità di interagire con i beni tangibili e finanziari per generare crescita economica e valore per l'azienda.<sup>30</sup>

Il principio contabile in esame trova applicazione per tutte le attività immateriali fatta eccezione per:

- le attività immateriali disciplinate da altro principio;
- gli strumenti finanziari attivi;
- i costi di sviluppo ed estrazione di minerali, gas e risorse similari e non rinnovabili;
- le attività relative all'esplorazione e valutazione.

Inoltre, al paragrafo 4, il principio specifica che qualora la valutazione abbia ad oggetto un'attività contenuta su supporto fisico (come un *compact disk* in caso di *software* per computer) sarà onere del redattore del bilancio esprimere il proprio giudizio per determinare se l'elemento più rilevante sia immateriale o materiale.

Secondo le prescrizioni internazionali, le caratteristiche necessarie per soddisfare la definizione di attività immateriale e consentirne l'iscrizione in bilancio sono le seguenti:

---

<sup>29</sup> Per un approfondimento si rimanda alle voci A 19 e A 22, documento OIC 24.

<sup>30</sup> Cfr. B.LEV in "*Intangibles. Gestione, valutazione e reporting delle risorse intangibili nelle aziende*", 2001, p.9.

- identificabilità<sup>31</sup>;
- controllo;
- esistenza di benefici economici futuri.

Tali caratteristiche devono ricorrere contestualmente, pertanto l'assenza di uno solo di tali requisiti comporta l'impossibilità di applicazione del principio IAS 38 e l'iscrizione del costo in conto economico, nell'esercizio in cui è stato sostenuto.

Il primo requisito, l'identificabilità, è il criterio che consente di distinguere le attività immateriali propriamente dette dall'avviamento<sup>32</sup> ed è soddisfatto quando ricorrono alternativamente le seguenti condizioni:

- l'attività immateriale può essere scorporata dall'impresa mediante cessione, trasferimento, e concessione in licenza;
- l'attività immateriale deriva da altri diritti contrattuali o legali, indipendentemente dal fatto che questi diritti siano trasferibili o separabili dall'impresa.<sup>33</sup>

Per quanto concerne il controllo, invece, questo si riscontra quando l'impresa è in grado di ottenere in via esclusiva<sup>34</sup> i benefici economici generati dall'attività, limitandone l'accesso ad altri soggetti.

Nella maggior parte dei casi la previsione di una forma di tutela giuridica che preveda il diritto di utilizzazione esclusiva viene considerata quale indice sintomatico della presenza del requisito del controllo.

Tuttavia, tale previsione non è essenziale e si ritiene che l'impresa sia egualmente in grado di "controllare" i benefici economici futuri derivanti dall'attività con modalità alternative.<sup>35</sup>

Infine, il terzo aspetto è inerente alla potenzialità della risorsa immateriale di apportare benefici economici futuri all'impresa.

Tale valutazione presenta un certo grado di soggettività in quanto lo IAS 38 non definisce in modo esaustivo il significato di beneficio economico futuro,

---

<sup>31</sup> Per un approfondimento sul tema dell'identificabilità in ottica comparatistica con la normativa contabile americana, si consiglia la lettura di J.A. COHEN, *Valuation and economic benefits*, p. 47 e ss.

<sup>32</sup> Cfr. paragrafo 11 IFRS 38

<sup>33</sup> Paragrafo 12 IFRS 38

<sup>34</sup> Si pensi a titolo esemplificativo alla tutela legale predisposta per i diritti di brevetto

<sup>35</sup> Per un approfondimento si rimanda a "IAS/IFRS", a cura di F. DEZZANI, P.P. BIANCONE, D. BUSSO, IPSOA, VI edizione, 2022, p. 1311.

limitandosi invece all'esemplificazione dei possibili vantaggi derivanti dall'attività.<sup>36</sup>

Pertanto, "l'impresa dovrà impiegare le diverse informazioni disponibili, dando maggior peso alle fonti informative esterne"<sup>37</sup> e utilizzando presupposti ragionevoli e sostenibili rappresentanti la migliore stima della direzione aziendale sull'insieme di condizioni economiche che esisteranno nel corso della vita utile dell'attività<sup>38</sup>.

Dopo aver esaminato i requisiti necessari per l'identificazione di un bene immateriale, vediamo ora come procedere alla rilevazione nelle scritture contabili dell'impresa.

Ebbene, la vita di un bene immateriale può essere distinta, da un punto di vista contabile, in diverse fasi:

- fase di rilevazione iniziale;
- fase di rilevazione successiva;
- fase di *derecognition*, ovvero di eliminazione del bene dal patrimonio aziendale.

Lo IAS 1 prevede che, nella redazione dello stato patrimoniale le attività immateriali siano espressamente qualificate come tali e, per procedere alla rilevazione, è necessaria la ricorrenza di tre requisiti:

- 1) presenza di condizioni compatibili con la definizione di attività immateriale;
- 2) probabilità di benefici economici futuri legati all'attività;
- 3) possibilità di determinazione del costo dell'attività.

Ancora, il paragrafo 18 dello IAS 38 stabilisce che tali requisiti debbano ricorrere non solo al momento di rilevazione iniziale, ma anche in sede di capitalizzazione delle spese successive.

Tuttavia, spesso non è agevole identificare la singola spesa correlata all'attività e in tal caso occorre effettuare una valutazione che tenga conto del complesso dell'attività aziendale.

---

<sup>36</sup> Il paragrafo 17 prevede infatti che i benefici economici futuri derivanti da un'attività immateriale possono includere i proventi originati dalla vendita di prodotti o servizi, i risparmi di costo o altri benefici derivanti dall'utilizzo dell'attività da parte dell'entità. [...]

<sup>37</sup> L'analisi degli effetti sul bilancio dell'introduzione dei principi contabili internazionali IAS/IFRS, GRUPPO DI STUDIO E DI ATTENZIONE AIDEA, 2007, p. 71

<sup>38</sup> IAS/IFRS, op. cit. p. 1312

Inoltre, i costi successivi non vanno ad incrementare la possibilità di generare benefici economici futuri e pertanto vanno inseriti tra le spese d'esercizio al conto economico.

La rilevazione iniziale di un'attività immateriale è strettamente correlata alle modalità di acquisizione della stessa e, al riguardo, si distingue tra:

- attività acquisite separatamente;
- acquisizione attraverso contributi pubblici;
- attività acquisite mediante *business combination*;
- permutate di attività;
- attività generate internamente.

Nel primo caso, poiché l'acquisto dell'attività immateriale è qualificabile in termini di operazione disgiunta dall'acquisto di altre attività, risulta più agevole determinare il corrispettivo dell'operazione. Quest'ultimo, infatti, risulta commisurato all'aspettativa di ottenere benefici economici futuri dall'utilizzo di una determinata attività, condizione sempre soddisfatta per le attività acquisite separatamente.<sup>39</sup>

Inoltre, il costo di tali operazioni è normalmente sostenuto con denaro o con risorse monetarie ed è rappresentato dal prezzo pagato per l'acquisto al netto di eventuali sconti, inclusi dazi di importazione e imposte su acquisti non rimborsabili e ogni altro elemento direttamente imputabile alla predisposizione dell'attività per l'utilizzo previsto.<sup>40</sup>

È bene sottolineare che i principi contabili internazionali pongono un limite temporale all'imputazione diretta dei costi accessori limitando la possibilità di rilevazione nel valore contabile dell'attività solo fino a quando questa è nelle condizioni di poter operare.

Ne consegue che non rientrano nella valutazione iniziale tutti i costi sostenuti a partire dal momento in cui l'attività è "pronta" per il suo utilizzo.

Nella seconda ipotesi sopra menzionata e relativa alle attività acquisite attraverso la riscossione di contributi pubblici, si evidenzia l'assenza di un onere economico per l'azienda. Difatti si tratta di casi in cui un ente pubblico assegna all'impresa

---

<sup>39</sup> Cfr. IAS 38 par. 25.

<sup>40</sup> Il paragrafo 27 dello IAS 38 fornisce un elenco esemplificativo di tali costi, tra i quali si ricordano: i costi di collaudo dell'attività e i costi sostenuti per il pagamento delle prestazioni professionali necessarie per portare l'attività in condizioni di operabilità.



diritti<sup>41</sup>o attività e, in tali ipotesi, il paragrafo 44 dello IAS 38 prevede che si possa procedere alla rilevazione dell'attività con due modalità alternative:

- mediante la rilevazione al *fair value* con successiva ripartizione del contributo per il periodo di utilizzazione dell'*asset*;
- mediante detrazione del contributo nella determinazione del valore contabile del bene.

Certamente più complesso è la terza categoria precedentemente menzionata e relativa alle attività generate mediante operazioni di *business combination*.

La normativa internazionale consente di rilevare separatamente le attività acquisite mediante operazioni di aggregazione aziendale laddove queste possano essere distinte dal valore dell'avviamento riconosciuto.

Qualora ricorra tale condizione, il costo dell'attività acquisita attraverso un'operazione di *business combination* è rappresentato, secondo le previsioni dettate dall'IFRS 3, dal *fair value* dell'attività al momento della conclusione dell'operazione.

In questo caso la valutazione della probabilità che l'attività possa generare benefici economici futuri avviene nell'ambito della determinazione del *fair value*, che tiene già conto delle aspettative di mercato e relative a tali benefici futuri.

Inoltre, la normativa internazionale prevede l'iscrizione obbligatoria dell'attività anche nel caso in cui questa non risulti dal bilancio della società acquisita<sup>42</sup> precisando, al paragrafo 13, che la valutazione al *fair value* di un'attività immateriale debba tener conto dell'attendibilità nella misurazione, della gerarchia nella determinazione del *fair value* e della valutazione aggregata al *fair value*.

Per quanto riguarda le acquisizioni attraverso la permuta di altre attività bisogna innanzitutto precisare che tali operazioni di scambio presentano profili di criticità dovuti alle difficoltà di determinazione del costo dell'attività acquisita.

Tale difficoltà deriva prevalentemente dall'assenza di operazioni comparabili; pertanto, nella valutazione si dovrà tener conto del *fair value* dell'attività scambiata o, in alternativa, di quello dell'attività ricevuta qualora questo risulti più facilmente individuabile.

---

<sup>41</sup> Un esempio di diritto acquisito per il tramite di contributi pubblici è quello relativo ai diritti aeroportuali o alla concessione di licenze televisive.

<sup>42</sup> Tale situazione si presenta quando la società acquisita non aveva provveduto alla contabilizzazione dell'attività in quanto generata internamente e iscritta quindi come costo di esercizio. Sul punto si consiglia la lettura di S. GUIDANTONI, F. VERRUCCHI, in *Esercizi e complementi di contabilità internazionale* (IAS/IFRS), Franco Angeli Editore, 2016, p. 161 e ss.

Inoltre, per tali attività bisogna procedere, in via preliminare, alla rilevazione della presenza di “sostanza commerciale”, ovvero della misura in cui si suppone che i flussi finanziari futuri dell’impresa cambino a seguito dell’acquisizione.

Una volta accertato tale requisito, si procederà alla rilevazione dell’attività al *fair value*, se attendibilmente determinabile.

Infine, con riferimento alle attività immateriali generate internamente è necessario fare alcune precisazioni e distinzioni: non tutte le attività generate internamente sono infatti capitalizzabili e, tra queste, merita particolare attenzione l’ipotesi relativa all’avviamento generato internamente.

Il principio contabile IAS 38 specifica al paragrafo 48 che in nessun caso l’avviamento generato internamente può essere rilevato come attività.

La principale *ratio* sottesa a tale divieto risiede nell’impossibilità di separazione del valore dallo stesso generato rispetto al complesso aziendale. In tal modo viene a mancare una delle condizioni previste dal principio contabile e necessaria per l’iscrizione in bilancio di un’immobilizzazione immateriale: la sua separazione dal complesso aziendale di riferimento.

Insieme all’avviamento generato internamente la normativa internazionale<sup>43</sup> non consente la capitalizzazione delle seguenti attività internamente generate:

- marchi;
- testate giornalistiche;
- diritti di editoria;
- anagrafiche clienti ed elementi simili.

Il divieto si estende anche ai costi sostenuti internamente a supporto di attività generate internamente, quali i costi sostenuti per la promozione di un marchio. Infine, per le attività generate internamente e non disciplinate dal divieto di capitalizzazione, il valore di iscrizione in bilancio è dato dal complesso di costi direttamente attribuibili e indispensabili per la produzione della risorsa immateriale.

Con riferimento all’attività di sviluppo di un’immobilizzazione immateriale, l’iscrizione nell’apposita voce di bilancio è subordinata al rispetto di una serie di condizioni che attestino la fattibilità tecnica e finanziaria di suddetta attività,

---

<sup>43</sup> Si fa riferimento ai paragrafi 63 e 64 dello IAS 38.

insieme con la verifica delle intenzioni al suo completamento e la sua idoneità ad essere fonte generatrice di benefici economici futuri.

Tuttavia, anche nell'ambito dei costi capitalizzabili bisogna fare una distinzione: la normativa internazionale non consente infatti l'iscrizione di costi precedentemente rilevati a conto economico e relativi al periodo in cui l'attività generata internamente non era ancora in grado di operare nel modo inteso dalla direzione aziendale.

La logica sottesa a tale divieto è ispirata ad un principio di prudenza e di ragionevolezza: si pensi a titolo esemplificativo alle spese sostenute per tutte le attività di ricerca e sviluppo di nuove conoscenze; non è semplice compiere una stima ragionevole di tutti i benefici economici che deriveranno da tali attività o meglio, in determinate ipotesi, si esclude a priori che tali attività siano in grado di generare benefici economici futuri.

È noto, ad esempio, che le spese sostenute per la ricerca possono permettere di selezionare diverse possibili applicazioni di ciò che si è scoperto attraverso la ricerca,<sup>44</sup> ma è altrettanto agevole dedurre che la ricerca non produca probabili benefici economici futuri.<sup>45</sup>

#### **1.4 Le valutazioni successive alla prima rilevazione**

Il paragrafo 72 dello IAS 38 prevede due trattamenti contabili alternativi per le valutazioni successive alla prima rilevazione:

- modello del costo (*cost model*);
- modello della rideterminazione del valore (*revaluation model*).

In ogni caso tutte le attività appartenenti alla stessa classe devono essere sottoposte al medesimo metodo di valutazione in modo da evitare un'eccessiva discrezionalità nella scelta degli elementi da rivalutare.

In linea generale, è possibile affermare che il metodo del costo costituisca uno *standard* di rivalutazione tradizionale.

---

<sup>44</sup> Sul punto cfr. W. FORTE, Immobilizzazioni immateriali, in Aa, Vv, *Il bilancio secondo i principi contabili internazionali IAS/IFRS*, p. 241.

<sup>45</sup> La possibilità di capitalizzazione dei costi di ricerca è stata esclusa anche nella normativa nazionale, con l'entrata in vigore del D.lgs. 139/2015

Sulla base di tale metodologia un'attività immateriale viene iscritta in bilancio al costo, al netto di ammortamenti cumulati e perdite durevoli di valore: da ciò la denominazione di “*criterio del costo ammortizzato*”.

A differenza di tale metodologia, nel caso in cui l'impresa opti per il *revaluation model* dovrà rideterminare un nuovo valore di iscrizione dell'attività in bilancio, corrispondente al suo *fair value*, al netto di ammortamenti e perdite durevoli di valore.

Mentre per l'applicazione del metodo del costo non sono richieste particolari formalità, nel caso in cui l'azienda opti per il *revaluation model* è necessaria la sussistenza dei seguenti requisiti:

- l'esistenza di un mercato attivo;
- la regolarità nell'effettuazione delle rivalutazioni;
- l'applicazione del medesimo modello di rivalutazione a tutte le attività appartenenti alla stessa categoria.

È inoltre previsto che l'applicazione del criterio del *fair value* avvenga successivamente alla prima rilevazione in bilancio.

Con riferimento al primo requisito, si ritiene che vi sia un mercato attivo laddove siano soddisfatte le seguenti condizioni:

- gli elementi scambiati sul mercato risultino omogenei;
- siano disponibili compratori e venditori disposti all'acquisto o alla vendita in qualsiasi momento;
- i prezzi di mercato sono resi noti al pubblico.

Ulteriore differenza rispetto al modello del costo è quella relativa alla stabilità della valutazione: mentre con l'applicazione del modello del costo non ci si espone al rischio di fluttuazioni di valore, invece, nel caso in cui si proceda all'adozione del modello di rideterminazione, bisogna tenere in considerazione la volatilità del *fair value*.

Tale problematica comporta un'ulteriore valutazione nei casi in cui il *fair value* differisca in misura significativa dal valore contabile dell'attività.

Tale rivalutazione può essere realizzata mediante le due seguenti modalità:

- 1) rivalutazione del costo storico e del fondo ammortamento in modo tale da eguagliare il valore contabile dell'attività al suo valore rivalutato: in tal caso si avrà un incremento del valore lordo precedentemente iscritto e una contestuale rideterminazione proporzionale alle quote di ammortamento cumulate;

- 2) procedendo all'eliminazione o riduzione del fondo ammortamento in modo da far coincidere il valore netto dell'attività al suo *fair value*: in tal caso, a seguito della rideterminazione vi sarà la proporzionale riduzione o eliminazione del fondo ammortamento.

## 1.5 La valutazione del *know-how* e degli intangibili di natura tecnologica

L'analisi che si svolgerà in questo paragrafo riguarda una categoria di intangibili che sono prevalentemente legati alla tecnologia.

La scelta di esaminare separatamente tali *intangibles* è legata alle peculiari caratteristiche degli stessi, caratteristiche che hanno suscitato l'attenzione di numerosi studiosi e che hanno determinato la diffusione di un importante contributo dottrinale<sup>46</sup>.

I beni in esame rappresentano infatti un forte punto di contratto tra l'economia e il diritto e, in linea ancor più generale, è opinione comune che il tema della valutazione degli intangibili di natura tecnologica abbia natura "interdisciplinare."<sup>47</sup>

Inoltre, molteplici sono i beni immateriali di natura tecnologica sottoposti a forme di tutela giuridica, circostanza che, tra l'altro, segna una linea di confine nella metodologia di valutazione applicabile, comportando l'applicazione di un regime normativo diversificato.

Volendo riportare un elenco esemplificativo di attività immateriali legate alla tecnologia si ricordano:

- software per computer e programmi su *firmware*;
- database;
- tecnologia brevettata e non brevettata;
- segreti industriali.

---

<sup>46</sup> GASPERINI, CASADEI, AMADEI, 2009; CORBELLA, FLORIO, 2016; SACRESTANO 2016; FONATANA, LIBERATORE, SILVESTRI, 2016; POZZA, CAVALLARO, 2016.

<sup>47</sup> Sul punto cfr. M. GIULIANI, S. MARASCA, "La valutazione degli *intangibles* aziendali", Milano, Giuffrè, 2018, p.33.

Partendo dall'analisi degli intangibili riferiti alla tecnologia di proprietà e sottoposti a tutela

giuridica, c.d. *Intellectual Property*, si evidenzia la presenza delle stesse caratteristiche appartenenti alle immobilizzazioni immateriali in senso stretto in quanto:

- sono separabili dal complesso aziendale;
- possono generare benefici futuri per l'azienda;
- richiedono investimenti significativi per il loro acquisto e mantenimento.

A ben vedere il requisito dell'identificabilità risulta funzionale a garantire la tutela giuridica predisposta per tali *asset* dal momento in cui, per poter godere del diritto di utilizzazione esclusiva riconosciuto dal Codice della Proprietà intellettuale per i brevetti per invenzione e per i brevetti per modello di utilità, risulta necessario identificare il bene.

Allo stesso modo, la valutazione economica del brevetto è funzionale alla determinazione dell'eventuale danno economico per contraffazione o per altri atti di concorrenza sleale.

Tra le attività immateriali legate alla tecnologia, è opportuno soffermarsi in questa sede sull'analisi del *know-how* e, in via di prima approssimazione, si evidenzia la natura polivalente del termine tale da non consentirne una traduzione in lingua italiana.

Il termine identifica infatti un insieme vario di conoscenze, nel dominio dell'impresa o solo delle persone che in essa operano, dalla portata così ampia e sfaccettata da renderne talora ambiguo il significato.<sup>48</sup>

In base al Regolamento (CE) n. 772/2004, emanato con riferimento agli accordi di trasferimento tecnologico, per *know how* si intende “*un patrimonio di conoscenze pratiche non brevettate, patrimonio che è: i) segreto, vale a dire non generalmente noto, né facilmente accessibile; ii) sostanziale, vale a dire significativo e utile per la produzione dei prodotti contrattuali; e iii) individuato, vale a dire descritto in modo sufficientemente esauriente, tale da non consentire di verificare se risponde ai criteri di segretezza e di sostanzialità*”.

Definizione simile è quella offerta dalla legislazione italiana, la L. 129/2004 definisce il *know how* “*un patrimonio di conoscenze pratiche non brevettate*

---

<sup>48</sup> M. GIULIANI, S. MARESCA, op. cit., p.35

*derivanti da esperienze e da prove eseguite dall'affiliante, patrimonio che è segreto, sostanziale ed individuato”.*

Come riportato nella normativa su richiamata, il *know how* può rappresentare conoscenze brevettate o non brevettate e, tale eventuale scelta, risiede essenzialmente nella volontà della direzione aziendale di non rendere note determinate invenzioni che, in caso di brevettazione, comporterebbero una forma di divulgazione.

Gli intangibili che rientrano nella nozione di *know-how* presentano le caratteristiche di identificabilità e di autonoma trasferibilità insieme con l'esistenza, in determinate circostanze, di un'apposita forma di tutela giuridica.

Tali requisiti consentono di distinguere il *know how* inteso come bene immateriale da quello valutabile non come singolo *asset* ma quale fattore di avviamento.

Anche in questo caso, così come si è osservato per la valutazione dei brevetti, risulta indispensabile poter definire il perimetro di identificabilità dell'*asset* in modo da evitare duplicazioni di stima.

Non risulta invece indispensabile il requisito della separabilità dal complesso aziendale poiché spesso il *know how* è strettamente correlato con ulteriori elementi del patrimonio<sup>49</sup>, grazie ai quali assume un determinato valore e senza i quali sarebbe inutile un suo eventuale trasferimento ad altra entità.

Con riferimento ai criteri di stima del *know how*, l'influenza dei principi contabili internazionali ha rafforzato l'idea, riferibile agli intangibili nel loro insieme, che *l'adeguatezza del rendimento degli intangibili è da verificare per via diretta*.

Inoltre, indipendentemente dal metodo di stima applicato, il valore degli intangibili trova un limite nel valore dell'azienda, depurato del valore delle sue ulteriori attività e passività (c.d. vincolo dello scenario reddituale)<sup>50</sup>.

La previsione di diversi modelli valutativi è finalizzata ad accrescere l'affidabilità dei risultati ottenuti, consentendone la verifica mediante metodi di analisi comparativa.

I metodi di valutazione dei beni intangibili sono riferibili a tre approcci fondamentali, riconducibili all'acronimo MIC<sup>51</sup> (*Market-Income-Cost*).

Nell'ambito dei tre principali approcci di stima ricordiamo i:

---

<sup>49</sup> Il *know how* presenta spesso problemi di difficile individuazione, per un approfondimento si rimanda a R. MORO VISCONTI, “*La valutazione economica del know how*” in *Il Diritto industriale*, vol.3, p. 247

<sup>50</sup> L.GUATRI, M. BINI, *Nuovo trattato sulla valutazione delle aziende*, EGEEA, Milano, 2009, p. 157.

<sup>51</sup> Per un'analisi approfondita dei metodi di valutazione degli intangibili si rimanda al capitolo 3.

- metodi basati sui costi (*cost approach*);
- metodi basati sui flussi (*income approach*);
- metodi basati sui moltiplicatori (*market approach*).

Il metodo del costo è generalmente considerato quale metodo tradizionale per la stima del valore del *know how*. Esso si basa infatti su dati di facile reperibilità che non richiedono un eccessivo sforzo da parte del valutatore, limitando al contempo il suo giudizio di valutazione<sup>52</sup>.

Il metodo in esame trova applicazione nel caso in cui non sia possibile stimare direttamente i benefici futuri che il bene immateriale è in grado di apportare all'azienda e presenta tre principali applicazioni:

- metodo del costo storico rivalutato;<sup>53</sup>
- metodo del costo storico residuale;<sup>54</sup>
- metodo del costo di riproduzione e di sostituzione

Infine, gli IFRS prevedono, in accordo con il principio IAS 38, che l'attività immateriale che presenti i requisiti ricordati poc'anzi, propri delle immobilizzazioni immateriali in senso stretto, debba essere rilevata in ogni caso all'atto dell'acquisizione.

### 1.5.1 I *software*

Con riferimento ai *software*, bisogna innanzitutto distinguere tra:

- *software* di base;
- *software* applicativi.

Rientrano nella prima categoria i programmi che permettono o agevolano l'utilizzo di determinati hardware configurandosi quali elementi essenziali ed inscindibili dall'hardware di riferimento.

Ciò consente di affermare che il *software* di base è considerato unitamente all'*hardware* al quale va a prestare assistenza e, pertanto, andrà valutato insieme a quest'ultimo sia in sede di iscrizione iniziale che di valutazione successiva.

Relativamente alla seconda categoria, i *software* applicativi sono indispensabili per l'utilizzo dei *software* di base e, nel caso in cui acquisiti a titolo di proprietà o in

---

<sup>52</sup> L. GUATRI, M. BINI, op cit.

<sup>53</sup> Il metodo del costo storico rivalutato è preferibilmente applicabile quando il *know how* è frutto di investimenti effettuati nel lungo periodo, che hanno comportato il sostenimento di costo in un arco temporale superiore all'anno.

<sup>54</sup> Il metodo del costo storico residuale



licenza d'uso a tempo indeterminato, andranno iscritti nella voce “Diritti di brevetto industriale e diritti di utilizzazione di opere dell'ingegno”.

Se invece la concessione in licenza è a tempo determinato, andranno iscritti nella voce “Concessioni, licenze, marchi e diritti simili” mentre, qualora il *software* risulti tutelato dal diritto d'autore, verrà iscritto nella voce “Diritti di brevetto industriale e di utilizzazione di opere dell'ingegno”.

Lo IAS 38 classifica i *software* nella categoria delle immobilizzazioni immateriali, pertanto troverà applicazione per la stima del loro valore, fatta eccezione per i costi per l'acquisizione delle commesse e dei costi pre-operativi che rientrano nell'ambito di applicazione dello IAS 11.

Infine, con riferimento alle spese sostenute per lo sviluppo di siti *web*, i principi contabili internazionali dispongono la necessaria identificazione del costo nell'ambito di una delle diverse fasi di sviluppo dei siti *web*, distinte in:

- fase di pianificazione;
- fase di sviluppo;
- fase di predisposizione del design grafico del sito;
- fase di creazione di contenuti e informazioni disponibili sul sito.

Con riguardo alle spese relative alle prime due fasi si procede all'applicazione della disciplina dettata dallo IAS 38 per le immobilizzazioni immateriali: ciò comporta il divieto di capitalizzazione delle spese di pianificazione e ricerca, così come quelle di sviluppo del *design* progettato per il sito *web*; pertanto, sarà possibile capitalizzare solo le spese per lo sviluppo del sito che non risultino avere mere finalità promozionali per l'impresa.

Infine, la disciplina dell'ammortamento dei costi oggetto di capitalizzazione prevede la determinazione della quota di ammortamento annuale, insieme al *software* di riferimento.

## **1.6 L'avviamento e le condizioni per la sua rilevazione: normativa nazionale ed internazionale a confronto**

La disamina affrontata in questo capitolo è relativa ai profili generali degli *intangible* aziendali non può concludersi senza un'accurata analisi dell'avviamento e delle condizioni per la sua capitalizzazione.

Si definisce avviamento “*l’attitudine di un’azienda a produrre utili in misura superiore a quella ordinaria, che derivi o da fattori specifici che, pur concorrendo positivamente alla produzione del reddito ed essendosi formati nel tempo in modo oneroso, non hanno un valore autonomo, ovvero da incrementi di valori che il complesso di beni aziendali acquisisce rispetto alla somma dei valori dei singoli beni, in virtù dell’organizzazione dei beni in un sistema efficiente ed idoneo a produrre utili*”<sup>55</sup>.

Quello dell’avviamento è un tema particolarmente delicato e sul quale molti studiosi hanno soffermato la propria attenzione. Difatti il controverso concetto di avviamento da sempre divide le opinioni di giuristi ed economisti, che da anni lontani hanno offerto il proprio contributo a riguardo.<sup>56</sup>

A ben vedere l’avviamento è forse uno tra gli intangibili che meglio esprime il concetto di immaterialità; se si pensa infatti all’avviamento non si ha modo di immaginare l’oggetto di cui si tratta.

Tuttavia, potremo assumere che l’avviamento è un *quid pluris*, un valore aggiunto per l’impresa tanto importante da accrescere il valore di mercato della stessa, discostandosi da quello risultante dal complesso di beni di cui dispone (c.d. valore contabile) e che assume in tal modo un significato reale, giustificando il maggior prezzo pagato in occasione delle operazioni che consentono la sua rilevazione.

In tal caso l’avviamento corrisponde al maggior valore del capitale economico rispetto al valore corrente del capitale di funzionamento:

**Avviamento (*goodwill*): capitale economico - capitale di funzionamento > 0**

È bene sottolineare sin da subito che l’avviamento non ha soltanto un’accezione positiva, solitamente nota con il termine di *goodwill* ma, soprattutto in tempi di recessione economica, è possibile che un’azienda sia sottovalutata dal mercato e presenti un valore inferiore rispetto a quello risultante dalla somma dei singoli beni di cui dispone.

In tal caso l’avviamento assume un’accezione negativa, altresì nota come *badwill*.

---

<sup>55</sup> La definizione di avviamento è tratta da M. RUGGERI, S. LAPPONI, “*Avviamento*” in *Il Societario*. L’articolo è consultabile al seguente collegamento: <https://ilsocietario.it/bussola/avviamento>

<sup>56</sup> Si fa riferimento alla nozione di rendita ricardiana, di cui godevano i terreni più fertili in virtù della migliore produttività del capitale e del lavoro impiegati.

## **Avviamento (*badwill*): Capitale economico - Capitale di funzionamento < 0**

Il Codice civile non offre una definizione di avviamento, limitandosi alla sua trattazione nell'ambito della disciplina del trasferimento d'azienda.

La scelta del legislatore non è definibile quale lacuna legislativa in quanto l'avviamento è trattato nell'ambito della disciplina del trasferimento d'azienda poiché è proprio in quella sede che assume fondamentale importanza per la determinazione del corrispettivo dell'operazione di trasferimento.

Analizzando la normativa nazionale, l'art. 2424 c.c. prevede l'iscrizione dell'avviamento nella voce B. I. 5. "immobilizzazioni immateriali" all'attivo dello stato patrimoniale; l'art. 2426 c.c. p.6 recita: "*l'avviamento può essere iscritto nell'attivo con il consenso, ove esistente, del collegio sindacale, se acquistato a titolo oneroso, nei limiti del costo per esso sostenuto. L'ammortamento dell'avviamento è effettuato secondo la sua vita utile; è ammortizzato entro un periodo non superiore a dieci anni. Nella nota integrativa è fornita una spiegazione del periodo di ammortamento dell'avviamento*".

Dall'altro lato, il principio contabile nazionale OIC 24, nella sua attuale formulazione<sup>57</sup>, definisce quale avviamento l'attitudine di un'azienda a produrre utili che derivino:

- o da fattori specifici che, pur concorrendo positivamente alla produzione del reddito ed acquisiti a titolo oneroso, non hanno un valore autonomo;
- ovvero da incrementi di valore che il complesso di beni aziendali acquisisce rispetto alla somma dei valori dei singoli beni, in virtù dell'organizzazione dei beni in un sistema efficiente.

Una differenza fondamentale per la capitalizzazione dell'avviamento in bilancio è relativa al fatto che questo è generato internamente, ovvero acquistato a titolo oneroso.

La normativa nazionale insieme con i principi contabili nazionali e gli IAS/IFRS prevedono la possibilità di iscrizione in bilancio del solo avviamento acquisito a

---

<sup>57</sup> La versione precedente alla riforma dell'OIC 24 definiva l'avviamento come l'attitudine di un'azienda a produrre utili in misura superiore a quella ordinaria, che derivi o da fattori specifici che, pur concorrendo positivamente alla produzione del reddito ed essendosi formati nel tempo in modo oneroso, non hanno un valore autonomo, ovvero da incrementi di valore che il complesso di beni aziendali acquisisce rispetto alla somma dei valori dei singoli beni, in virtù dell'organizzazione dei beni in un sistema efficiente ed idoneo a produrre utili".

titolo oneroso, da ciò si desume il divieto di capitalizzazione dell'avviamento generato internamente.<sup>58</sup>

Dunque, la possibilità di capitalizzazione è relativa al solo avviamento c.d. derivato, ovvero acquistato a titolo oneroso a seguito di una delle seguenti operazioni:

- acquisizione d'azienda;
- acquisizione di partecipazioni;
- conferimento d'azienda;
- fusione;
- scissione.

La valutazione dell'avviamento si basa innanzitutto sui dati di bilancio della società oggetto di valutazione e, ai fini della sua iscrizione e del suo trattamento contabile, l'avviamento rappresenta solo la parte di corrispettivo riconosciuta a titolo oneroso riconducibile al valore intrinseco del complesso aziendale di riferimento.

Difatti, il paragrafo 69 dell'OIC 24 dispone che l'avviamento è iscritto tra le immobilizzazioni immateriali se sono soddisfatte le seguenti condizioni:

- è acquisito a titolo oneroso
- ha un valore quantificabile in quanto incluso nel corrispettivo pagato;
- è costituito all'origine da oneri e costi ad utilità differita nel tempo<sup>59</sup>, che garantiscano benefici economici futuri;
- è soddisfatto il principio della recuperabilità del relativo costo.

Lo IAS 38 oltre ad escludere la possibilità di iscrizione dell'avviamento generato internamente, annovera in tale categoria anche le spese sostenute con il proposito di creare benefici economici futuri, escludendo la possibilità di considerare le stesse quali attività immateriali.

Infine, concludiamo la nostra analisi con un breve cenno alla contabilizzazione dell'avviamento acquisito nel corso di un'operazione di business combination.

La materia è disciplinata dall'IFRS 3 e costituisce uno dei principali elementi di novità della nuova versione (2008) del principio rispetto alla sua precedente (2004).

---

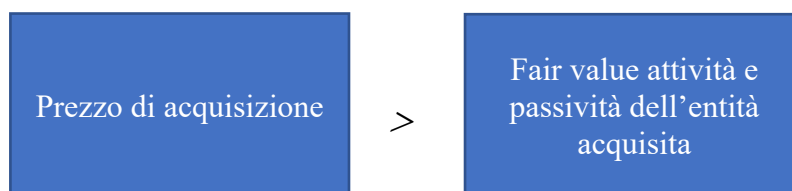
<sup>58</sup> Per avviamento internamente generato si intende il valore generato dall'azienda, frutto di una gestione aziendale efficiente con riferimento sia alle modalità di organizzazione dei beni a disposizione dell'azienda sia alle modalità di gestione delle risorse umane a disposizione.

<sup>59</sup> Per verificare l'effettiva idoneità a generare benefici economici futuri per l'azienda si prendono in considerazione diverse variabili quali: il contesto di stabilità o meno del mercato finanziario di riferimento, la durata prevedibile dell'attività operativa dell'azienda, le variazioni della domanda e in generali le variabili macroeconomiche di riferimento.

La contabilizzazione dell'avviamento precedentemente alla riforma dell'IFRS 3 era basata sul c.d. *purchase method*, in base al quale un'operazione di *business acquisition* era considerata alla stregua di un'ordinaria operazione di acquisto, che prevedeva il riconoscimento del costo sostenuto e la sua imputazione agli elementi patrimoniali acquisiti. Sulla base di tale metodologia se, a seguito dell'allocazione del costo alle risorse acquisite, vi fosse stata una differenza tra il fair value del corrispettivo dell'operazione e il valore contabile degli elementi patrimoniali acquisiti, si sarebbe rilevata una differenza positiva o negativa iscritta rispettivamente come *goodwill* o *badwill* (Grafico 1).



Rilevazione *goodwill*



Rilevazione *badwill*

Grafico 1: rappresentazione del *purchase method* per la valutazione dell'avviamento.

Tale metodologia presentava problematiche relative alla stabilità dei dati e soprattutto all'affidabilità dei risultati ottenuti: la circostanza che il costo dell'operazione fosse modulato sulla base del corrispettivo ricevuto dalla società acquisita comportava la possibilità di determinare “artificialmente” un *goodwill* o *badwill*.

Pertanto, con la modifica dell'IFRS 3, avvenuta il 10 gennaio 2008, è stata innovata la metodologia di contabilizzazione dell'avviamento e il *purchase method* è stato sostituito dall'*acquisition method*.

Il principio contabile internazionale è stato adottato con il Regolamento CE n. 29 novembre 2008 e successivamente modificato con il Regolamento CE n. 495/2009 del 3 giugno 2009. Lo stesso regolamento prevede che il principio *revised* trovi applicazione a partire dai bilanci redatti dopo il 30 giugno 2009. Sulla base dell'*acquisition method* la presenza dell'avviamento è il risultato di un'operazione più complessa che tiene in considerazione elementi ulteriori rispetto al solo prezzo di acquisizione.

In base all'IFRS 3 *revised* il complesso aziendale è costituito da un insieme integrato di beni e attività; tuttavia, l'oggetto di un'operazione di acquisizione aziendale non deve necessariamente costituire un insieme autonomo. È infatti possibile che l'acquirente integri il complesso acquisito con i propri fattori produttivi; da ciò discende il rischio di considerare quale aggregazione aziendale anche l'acquisizione di singoli beni.

Un'ulteriore novità introdotta dalla versione revisionata del principio riguarda la possibilità di esecuzione di un'operazione di aggregazione aziendale in più fasi.

In tal modo si configura una fattispecie a formazione progressiva a differenza di quanto disciplinato dalla versione del 2004 che prevedeva, ai fini della rilevazione dell'avviamento, che ogni operazione di aggregazione fosse trattata quale operazione singolare. Ciò comportava che l'avviamento fosse il risultato di una serie di operazioni frazionate che determinavano di volta in volta la necessità di confrontare il costo di acquisizione con la percentuale di fair value riconducibile alle attività e passività della società acquisita.

Con l'attuale formulazione dell'IFRS 3 si prevede invece che nel momento in cui si ottiene il controllo viene determinato il *fair value* delle attività e passività dell'acquisita e la differenza tra tale valore e quanto contabilizzato fino alla data di ottenimento del controllo viene imputata a conto economico. In questo modo gli acquisti parziali precedenti all'acquisizione non assumono più rilevanza ai fini della rilevazione dell'avviamento.

Dunque, in conclusione, con il passaggio dal *purchase method* all'*acquisition method*, la rilevazione dell'avviamento generato a seguito di un'operazione di *business combination* è il risultato di componenti che vanno al di là del confronto tra prezzo di acquisto e valore equo di attività e passività acquisite e che si riportano nella Tabella 1:

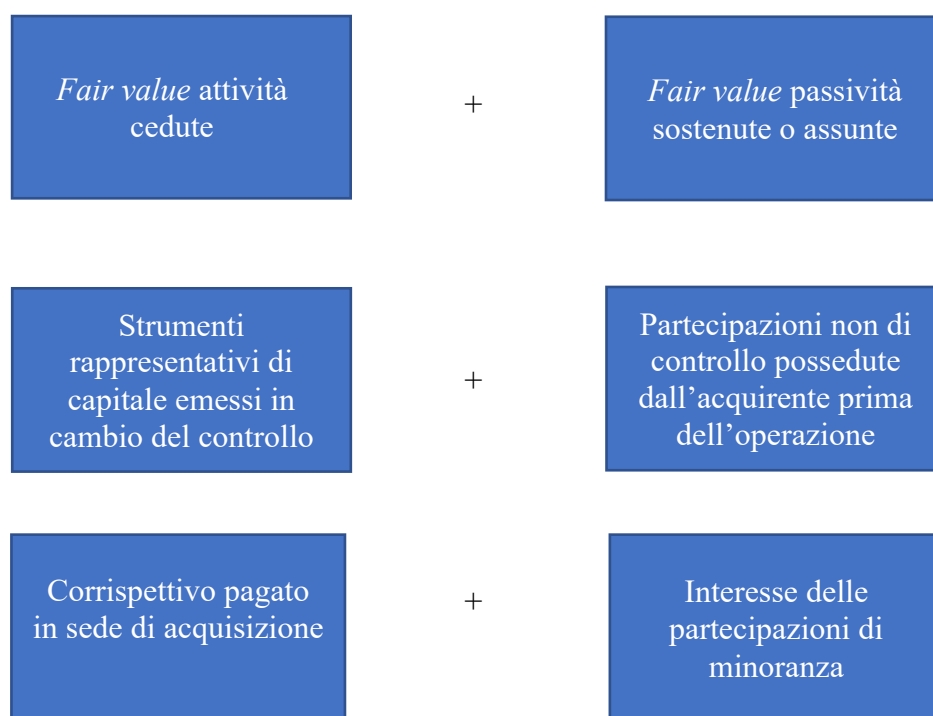


Tabella 1: rappresentazione dell'*acquisition method* per la rilevazione dell'avviamento

In base all'*acquisition method* le attività e le passività della società acquisita vengono iscritte nel bilancio dell'acquirente alla data di acquisizione. In questa sede si procede alla rilevazione dell'eventuale avviamento in base al criterio del c.d. *full goodwill*<sup>60</sup>; quest'ultimo prevede che venga rilevata la presenza di *goodwill* sia di pertinenza del gruppo che di pertinenza di terzi.

Se, a conclusione delle fasi in cui è articolata l'operazione di acquisizione in base all'*acquisition method*, il valore dell'acquisizione eccede il valore netto delle attività e passività identificabili, si procede alla rilevazione del *goodwill*.

---

<sup>60</sup> Nel *purchase method* invece si seguiva la c.d. Teoria della Capogruppo in base alla quale si rilevava solo l'avviamento di pertinenza della maggioranza (*partial goodwill*)

## CAPITOLO 2.

# LE CARATTERISTICHE DEL SETTORE MODA E LA RILEVANZA DEL MARCHIO NELL'AMBITO DEGLI *INTANGIBLE ASSETS*

### 2.1 Le peculiarità del settore moda e il progressivo consolidamento del concetto di *sustainable luxury*

Il termine moda deriva dal latino *modus* e significa modo, maniera, norma, regola, melodia.

Analizzando l'etimologia della parola si ha modo di cogliere l'essenza del mondo della moda, identificabile nelle modalità di manifestazione dei tratti distintivi della personalità mediante, appunto, il modo di vestire.

L'Enciclopedia Treccani definisce la moda quale “*fenomeno sociale che consiste nell'affermarsi, in un determinato momento storico e in una data area geografica e culturale, di modelli estetici e comportamentali e nel loro diffondersi via via che a essi si conformano gruppi più o meno vasti, per i quali tali modelli costituiscono al tempo stesso elemento di coesione interna e di riconoscibilità rispetto ad altri gruppi.*

*In questo senso la moda rientra nei meccanismi di acculturazione che garantiscono la persistenza nel tempo di usi e vigenze collettive e si differenzia dalla semplice tendenza a ripetere occasionalmente alcuni moduli di comportamento sociale.*

*Come espressione del gusto predominante la moda interessa ambienti intellettuali, ideologici, movimenti artistici e letterari, o, più genericamente, abitudini, comportamenti, preferenze”.*<sup>61</sup>

In passato l'abbigliamento di alta moda era appannaggio delle sole classi sociali più abbienti, nell'era moderna, invece, la clientela dell'industria dell'alta moda

---

<sup>61</sup> La definizione riportata è tratta dall' Enciclopedia Treccani in formato digitale, il link è consultabile al seguente collegamento:

<https://www.treccani.it/enciclopedia/moda/#:~:text=La%20parola%20moda%20>



si sta sempre più espandendo, includendo nel novero dei suoi consumatori anche le classi sociali medio-basse.

Tale evoluzione è uno dei numerosi frutti della rivoluzione digitale e del crescente potere detenuto dai *social media*.

Difatti la diffusione di informazioni su tali mezzi di comunicazione, come *Instagram* o *TikTok* consente ai personaggi influenti del mondo della moda di comunicare con una vasta gamma di utilizzatori, valorizzando prodotti e diffondendo nuove tendenze.

Inoltre, in seguito all'introduzione di meccanismi di rateizzazione, come quelli forniti da Klarna<sup>62</sup>, determinati siti di *e-commerce* offrono ai clienti la possibilità di acquistare prodotti, inclusi quelli di *luxury brands*, rateizzando il pagamento.

Tale introduzione ha portato ad un'ulteriore espansione dei confini della clientela del settore della moda di lusso, consentendo di acquistare prodotti di notevole valore economico senza dover sopportare un eccessivo onere economico in un'unica transazione che, ovviamente, non sarebbe sostenibile dalla clientela con modesto potere economico.

Al riguardo, si potrebbe parlare della diffusione di una sorta di meccanismo di “dipendenza dal marchio”, tanto forte da determinare l'accettazione di un impegno economico a lungo termine pur di indossare un capo di lusso.

A ben vedere, concedendo di dilazionare il pagamento si determina un effetto di “copertura-occultamento” del valore reale del bene: a titolo esemplificativo se si è disposti a pagare una rata di cento euro per due anni per l'acquisto di una borsa del valore di duemila euro non si ha contezza, nel breve termine, dell'onere economico che si sta accettando.

Inoltre, l'industria globale della moda si è nel tempo adattata alle nuove priorità dei consumatori e alle normative adottate per la salvaguardia dell'ambiente: con il tempo è stata coniata l'espressione di lusso sostenibile (c.d. *responsible luxury*) con il quale si fa riferimento alla tracciabilità relativa ad un determinato prodotto e alla responsabilità della società produttrice nei confronti della società e dell'ambiente.

---

<sup>62</sup> Klarna è un fornitore di servizi di pagamento svedese. Il servizio offerto è ormai presente su numerosi *e-commerce* di prodotti d'alta moda come LuisaViaRoma, Mytheresa ecc.... Mediante tale servizio è possibile procedere alla rateizzazione del pagamento online, suddividendo il prezzo per l'acquisto di un prodotto in un numero di rate di pari importo.

Tale evoluzione è conseguente al cambiamento dei fattori che determinano la scelta di acquisto del consumatore e che mostrano sempre più la tendenza al rispetto delle risorse naturali ed umane.

In ragione di tale evoluzione il settore della moda vede con sempre maggior frequenza la diffusione di prodotti considerati come “*exemplary products*” che posseggano qualità tali da renderli durevoli e trasmissibili alle future generazioni in ragione della loro attitudine al rispetto dell’ambiente e dell’umanità.

La crisi economica che interessa i mercati globali ha determinato la ricerca di tali beni e ha aperto la strada ad un processo di auto analisi del mondo del lusso, prima distante dal concetto di commercio equo.

Dunque, i prodotti sostenibili hanno spianato la strada ad un nuovo scenario che offre alle imprese l’opportunità di trasformare la sostenibilità in un criterio guida per la produzione.

## **2.2 Definizione, ruolo e funzione del marchio aziendale**

La funzione di autoespressione riconducibile al mondo della moda risulta ancor più forte quando si tratta di marchi noti, considerati detentori di una forte capacità identificativa per una determinata categoria di clientela.

L’American Marketing Association (AMA) definisce la marca come “nome, termine, segno, simbolo, o disegno, o una combinazione di questi che mira a identificare i beni o i servizi di un venditore o un gruppo di venditori e a differenziarli da quelli concorrenti”.<sup>63</sup>

L’identificazione di cui parla l’AMA si ricollega alla classificazione del marchio, ad opera del legislatore italiano, tra i segni distintivi di cui dispone l’imprenditore nell’esercizio dell’attività d’impresa e disciplinati dal Codice della proprietà industriale.

---

<sup>63</sup> Si consiglia la lettura dell’articolo riportato nel seguente collegamento, dove l’autore analizza il brand e le sue principali funzioni, riportando la definizione offerta dall’American Marketing Association : <https://www.spinosismarketing.com/it/consulente-societa-consulenza-marketing/strategie-di-marca-brand-branding/definizione-marchio-brand-management-brand-equity.html#:~:text=Per%20l%27AMA%2C%20l%27,e%20per%20differenziarli%20dalla%20concorrenza.>

Difatti, l'elemento essenziale del marchio è il suo carattere distintivo che, tra l'altro, deve necessariamente rispettare tre condizioni stabilite dalla legge:

- novità;
- non deve essere contrario alla legge, all'ordine pubblico e al buon costume;
- non deve essere generico o non veritiero.

La proprietà "segnalatica" della marca assume fondamentale importanza nell'economia d'impresa, svolgendo una funzione difensiva per i prodotti di un determinato complesso aziendale dal rischio di offerte di concorrenti.

In un regime concorrenziale ad elevata intensità la marca sintetizza la notorietà e l'immagine che un'offerta è stata in grado di generare e, quindi, da un punto di vista economico-aziendale può definirsi come "una specifica relazione istituita con un dato mercato per l'affermazione di una particolare offerta".<sup>64</sup>

Oltre alla funzione di identificazione e "protezione", si riconosce al marchio anche un ruolo di fidelizzazione della clientela nella misura in cui quest'ultimo si configura come idoneo a garantire l'offerta di specifiche caratteristiche tecniche e qualitative richieste dai consumatori.

Tale carattere fidelizzante risulta ancor più accentuato nei moderni sistemi economici, caratterizzati da una clientela che effettua scelte sempre meno vincolate al soddisfacimento di bisogni essenziali e motivate piuttosto da ragioni complesse, differenti da consumatore a consumatore.

In tale scenario, il carattere distintivo e rappresentativo di un determinato *standard* qualitativo svolge la funzione di definire la "porzione di clientela" fedele ad un marchio piuttosto che a un suo concorrente.

### **2.2.1 Il *brand equity* e le sue principali componenti**

Nella odierna realtà delle imprese la valutazione del patrimonio di marca rappresenta un elemento di fondamentale importanza per comprendere l'effettiva

---

<sup>64</sup> Cfr. S.M. BRONDONI, in "Patrimonio di marca e risorse immateriali dell'impresa", Torino, Giappichelli, 2004, p. 9 in cui l'autore analizza il diverso ruolo svolto dalla marca in ragione dello scenario concorrenziale presente.

consistenza patrimoniale del complesso aziendale, con particolare riferimento al marchio da questo posseduto.

Tuttavia, a differenza di altri *asset* che richiedono una valutazione “individuale”, il marchio aziendale deve essere valutato tenendo conto di una serie di fattori che influenzano il suo valore attuale e potenziale.

Al riguardo sembra opportuno analizzare il termine *brand equity*, con il quale si fa riferimento al patrimonio di marca dell’impresa, definibile da un punto di vista economico-aziendale come “lo stato, in un determinato momento, della specifica relazione consolidata da una definita offerta con un mercato di riferimento”<sup>65</sup>.

Il concetto di *brand equity* racchiude diverse determinanti, che si distinguono rispettivamente in:

- 1) fedeltà alla marca (*brand loyalty*), intesa come una misura di “dipendenza” che il consumatore ha nei confronti di un dato *brand*;
- 2) qualità percepita dai clienti, ovverosia la percezione da parte del consumatore della superiorità qualitativa rispetto ad altre alternative possibili;
- 3) conoscenza della marca, intesa come notorietà dalla stessa detenuta, che gli consente di battere la concorrenza in determinati contesti competitivi;
- 4) ulteriori caratteristiche possedute dalla marca, di natura più soggettiva che contabile, che consentono al consumatore di ricollegare ad un marchio un insieme di valori che determinano la sua propensione all’acquisto.

Tali componenti sono tra loro interconnesse e contribuiscono in misura significativa all’incremento del valore del patrimonio di marca dell’impresa.

L’importanza della funzione svolta dal *brand equity* risulta direttamente proporzionale all’intensità del contesto competitivo di riferimento: in uno scenario economico caratterizzato dalla presenza di una continua minaccia di concorrenti attuali o potenziali, un forte *brand equity* contribuisce a difendere l’impresa da prodotti simili che potrebbero sottrarre clientela.

In tale contesto è dunque fondamentale definire in maniera adeguata l’identità di marca, in modo da consentire ai consumatori di intraprendere quel processo di identificazione, propedeutico alla costruzione del rapporto di fidelizzazione di cui si è discusso poc’anzi.

---

<sup>65</sup> S.M BRONDONI, op. cit. p. 18

La logica di valutazione del patrimonio di marca risulta differenziata non solo in ragione del contesto competitivo di riferimento ma anche dell'operazione di cui la marca costituisce oggetto.

Ad esempio, nel caso di fusioni e acquisizioni (M&A) la valutazione del *brand equity* è secondaria rispetto a quella del *brand value*, ovvero al valore di cessione della marca posseduto in un determinato momento.

Tuttavia, anche il valore di cessione<sup>66</sup> risulta profondamente influenzato da fattori legati alla dinamica concorrenziale presente nonché agli indici rilevatori del buon andamento o meno di quel *brand* nei mercati azionari.

### **2.3 Gli aspetti contabili connessi all'iscrizione in bilancio dei marchi e gli standard di valutazione ISO 10668 e IVS 210**

Il valore originato dall'utilizzo del marchio generalmente si sostanzia nella possibilità di fissare prezzi più elevati per i propri prodotti, che costituiscono il c.d. *premium price* e che consentono alternativamente di conseguire maggiori volumi di vendita o di stabilizzare quelli già consolidati.<sup>67</sup>

Il concetto sotteso alla nozione di *premium price* si basa sulla constatazione che il valore di un bene immateriale sia strettamente correlato con la sua capacità di generare rendimenti superiori rispetto a quelli conseguibili in assenza di tale bene. In tal modo, il valore del marchio si sostanzia in un differenziale positivo, ottenuto dalle vendite dei prodotti con tale marchio rispetto a prodotti simili ma venduti senza marchio.

Tale differenziale positivo deve tuttavia tener conto dei costi sostenuti per la pubblicizzazione del marchio, nonché dei costi di carattere commerciale che l'azienda deve sopportare per lo sviluppo sul mercato di tali prodotti, insieme a quelli necessari per garantire un elevato *standard* qualitativo della merce.

Ancora, la visione economico-aziendale del concetto di marchio estende i suoi confini al di là della definizione generalmente riconosciuta allo stesso, includendo

---

<sup>66</sup> Per una trattazione dettagliata delle dinamiche che influenzano il valore di cessione del marchio si rimanda al capitolo III.

<sup>67</sup> In tal modo il marchio un differenziale positivo, consentendo una continua crescita del volume di affari dell'impresa e tutelando in misura significativa la concorrenza presente sul mercato. Sul punto cfr. G. ZANDA, M. LACCHINI in "La valutazione dei marchi d'impresa, Cedam, Padova, 1991, p. 57 e ss.

tutte le implicazioni conseguenti ai rapporti presenti tra impresa, mercato e contesto competitivo di riferimento.

Difatti, la rilevazione del valore del marchio in bilancio influenza tre aspetti principali:

- i ricavi, costi e margini economici differenziali;
- i *cash flows* in entrata e in uscita;
- le risultanze patrimoniali (come le riserve di magazzino o di utili accantonati).

Da un punto di vista normativo, l'art. 2424 c.c. sancisce che i marchi vanno iscritti nell'attivo dello stato patrimoniale, alla voce B.I.4. "concessioni, licenze, marchi e diritti simili".

La normativa civilistica e la disciplina dettata dai principi contabili OIC si stanno sempre più adeguando agli *standard* valutativi tipici dei principi contabili internazionali, prevedendo la rilevazione del valore dell'*asset* al suo *fair value*.

Con particolare riferimento agli intangibili rientranti nella nozione di marchio, l'International Organization for Standardization (ISO) ha pubblicato nell'autunno del 2010 lo *standard* ISO 10668 che definisce la metodologia applicabile alla valutazione economica del marchio, insieme con la prescrizione delle linee guida utilizzabili per la selezione dei dati disponibili al fine di ridurre la discrezionalità del valutatore e assicurando, in tal modo, un corretto svolgimento del processo valutativo.

D'altra parte, si ricorda l'IVS 210, *standard* internazionale sviluppato dall'*International Valuation Standards Council* (IVSC) e relativo alla valutazione dei marchi e di altri *asset* immateriali.

Il documento IVS 2010 è dedicato alla valutazione degli *intangible assets* e si occupa di fornire una dettagliata disamina delle diverse tipologie di tali attività.

Innanzitutto, l'IVS 210 definisce i beni intangibili come "*beni non monetari che si manifestano attraverso le loro proprietà economiche, non avendo una sostanza fisica ma conferendo diritti e/o benefici economici al loro proprietario*".

Tale principio definisce le linee guida specifiche per gli esperti che desiderano condurre una valutazione accurata e professionale del valore di un marchio.

Questo *standard* promuove l'uso di metodologie valide e affidabili, considerando fattori come la reputazione, la notorietà e l'equità del marchio.

I principi valutativi previsti dagli *standard* internazionali trovano applicazione per la valutazione del valore del marchio non al suo costo storico, bensì al suo *fair value*.

L'ISO 10668, di cui si parlava in precedenza, si occupa di fornire linee guida chiare sulle metodologie e i processi da seguire nell'effettuare una valutazione del marchio, assicurando che questa sia condotta in modo coerente e trasparente.

In particolare, questo principio è particolarmente utile per le aziende, essendo funzionale alla determinazione del valore del marchio sia da un punto di vista contabile, sia da un punto di vista finanziario e strategico.

Lo *standard* in esame si occupa di indicare i principali passaggi che il valutatore è tenuto a seguire in sede di rilevazione del valore contabile del marchio, articolati in:

- 1) una prima fase di natura legale;
- 2) una seconda di natura comportamentale;
- 3) una di natura finanziaria.

La previsione di una fase preliminare di natura legale è finalizzata a definire i confini di estensione del marchio, insieme con la rilevazione dei soggetti legittimati al suo utilizzo a titolo di concessione o in ragione di accordi di *licensing*.

Nell'ambito dell'analisi dei diritti associati al marchio si procede alla rilevazione di quelli disciplinati dal Codice della Proprietà Intellettuale, includendoli nel valore da dover iscrivere in bilancio.

L'identificabilità legale dell'intangibile e le condizioni di valutazione del marchio sotto il profilo economico-aziendale sono tuttavia due fasi tra loro nettamente distinte e l'una non incorpora l'altra.

Definire il perimetro legale e i diritti associati al marchio risulta infatti essenziale soprattutto in sede di definizione di contenziosi aventi ad oggetto azioni di contraffazione, uso inappropriato del marchio o utilizzo del marchio altrui ma, il valore che il marchio è in grado di generare prescinde dalla definizione della sua tutela giuridica.

In effetti, tra le varie risorse intangibili, il marchio risulta quello che maggiormente rispecchia l'autonoma capacità di generare reddito, in quanto caratteristica distintiva dell'azienda, capace di creare vantaggio competitivo.<sup>68</sup>

La seconda fase di natura comportamentale piuttosto che concentrarsi sul marchio in quale tale, sposta l'attenzione sui comportamenti dei suoi utilizzatori.

La *ratio* sottesa a tale diversa prospettiva di valutazione risiede nell'esigenza di comprendere quale sia il valore del marchio non effettivo, bensì percepito dalla clientela al cui utilizzo è destinato.

In tale sede viene effettuato un giudizio in ottica comparatistica, rilevando le differenze percepite dai consumatori relativamente ai marchi considerati concorrenti.

Infine, l'ultima fase prevede la valutazione economico finanziaria del marchio, per la quale il valutatore può servirsi di approcci differenti:

- approccio reddituale o basato sui flussi di risultato;
- approccio di mercato;
- approccio del costo.

## **2.4 L'approccio reddituale o basato sui flussi di risultato**

L'approccio reddituale consente di valutare un marchio in funzione della sua capacità di generare benefici economici futuri per l'impresa, considerando il valore attuale di redditi, flussi di cassa o risparmi di costo imputabili ai prodotti a cui il marchio è correlato.

A tal fine vengono considerati i flussi di reddito e i *cash flows* attesi, calcolati sulla base delle previsioni di crescita dei mercati interessati dalla commercializzazione del marchio e del rischio ad essi associato.

Difatti, alla proprietà del marchio si associa un beneficio economico relativo all'idoneità di generare flussi incrementali di reddito o di cassa che possono essere ragionevolmente stimati in via prospettica.

Con riferimento ai flussi di reddito generati dal marchio è opportuno introdurre una distinzione tra:

---

<sup>68</sup> L'autonomia è infatti una delle principali caratteristiche del marchio aziendale, considerato appunto quale risorsa immateriale che non necessariamente deve essere "letta" insieme al complesso di intangibili di cui dispone l'azienda. Sul punto si consiglia la lettura di F. FERRAGINA, "La valutazione del marchio, in *Contabilità, Finanza e Controllo*". n.12.



- flussi generati a fronte di un incremento dei ricavi;
- flussi generati in seguito ad una riduzione dei costi.

Nella prima ipotesi l'utilizzo del marchio comporta un aumento del volume delle vendite insieme con i prezzi associati ai prodotti. Tale aumento si manifesta in misura ancor più significativa nel caso in cui l'azienda goda di una posizione monopolistica o quasi monopolistica sul mercato di riferimento.

Nel secondo caso, invece, la riduzione dei costi aziendali scaturisce da diversi fattori associabili alla commercializzazione del marchio, tra i quali si ricordano, a titolo esemplificativo, la riduzione del costo della manodopera o il minor costo sostenuto per la formazione del personale destinato alla vendita.

In tale prospettiva, il differenziale positivo generato dalla vendita di prodotti associati al marchio, sebbene non determini un aumento dei volumi di vendita, consente all'azienda di chiudere l'anno contabile con un risparmio di costo.

Nell'ambito dell'approccio reddituale o basato sui flussi di risultato si distinguono metodi di stima del valore del marchio diretti e indiretti che si descrivono di seguito:

- 1) metodi di stima diretti basati sui benefici futuri;
- 2) metodi di stima diretti basati sulle opzioni reali;
- 3) metodo di Greenfield.

Il metodo dei benefici futuri prevede l'attualizzazione dei benefici attesi direttamente riconducibili all'utilizzo del marchio considerando quale orizzonte temporale di riferimento la sua vita utile residua.

Nell'ambito dell'operazione di attualizzazione è importante tener conto di un tasso che consideri il rischio specifico relativo a quel dato flusso, considerando i fattori potenzialmente idonei ad influenzare il buon andamento del marchio nonché gli indici sintomatici di una sua eventuale perdita di valore.

A differenza del metodo di analisi dei benefici futuri attesi, che può essere definito quale tradizionale metodo di analisi finanziaria, il metodo delle opzioni reali cerca di analizzare le prospettive di crescita del marchio, concentrandosi sui fattori di sviluppo attuabili.

Anche in questo caso, tuttavia, è necessario considerare il tasso di rischiosità specifico (c.d. *risk premium*) relativo al flusso considerato.

Infine, tra le valutazioni del marchio più “individualiste” si ricorda il metodo Greenfield, il quale individua il flusso incrementale associato al marchio sul presupposto che quest’ultimo sia l’unico *asset* di cui dispone l’impresa e che, di conseguenza, il proprietario, debba disporre di tutti i mezzi opportuni per l’utilizzo al quale il marchio è destinato.

È chiaro che, in tale prospettiva, assumono fondamentale importanza i costi di *start-up* nonché gli investimenti necessari per la predisposizione di adeguate condizioni di utilizzo, i quali vengono dedotti dal flusso incrementale generato dal marchio.

La particolarità del metodo Greenfield risiede nella sua capacità di “isolare” il marchio, basando la valutazione non sui beni del complesso aziendale, bensì sul singolo *asset*.

Tuttavia, tale metodologia presenta il rischio di ottenere valori non sempre espressivi dell’effettiva consistenza patrimoniale dell’impresa e, tale problematica evidenzia la stretta interconnessione presente tra i diversi *asset* di cui dispone l’impresa, i quali difficilmente possono essere considerati come autonomi produttori di flussi di cassa ma che, al contrario, hanno bisogno di un funzionamento coordinato e simultaneo per il conseguimento dei migliori risultati aziendali.

Mentre i metodi di valutazione sopra menzionati analizzano il valore prodotto dal marchio aziendale in via diretta, i metodi di valutazione indiretta si concentrano su ulteriori componenti, dalle quali poi dedurre, per via appunto indiretta, il valore del marchio.

Nell’ambito di tali metodologie si ricordano l’*excess earnings method* e il criterio del tasso di *royalty*.

Con l’*excess earnings method* il valore del marchio è ottenuto mediante l’attualizzazione dei flussi derivanti dalla differenza tra flussi generati dal marchio al netto d’imposta e il rendimento atteso di altre attività (materiali, immateriali o finanziarie) che operano in connessione con esso.

A differenza di quanto osservato in precedenza per il metodo Greenfield, in questo caso il marchio viene considerato non come *asset* isolato ma quale parte integrante del complesso aziendale e di tutte le attività da questo possedute.

Con l’applicazione del metodo in esame si ottiene il valore del marchio attraverso un processo articolato in più fasi che si riassumono di seguito:

- 1) stima dell'importo e dell'orizzonte temporale dei flussi prospettici;
- 2) esclusione dei costi che sono imputabili ad ulteriori risorse immateriali detenute dall'azienda;
- 3) individuazione degli ulteriori asset considerati collegati al marchio e quindi produttori di flussi di risultato prospettici;
- 4) determinazione di un appropriato tasso di attualizzazione;
- 5) definizione degli *excess earnings*;
- 6) attualizzazione o capitalizzazione degli *excess earnings* sulla base di un orizzonte temporale considerato pertinente per la manifestazione dei flussi prospettici.

In ragione delle previsioni relative al periodo di utilizzo del marchio, l'*excess earnings method* può assumere diverse configurazioni, che si distinguono in:

- *single period*;
- *multi period*;
- *capitalised excess earnings*.

La differenza tra le tre tipologie sopra riportate risiede nel diverso periodo temporale in cui si presume che il marchio sarà utilizzato dall'azienda: nel primo caso per un singolo periodo temporale pari ad un anno, nel secondo per più esercizi, nel terzo invece si considera la condizione in cui la redditività prodotta dal marchio sia giunta ad un punto di stabilità (c.d. *steady state*).

In ragione del periodo temporale di riferimento vi sarà anche un metodo di attualizzazione diverso che, nel caso in cui si tratti di un'analisi relativa a più esercizi, considererà singoli flussi prospettici e rappresentativi della variabilità dei flussi di risultato nel corso degli anni.

Nel caso in cui invece si abbia a che fare con una situazione reddituale stazionaria, sarà sufficiente considerare un unico flusso medio prospettico.

Con riferimento al criterio del tasso di *royalty*, tale metodologia si basa, appunto, sull'analisi dei flussi di *royalties* che il mercato sarebbe disposto a pagare a fronte della possibilità di utilizzazione del marchio.

Per l'applicazione di tale metodo è necessario determinare un appropriato tasso di *royalty*, utilizzato per scontare i flussi annuali.

Nella prassi, la determinazione del tasso appropriato segue una logica di mercato e, dunque, considera il tasso proposto dal mercato per beni con caratteristiche analoghe al marchio di riferimento.

Il limite di tale metodologia sta nella difficoltà di reperire i dati di transazioni comparabili, non sempre presenti sul mercato in misura tale da garantire una stima affidabile.

In tal caso, il tasso di *royalty* viene determinato considerando la quota parte di profitto che un consumatore sarebbe disposto a pagare per l'utilizzazione del marchio.

In ogni caso, anche quando il mercato offre dati di transazioni comparabili, il metodo in esame presenta delle criticità riconducibili, in linea generale, alla stima di tutti gli *intangibile* aziendali in ragione di una serie di fattori quali:

- la maggiore rischiosità sottesa alla stima dei beni immateriali piuttosto che di quelli materiali;
- la considerazione che gli intangibili più tecnici e specializzati sono anche i più difficili da stimare;
- la problematica relativa alla difficoltà di stimare in via autonoma il valore del marchio, isolandolo dal complesso aziendale di riferimento.

In conclusione, sebbene il metodo basato sui flussi sia considerato tra i più appropriati per la stima del valore del marchio aziendale, è richiesto un ulteriore sforzo del valutatore tale da neutralizzare le criticità sottese a tale stima.

## **2.5 L'approccio di mercato**

Secondo l'approccio di mercato la valutazione del marchio si basa sull'analisi delle transazioni verificabili sul mercato e aventi ad oggetto marchi considerati comparabili.

Sulla base di tale metodologia la corretta selezione dei marchi comparabili si configura quale elemento essenziale per condurre un'analisi affidabile; pertanto, può non sempre essere di agevole esecuzione nel caso in cui vi sia l'assenza o la scarsità di marchi concorrenti e comparabili.

Al riguardo si pensi al caso del marchio Hermes che, con particolare riferimento alle caratteristiche relative all'iconica borsa modello *Birkin*, è stato ritenuto

comparabile con il marchio Ferrari piuttosto che con concorrenti che offrivano la stessa tipologia di prodotti.

Inoltre, la condizione fondamentale per l'applicazione del metodo in esame è la sussistenza di un mercato attivo per beni analoghi e comparabili al marchio oggetto di stima.

Per poter parlare di mercato attivo è necessario che i beni scambiati su detto mercato siano tra loro omogenei e che gli scambi di cui costituiscono oggetto siano effettuati in un orizzonte temporale prossimo allo svolgimento della stima di valore del bene.

Tale condizione si presenta con frequenza minima, se non totalmente assente, con riferimento agli intangibili rientranti nella categoria dei marchi.

Per tali ragioni il valutatore è tenuto a compiere ulteriori aggiustamenti in modo da ottenere dei valori di stima affidabili; tali aggiustamenti hanno la finalità di neutralizzare gli effetti distorsivi della stima costruendo artificialmente una situazione di comparabilità che rientri nella nozione di mercato attivo.

Inoltre, è necessario assestare i valori ottenuti qualora le transazioni comparabili siano relative ad un periodo temporale non immediatamente prossimo alla stima insieme con la necessaria sussistenza della possibilità di osservare acquirenti e venditori attivi in ogni momento e di rintracciare scambi effettuati in condizioni di normalità, in modo che i prezzi risultino non condizionati da variabili esogene alla stima.<sup>69</sup>

Alla luce delle considerazioni svolte finora e in ragione delle criticità sottese all'utilizzo del metodo di mercato si sconsiglia il suo utilizzo in via autonoma.

La prassi propende infatti per la sua adozione come metodo supplementare: in tal modo, nel caso in cui dovessero esserci problemi di reperibilità di dati per carenza di transazioni comparabili, la valutazione del marchio non subirebbe una fase di paralisi, procedendo il suo normale corso.

## **2.6 L'approccio basato sui costi**

---

<sup>69</sup> Se infatti i prezzi non fossero isolati, la stima non sarebbe concentrata solo sui dati rilevanti, causando il rischio di errore nei risultati ottenuti. Così osserva G. LIBERATORE in "Il metodo di valutazione analitico: i beni immateriali, in Valutazione delle aziende in crisi, Milano, GIUFFRÈ", 2014.

L'approccio del costo nella stima degli intangibili trova impiego nei casi in cui non sia possibile stimare per via diretta i benefici economici futuri che l'intangibile è in grado di generare.<sup>70</sup>

In base all'approccio basato sui costi, il valore del marchio risulta dalla sommatoria di tutti i costi e gli oneri accessori sostenuti per la produzione dello stesso.

Tra i costi che concorrono alla formazione del marchio e che garantiscono la possibilità di ottenere dei differenziali positivi lungo la sua vita utile si ricordano<sup>71</sup>:

- gli investimenti in attività di promozione e pubblicità finalizzati alla diffusione di un prodotto o servizio offerto e identificato dal marchio d'impresa;
- i costi di organizzazione aziendale, con particolare riferimento alle funzioni di *marketing*, controllo e qualità dei prodotti;
- i costi sostenuti per la formazione di una rete di vendita dedicata allo specifico prodotto, allo scopo di affermarne l'immagine presso i punti vendita.

La metodologia in esame si basa sul presupposto che un investitore decida di acquisire o meno un determinato marchio sulla base dei soli costi di sostituzione, rimpiazzo e riproduzione dello stesso.

Ad esempio, nel settore moda si considerano i costi sostenuti per la creazione del marchio nonché per la produzione di una specifica collezione da questo rappresentata.

Nell'ambito dei metodi basati sui costi si distinguono:

- il metodo del costo storico;
- il metodo del costo storico rivalutato (o residuale);
- metodo del costo di riproduzione.

Il metodo del costo storico viene utilizzato prevalentemente per gli intangibili in via di formazione e, dunque, in tutte quelle ipotesi in cui la stima degli investimenti

---

<sup>70</sup> Cfr. L. GUATRI, M. BINI, in "La riconciliazione fra approccio del reddito e approccio del costo, in La valutazione delle aziende" Milano, 2007, p. 131, in cui viene osservato che l'approccio del costo può essere utilizzato nei casi in cui non sia possibile stimare il valore del bene per via diretta. In tali ultimi casi è possibile fare ricorso ad un'analisi dei costi che, in un mercato efficiente, tendono ad eguagliare i prezzi.

<sup>71</sup> Per un'analisi dei costi collegati al marchio aziendale si consiglia la lettura di E. COTTA RAMUSINO, L. RINALDI, in "La valutazione d'azienda", IlSole24Ore, Milano, 2003.

necessari a garantire il successo del bene è difficile o a volte impossibile da realizzare.

Invece, il metodo del costo storico rivalutato (o residuale) tiene conto dei costi storici sostenuti per la formazione e lo sviluppo del marchio, cercando di ricondurli ai parametri monetari presenti al momento della stima e neutralizzando gli effetti dell'inflazione.

Il valore così ottenuto subisce una riduzione con riferimento agli effetti conseguenti all'obsolescenza del bene, in quanto idonei a condizionare le possibilità del suo utilizzo futuro.

Nell'importante lavoro di valutazione dei costi sostenuti per lo sviluppo del marchio è fondamentale considerare l'insieme delle spese sopportate dall'azienda; sarebbe infatti difficile e dispendioso considerare le differenti voci di costo da ricomprendere nella stima.

Più dettagliatamente, vengono considerati tutti gli oneri sostenuti in sede di investimenti iniziali e successivi alla formazione del marchio e alla sua valorizzazione ai fini di fidelizzazione della clientela (come le spese di *marketing*). Invece, il metodo del costo di riproduzione muove dalle medesime modalità applicative del costo tradizionale e, dunque, considera tutti i costi necessari per la realizzazione del marchio.<sup>72</sup>

Nella stima di tali oneri economici, si considerano anche i costi del personale e delle altre risorse produttive impiegate, ivi incluse le spese di registrazione e, al pari del metodo del costo residuale, degli oneri di *marketing* sostenuti per la promozione del marchio.

Per concludere la disamina delle metodologie basate sui costi, si vuole sottolineare il loro scarso utilizzo per la valutazione del marchio, considerando due ordini di ragioni:

- 1) la stretta dipendenza del valore del marchio così determinato da ulteriori elementi, quali i benefici scaturenti dalla relazione che il marchio stesso permette di generare col mercato e che sono scarsamente legati al costo;
- 2) la difficoltà di individuazione puntuale di tutti i costi preventivi e successivi alla formazione del marchio.

---

<sup>72</sup> Per un approfondimento della metodologia del costo di riproduzione si consiglia la lettura di G. LIBERATORE, in "Il metodo di valutazione analitico: i beni immateriali, in G. LIBERATORE, A. AMADUZZI, E. COMUZZI, O. FERRARO, La valutazione delle aziende in crisi, Milano, GIUFFRÈ, 2014.

In conclusione, il metodo del costo nell'ambito della valutazione del marchio si configura quale metodo di carattere residuale, applicabile preferibilmente in assenza di metodologie alternative.

Tale connotazione non deve essere confusa con la scarsa utilità del metodo del costo, anzi, quando quest'ultimo risulta appropriato, è in grado di ottenere risultati non altrimenti raggiungibili.<sup>73</sup>

## **2.7 Gli aspetti fiscali connessi alla rilevazione contabile dei beni immateriali: il regime della *Patent Box***

L'analisi fin qui svolta ha messo in evidenza l'importanza degli *intangibles*, quali principali portatori del grande valore aggiunto attribuibile all'*output* dell'impresa. Per concludere tale analisi, si ritiene opportuno analizzare e approfondire i profili fiscali connessi all'iscrizione in bilancio dei beni immateriali.

A tal fine è indispensabile illustrare l'istituto del c.d. "*Patent box*", implementato dall'ordinamento italiano con Legge di Stabilità del 2015 e finalizzato a ridurre in maniera significativa l'aliquota fiscale sui redditi derivanti dallo sfruttamento dei beni immateriali dell'impresa.

È bene sottolineare l'intervento tardivo dell'Italia, che risulta essere uno tra gli ultimi Paesi europei facenti parte dell'OCSE nell'aver adottato tale regime fiscale. La *ratio* sottesa all'innovazione legislativa risiede in diversi ordini di ragioni, prima fra tutte la problematica della "fuga di base imponibile" a beneficio dei paesi che invece adottavano il regime fiscale che si sta analizzando.

Difatti, la caratteristica principale dei beni immateriali e, dunque, la loro intangibilità, consente il loro trasferimento mediante operazioni di carattere giuridico-contabile. Pertanto, un attento imprenditore sarà sicuramente incentivato a geolocalizzare i propri *asset* intangibili nel territorio che offre il miglior trattamento fiscale.

Tuttavia, la riduzione delle aliquote non è un'operazione semplice e priva di eventuali risvolti negativi; pertanto, si è reso necessario un lavoro di accurata

---

<sup>73</sup> A titolo esemplificativo si pensi ai casi di valutazione di aziende operanti in gruppo, per le quali i flussi di risultato sono fortemente correlati alle dinamiche del complesso aziendale di riferimento o ancora, nel caso di start up che presentano scarsi flussi storici da sottoporre a valutazione mediante appunto il metodo dei flussi di risultato.



analisi e supervisione da parte dell'OCSE che, fin dal 1998, ha analizzato le distorsioni conseguenti alle problematiche relative alle pratiche fiscali aggressive e alla semplicità di trasferimento dei beni immateriali in paesi a regime fiscale agevolato.

Diversi sono stati i rapporti e le raccomandazioni<sup>74</sup> pubblicate dall'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico e, nel 2013, in seguito all'emanazione di un rapporto in cui si riscontrava la sussistenza di regimi fiscali idonei ad incentivare le imprese a delocalizzare i propri beni immateriali, il legislatore italiano, ponendosi in linea di continuità con i principi e le raccomandazioni dell'OCSE, ha introdotto il regime *Patent box*.<sup>75</sup>

Si tratta di un regime fiscale opzionale introdotto in Italia con L. 190 del 23 dicembre 2014, art. 1, commi 37-45, altresì nota come Legge di Stabilità del 2015". Come si anticipava poc'anzi, l'intervento normativo in esame si è reso necessario in seguito alla diffusione, da parte di alcune imprese, di politiche fiscali di carattere aggressivo e aventi la finalità di delocalizzare gli *intangible assets* in paesi ove la legislazione fiscale avesse consentito un risparmio di imposta.

Così come si evince dalla relazione illustrativa<sup>76</sup> alla Legge di Stabilità, gli obiettivi principali che il legislatore mirava a conseguire possono essere così riassunti:

- riportare nel territorio statale beni intangibili di imprese italiane o estere detenuti all'estero;
- incentivare gli investimenti in attività di ricerca e sviluppo aventi, fra l'altro, l'obiettivo di promuovere la competitività tra imprese operanti in tali settori strategici;
- evitare un'ulteriore fuga di beni immateriali in paesi caratterizzati dalla presenza di una legislazione fiscale conveniente.

---

<sup>74</sup> Tra le principali raccomandazioni si ricordano quelle elaborate nell'ambito del progetto *Base Erosion and Profit Shifting*, suddiviso in quindici piani di azione. In particolar modo, con l'Action 5, l'OCSE si è concentrato sulla tassazione dei redditi derivanti da beni immateriali e constatando il disallineamento tra i diversi regimi di tassazione vigenti nei paesi ad esso aderenti. Mediante tale piano di azione si è delineato un modello fiscale idoneo a garantire un sufficiente livello di coerenza tra i sistemi fiscali dei paesi aderenti e volto ad evitare le pratiche aggressive implementate da taluni Stati al fine di contrastare l'eccessivo aggravio fiscale.

<sup>75</sup> Per un ulteriore approfondimento sulle dinamiche che hanno contribuito all'adozione del regime del *Patent box* si consiglia la lettura di F. PEDACCINI e P. ARGINELLI, "Prime riflessioni sul regime italiano di Patent Box in chiave comparata ed alla luce dei lavori dell'OCSE in materia di contrasto alle pratiche fiscali dannose", in *Rivista di Diritto Tributario*, 2014, p. 63 e ss.

<sup>76</sup> Il documento è consultabile al seguente collegamento:

<https://www.rgs.mef.gov.it/Documenti/VERSIONE-I/Attivit--i/Bilancio di previsione/Legge di stabilit/2015/Legge di Stabilita 2015.pdf>

Ai fini applicativi, il regime *Patent Box* costituisce un'opzione non revocabile ed esercitabile dal contribuente con durata quinquennale e con possibilità di rinnovo alla scadenza.

Come si è anticipato, l'istituto in esame è stato introdotto nell'ordinamento italiano con L. n. 190 del 23 dicembre 2014, successivamente modificata dal D.L. 24 gennaio 2015 (*Investment Compact*), convertito in L. n. 33 del 24 marzo 2015.

Con il regime *Patent Box* si prevede la detassazione del reddito derivante dall'utilizzo di beni immateriali ai fini del calcolo della base imponibile.

Sebbene l'Italia sia stato uno tra gli ultimi paesi aderenti all'OCSE ad aver adottato il regime *Patent Box*, si riscontra l'unicità del quadro normativo italiano in ragione della possibilità di applicazione di tale regime fiscale anche ai *c.d. marketing intangible assets* ed ai costi sostenuti per la ricerca e lo sviluppo<sup>77</sup> dei beni immateriali.

Il quadro normativo così descritto è stato ulteriormente implementato con L. 208 del 28 dicembre 2015 (Legge di Stabilità 2016), con la quale si sono apportate alcune modifiche principalmente relative ai criteri di individuazione dei redditi agevolabili, nonché la possibilità di accesso all'opzione per più beni immateriali nei casi in cui il loro impiego risultasse congiunto.

Ancora, con il D.L. 50 del 24 aprile 2017, convertito in L. 21 giugno 2017 n. 96 si è avuta un'inversione di tendenza e sono state apportate modifiche in senso restrittivo ai criteri di determinazione dei beni idonei a beneficiare dell'agevolazione fiscale.

Da ultimo con decreto-legge 21 ottobre 2021 n. 146, ulteriormente modificato dalla Legge di Bilancio 2022 (legge 30 dicembre 2021) sono state apportate modifiche alla disciplina del *Patent Box* e, l'Agenzia delle Entrate con Circolare del 24 febbraio 2023 ha chiarito i criteri applicativi di tali innovazioni.

Il nuovo regime ha sostituito quello disciplinato dall'articolo 1, commi da 37 a 45 della legge 23 dicembre 2014 n. 190, a sua volta novellato dall'articolo 4 del decreto-legge 30 aprile 2019 n. 34, convertito con modificazioni dalla legge 28 giugno 2019 n. 58.

La Circolare di cui si tratta chiarisce che la novella legislativa ha la finalità di semplificare il processo applicativo del regime di agevolazione fiscale previgente, i cui principi di base restano in ogni caso validi.

---

<sup>77</sup> Sul punto si rimanda al paragrafo 2.1. della Legge di stabilità 2015.

Il nuovo beneficio si sostanzia in una deduzione fiscale maggiorata dei costi di ricerca e sviluppo riferibili a determinate tipologie di beni immateriali e, in particolare, l'articolo 6 comma 3 prevede che i costi di R&D sostenuti da soggetti che abbiano esercitato l'opzione con riferimento al nuovo *Patent Box* «*in relazione a software protetto da copyright, brevetti industriali, disegni e modelli che siano dagli stessi soggetti utilizzati direttamente o indirettamente nello svolgimento della propria attività d'impresa, sono maggiorati del 110 per cento*».

Si tratta dunque di una modalità di fruizione del beneficio che risulta direttamente applicabile al contribuente, fermo restando la possibilità da parte dell'Amministrazione Finanziaria di dare avvio ad una successiva fase di controllo, ma anche quest'ultima è stata oggetto di semplificazione.

Con riferimento all'ambito di applicazione soggettivo del nuovo regime di *Patent Box*, si riporta quanto illustrato nella Circolare<sup>78</sup> e, dunque, risultano beneficiari dell'agevolazione i soggetti titolari di reddito di impresa:

1. a) le persone fisiche che esercitano imprese commerciali ai sensi dell'articolo 55 del TUIR;
  2. b) i soggetti di cui all'articolo 73, comma 1, lettere a) e b), del TUIR;
  3. c) i soggetti di cui all'articolo 73, comma 1, lettera c), del TUIR, relativamente all'attività commerciale eventualmente esercitata;
  4. d) i soggetti di cui all'articolo 5, comma 1, del TUIR, ad eccezione delle società semplici;
- e) i soggetti di cui all'articolo 73, comma 1, lettera d), del TUIR residenti in Paesi con i quali sia in vigore un accordo per evitare la doppia imposizione e con i quali lo scambio di informazioni sia effettivo, con stabile organizzazione nel territorio dello Stato alla quale siano attribuibili i beni immateriali oggetto di agevolazione.

L'opzione esercitata dal contribuente è irrevocabile, rinnovabile e di durata pari a cinque periodi di imposta.

Quest'ultima è relativa ai soli beni per i quali sia stata richiesta; pertanto, nell'eventualità in cui l'impresa voglia richiedere l'agevolazione per un ulteriore

---

<sup>78</sup><https://www.agenziaentrate.gov.it/portale/documents/20143/4988552/Circolare+nuovo+Patent+Box+24.02.23.pdf/dd915ff5-4358-658a-102d-023a65dfd9a6>

bene immateriale, questa dovrà esercitare una nuova opzione che avrà la medesima durata quinquennale.

Un'ulteriore novità è quella relativa alla possibilità di esercitare l'opzione in maniera tardiva, ovverosia con dichiarazione presentata entro novanta giorni dal termine ordinario.

Con riferimento all'ambito oggettivo di applicazione del nuovo regime *Patent Box*, questo è definito dal comma 3 dell'articolo 6 e comprende i seguenti beni immateriali:

- a) software protetto da *copyright*;
- b) brevetti industriali
- c) disegni e modelli giuridicamente tutelati;
- d) due o più beni immateriali tra quelli indicati nelle precedenti lettere e collegati tra loro da un vincolo di complementarità, tale per cui la realizzazione di un prodotto o di una famiglia di prodotti, o di un processo, o di un gruppo di processi, sia subordinata all'uso congiunto degli stessi.

In conclusione, giungendo al nocciolo della questione, il nuovo regime *Patent Box* permette una parziale esenzione tributaria per i redditi derivanti dall'utilizzo dei beni immateriali che rientrano nel suo ambito di applicazione. Con la novella del 2021 è stata istituita una super deduzione maggiorata del 90% dei costi di R&D dei beni in esami.<sup>79</sup>

La novità più rilevante introdotta con la riforma è ***l'inclusione dei marchi di impresa tra i beni che danno diritto all'imprenditore di ottenere la super deduzione.***

È evidente che il regime *Patent Box* ha cambiato con il tempo la propria ragione di esistenza: da mezzo di incentivo per gli imprenditori a non delocalizzare i propri *asset* e a promuovere attività di ricerca e sviluppo, a mezzo che, mediante un'esenzione di rilevante entità finisce per incentivare gli imprenditori a sostenere costi collegati ai beni immateriali, a prescindere dalla natura degli stessi.

---

<sup>79</sup> Si consiglia la seguente lettura di approfondimento, riassuntiva delle nuove modalità di accesso al regime *Patent Box*, il link è disponibile al seguente collegamento: <https://www.agendadigitale.eu/documenti/patent-box-2020-per-software-marchi-e-know-how-ecco-come-funziona/>

## **CAPITOLO 3.**

### **L'IMPAIRMENT TEST DELLE IMMOBILIZZAZIONI IMMATERIALI E LA DETERMINAZIONE DEL VALORE DEL MARCHIO AI FINI DELLA SUA VALORIZZAZIONE O CESSIONE**

#### **3.1 La svalutazione delle immobilizzazioni immateriali nella normativa contabile nazionale**

Secondo la normativa dettata dai principi contabili nazionali ed internazionali, le attività immobilizzate devono essere annualmente sottoposte ad una verifica (*impairment test*) volta ad accertare che il loro valore recuperabile sia in linea con il valore contabile.

Nel caso in cui la verifica abbia esito negativo, l'impresa dovrà procedere ad una svalutazione dell'attività immobilizzata.

Tale previsione risulta strettamente correlata al principio di prudenza, rispondendo al medesimo obiettivo di evitare possibili sopravvalutazioni del patrimonio aziendale ed imponendo, di conseguenza, che nel caso in cui il valore recuperabile di un bene risulti notevolmente inferiore rispetto al suo valore di iscrizione iniziale, il bene debba essere iscritto a tale minor valore.

Volendo individuare la normativa nazionale di riferimento, si ritiene opportuno partire dall'analisi dell'art. 2426 del Codice civile, il quale dispone che le immobilizzazioni materiali e immateriali siano iscritte in bilancio al costo di acquisto o di produzione e che, qualora un'immobilizzazione abbia una vita utile limitata, tale costo debba essere ammortizzato in ogni esercizio, in modo da riflettere la sua residua possibilità di utilizzazione.

Ancora, il terzo comma della norma in esame prevede che *“l'immobilizzazione che, alla data di chiusura dell'esercizio, risulti durevolmente di valore inferiore a quello determinato secondo i numeri 1) e 2) deve essere iscritta a tale minor valore.”*

Sulla stessa linea, l'art. 2427 del Codice Civile, relativamente al contenuto della nota integrativa, prevede che in caso di rilevazione di perdite durevoli di valore sulle immobilizzazioni materiali e immateriali, le imprese debbano indicare la misura e le motivazioni delle riduzioni di valore applicate tenendo conto:

- del concorso delle immobilizzazioni alla futura produzione di risultati economici;
- della loro prevedibile durata utile e, per quanto rilevante;
- del loro valore di mercato.

Con riferimento ai principi contabili nazionali, la materia è disciplinata dall'OIC 9. Così come riportato nel documento predisposto dall'OIC e relativo all'ultima versione del principio in esame, si propone un *modello basato sull'attualizzazione dei flussi di cassa come paradigma concettuale di riferimento per la determinazione del valore recuperabile delle immobilizzazioni materiali e immateriali, secondo un approccio di universale accettazione e adottato dagli standard setters più importanti a livello globale*.<sup>80</sup>

Con il D.lgs. 139/2015 l'OIC 9 è stato oggetto di un intervento riformatore, che ha portato ad un'importante innovazione in merito alla possibilità, per le imprese che rispettano determinati requisiti dimensionali<sup>81</sup> e per le microimprese, di utilizzare un approccio semplificato per la determinazione delle perdite durevoli di valore.

L'applicazione dell'approccio semplificato resta in ogni caso esclusa per le società che redigono il bilancio consolidato e che pertanto sono tenute all'applicazione del metodo *benchmark*.

L'OIC 9 dispone che se il valore recuperabile di un'immobilizzazione si riduce al di sotto del valore contabile, l'immobilizzazione deve essere rilevata a tale minor valore e la differenza è imputata al conto economico sotto la voce "perdite durevoli di valore". A questo punto è lecito chiedersi cosa debba intendersi per perdita durevole di valore, di modo da comprendere i presupposti applicativi del principio in esame.

Ebbene, si definisce perdita durevole di valore la diminuzione di valore che rende il valore recuperabile di un'immobilizzazione, determinato in una prospettiva di lungo termine, inferiore rispetto al suo valore netto contabile.<sup>82</sup>

---

<sup>80</sup> La versione integrale del documento OIC è disponibile al seguente collegamento: <https://www.fondazioneoic.eu/wp-content/uploads/2011/02/2016-12-OIC-9-Svalutazioni-per-perdite-durevoli.pdf>

<sup>81</sup> I requisiti previsti dal principio contabile nazionale sono i seguenti: 1) totale attivo di 4,4 milioni di euro; 2) ricavi delle vendite e prestazioni: 8,8 milioni di euro; 3) dipendenti: 50 unità occupate in media durante l'esercizio.

<sup>82</sup> La definizione è tratta dal documento OIC, punto 4.

Per rilevare l'eventuale perdita durevole di valore la società può servirsi dei c.d. indicatori di potenziali perdite durevoli di valore e, nel caso in cui questi dovessero sussistere, procedere alla stima del valore recuperabile dell'immobilizzazione.

È proprio a questo punto che, *solo laddove il valore recuperabile sia inferiore al valore contabile*, è necessario procedere alla svalutazione dell'*asset*.

Nella valutazione dell'eventuale perdita durevole di valore, la società è tenuta a considerare:

- se il valore di mercato di un'attività sia diminuito significativamente durante l'esercizio, al di fuori delle aspettative;
- se durante l'esercizio si siano verificate o si verificheranno nel prossimo futuro variazioni significative con effetto negativo per la società nell'ambiente tecnologico, di mercato, economico o normativo in cui la società opera o nel mercato in cui un'attività è rivolta;
- se nel corso dell'esercizio sono aumentati i tassi di interesse di mercato o altri tassi di rendimento degli investimenti, ed è probabile che tali incrementi condizionino il tasso di attualizzazione utilizzato nel calcolo del valore d'uso di un'attività e riducano il valore recuperabile;
- il valore contabile delle attività nette delle società è superiore al loro *fair value* stimato della società;
- l'obsolescenza o il deterioramento fisico di un'attività risulti evidente;
- nel corso dell'esercizio si sono verificati significativi cambiamenti con effetto negativo sulla società, oppure si suppone che si verificheranno nel prossimo futuro, nella misura o nel modo in cui un'attività viene utilizzata o ci si attende sarà utilizzata. Tali cambiamenti includono casi quali:
  - l'attività diventa inutilizzata;
  - i piani di dismissione o ristrutturazione del settore operativo al quale l'attività appartiene;
  - piani di dismissione dell'attività prima della data prima prevista;
  - la ridefinizione della vita utile dell'immobilizzazione;
  - dall'informativa interna risulta evidente che l'andamento economico di un'attività è, o sarà, peggiore di quanto previsto.<sup>83</sup>

---

<sup>83</sup> L'elenco è stato ripreso dal documento OIC 9, paragrafo 17, p.6. Si riporta di seguito il link per la consultazione: <https://www.fondazioneoic.eu/wp-content/uploads/2011/02/2016-12-OIC-9-Svalutazioni-per-perdite-durevoli.pdf>

Con riferimento ai soggetti legittimati all'utilizzo dell'approccio semplificato, l'OIC 9 precisa che quest'ultimo si basa sugli stessi presupposti caratterizzanti il modello di base e che la sua adozione trova giustificazione nel fatto che, per le società di minori dimensioni, i risultati ottenuti si discostano in misura non rilevante rispetto a quelli risultanti dall'applicazione del modello base.

Tale finalità viene ugualmente perseguita in quanto:

- le CGU nelle società di minori dimensioni tendono a coincidere con l'intero complesso aziendale;
- nel caso in cui la dinamica del circolante sia stabile, i flussi di reddito tendono ad approssimare i flussi di cassa.

Dunque, poiché l'approccio semplificato fonda la verifica della recuperabilità delle immobilizzazioni sui flussi di reddito prodotti dall'intero complesso aziendale, senza distinguere tali flussi in relazione all'unità generatrice o al singolo flusso di cassa, al ricorrere dei due requisiti sopra menzionati si giungerà al medesimo risultato ottenibile mediante l'applicazione del metodo base.

Gli indicatori di potenziali perdite durevoli di valore risultano essere pressoché gli stessi visti per l'applicazione del metodo base.

### **3.2 L'impairment test**

Il principio contabile internazionale IAS 36 definisce le regole da seguire al fine di evitare che le immobilizzazioni immateriali siano iscritte in bilancio ad un valore contabile superiore a quello recuperabile.<sup>84</sup>

Si tratta di un obbligo valutativo posto a carico degli amministratori della società, tenuti a verificare che quanto rilevato in bilancio sia realmente rappresentativo e realistico in termini di capacità dell'*asset* di generare flussi futuri mediante l'utilizzazione o la sua cessione a terzi.

L'applicazione del principio in esame prescinde dal criterio di valutazione che il *management* ha adottato per l'iscrizione in bilancio degli *asset* e attribuisce al *management* stesso un'ampia discrezionalità circa le modalità e le tecniche da seguire per effettuare il test di *impairment*.<sup>85</sup>

Prima di illustrare il processo di *impairment test* si ritiene opportuno chiarire i significati dei termini utilizzati dallo IAS 36:

---

<sup>84</sup> Cfr. F. DEZZANI, P. BIANCONE, D. BUSSO in "IAS/IFRS".

<sup>85</sup> La verifica di *impairment* è infatti ritenuta una modalità di valutazione di carattere spiccatamente soggettivo. Sul punto si veda A.S. HILTON e O' BRIEN, in *Impairment and discretion*, 2009.



- per **valore contabile** si intende il valore al quale un'attività viene contabilizzata, dopo aver dedotto l'ammortamento e le eventuali riduzioni di valore;
- per **cash generating unit** CGU si intende il più piccolo insieme di attività identificabili che creano flussi monetari in entrata indipendenti dai flussi finanziari generati da altre attività o da gruppi di attività.

Fermo restando la necessaria esecuzione della verifica per tutte le immobilizzazioni immateriali che siano interessate da una riduzione di valore, l'*impairment test* riguarda in particolar modo due categorie di attività che impongono all'impresa, almeno una volta l'anno, di verificare l'eventuale sopravvenienza di una perdita durevole di valore: si tratta delle attività immateriali con vita utile indefinita<sup>86</sup> e dell'avviamento acquisito nell'ambito di operazioni di aggregazione aziendale.

Innanzitutto, sulla stessa linea di quanto disposto dal principio contabile nazionale OIC 9, si è in presenza di una perdita conseguente alla riduzione di valore quando il valore contabile di un'attività o di una CGU risulta superiore al suo valore recuperabile.

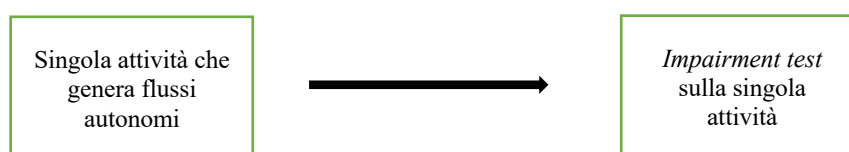
Lo IAS 36 definisce quale **valore recuperabile** il maggiore tra il *fair value* al netto dei costi di dismissione e il valore d'uso<sup>87</sup> di un'attività o di una CGU.

Nel caso in cui anche uno solo dei due valori sia superiore a quello contabile non è necessario determinare l'altro, in quanto significa che la risorsa non ha subito alcuna perdita.

Il paragrafo 22 dello IAS 36 stabilisce che il valore recuperabile debba essere calcolato con riferimento ad una singola attività, eccezion fatta per quelle non siano in grado di generare flussi finanziari in entrata in misura indipendente da altri *asset* o gruppi di attività.

In tal caso il valore recuperabile deve essere riferito all'unità generatrice di flussi finanziari alla quale appartiene l'attività (si pensi al caso di una linea di prodotto o ad un impianto utilizzato per la produzione in un'impresa industriale).

Nel Grafico 2 si schematizza quanto appena esposto:



<sup>86</sup> La ragione risiede essenzialmente nel fatto che il processo di ammortamento è compiuto sulla residua possibilità di utilizzo del bene e tale requisito manca per i beni con vita utile indefinita.

<sup>87</sup> Per valore d'uso si intende il valore attuale dei flussi finanziari futuri che l'impresa è in grado di generare tramite l'utilizzo di un'attività o di una CGU.



Grafico 2: procedura di *impairment test* per una singola attività e per una CGU.

Per quanto riguarda la frequenza con la quale effettuare la procedura di *impairment* lo IAS 36 specifica i seguenti riferimenti temporali:

- ogni anno per l'avviamento e per le attività immateriali con vita utile indefinita o per quelle non ancora disponibili per l'utilizzo;
- ogni qualvolta si rilevi la presenza di un potenziale indicatore di perdita durevole di valore, indipendentemente dal periodo temporale di riferimento.

Infine, per le società che redigono l'informativa finanziaria intermedia, la valutazione dell'eventuale perdita di valore deve avvenire contestualmente al momento di redazione dell'informativa (IAS 34).

Per individuare la presenza di una perdita durevole di valore la società può servirsi di fonti interne o esterne di informazione: le prime fanno riferimento ai dati reperibili dal mercato e spesso si basano su una metodologia di analisi comparativa<sup>88</sup>, le seconde invece si riferiscono ai dati di cui la società dispone internamente<sup>89</sup> e che siano idonei a rilevare la presenza di una perdita durevole.

### 3.3 La determinazione del valore recuperabile

Come anticipato poc'anzi, la valutazione di *impairment* viene effettuata attraverso il confronto tra valore recuperabile e valore contabile dell'immobilizzazione immateriale.

All'esito di tale confronto possono presentarsi i seguenti scenari:

<sup>88</sup> Tra gli indicatori esterni si ricordano le ipotesi in cui il valore di un'attività sia diminuito in misura superiore a quanto previsto, insieme con la rilevazione di significative variazioni tecnologiche e in generale del mercato di riferimento in cui l'azienda opera.

<sup>89</sup> In tal caso si fa riferimento a tutte le informazioni derivanti dal sistema informativo interno idonee a rilevare che un'attività abbia subito una riduzione durevole di valore quali: un ammontare superiore di flussi finanziari connessi all'attività o di disponibilità liquide necessarie per l'utilizzo della stessa; l'obsolescenza del bene; un significativo peggioramento del reddito operativo ecc..

- a) il valore recuperabile risulta superiore al valore contabile
- b) il valore recuperabile risulta inferiore al valore contabile

Nel caso sub a) non sarà necessario procedere ad una svalutazione dell'attività mentre, nel caso sub b) verrà rilevata una perdita durevole di valore e dunque l'attività dovrà essere svalutata.

Analizzando la nozione di valore recuperabile si può notare come la normativa internazionale offra due termini di confronto rispetto al valore contabile.

Tale scelta risponde a due esigenze fondamentali: quella di ottenere informazioni disponibili su un mercato attivo e, dall'altro lato, quella di calcolare la redditività derivante dall'impiego del bene.<sup>90</sup>

Poiché non è sempre agevole determinare i potenziali indicatori di perdite di valore, lo IAS 36 non impone necessariamente il calcolo di entrambi.

In particolare, il paragrafo 19 dispone che nel caso in cui il *fair value* netto sia superiore al valore contabile, non sia necessario procedere alla svalutazione, risultando in questo caso superflua la determinazione del valore d'uso.

Con riferimento alla stima di quest'ultimo, il paragrafo 30 dello IAS 36 prevede un elenco di operazioni necessarie alla sua determinazione, che si riportano di seguito:

- a) una stima dei flussi finanziari futuri che l'entità si aspetta di ottenere dall'attività;
- b) aspettative in merito a possibili variazioni del valore o dei tempi di tali flussi finanziari futuri;
- c) il valore temporale del denaro, rappresentato dal tasso corrente di interesse privo di rischio di mercato;
- d) il prezzo di assumersi l'incertezza implicita nell'attività;
- e) altri fattori, quali la mancanza di liquidità, che coloro che partecipano al mercato rifletterebero nei prezzi dei flussi finanziari futuri che l'entità si aspetta di ottenere dall'attività.<sup>91</sup>

Per determinare il valore recuperabile di un'attività immateriale è fondamentale considerare i flussi finanziari derivanti dalla sua dismissione.

---

<sup>90</sup> Sul punto si consiglia la lettura di F. DEZZANI, P.P. BIANCONE, D. RUSSO (a cura di) in "IAS/IFRS", manuali IPSOA, Milano, 2022, p. 1064 e ss.

<sup>91</sup> Paragrafo 19 IAS 36: [https://www.revisoronline.it/IAS\\_IFRS/ias36.htm](https://www.revisoronline.it/IAS_IFRS/ias36.htm)

L'ammontare di questi ultimi è rappresentato dalla misura che *l'entità si aspetta di ottenere dalla dismissione dell'attività in una libera transazione tra parti consapevoli e disponibili, dopo aver dedotto i costi stimati di dismissione.*<sup>92</sup>

La stima dei flussi finanziari netti che ci si aspetta di ottenere deve essere eseguita nel rispetto delle prescrizioni dettate dai principi contabili internazionali in tema di *fair value*. Ciò comporta l'utilizzo, da parte dell'impresa, dei prezzi in vigore alla data della stima per attività simili che sono giunte al termine del loro ciclo di vita utile e che sono state utilizzate in maniera analoga a quella in cui tale attività verrà utilizzata.

A tale stima si aggiunge l'eventuale rettifica per effetto di aumenti imprevedibili di prezzi causati da fenomeni inflazionistici o da specifiche ragioni determinanti un aumento o una riduzione dei prezzi nei relativi settori di mercato.

Infine, i flussi finanziari così determinati sono sottoposti ad un procedimento di attualizzazione ad un tasso che, in base ai principi contabili internazionali, deve essere lordo di imposta.

### **3.4 Le modalità di determinazione delle perdite durevoli di valore riferite ad una singola attività**

Le attività iscritte in bilancio che siano in grado di generare flussi autonomi sono soggette a specifici *impairment test*.

Lo IAS 36 individua tre diverse situazioni ai fini della rappresentazione in bilancio di una perdita durevole di valore:

- a) perdita di valore relativa ad una singola attività valutata al costo;
- b) perdita di valore per una singola attività valutata al *fair value*;
- c) perdita di valore eccedente il valore contabile.

Con riferimento alla prima ipotesi, la movimentazione in bilancio conseguente alla perdita di valore è rilevata al conto economico, tra i costi di esercizio.

Inoltre, lo IAS 36 rimanda ai paragrafi 73 e ss. dello IAS 16 secondo cui le poste "Immobili, Impianti e Macchinari" necessitano di un'apposita indicazione in bilancio relativa all'ammontare degli ammortamenti accumulati, incluse le svalutazioni. In tal caso, l'ammortamento accumulato non deve essere eliminato in seguito al verificarsi

---

<sup>92</sup> Paragrafo 52 IAS 36

di una perdita durevole di valore, né tantomeno si dovrà inserire un'apposita voce di "svalutazione da impairment", in quanto quest'ultima può essere inserita nel fondo ammortamento, con l'unica accortezza di specificare che si tratta, appunto, di una voce relativa al fondo ammortamento e svalutazione.

Le movimentazioni sopra elencate devono essere riportate nelle note al bilancio, con l'indicazione dell'ammontare della svalutazione per ciascuna classe di attività e, contestualmente, la società dovrà indicare in quale voce del conto economico tali perdite siano state contabilizzate.

Da ultimo, una volta rilevata la perdita, sarà necessario rettificare la quota di ammortamento delle attività al fine di poter ripartire il nuovo valore contabile delle stesse.

Nell'ipotesi sub b) le perdite durevoli di valore si configurano quali riduzioni della rivalutazione e, nel caso in cui vi sia un'eccedenza rispetto alla rivalutazione effettuata, questa sarà imputata al conto economico.

Infine, con riferimento all'ipotesi sub c) i paragrafi 61 e ss. dello IAS 36 prospettano due diverse ipotesi:

- 1) il caso in cui la perdita di valore sia inferiore al valore di iscrizione dell'attività;
- 2) il caso in cui la perdita di valore sia superiore al valore di iscrizione dell'attività.

Nella prima ipotesi l'impresa dovrà ridurre il valore contabile proporzionalmente all'avvenuta svalutazione, nella seconda, invece, lo IAS 36 dispone che la svalutazione comporterà l'azzeramento del valore di iscrizione dell'*asset*, con la rilevazione dell'eccedenza in un apposito fondo rischi e oneri, se previsto da un apposito principio contabile internazionale.

In ogni caso, successivamente alla rettifica, si procede alla ridefinizione delle quote di ammortamento, che risulteranno inferiori rispetto a quelle originarie: tale contrazione mette in evidenza che con la svalutazione non si ha una nuova voce di costo ma una modifica della ripartizione "lungo la vita utile del bene, dell'onere complessivo, che resta quello originariamente pagato a economie terze in occasione della sua acquisizione o costruzione".<sup>93</sup>

---

<sup>93</sup> La questione viene approfondita da L. M. MARI, in "Le valutazioni nel bilancio IAS/IFRS, Analisi dei principi contabili internazionali, Giappichelli, Torino, 2020, p. 54.

### 3.5 Le perdite di valore di una CGU

Come si anticipava, il capitale di un'azienda non sempre è scindibile in singole attività generatrici di flussi di cassa autonomi e, in tali circostanze, l'*impairment test* non sarà attuabile singolarmente e analiticamente.

Come si è osservato in precedenza, per poter procedere alla rilevazione di una perdita durevole di valore relativa ad un singolo *asset*, l'impresa deve essere in condizione di determinare alternativamente il *fair value* dell'attività o il suo valore d'uso.

Tuttavia, nei casi in cui non sia possibile scindere il valore delle singole attività e, dunque, quando non sia presente un mercato attivo o quando la singola attività non sia in grado di generare flussi autonomi rispetto ad altre attività aziendali, l'impresa dovrà stimare il valore dell'unità generatrice di flussi di cassa: la c.d. CGU.

La CGU si caratterizza per la presenza di un sistema di beni che operano congiuntamente al fine di generare flussi di cassa (come un ramo d'azienda, una unità di business, uno stabilimento ecc..) <sup>94</sup>

Così come definito dal paragrafo 6 dello IAS 36 per unità generatrice di flussi di cassa si intende *il più piccolo gruppo di attività in grado di produrre flussi finanziari ampiamente indipendenti da quelli scaturenti da altre attività o da altri gruppi di attività.*

Ebbene, se si considera la nozione di CGU offerta dalla normativa internazionale, è agevole intuire che l'identificazione della stessa è frutto di un giudizio espresso dal *management* aziendale piuttosto che da parametri oggettivi e identificativi delle caratteristiche di una unità generatrice di flussi di cassa.

Nell'ambito del giudizio espresso, il *management* aziendale deve tener conto del controllo sull'attività, delle politiche decisionali per la produzione e dell'esistenza di un mercato attivo in cui i prodotti e servizi generati dall'unità sono commercializzati.

Nel caso in cui esista tale mercato, allora il gruppo di attività sarà rilevato come *cash generating unit*. A tale conclusione si perviene anche nel caso in cui tutti o parte dei prodotti realizzati da un'attività o da un gruppo di attività, sebbene siano utilizzati da altre CGU facenti capo all'impresa che redige il bilancio, possano essere ceduti su un mercato attivo.

Il valore contabile di una CGU è pari alla sommatoria degli importi iscritti in bilancio di ogni singola attività non corrente che è possibile attribuire, direttamente o tramite

---

<sup>94</sup> Cfr. C. FLORIO, "La verifica di *impairment test* nelle politiche di *earnings management* p. 130.

criteri ragionevoli, all'unità. Non vengono incluse le voci dell'attivo circolante “*in quanto i saldi relativi sono sottoposti separatamente a verifica per perdita di valore*” in conformità alle regole stabilite dagli altri principi.<sup>95</sup>

Per poter confrontare il valore contabile e il valore recuperabile di una CGU è necessario ricondurre tutte le grandezze da confrontare alla medesima unità di misura. Il paragrafo 76 dello IAS 36 dispone, infatti, che il valore contabile di un'unità generatrice di flussi finanziari *include il valore contabile delle sole attività che possono essere attribuite direttamente, o ripartite secondo un criterio ragionevole e uniforme, all'unità generatrice di flussi finanziari e che generano flussi finanziari futuri in entrata utilizzati nel determinare il valore d'uso dell'unità generatrice di flussi finanziari; e non include il valore contabile di nessuna passività rilevata, a meno che il valore recuperabile dell'unità generatrice di flussi finanziari non possa essere determinato senza tenere conto di questa passività.*<sup>96</sup>

Ancora, il paragrafo 75 dello IAS 36 prevede che, per la stima del valore contabile, debba essere utilizzata la medesima modalità applicata dall'impresa per il calcolo del valore recuperabile della CGU.

Restano escluse dalla stima del valore contabile e del valore recuperabile tutte le poste dell'attivo circolante, in ragione del fatto che i saldi relativi al capitale circolante sono oggetto di separata verifica per perdite di valore.<sup>97</sup>

Infine, con riferimento alla stima del valore recuperabile di una CGU bisogna fare delle differenze; lo IAS 36 definisce il valore recuperabile come **il maggiore tra il *fair value* al netto dei costi di dismissione ed il valore d'uso di una CGU**; dunque:

- se l'impresa deve determinare il *fair value* della CGU, a norma dello IAS 36, dovrà seguire pressoché lo stesso *iter* previsto per la rilevazione del *fair value* di una singola attività;
- nel caso in cui, invece, si debba procedere alla determinazione del valore d'uso, il paragrafo 30 dello IAS 36 prevede l'utilizzo di una metodologia più complessa e di natura prevalentemente finanziaria<sup>98</sup>.

---

<sup>95</sup> L.M. MARI, op. cit. p. 55.

<sup>96</sup> Par. 76 IAS 36 [https://www.revisorionline.it/IAS\\_IFRS/ias36.htm](https://www.revisorionline.it/IAS_IFRS/ias36.htm)

<sup>97</sup> Si pensi al caso previsto dallo IAS 2 e dall'IFRS 39 relativamente alla stima della perdita durevole per le rimanenze e i crediti.

<sup>98</sup> Per un approfondimento si consiglia la lettura del paragrafo 30 dello IAS 36.

In ultima analisi, un discorso particolare riguarda l'avviamento acquisito nell'ambito di operazioni di *business combination* e che deve essere assegnato a ciascuna unità in grado di beneficiare delle sinergie dell'operazione.

Considerata la natura dell'avviamento, esso è in grado di generare benefici economici per l'azienda solo se considerato insieme ad altre attività o gruppi di attività.

Per tali ragioni nel caso in cui venga ceduta una CGU alla quale l'avviamento è associato, questo dovrà essere considerato nel valore della risorsa, nei limiti in cui è ad essa associabile.

Il paragrafo 80 dello IAS 36 dispone che l'avviamento viene allocato considerando quale CGU l'unità più piccola all'interno dell'impresa "in cui lo stesso è monitorato per finalità gestionali interne".

Per definire tale dimensione viene stabilito un livello minimo e massimo entro cui circoscrivere l'avviamento da associare alla CGU.

Fatte tali premesse, la verifica per eventuali riduzioni per perdite di valore deve essere effettuata con cadenza annuale, a partire dall'esercizio in cui è avvenuta l'operazione di *business combination*.

Nel caso in cui tale verifica abbia esito positivo, la perdita va imputata innanzitutto all'avviamento fino a quando il valore dello stesso non risulti azzerato; l'eventuale eccedenza viene poi ripartita tra i restanti elementi in proporzione ai loro rispettivi valori contabili.<sup>99</sup>

### **3.6 Analisi comparatistica dell'operazione di ripristino di valore nella normativa nazionale ed internazionale**

L'eventuale perdita di valore di un'attività potrebbe essere venuta meno o essersi ridotta nella sua misura.

Pertanto, al termine di ogni esercizio, l'impresa deve valutare se sussistono indicazioni<sup>100</sup> di riduzione delle precedenti perdite di valore.

L'operazione di ripristino di valore può derivare da svariate ragioni, tra le quali si ricordano, a titolo esemplificativo, l'intervento di leggi speciali o la presenza di

---

<sup>99</sup> Si veda R. BAUER, C. MEZZOBOTTA, *Perdite durevoli di valore e avviamento secondo i principi IFRS*.

<sup>100</sup> Nell'ambito delle indicazioni di cui l'impresa deve tener conto si considerano i cambiamenti dei tassi di interesse, le variazioni favorevoli degli andamenti di mercato, le differenti modalità di utilizzazione dell'immobilizzazione ecc..



fenomeni inflazionistici che, tendenzialmente, comportano una rivalutazione del costo storico dell'immobilizzazione.

Il codice civile, all'art 2426, dispone che *l'immobilizzazione che, alla data di chiusura dell'esercizio, risulti durevolmente di valore inferiore a quello determinato secondo i numeri 1) e 2) deve essere iscritta a tale minor valore, **questo non può essere mantenuto nei successivi bilanci se sono venuti meno i motivi della rettifica effettuata.***

Sulla stessa linea, l'OIC 24 prevede che nel caso in cui vengano meno le cause che hanno determinato una svalutazione dell'immobilizzazione, questa debba essere rivalutata.

Il ripristino di valore è finalizzato ad allineare il valore contabile a quello recuperabile e, in ogni caso, il valore ripristinato non può eccedere il valore che l'immobilizzazione avrebbe avuto in assenza della precedente svalutazione.

Analizzando la normativa internazionale, lo IAS 36 si occupa di determinare gli indicatori potenziali di ripristini di valore che, come è ragionevole presumere, presentano caratteri diametralmente opposti agli indicatori di potenziali perdite di valore.<sup>101</sup>

Più precisamente, la società dovrà tener conto di:

- un aumento significativo del valore di mercato del bene o del gruppo di beni svalutati o di un cambiamento significativo con effetto favore nell'ambiente tecnologico di mercato, economico o legale; o una riduzione dei tassi di mercato che si riflette in una riduzione del tasso di attualizzazione ai fini del calcolo del valore d'uso.
- un cambiamento significativo con effetto favorevole nel modo di utilizzo del cespite o delle informazioni di gestione aziendale che lasciano desumere un miglioramento del rendimento economico del cespite.

Una volta accertata la presenza di tali indici sintomatici di un ripristino di valore, la società dovrà modificare i criteri di calcolo del valore recuperabile e, se quest'ultimo era basato sul valore d'uso, modificare i flussi utilizzati per la sua determinazione.

Nel caso in cui la riduzione abbia riguardato una singola attività, il successivo ripristino determina un incremento del suo valore contabile che non può eccedere il dato contabile originario, al netto dell'ammortamento, come se non fosse mai stata rilevata alcuna perdita di valore.<sup>102</sup>

---

<sup>101</sup> Sul punto si rimanda al paragrafo 3.1.

Da un punto di vista contabile l'operazione di ripristino di valore comporta l'iscrizione di una voce di conto economico (nel caso in cui si tratti di beni valutati con il valore d'uso) o l'iscrizione di una voce nell'apposita riserva di rivalutazione (se si tratta di beni valutati al *fair value*).

Lo stesso procedimento vale anche per gli elementi di una CGU, eccezion fatta per il ripristino di valore dell'avviamento. In tal caso si compie infatti una riassegnazione proporzionale agli attuali importi contabili di ciascuna attività, tenendo conto del limite rappresentato dal valore netto originario di ciascuno.

Una volta effettuato il ripristino di valore, la società sarà tenuta ad indicare in nota integrativa l'ammontare delle rivalutazioni effettuate e la relativa movimentazione al conto economico insieme con le motivazioni alla base dei ripristini di valore e delle stime effettuate per la determinazione dei singoli valori recuperabili.

### **3.7. L'*impairment test* del marchio e le difficoltà di determinazione del c.d. *recoverable amount***

Per concludere l'analisi svolta nel presente capitolo, si vuole adesso spostare il *focus* sulle ipotesi di valutazione successiva alla prima rilevazione del marchio, che si manifestano principalmente in tre casi: la cessione, la svalutazione per perdite durevoli di valore e le controversie giudiziarie in materia di contraffazione o utilizzo illegittimo del marchio.

Nell'ambito di tali fattispecie valutative, la fase di *impairment test* è considerata la più problematica e complessa.

Al pari di tutte le immobilizzazioni immateriali, per poter procedere all'*impairment test* del marchio è indispensabile la determinazione del c.d. *recoverable amount* (ossia il valore recuperabile) che, secondo il dettato normativo del principio contabile internazionale, è definito come il maggior valore tra:

- il corrispettivo al quale il marchio può essere scambiato tra parti consapevoli e disponibili, in una libera transazione di mercato ad una determinata data di valutazione;
- il valore attuale netto dei flussi di cassa che il marchio è in grado di generare per il complesso aziendale.

È evidente che i due concetti sopra riportati rimandano rispettivamente alle nozioni di *fair value* e di valore d'uso del marchio.

Tendenzialmente, quando si effettua l'*impairment test* del marchio si è soliti ricorrere alla determinazione del valore d'uso piuttosto che del *fair value*, in quanto è raro che siano disponibili tutti i dati necessari alla determinazione del suo valore di mercato.

Difatti, per procedere alla stima del *fair value* del marchio è necessario tenere in considerazione i seguenti parametri:

- il prezzo pattuito in un accordo vincolante di vendita stabilito in un'operazione tra parti consapevoli e indipendenti;
- il prezzo di mercato dell'attività, (dunque necessariamente esserci un mercato attivo di riferimento);
- il prezzo applicato all'operazione più recente di cui il marchio costituisce oggetto;

Nell'assenza degli elementi sinora elencati, per determinare il *fair value* si considerano le migliori informazioni disponibili per riflettere l'ammontare che l'entità potrebbe ottenere, alla data di riferimento del bilancio, dalla dismissione dell'attività in una libera transazione tra parti consapevoli e disponibili.

Nella determinazione del *recoverable amount* bisogna dunque procedere alla stima della vita utile del marchio e di tutti i flussi finanziari futuri che, secondo le previsioni, quest'ultimo sarà in grado di generare.

Una volta individuati i flussi finanziari è necessario attualizzarli e, tale operazione, può essere realizzata con metodologie alternative:

- 1) metodo del *premium price*;
- 2) metodo degli indici di redditività;
- 3) metodo dello sgravio delle *royalty*.

Nel primo caso la stima dei flussi finanziari tiene conto del differenziale positivo che il marchio è in grado di generare e che si traduce in un vantaggio competitivo da rilevare rispetto ai concorrenti dell'impresa che offrono i medesimi prodotti, privi del marchio di riferimento.

In altre parole, il valore del marchio è dato dalla risultante della comparazione tra il volume dei prezzi-ricavo derivanti dalle vendite dei propri beni rispetto al volume dei prezzi ricavo di un'altra azienda che non dispone del medesimo segno distintivo.

Per procedere alla stima del *premium price* si procede ovviamente ad un'analisi di costi e ricavi aziendali generati dalla vendita dei prodotti contraddistinti dal marchio, tenendo conto, fra l'altro, dei maggiori costi di *marketing* per il mantenimento dell'elevato livello qualitativo del prodotto.

Con riferimento al metodo degli indici di redditività, si tratta di un approccio basato sulla constatazione che i prodotti marchiati siano idonei a garantire maggiori ritorni e dunque dalla stima di questi ultimi si ottiene il valore del marchio.

Invece, il presupposto applicativo della fattispecie sub 3) si basa sull'assunto che un'azienda sarebbe tenuta a corrispondere una remunerazione al titolare del marchio in assenza del diritto di utilizzazione dello stesso.

Dunque, la titolarità del marchio fa sì che l'azienda non debba sopportare tale onere economico, di conseguenza, i suoi risultati saranno positivamente influenzati dal risparmio di costo.

Da ciò la terminologia "sgravio di *royalty*", inteso come mancato pagamento di una *royalty* che inciderebbe negativamente sulle prestazioni finanziarie dell'azienda.

È bene sottolineare che non sempre è possibile calcolare il valore del marchio mediante le metodologie sopra esposte (si pensi al caso di un marchio appena registrato per il quale non è semplice determinare in maniera attendibile il possibile prezzo di vendita).

In tali circostanze, per determinare il *recoverable amount* del marchio si considera il costo di riproduzione o l'insieme dei costi che l'impresa dovrebbe sostenere nel caso in cui dovesse riprodurre il marchio *ex novo*.

Per quanto riguarda invece la determinazione del valore d'uso, è necessario stimare:

- i flussi finanziari futuri in entrata e in uscita direttamente riconducibili all'utilizzo dell'attività o della sua dismissione finale;
- attualizzare tali flussi con un appropriato tasso.

Nella stima dei flussi finanziari è necessario seguire parametri di ragionevolezza e sostenibilità che rappresentino la stima più attendibile che la direzione aziendale possa effettuare.

I flussi devono essere stimati facendo riferimento alle condizioni correnti dell'azienda e dando maggiore prevalenza alle fonti di informazione esterna piuttosto che a quelle interne.

Per concludere l'analisi svolta fin qui si ritiene opportuno analizzare, seppur in maniera sintetica, la fase svolta dagli appositi organi aziendali e finalizzata alla

determinazione del valore del marchio in sede di valorizzazione, spesso prodromica ad una sua successiva cessione<sup>103</sup>.

Innanzitutto, quando si parla di valorizzazione finanziaria di un marchio, si fa riferimento ad un'operazione spesso finalizzata alla sua eventuale destinazione a garanzia di un finanziamento.

La scelta di trattare tale argomento nel paragrafo finale di questo capitolo risiede nella constatazione che la metodologia di valutazione utilizzata coincide con quella adottata in occasione del test di *impairment* del marchio.

Nel caso in cui si voglia procedere alla costituzione del marchio a garanzia di un finanziamento, entrano in gioco dinamiche particolari e relative alle necessità di tutela del creditore in ordine al suo diritto di ricevere la somma di cui risulti titolare.

Per tali ragioni, nel rispetto di un generale principio di prudenza, il valore del marchio tende ad essere svalutato rispetto al suo valore effettivo.

Ulteriore presidio posto a garanzia del creditore è la limitazione alla possibilità di costituzione di un marchio in garanzia ai soli marchi che rispettano caratteristiche tali da garantire, almeno idealmente, la soddisfazione del creditore.

Al riguardo bisogna fare una distinzione tra marchi *start-up* e marchi già affermati e presenti sul mercato stabilmente.

Poiché i marchi *start up* si caratterizzano, così come indica il termine, per la loro recente costituzione, risulta difficile scindere il valore da questi generato rispetto all'intero ramo d'azienda di cui sono parte.

Per tali ragioni si esclude che i marchi di recente costituzione possano essere oggetto di valorizzazione finanziaria.

Caso diverso è quello in cui si tratti di marchi consolidati che, come si vedrà in maniera approfondita nel capitolo successivo, sono dotati di una forte individualità economica che consente di scindere il valore da questi generato rispetto al complesso aziendale di riferimento.

In tal caso è ammessa la possibilità di costituzione del marchio a garanzia di un finanziamento.

Le fonti di finanziamento sono principalmente influenzate dal tipo di sviluppo prescelto per il marchio, che si distingue in:

- sviluppo continuo;

---

<sup>103</sup> Si veda M. CELLI, "Riflessioni sulla valutazione del marchio d'impresa ai fini del trasferimento", in *Rivista italiana di ragioneria e di economia aziendale*, 2005, p. 243.

- sviluppo discontinuo.

Nel primo caso l'attività di sviluppo del marchio non necessita di operazioni straordinarie e avviene principalmente mediante ricorso al capitale dell'impresa.

Nel secondo caso invece, il ricorso all'indebitamento è frequente, così come la realizzazione di operazioni di fusioni e acquisizioni aziendali finalizzate ad ottenere liquidità.

Viene quindi naturale comprendere che il marchio soggetto ad uno sviluppo continuo è maggiormente idoneo ad essere costituito a garanzia di un finanziamento in ragione della sua minore rischiosità.

Tuttavia, in ragione delle limitazioni stabilite dalla normativa bancaria e finanziaria, il ricorso alla valorizzazione del marchio viene ritenuto rischioso e si registra un suo scarso utilizzo ai fini del credito bancario.

**CAPITOLO 4.**  
**LE MODALITÀ DI RILEVAZIONE DEGLI *INTANGIBLE***  
***ASSETS* NEL BILANCIO DEL GRUPPO FERRAGAMO**  
**S.p.A.**

Il capitolo che segue si propone come un'analisi approfondita ed un'applicazione tangibile di quanto detto nei capitoli precedenti su un caso studio in particolare: il gruppo “Salvatore Ferragamo S.p.A.”.

Il gruppo “Salvatore Ferragamo S.p.A.” è stato appositamente scelto come caso studio esplicativo di questo elaborato in quanto, pur essendo nato come una piccola realtà imprenditoriale italiana incentrata sulla lavorazione calzaturiera, nel corso degli anni si è ampliato al punto di diventare una *holding* quotata che redige il bilancio consolidato adottando gli standard internazionali IAS/IFRS.<sup>104</sup>

L'intenzione è quella di proporre un'analisi approfondita del marchio Ferragamo e di come lo stesso si sia evoluto in seguito alla crescita del gruppo, nonché di quali siano le cause alla base della suddetta variazione di valore.

Verranno dunque descritte le modalità attraverso le quali è stato valutato il marchio e il trattamento contabile che è stato utilizzato per l'iscrizione dello stesso nel bilancio del Gruppo.

Infine, per ottenere una disamina completa ed esaustiva, verrà presentato nel seguente capitolo un esame di comparabilità del marchio Ferragamo con quello di società operanti nel mercato ritenute dirette *competitors*.

---

<sup>104</sup> <https://group.ferragamo.com>

## 4.1 Il Gruppo Ferragamo S.p.A.

Salvatore Ferragamo S.p.A. è una casa di moda italiana fondata nel 1927 da Salvatore Ferragamo.

Ad oggi, la società è quotata nell'indice FTSE Italia Mid Cap della Borsa Italiana.

La Salvatore Ferragamo S.p.A. è la capogruppo del Gruppo Salvatore Ferragamo, uno dei principali *player* del settore del lusso.

Salvatore Ferragamo inizia ad organizzare a Firenze l'apertura del "Calzaturificio Ferragamo & C." nel 1927, piccola realtà imprenditoriale la cui ragione sociale è la produzione artigianale di calzature da donna.

Col passare degli anni, i vertici aziendali iniziano a cambiare, lasciando comunque i ruoli di spicco ad esclusivo privilegio dei membri della famiglia Ferragamo.

Fino all'inizio degli anni 2000, la Salvatore Ferragamo S.p.A. aveva dunque un'organizzazione e una struttura tipica delle aziende italiane a gestione familiare.

Nel 2011, il 52% delle azioni della "Salvatore Ferragamo S.p.A." era detenuto dalla famiglia Ferragamo, che decise di concentrare interamente il patrimonio azionario nella neocostituita *holding* finanziaria "Palazzo Feroni Finanziaria S.p.A."; il restante 48% era destinato al mercato dei capitali, considerato che quello fu l'anno della quotazione in Borsa Italiana.<sup>105</sup>

Di seguito in Figura 1 è riportata in maniera schematizzata la storia del gruppo Ferragamo S.p.A. come descritta dalla stessa società.

---

<sup>105</sup> <https://group.ferragamo.com/it/gruppo/la-storia/>



# STORIA DEL GRUPPO

- **1927**  
APERTURA PRIMO NEGOZIO MONOMARCA A FIRENZE
- **1938**  
ACQUISTO PALAZZO SPINI FERONI E APERTURA A ROMA E LONDRA
- **1948**  
APERTURA A NEW YORK
- **1951**  
PRIMA SFILATA E PRESENTAZIONE DEL SIMBOLO DEL MARCHIO: I GANCINI DI FERRAGAMO
- **1960**  
MORTE DI SALVATORE FERRAGAMO E INIZIO DEL RICAMBIO GENERAZIONALE
- **1989**  
ESPANSIONE NEL MERCATO ASIATICO
- **2011**  
QUOTAZIONE IN BORSA ITALIANA DELLA SOCIETÀ



*Salvatore Ferragamo*

Figura 1: Storia del gruppo Ferragamo S.p.A. (Fonte: <https://group.ferragamo.com/it/gruppo/la-storia/>)

Ad oggi, la *holding* Salvatore Ferragamo S.p.A. esercita il controllo su un numero rilevante di società operative praticamente in tutto il mondo, attive nella creazione, produzione e vendita di calzature, pelletteria, abbigliamento, accessori e profumi di alta fascia.

Nonostante sia presente, appunto, in tutto il mondo, i prodotti identificati dalla firma di Salvatore Ferragamo sono contraddistinti dallo stile e dalla qualità delle creazioni e produzioni “made in Italy”, peculiarità che ha reso fondamentale il peso e il valore che il marchio Ferragamo risulta avere al giorno d’oggi.

È interessante notare che anche i prodotti la cui realizzazione viene affidata a terzi tramite concessioni di licenze (ad esempio profumi, occhiali e orologi) vengono messi sul mercato rispettando le medesime caratteristiche, non allontanandosi mai dallo stile distintivo che nel 1927 ha gettato le basi dell’impero di Ferragamo che oggi conosce tutto il mondo.

Attenzione all’unicità e all’esclusività, ottenute coniugando stile, creatività e innovazione con la qualità e l’artigianalità tipiche del *Made in Italy*, sono le caratteristiche che contraddistinguono da sempre i prodotti del Gruppo.

Il marchio Salvatore Ferragamo è presente ad oggi in oltre 90 Paesi tra Nord America, Europa, Asia, Giappone, America Latina tramite una rete di oltre 680 negozi monomarca.

L’organigramma del Gruppo è riportato in Figura 2.

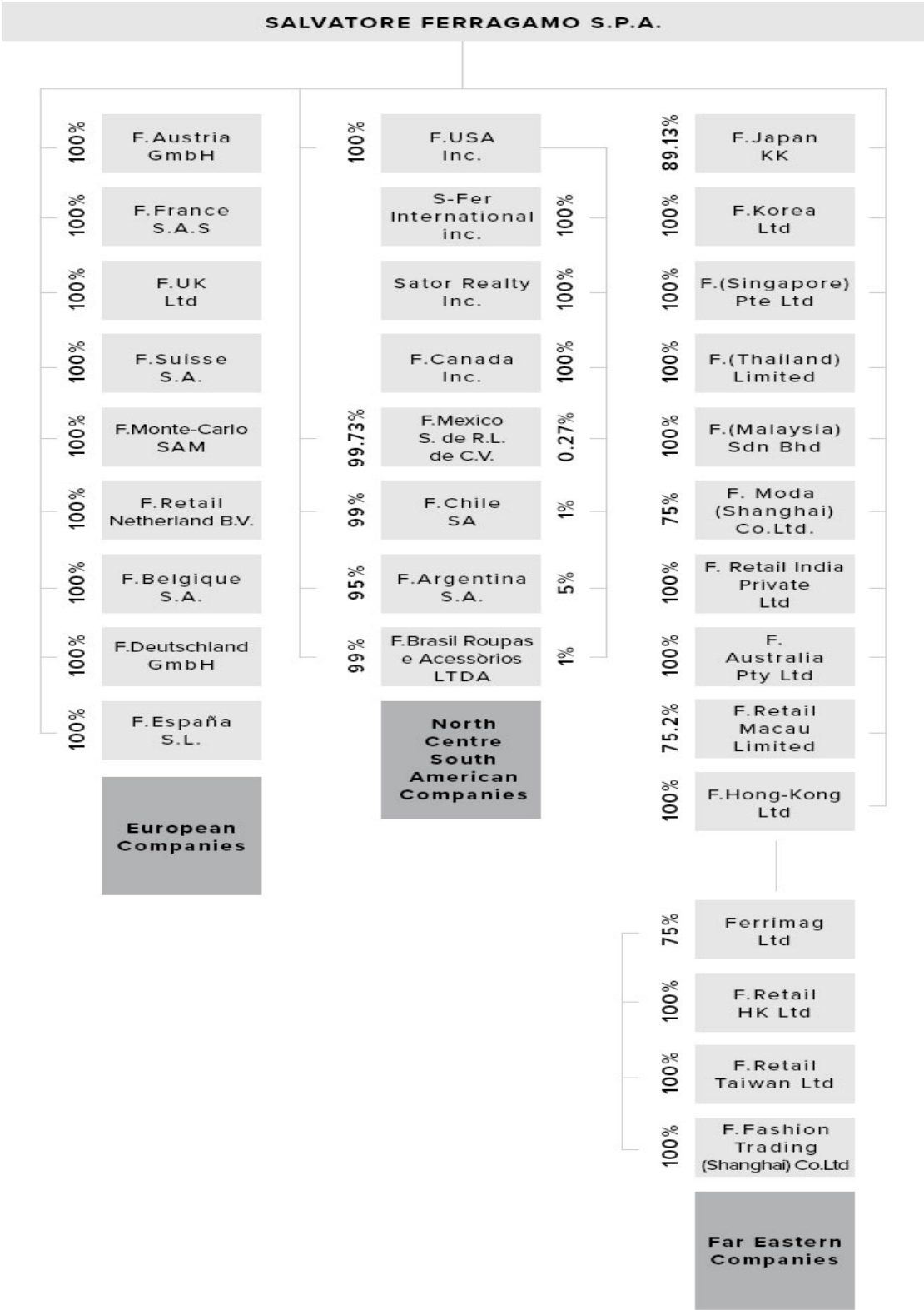


Figura 2: Organigramma del gruppo Ferragamo S.p.A. (Fonte: <https://group.ferragamo.com/it/gruppo/organigramma-del-gruppo>)

#### **4.1.1 L'identità del marchio Ferragamo e i proventi derivanti dalla concessione in licenza del marchio**

Tra i principali *key factors* che hanno contribuito in maniera più che rilevante allo sviluppo del Gruppo così come lo conosciamo oggi e al consolidarsi del proprio posizionamento competitivo, ritroviamo sicuramente il valore del marchio.

Non voglia, però, il termine “valore” identificarsi meramente in senso strettamente economico e/o contabile (tematica che approfondiremo successivamente), ma venga anzi concepito come parte fondamentale del patrimonio societario.

Il cosiddetto “*brand heritage*” è, infatti, globalmente riconosciuto ad oggi come una delle fondamenta del Gruppo, sinonimo di *glamour* ed eleganza, garanzia di qualità artigianale, creatività e innovazione.

Dagli inizi della storia del Gruppo, il mito di Salvatore Ferragamo è legato indissolubilmente al mondo delle calzature di alta gamma, ai prodotti *luxury* di qualità superiore, da sempre *Made in Italy*, nonostante i cambiamenti della compagine sociale e l'espansione della propria presenza su scala mondiale.

La continua innovazione del prodotto con un elevato livello di personalizzazione e l'utilizzo di materiali rari e di pregio hanno fatto sì, durante gli anni, che il marchio Ferragamo venisse inevitabilmente associato a personaggi illustri, celebri personalità di spicco del mondo del cinema, del teatro e dello spettacolo.

Tutto ciò ha fatto in modo che venisse a crearsi un'elevata e consolidata notorietà del marchio, di conseguenza associata ad un'importante distribuzione e presenza dello stesso a livello internazionale.

Ripercorrendo la storia del marchio Ferragamo, inoltre, è possibile notare come lo stesso durante gli anni si sia perfettamente integrato agli aspetti più importanti di sostenibilità lungo la catena del valore, nel rispetto dei valori fondanti dell'eccellenza artigianale.

Il modello di *governance* associato al marchio è ad oggi attento al contesto di riferimento e al bilanciamento e alla mitigazione dei rischi associati di natura ESG (*Environmental, Social and Governance*).

Tutto ciò ha portato allo sviluppo e alla formalizzazione da parte del Consiglio di Amministrazione del Piano di Sostenibilità del Gruppo Salvatore Ferragamo, di orizzonte temporale triennale (2023-2025), delineato su cinque pilastri fondamentali:

- *Carbon Emission Reduction*

- *Sustainable Materials with Focus on Leather, Circular Economy & Recycling*
- *Supply Chain Transparency*
- *Local Focus*
- *Diversity and Inclusion.*<sup>106</sup>

Ad oggi, così come si evince dall'ultima Relazione sulla Gestione pubblicata nel bilancio del Gruppo Salvatore Ferragamo al 31.12.2022, il *brand* è al centro di prospettive di crescita più che mai lungimiranti.

Il Gruppo intende rinvigorire ulteriormente il *brand*, arricchendo in contemporanea l'esperienza degli utenti verso di esso attraverso l'evoluzione del linguaggio comunicativo e dando priorità all'aspetto digitale, mettendo a disposizione degli utenti finali servizi *omnichannel* e innovando l'esperienza nei negozi fisici.

Il marchio, coerentemente con quanto sancito dai principi contabili IAS/IFRS, viene classificato nell'attivo dello Stato Patrimoniale del Gruppo, in particolar modo tra le Attività Immateriali a vita utile definita.

Al 31.12.2022, la suddetta voce patrimoniale risulta essere composta come riportato in Tabella 2:

(In migliaia di Euro)	31 dicembre 2022			31 dicembre 2021		
	Costo Storico	Fondo Amm.to e Rid. di valore	Valore netto	Costo Storico	Fondo Amm.to e Rid. di valore	Valore netto
Diritti di brevetto e di utilizzazione delle opere dell'ingegno	29.916	28.831	1.085	29.019	27.996	1.023
Concessioni, licenze e marchi	9.239	7.727	1.512	9.028	7.370	1.658
Costi di sviluppo	95.323	73.619	21.704	85.028	63.928	21.100
Altre	23.714	18.030	5.684	28.455	22.155	6.300
Attività immateriali a vita utile definita in corso	4.918	-	4.918	3.342	-	3.342
<b>Totale</b>	<b>163.110</b>	<b>128.207</b>	<b>34.903</b>	<b>154.872</b>	<b>121.449</b>	<b>33.423</b>

Tabella 2: Composizione del patrimonio societario del Gruppo Ferragamo S.p.A. al 31.12.2022.

<sup>106</sup> <https://group.ferragamo.com/it/gruppo/gruppo-in-breve>

La movimentazione delle attività immateriali a vita utile definita per gli esercizi al 31 dicembre 2022 e 2021 è invece evidenziata nelle Tabelle 3 e 4:<sup>107</sup>

(In migliaia di Euro)	Valore al 01.01.2022	Differenza di conv.ne	Incrementi	Decrementi	Amm.ti	Valore al 31.12.2022
Diritti di brevetto e di utilizzazione delle opere dell'ingegno	1.023	(5)	826	(47)	(712)	1.085
Concessioni, licenze e marchi	1.658	-	211	-	(357)	1.512
Costi di sviluppo	21.100	-	10.296	(2)	(9.690)	21.704
Altre	6.300	52	607	(10)	(1.265)	5.684
Attività immateriali a vita utile definita in corso	3.342	1	11.928	(10.353)	-	4.918
<b>Totale</b>	<b>33.423</b>	<b>48</b>	<b>23.868</b>	<b>(10.412)</b>	<b>(12.024)</b>	<b>34.903</b>

Tabella 3: Movimentazione delle attività immateriali a vita utile definita per gli esercizi del Gruppo Ferragamo S.p.A. al 31.12.2022 (Fonte: <https://group.ferragamo.com/it/investor-relations/documenti-finanziari/2022>).

(In migliaia di Euro)	Valore al 01.01.2021	Differenza di conv.ne	Incrementi	Decrementi	Amm.ti	Riclass.	Rid. di valore	Valore al 31.12.2021
Diritti di brevetto e di utilizzazione delle opere dell'ingegno	2.034	17	344	-	(1.194)	28	(206)	1.023
Concessioni, licenze e marchi	1.686	-	340	-	(368)	-	-	1.658
Costi di sviluppo	25.107	-	6.178	(1)	(10.184)	-	-	21.100
Altre	7.265	74	285	-	(1.324)	-	-	6.300
Attività immateriali a vita utile definita in corso	2.799	1	7.497	(6.955)	-	-	-	3.342
<b>Totale</b>	<b>38.891</b>	<b>92</b>	<b>14.644</b>	<b>(6.956)</b>	<b>(13.070)</b>	<b>28</b>	<b>(206)</b>	<b>33.423</b>

Tabella 4: Movimentazione delle attività immateriali a vita utile definita per gli esercizi del Gruppo Ferragamo S.p.A. al 31.12.2021 (Fonte: <https://group.ferragamo.com/it/investor-relations/documenti-finanziari/2022>).

Come ben si evince dalle tabelle appena proposte, il valore netto contabile della voce “Concessioni, licenze e marchi”, in cui è ovviamente compreso anche il valore associato al marchio Ferragamo, risulta in leggera diminuzione al 31.12.2022 (1.512 €/k) rispetto al 31.12.2021 (1.658 €/k).

Principalmente, tale variazione è dovuta all’effetto degli ammortamenti.

Dati i fattori, le caratteristiche e la naturale evoluzione storica che negli anni hanno fatto del marchio Salvatore Ferragamo una garanzia del *made in Italy* ed una pietra miliare del mondo del *luxury* riconosciuto a livello globale, risulta doveroso, a questo punto della trattazione, evidenziare le modalità tramite le quali il marchio

<sup>107</sup> <https://group.ferragamo.com/it/investor-relations/documenti-finanziari/2022>

ha contribuito a far leva strategicamente su un ulteriore *asset* di rilevante importanza: il cosiddetto “*licensing*”.

Con il contratto di licenza (“*licensing*”), il titolare di un marchio concede in uso tale bene ad un terzo, verso il pagamento di un corrispettivo, senza privarsi tuttavia della titolarità dei suddetti diritti.<sup>108</sup>

Il licenziante, infatti, resta il titolare del marchio, concedendo però a terzi il diritto di utilizzarlo a determinate condizioni e per un certo periodo di tempo.

Il *licensing* è ormai molto diffuso in tutto il mondo e presenta molteplici vantaggi per entrambe le parti: il licenziante e il licenziatario.

Grazie al *licensing*, il titolare del marchio può infatti sfruttare economicamente il proprio diritto di privativa intellettuale, senza privarsi della titolarità dello stesso e senza sostenere ulteriori investimenti.

In particolare, nel settore dell’abbigliamento e degli accessori di moda, il contratto di licenza di marchio consente all’impresa titolare del marchio di ridurre i costi fissi che sarebbero sostenuti per l’acquisto o la locazione di macchinari e per l’assunzione della manodopera specializzata e necessaria alla loro realizzazione.

Inoltre, concedendo a terzi la licenza di uso del marchio, il titolare può ampliare lo sfruttamento del marchio anche in territori in cui il licenziante non è attivo, con conseguente maggiore notorietà e quindi un aumento del valore del marchio stesso.

D’altra parte, il licenziatario può godere dell’avviamento ottenuto dal licenziante nel corso degli anni, ampliando così il proprio volume d’affari, senza dover sostenere alcun investimento per la ricerca, lo sviluppo e la realizzazione del marchio.

Pur essendo il contratto di *licensing* un contratto di natura atipica, ci sono degli elementi ricorrenti alla base del suddetto che possono chiaramente essere identificati:

- L’oggetto della licenza
- La durata del contratto.

Per quanto concerne il primo, il contratto va a definire il diritto e/o l’obbligo del licenziatario di fabbricare e/o distribuire i prodotti in relazione ai quali viene utilizzato il marchio.

---

<sup>108</sup> <https://assistenza-legale-imprese.it/il-contratto-di-licenza-licensing-in-licensing-out-cross-licensing-cose-e-a-cosa-serve/>

Generalmente, il licenziatario è tenuto ad attenersi, nella produzione, nel confezionamento e nelle modalità di distribuzione dei prodotti licenziati, a determinati *standards* tecnici e/o di qualità stabiliti dal licenziante.

Talvolta si prevede anche l'impegno del licenziante ad assistere il licenziatario nella ricerca di difetti, misure necessarie per correggerli, eliminarli o prevenirli, a fronte del correlativo impegno del licenziatario a riconoscere in favore del licenziante un certo compenso.

Deve essere inoltre stabilito il territorio di riferimento e la durata entro la quale il contratto potrà produrre i propri effetti.



Al 31.12.2022 il bilancio consolidato della Salvatore Ferragamo S.p.A. espone un conto economico che risulta essere così composto (Tabelle 5 e 6):<sup>109</sup>

## Conto Economico consolidato

(In migliaia di Euro)	Note	2022	di cui con parti correlate	2021	di cui con parti correlate
Ricavi da contratti con clienti	31	1.248.907	189	1.133.159	180
Locazioni immobiliari	32	2.901		2.361	
<b>Ricavi</b>		<b>1.251.808</b>		<b>1.135.520</b>	
Costo del venduto	33-34	(350.693)	-	(354.576)	(49)
<b>Margine Lordo</b>		<b>901.115</b>		<b>780.944</b>	
Costi stile, sviluppo prodotto e logistica in uscita	33-34	(49.263)	(811)	(40.908)	(891)
Costi di vendita e distribuzione	33-34	(453.167)	(16.726)	(407.844)	(17.257)
Costi di comunicazione e marketing	33-34	(92.064)	(273)	(66.379)	(97)
Costi generali e amministrativi	33-34	(168.819)	(26.195)	(126.304)	(9.449)
Altri costi operativi	33-34	(29.024)	(162)	(22.714)	(145)
Altri proventi	35	19.160	6	26.685	4
<b>Risultato operativo</b>		<b>127.938</b>		<b>143.480</b>	
Oneri finanziari	36	(78.703)	(2.901)	(50.514)	(3.061)
Proventi finanziari	36	51.927	-	29.652	-
<b>Risultato ante imposte</b>		<b>101.162</b>		<b>122.618</b>	
Imposte sul reddito	37	(35.810)		(36.289)	
<b>Risultato dall'attività in funzionamento</b>		<b>65.352</b>		<b>86.329</b>	
Risultato netto da attività operativa cessata, al netto degli effetti fiscali		-		(5.192)	
<b>Risultato netto del periodo</b>		<b>65.352</b>		<b>81.137</b>	
<b>Risultato quota di Gruppo</b>		<b>69.609</b>		<b>78.647</b>	
<b>Risultato quota di terzi</b>		<b>(4.257)</b>		<b>2.490</b>	

(In Euro)	Note	2022	2021
Utile/(Perdita) per azione base azioni ordinarie	38	0,419	0,467
Utile/(Perdita) per azione diluito azioni ordinarie	38	0,419	0,467
Utile/(Perdita) da attività in funzionamento per azione base azioni ordinarie	38	0,419	0,497
Utile/(Perdita) da attività in funzionamento per azione diluito azioni ordinarie	38	0,419	0,497

Tabella 5: Bilancio consolidato del Gruppo Ferragamo S.p.A. al 31.12.2022 – conto economico consolidato (Fonte: <https://group.ferragamo.com/it/investor-relations/documenti-finanziari/2022>)

<sup>109</sup> <https://group.ferragamo.com/it/investor-relations/documenti-finanziari/2022>

## Conto Economico complessivo consolidato

(In migliaia di Euro)	Note	2022	2021
<b>Risultato netto del periodo (A)</b>		<b>65.352</b>	<b>81.137</b>
<i>Altri utili / (perdite) che saranno successivamente riclassificati nel risultato netto del periodo</i>			
- Differenze di conversione di bilanci esteri	19	3.405	18.177
- Utile / (Perdita) da <i>cash flow hedge</i>	3	17.921	(15.166)
- Effetti fiscali su componenti che saranno successivamente riclassificate nel risultato netto del periodo		(4.301)	3.639
<b>Totale altri utili / (perdite) che saranno successivamente riclassificati nel risultato netto del periodo, al netto delle imposte (B1)</b>		<b>17.025</b>	<b>6.650</b>
<i>Altri utili / (perdite) che non saranno successivamente riclassificati nel risultato netto del periodo</i>			
- Utile / (Perdita) da contabilizzazione piani a benefici definiti per dipendenti	22	1.296	1.450
- Effetti fiscali su componenti che non saranno successivamente riclassificate nel risultato netto del periodo		(197)	(298)
<b>Totale altri utili / (perdite) che non saranno successivamente riclassificati nel risultato netto del periodo, al netto delle imposte (B2)</b>		<b>1.099</b>	<b>1.152</b>
<b>Totale altri utili / (perdite) al netto delle imposte (B1+B2 = B) da attività in funzionamento</b>		<b>18.124</b>	<b>7.802</b>
<b>Totale risultato complessivo al netto delle imposte (A+ B)</b>		<b>83.476</b>	<b>88.939</b>
Quota di Gruppo		88.438	83.487
Quota di terzi		(4.962)	5.452

Tabella 6: Bilancio consolidato del Gruppo Ferragamo S.p.A. al 31.12.2022 – conto economico complessivo consolidato (Fonte: <https://group.ferragamo.com/it/investor-relations/documenti-finanziari/2022>)

Per una questione di coerenza con quanto esposto in questo elaborato, non verrà svolta un’analisi approfondita del conto economico considerato nel suo complesso, ma il *focus* sarà spostato particolarmente sulla voce “ricavi da contratti con clienti”.

La voce al 31.12.2022 ammonta ad €/k 1.248.907, in aumento rispetto al 31.12.2021; I ricavi da contratti con clienti sono rilevati quando il controllo dei beni e servizi è trasferito al cliente per un ammontare che riflette il corrispettivo che il Gruppo si aspetta di ricevere in cambio di tali beni o servizi.

La tempistica di rilevazione dei ricavi, per le vendite di beni, sia attraverso il canale *retail* che *wholesale*, avviene nel momento in cui il controllo del bene è stato trasferito al cliente, generalmente nel momento della consegna; mentre per le licenze prestazioni, la rilevazione dei ricavi avviene in base alla tempistica di erogazione del servizio ai clienti.

La voce accoglie anche i ricavi per *royalties*, i quali derivano da contratti con clienti di “*sales based royalties*” e sono dunque iscritti per competenza con riferimento allo

stato di avanzamento delle vendite del licenziatario, in base alle condizioni contrattualmente previste.

In particolare, la voce “Licenze e Prestazioni” include le *royalties* derivanti dal contratto di licenza con il gruppo “Marchon” per la produzione e distribuzione di occhiali a marchio “Salvatore Ferragamo” e dal contratto di licenza con il gruppo “Timex” per la produzione e distribuzione di orologi a marchio “Salvatore Ferragamo”.

Dal mese di ottobre 2021, la voce include anche le *royalties* derivanti dal contratto di licenza con il gruppo “Inter Parfums inc.” per la produzione e distribuzione di profumi a marchio “Salvatore Ferragamo”.

Tutti i ricavi derivanti dal *licensing* vengono contabilizzati ed esposti in bilancio in base allo stato di avanzamento delle vendite del licenziatario (Figura 3).

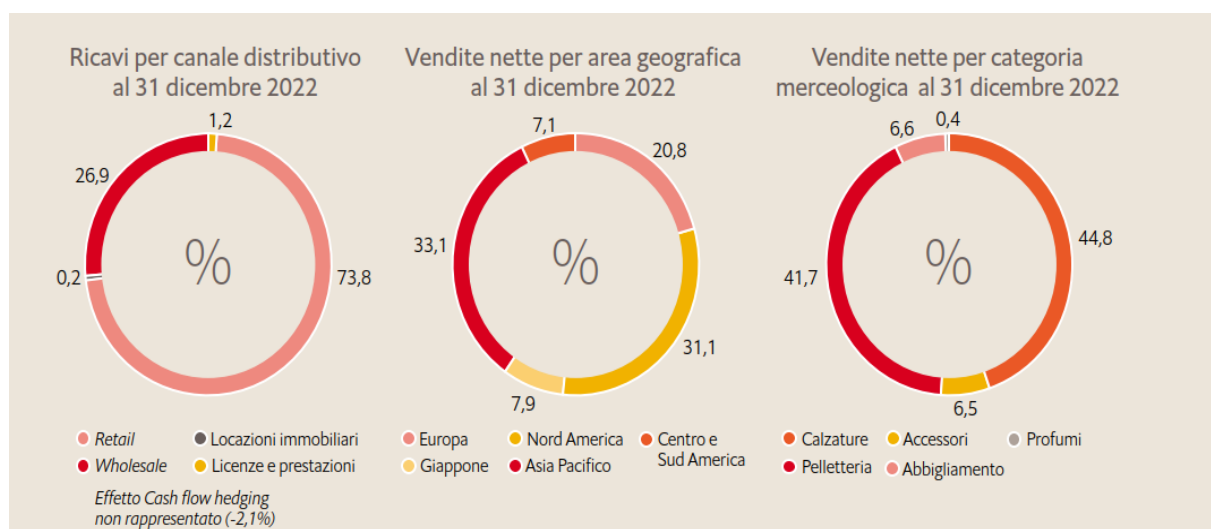


Figura 3: Ricavi derivanti dai contratti di licensing del Gruppo Ferragamo S.p.A. al 31.12.2022

(Fonte: <https://group.ferragamo.com/it/investor-relations/documenti-finanziari/2022>)

In particolar modo, risulta doveroso segnalare che al 31.12.2022 i ricavi suddivisi per canali distributivi risultano essere così composti (Tabella 7):

(In migliaia di Euro)	2022	% sui Ricavi	2021*	% sui Ricavi	a cambi costanti	
					Var %	Var %
<i>Retail</i>	923.507	73,8%	829.754	73,0%	11,3%	4,7%
<i>Wholesale</i>	336.174	26,9%	295.991	26,1%	13,6%	6,3%
<b>Vendite nette</b>	<b>1.259.681</b>	<b>100,7%</b>	<b>1.125.745</b>	<b>99,1%</b>	<b>11,9%</b>	<b>5,1%</b>
Effetto <i>Cash flow hedging</i> sui ricavi	(25.664)	(2,1%)	(332)	0,0%	na	-
Licenze e prestazioni	14.890	1,2%	7.746	0,7%	92,2%	92,2%
Locazioni immobiliari	2.901	0,2%	2.361	0,2%	22,9%	9,4%
<b>Totale</b>	<b>1.251.808</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.135.520</b>	<b>100,0%</b>	<b>10,2%</b>	<b>5,7%</b>

Tabella 7: Composizione dei ricavi suddivisi per canali distributivi del Gruppo Ferragamo S.p.A. al 31.12.2022 (Fonte: <https://group.ferragamo.com/it/investor-relations/documenti-finanziari/2022>)

Si nota immediatamente, quindi, che i ricavi da licenze e prestazioni nel corso del 2022 evidenziano un incremento del 92,2%, effetto principalmente dovuto all'incredibile crescita delle vendite che il Gruppo ha registrato in tutto il mondo subito dopo la pandemia da *COVID-19*.

Esponiamo, dunque, di seguito una disaggregazione dei ricavi di cui sopra, suddivisi per area geografica (Tabella 8) e modalità di distribuzione (Tabella 9):

#### 2022

(In migliaia di Euro)	<i>Retail</i>	<i>Wholesale</i>	Licenze e prestazioni	Totale Ricavi da contratti con clienti
Europa	145.889	115.944	14.012	275.845
Nord America	282.078	94.721	327	377.126
Giappone	101.215	94	-	101.309
Asia Pacifico	308.941	97.719	369	407.029
Centro e Sud America	68.657	18.759	182	87.598
<b>Totale</b>	<b>906.780</b>	<b>327.237</b>	<b>14.890</b>	<b>1.248.907</b>

#### 2021

(In migliaia di Euro)	<i>Retail</i>	<i>Wholesale</i>	Licenze e prestazioni	Totale Ricavi da contratti con clienti
Europa	99.098	110.782	7.174	217.054
Nord America	235.189	85.741	267	321.197
Giappone	90.300	(156)	-	90.144
Asia Pacifico	349.810	86.183	229	436.222
Centro e Sud America	55.118	13.348	76	68.542
<b>Totale</b>	<b>829.515</b>	<b>295.898</b>	<b>7.746</b>	<b>1.133.159</b>

Tabella 8: Disaggregazione dei ricavi del Gruppo Ferragamo S.p.A. al 31.12.2022 suddivisi per area geografica (Fonte: <https://group.ferragamo.com/it/investor-relations/documenti-finanziari/2022>)

(In migliaia di Euro)	2022	2021
Ricavi Retail	923.507	829.754
Ricavi Wholesale	336.174	295.991
Vendite nette	1.259.681	1.125.745
Effetto Cash flow hedging sui Ricavi	(25.664)	(332)
Licenze e prestazioni	14.890	7.746
Locazioni Immobiliari	2.901	2.361
<b>Ricavi</b>	<b>1.251.808</b>	<b>1.135.520</b>
di cui in Italia	124.298	101.087

Tabella 9: Disaggregazione dei ricavi del Gruppo Ferragamo S.p.A. al 31.12.2022 suddivisi per modalità di distribuzione (Fonte: <https://group.ferragamo.com/it/investor-relations/documenti-finanziari/2022>)

## 4.2 Il trattamento contabile degli *intangible assets* e gli investimenti in beni immateriali

Le immobilizzazioni immateriali vengono identificate come elementi patrimoniali destinati ad essere utilizzati durevolmente.<sup>110</sup>

A questa categoria appartengono:

- Costi di sviluppo e di ampliamento;
- Diritti di brevetto industriale e diritti di utilizzazione delle opere di ingegno;
- Concessioni, licenze e marchi;
- Avviamento;
- Immobilizzazioni in corso e acconti.

I principi contabili sia nazionali che internazionali stabiliscono che gli *intangible assets*, al pari delle immobilizzazioni materiali, vadano ammortizzati periodicamente secondo la loro vita utile.

<sup>110</sup> A. QUAGLI, Bilancio di esercizio e principi contabili, 2023.

Nel caso in cui non fosse possibile stabilire con esattezza la vita utile del cespite, verranno presi in considerazione dei periodi di ammortamento prestabiliti.

Secondo l'OIC 24, i beni immateriali (brevetti, diritti di utilizzo delle opere dell'ingegno, marchi, concessioni e licenze) sono iscritti nell'attivo patrimoniale solo se il costo sostenuto per la loro acquisizione è stimabile con sufficiente attendibilità e se sono individualmente identificabili.

Essi rappresentano di norma, infatti, diritti giuridicamente tutelati.

Per quanto riguarda i criteri di contabilizzazione, secondo l'OIC 24 le immobilizzazioni immateriali devono essere inizialmente registrate al costo sostenuto per la loro acquisizione.

L'OIC 24 specifica, inoltre, che il valore attribuito in contabilità all'immobilizzazione immateriale non può superare il maggiore tra il suo valore recuperabile, definito come il maggiore tra il valore netto di realizzo derivante da una eventuale vendita ed il suo valore d'uso, determinato come il valore attuale dei flussi di cassa netti generati dall'impiego del bene entro la combinazione produttiva.

Questa regola, è bene specificare, ricalca precisamente quanto stabilito dai principi contabili internazionali IAS/IFRS (in particolare, si veda IAS 38 e IAS 36).

Come anticipato immediatamente sopra, le immobilizzazioni immateriali la cui utilizzazione è limitata nel tempo devono essere sistematicamente ammortizzate in ogni esercizio in relazione alla residua possibilità di utilizzo delle stesse.

L'ammortamento, nello specifico, consiste nella ripartizione del costo nei vari esercizi ai quali l'immobilizzazione offre un contributo ai processi produttivi.

Il processo in questione prende inizio dal momento in cui il cespite viene reso disponibile per l'utilizzo.

Tale concetto presuppone dunque la presenza di tre elementi fondamentali:

- Il valore da ammortizzare: la differenza tra costo originario (eventuale aumentato delle rivalutazioni e delle migliorie e diminuito delle svalutazioni) e valore residuo al termine della vita utile del bene;
- La vita utile: basata sulle prospettive temporali di utilizzo dell'elemento;
- Il criterio di ripartizione del valore: a quote costanti o a quote decrescenti.

L'OIC 24 consente inoltre, come accennato in precedenza, di compiere rivalutazioni delle immobilizzazioni immateriali solo se ciò viene espressamente consentito da leggi speciali e nei limiti da esse stabiliti.<sup>111</sup>

Non è concessa, dunque, alcuna discrezionalità dal principio contabile italiano a tal proposito.

È importante sottolineare che, in ogni caso, le rivalutazioni non comportano l'iscrizione di un ricavo a Conto Economico ma possono comportare solamente aumenti di speciali riserve iscritte nel patrimonio netto del bilancio.

Per quanto riguarda, invece, le svalutazioni l'OIC 24 stabilisce che le immobilizzazioni devono essere svalutate in caso di perdita durevole di valore.

Alla base della svalutazione, quindi, esiste il concetto secondo il quale il valore contabile del bene non sarà recuperabile.

In particolar modo, come si è approfondito nel capitolo precedente, l'OIC 9 stabilisce che il valore al quale l'immobilizzazione è iscritta in bilancio non può superare il valore recuperabile.

Qualora, dunque, il valore iscritto in contabilità risultasse superiore al limite così definito, l'azienda dovrà svalutare l'immobilizzazione con relativo addebito al Conto Economico dell'esercizio e, in contropartita, con l'iscrizione di un relativo fondo a Stato Patrimoniale.

Avendo brevemente richiamato il quadro generale dettato dagli OIC, si ritiene necessario, a questo punto, spostare il *focus* d'attenzione in particolar modo sul marchio. L'OIC 24 consente la capitalizzazione dei marchi sviluppati internamente, oltre che di quelli acquisiti da fornitore esterno, mentre non è iscrivibile il marchio ricevuto a titolo gratuito.

L'OIC 24 non fornisce, però, regole tassative sull'ammortamento del marchio, salvo precisare che il periodo di vita utile è normalmente collegato al periodo di produzione e commercializzazione in esclusiva dei prodotti a cui il marchio si riferisce.

In generale, comunque, si fissa un limite massimo di venti anni.

Quanto ai principi contabili internazionali IAS/IFRS, lo IAS 38 richiama i criteri generali del riconoscimento delle attività e li specifica meglio adattandoli alle immobilizzazioni immateriali.<sup>112</sup>

Vengono dunque riconosciuti quattro requisiti fondamentali affinché un'immobilizzazione immateriale venga identificata come tale:

---

<sup>111</sup> <https://www.fondazioneoic.eu/>

<sup>112</sup> <https://www.ifrs.org/>

- Identificabilità intesa come separabilità rispetto all'azienda, nel senso che l'attività può essere venduta e/o locata;
- Utilità, intesa come capacità del bene di generare benefici futuri;
- Controllabilità, come possibilità di usufruire in via esclusiva dei vantaggi prodotti dal bene;
- Misurabilità del costo.

Quanto alla determinazione del valore originario, in sostanza gli IAS forniscono regole simili a quelle già descritte per la normativa italiana (costo di acquisto aumentato degli oneri accessori di acquisto e di collaudo).

Un caso particolare è costituito dalle immobilizzazioni immateriali acquisite a seguito di una più complessa operazione di aggregazione aziendale (*business combination*), in cui il cespite dovrà essere iscritto a Stato Patrimoniale al suo *fair value* (generalmente espresso dai prezzi di mercato di beni simili).

Per quanto riguarda il trattamento contabile successivo, lo IAS 38 prevede due modelli alternativi di valutazione.

Il primo modello, più tradizionale e più in linea con quanto stabilito dal principio contabile nazionale OIC 24, prevede che il cespite venga inizialmente contabilizzato al costo iniziale diminuito degli ammortamenti e delle eventuali svalutazioni.

Il secondo modello, chiamato "*revaluation model*", prevede che, dopo l'iniziale iscrizione al costo, l'immobilizzazione immateriale possa essere espressa al suo *fair value* verificando ad ogni fine esercizio l'esigenza di procedere a rivalutazioni e/o svalutazioni per adeguare il valore del bene al *fair value*.

Una volta stabilito il modello, per lo IAS 38 è determinante stabilire se un *intangible* ha vita utile definita oppure indefinita, intendendo con questa ultima espressione quei beni per i quali non è prevedibile un termine della vita utile.

Tale distinzione risulta fondamentale ai fini dell'applicazione dell'ammortamento, in quanto secondo lo IAS 38 i beni immateriali con vita utile indefinita l'ammortamento non vanno ammortizzati sistematicamente, bensì alla fine di ogni esercizio si dovrà eseguire un *impairment test*, ossia bisognerà esaminare se l'elemento in questione ha perso valore (anche in maniera non durevole, come invece prescrive l'OIC 24), caso nel quale dovrà essere svalutato.



L'*impairment test* potrebbe compiersi anche per i beni con vita utile definita: in questo caso, però, non andrà svolto sistematicamente alla fine di ogni esercizio, bensì solo in quelle circostanze in cui sussistono indizi circa la perdita di valore di un cespite.

Volendo adesso applicare le sopra citate nozioni al bilancio consolidato del Gruppo Salvatore Ferragamo S.p.A. al 31.12.2022, è possibile notare che le *accounting policies* del Gruppo prevedono che le attività immateriali vengano iscritte nell'attivo al costo di acquisto quando è probabile che l'uso dell'attività genererà benefici economici futuri e quando il costo dell'attività può essere determinato in modo attendibile.

Le attività immateriali acquisite attraverso operazioni di aggregazione di imprese sono iscritte al valore equo (*fair value*) definito alla data di acquisizione, se tale valore può essere determinato in modo attendibile.

Le attività immateriali a vita utile definita vengono ammortizzate a quote costanti lungo la loro vita utile stimata.

Vengono inoltre esposte in bilancio le attività immateriali al netto degli ammortamenti accumulati e di eventuali perdite di valore accumulate.

Per quanto riguarda la vita utile degli *intangibles*, le *accounting policies* applicate dal Gruppo Salvatore Ferragamo S.p.A. risultano essere le seguenti (Tabella 10):

	Vita Utile
Diritti di brevetto industriali e diritti di utilizzazione delle opere dell'ingegno	2-5 anni
Concessioni, licenze e marchi	10 anni
<i>Key money</i>	In base alla durata residua del contratto di affitto del bene
<i>Know-how</i>	8 anni

Tabella 10: *Accounting policies* applicate dal Gruppo Ferragamo S.p.A. circa la vita utile degli *intangibles* (Fonte: <https://group.ferragamo.com/it/investor-relations/documenti-finanziari/2022>)

Un'attività immateriale viene eliminata al momento della dismissione o quando non ci si attendono benefici economici futuri dal suo utilizzo o dismissione.

Il valore contabile degli *intangibles* è sottoposto periodicamente a verifica, per rilevarne eventuali perdite di valore, qualora eventi o cambiamenti di situazioni indichino che il valore di carico non possa essere recuperato.

I valori contabili degli *intangibles* a vita utile definita, inoltre, vengono sottoposti ad un test di *impairment* nei casi in cui vi siano indicatori che richiedano un'immediata valutazione di eventuali perdite di valore, o che si siano verificati fatti che comunque richiedono la ripetizione della procedura.

Le attività immateriali a vita utile definita del Gruppo Salvatore Ferragamo S.p.A. sono composte principalmente da costi capitalizzati per lo sviluppo degli applicativi *software* aziendali (SAP, ERP produzione, sistemi di *reporting*...), dal *know-how* acquisito nell'aggregazione aziendale con Arts S.r.l. e Aura1 S.r.l. e dai costi sostenuti per acquisire il diritto di stipula di contratti d'affitto dei negozi c.d. "*key-money*".

La parte rimanente si riferisce alle spese di registrazione di marchi, brevetti, diritti di utilizzazione di opere dell'ingegno ed attività immateriali a vita utile definita in corso (Tabella 11).

(In migliaia di Euro)	31 dicembre 2022	31 dicembre 2021	Var%
Immobili, impianti e macchinari	191.564	186.854	2,5%
Investimenti immobiliari	27.747	30.223	(8,2%)
Avviamento	6.679	6.679	-
Attività immateriali a vita utile definita	34.903	33.423	4,4%
<b>Totale</b>	<b>260.893</b>	<b>257.179</b>	<b>1,4%</b>

Tabella 11: Attività immateriali del Gruppo Ferragamo S.p.A. al 31.12.2022 (Fonte: <https://group.ferragamo.com/it/investor-relations/documenti-finanziari/2022>)

Per quanto riguarda, invece, gli investimenti in attività immateriali, il Gruppo ha effettuato investimenti nel corso del 2022 per un importo complessivo pari ad €/k 55,9, di cui nello specifico €/k 14,26 sono relativi in particolar modo allo sviluppo del marchio, come accennato nei paragrafi precedenti (Tabella 12).

(In milioni di Euro)	31 dicembre 2022	31 dicembre 2021
Investimenti in attività materiali e immateriali	55,9	44,2
Capitale circolante operativo netto	191,4	199,4
Patrimonio netto	775,4	785,9
Indebitamento / ( <i>surplus</i> ) finanziario netto <i>adjusted</i>	(371,2)	(372,8)
Flusso di cassa generato (utilizzato) dall'attività operativa <i>adjusted</i>	152,5	275,5

Tabella 12: Investimenti in attività immateriali del Gruppo Ferragamo S.p.A. al 31.12.2022 (Fonte: <https://group.ferragamo.com/it/investor-relations/documenti-finanziari/2022>)

Di seguito presentiamo uno schema di dettaglio tramite il quale è possibile evidenziare le principali movimentazioni intervenute nel corso degli esercizi 2021-2022 per quanto riguarda gli *intangibles* (Tabelle 13 e 14):

(In migliaia di Euro)	31 dicembre 2022			31 dicembre 2021		
	Costo Storico	Fondo Amm.to e Rid. di valore	Valore netto	Costo Storico	Fondo Amm.to e Rid. di valore	Valore netto
Diritti di brevetto e di utilizzazione delle opere dell'ingegno	29.916	28.831	1.085	29.019	27.996	1.023
Concessioni, licenze e marchi	9.239	7.727	1.512	9.028	7.370	1.658
Costi di sviluppo	95.323	73.619	21.704	85.028	63.928	21.100
Altre	23.714	18.030	5.684	28.455	22.155	6.300
Attività immateriali a vita utile definita in corso	4.918	-	4.918	3.342	-	3.342
<b>Totale</b>	<b>163.110</b>	<b>128.207</b>	<b>34.903</b>	<b>154.872</b>	<b>121.449</b>	<b>33.423</b>

Tabella 13: Principali movimentazioni degli *intangibles* del Gruppo Ferragamo S.p.A. al 31.12.2022 e al 31.12.2021 (Fonte: <https://group.ferragamo.com/it/investor-relations/documenti-finanziari/2022>)

(In migliaia di Euro)	Valore al 01.01.2022	Differenza di conv.ne	Incrementi	Decrementi	Amm.ti	Valore al 31.12.2022
Diritti di brevetto e di utilizzazione delle opere dell'ingegno	1.023	(5)	826	(47)	(712)	1.085
Concessioni, licenze e marchi	1.658	-	211	-	(357)	1.512
Costi di sviluppo	21.100	-	10.296	(2)	(9.690)	21.704
Altre	6.300	52	607	(10)	(1.265)	5.684
Attività immateriali a vita utile definita in corso	3.342	1	11.928	(10.353)	-	4.918
<b>Totale</b>	<b>33.423</b>	<b>48</b>	<b>23.868</b>	<b>(10.412)</b>	<b>(12.024)</b>	<b>34.903</b>

(In migliaia di Euro)	Valore al 01.01.2021	Differenza di conv.ne	Incrementi	Decrementi	Amm.ti	Riclass.	Rid. di valore	Valore al 31.12.2021
Diritti di brevetto e di utilizzazione delle opere dell'ingegno	2.034	17	344	-	(1.194)	28	(206)	1.023
Concessioni, licenze e marchi	1.686	-	340	-	(368)	-	-	1.658
Costi di sviluppo	25.107	-	6.178	(1)	(10.184)	-	-	21.100
Altre	7.265	74	285	-	(1.324)	-	-	6.300
Attività immateriali a vita utile definita in corso	2.799	1	7.497	(6.955)	-	-	-	3.342
<b>Totale</b>	<b>38.891</b>	<b>92</b>	<b>14.644</b>	<b>(6.956)</b>	<b>(13.070)</b>	<b>28</b>	<b>(206)</b>	<b>33.423</b>

Tabella 14: Principali movimentazioni degli *intangibles* del Gruppo Ferragamo S.p.A. al 31.12.2022 e al 31.12.2021 (Fonte: <https://group.ferragamo.com/it/investor-relations/documenti-finanziari/2022>)

Come si evince, dunque, dagli schemi di cui sopra, le attività immateriali a vita utile definita si incrementano, nel corso dell'esercizio 2022, principalmente per lo sviluppo dei nuovi investimenti che il Gruppo ha effettuato.

Come previsto dalla procedura di analisi degli indicatori di *impairment*, di cui il Gruppo si è dotato, a fine anno è stata valutata l'eventuale presenza di indicatori provenienti da fonti interne ed esterne, anche e soprattutto in seguito alle riduzioni di valore registrate al 31 Dicembre 2020 sulle attività immateriali a vita utile definita emerse dall'esecuzione degli *impairment test*.

Tipicamente, fonti esterne possono essere costituite da modifiche nel contesto tecnologico, economico e legale in cui il Gruppo opera.

Le fonti interne sono rappresentate dalle strategie aziendali che possono cambiare o meno la destinazione di utilizzo delle proprietà intellettuali e dei *software*, e per quanto riguarda i *key money*, dal beneficio economico di Gruppo riconducibile alla zona geografica servita dal negozio per il quale è stato sostenuto l'onere.

Dalle analisi effettuate al 31 dicembre 2022, il Gruppo Salvatore Ferragamo S.p.A. non è venuto a conoscenza di situazioni, necessità o indicatori che suggerissero di registrare *impairment* né rivalutazioni su tali voci di bilancio.

Come abbiamo osservato finora, dunque, le *accounting policies*, i metodi di valutazione, registrazione e contabilizzazione degli *intangibles* (in particolar modo del marchio) adottati dal bilancio consolidato del Gruppo Salvatore Ferragamo S.p.A., risultano pienamente e correttamente coerenti con quanto prescritto dai principi contabili di riferimento, ovvero gli IAS/IFRS (nello specifico, come discusso precedentemente, lo IAS 38).

### **4.3 L'importanza della comparabilità dei dati di bilancio: analisi delle immobilizzazioni immateriali e degli investimenti effettuati nel periodo 2020-2022**

Al fine di rendere l'analisi fino ad ora presentata più completa e puntuale, a questo punto della trattazione risulta doveroso approfondire come gli investimenti in

*intangibles*, in particolar modo gli investimenti effettuati per il marchio Salvatore Ferragamo, si sono movimentati lungo un arco temporale definito.

L'elaborato, a questo punto, andrà dunque ad approfondire e ad analizzare il periodo temporale che va dal 2020 al 2022.

Inoltre, a titolo di completezza, si andrà altresì ad effettuare una breve analisi di comparabilità con una società affine, ovvero il gruppo Prada.

Come anticipato nei paragrafi precedenti, al 31.12.2022 gli investimenti in immobilizzazioni sia materiali che immateriali effettuati dal Gruppo Salvatore Ferragamo S.p.A. si presentano nel modo che segue (Tabella 15):

(In milioni di Euro)	31 dicembre 2022	31 dicembre 2021
Investimenti in attività materiali e immateriali	55,9	44,2
Capitale circolante operativo netto	191,4	199,4
Patrimonio netto	775,4	785,9
Indebitamento / ( <i>surplus</i> ) finanziario netto <i>adjusted</i>	(371,2)	(372,8)
Flusso di cassa generato (utilizzato) dall'attività operativa <i>adjusted</i>	152,5	275,5

Tabella 15: Investimenti in immobilizzazioni sia materiali che immateriali effettuati dal Gruppo Ferragamo S.p.A. (Fonte: <https://group.ferragamo.com/it/investor-relations/documenti-finanziari/2022>)

Come si può notare, nel corso dell'esercizio 2022, il Gruppo ha effettuato investimenti in attività materiali e immateriali per un importo complessivo pari ad €/k 55,9, di cui €/k 14,3 in immobilizzazioni immateriali.

I principali investimenti in immobilizzazioni immateriali sono da ricondurre allo sviluppo di *software* utilizzati a supporto dei processi aziendali più rilevanti, tra cui è indispensabile segnalare i *software* che migliorano l'esperienza d'uso delle piattaforme digitali tramite le quali il Gruppo è riuscito negli ultimi anni ad affermare la propria presenza in rete.

Evidenziare l'importanza di investimenti veicolati verso le migliori e gli sviluppi delle piattaforme digitali è importante in quanto, grazie all'impiego profuso dal Gruppo in questo senso, il marchio Salvatore Ferragamo riesce ad assumere sempre più importanza e riesce contemporaneamente a guadagnare una notorietà praticamente globale, come meglio specificato nei paragrafi precedenti.

Analizzando i dati e le dichiarazioni finanziarie del Gruppo al 31.12.2021, si può immediatamente osservare che, anche nel corso dell'esercizio 2021, il Gruppo ha veicolato la maggior parte del capitale destinato agli investimenti in *intangibles* nello sviluppo dei medesimi *software*.

La situazione, al 31.12.2021, si presenta quindi nel modo seguente (Tabella 16):

(In milioni di Euro)	31 dicembre 2021	31 dicembre 2020
Investimenti in attività materiali e immateriali*	44,2	29,4
Capitale circolante operativo netto	199,4	314,6
Patrimonio netto	785,9	709,7
Indebitamento / (surplus) finanziario netto adjusted	(372,8)	(138,7)
Flusso di cassa generato (utilizzato) dall'attività operativa adjusted	275,5	(5,2)

Tabella 16: Investimenti in attività immateriali e conseguenti movimentazioni finanziarie nell'anno 2021 del Gruppo Ferragamo S.p.A. (Fonte: <https://group.ferragamo.com/it/investor-relations/documenti-finanziari/2021>)

Al 31.12.2020, invece, la situazione è la seguente (Tabella 17):

(In milioni di Euro)	31 dicembre 2020	31 dicembre 2019
Investimenti in attività materiali e immateriali*	29,4	59,0
Capitale circolante operativo netto	314,6	334,6
Patrimonio netto	709,7	785,3
Indebitamento / (surplus) finanziario netto adjusted	(138,7)	(171,9)
Flusso di cassa generato (utilizzato) dall'attività operativa adjusted	(5,2)	135,6

Tabella 17: Investimenti in attività immateriali e conseguenti movimentazioni finanziarie nell'anno 2020 del Gruppo Ferragamo S.p.A. (Fonte: <https://group.ferragamo.com/it/investor-relations/documenti-finanziari/2020>)

Come si può notare dagli schemi di cui sopra, estratti direttamente dai bilanci consolidati pubblicati dal Gruppo Salvatore Ferragamo S.p.A., nel corso dei tre esercizi su cui l'analisi proposta da questo elaborato si è concentrata, c'è una differenza sostanziale tra il capitale investito durante il corso degli esercizi 2022 e 2021 rispetto a quanto investito nel corso del 2020.

La motivazione di tale differenza è da rintracciare nel fatto che, durante l'esercizio chiuso al 31.12.2020, il Gruppo si è trovato a fronteggiare l'emergenza causata dalla pandemia causata dalla diffusione del Covid-19.

La riduzione degli investimenti durante il suddetto periodo, quindi, nasce dal fatto che il Gruppo ha deciso strategicamente di rinviare al futuro progetti non essenziali, nell'ottica di contenimento di futuri impatti economico-finanziari e di protezione della solidità patrimoniale del Gruppo.

Un'altra rilevante differenza, per quanto riguarda gli investimenti in *intangibles* sostenuti nel corso dell'esercizio chiuso al 31.12.2020, sta nella destinazione del capitale utilizzato.

Infatti, durante tale periodo, il Gruppo non ha investito principalmente in *software* per lo sviluppo delle piattaforme digitali come accaduto negli esercizi successivi.

Il *focus* degli investimenti, infatti, era il progetto "*Product Lifecycle Management*" per la gestione integrata del ciclo di vita del prodotto.

Questo dato sarebbe infatti un utile spunto di ricerca e di analisi da cui partire, che mette in evidenza come i grandi gruppi, come il Gruppo Salvatore Ferragamo S.p.A., abbiano radicalmente cambiato la direzione degli investimenti dopo gli effetti della pandemia, la quale ha messo appunto in risalto l'importanza dei canali digitali per lo sviluppo non solo della presenza *on-line* e del prestigio societario, ma soprattutto per la presenza del marchio, rendendo dunque l'approccio *digital* un vero e proprio *asset* strategico per portare avanti il prestigio di un marchio *made in Italy* come quello di Ferragamo.

A questo punto della trattazione, a conclusione del paragrafo, l'elaborato proporrà una breve analisi comparativa con una società *competitor*, ovvero il gruppo Prada.

La scelta del *competitor* non è stata casuale.

È stato preso in considerazione il Gruppo Prada, appunto, per diverse affinità riscontrate con il Gruppo Salvatore Ferragamo.

Anche il Gruppo Prada, infatti, ha radici nell'artigianalità del *made in Italy*.

Mario Prada, infatti, inizia a tracciare la storia del Gruppo aprendo un piccolo negozio nel cuore di Milano che vende calzature e valigeria, specializzandosi quindi nella lavorazione artigianale di pellame pregiato.<sup>113</sup>

Con il passare del tempo, il marchio Prada acquisisce sempre più importanza sul mercato italiano, arrivando a diventare il fornitore ufficiale del guardaroba reale di Sua Maestà la Regina.

Il marchio Prada, insieme al marchio Church's, di proprietà della stessa famiglia, diviene immediatamente simbolo di prestigio e lusso, punto di riferimento dell'aristocrazia e dell'alta borghesia italiana e non solo.

Nobili, ricchi proprietari terrieri, personaggi illustri del teatro e del cinema indossavano accessori e calzature che portavano la firma dell'artigianalità e della qualità dei prodotti che solo pochi nomi, all'epoca, potevano garantire.

A metà degli anni 70 entra in azienda Miuccia Prada, nipote di Mario, occupandosi in prima persona della produzione di accessori e calzature e portando il Gruppo ad un'espansione sia nazionale che internazionale.

Ormai, il nome di Prada era conosciuto in tutto il mondo.

Di conseguenza, di lì a poco il Gruppo scelse la strada della quotazione.

Ad oggi, il Gruppo è quotato alla Borsa di Hong Kong.

Tra i diversi *asset* strategici del Gruppo Prada, come facilmente si può evincere, c'è ovviamente il valore del *brand* e il prestigio dello stesso marchio.

Il *brand* qui si fa portavoce autorevole nel settore del lusso e di valori essenziali come l'indipendenza creativa, la trasformazione e lo sviluppo sostenibile.

Anche in questo caso, il Gruppo possiede 612 punti vendita monomarca in oltre 70 Paesi nel mondo e opera anche nel settore dell'*eyewear* e dei profumi tramite accordi e contratti di licenza.

---

<sup>113</sup> <https://www.pradagroup.com/it.html>



La situazione patrimoniale del Gruppo Prada al 31.12.2022 si presenta in questo modo (Tabella 18):

### Consolidated statement of financial position

(amounts in thousands of Euro)	Note	December 31 2022	December 31 2021
<b>Assets</b>			
<b>Current assets</b>			
Cash and cash equivalents		1,091,622	981,786
Trade receivables, net	4	331,915	329,547
Inventories, net	5	760,457	662,654
Derivative financial instruments - current		22,483	1,762
Receivables due from, and advance payments to, related parties - current	6	2,373	22,866
Other current assets	7	215,917	171,220
<b>Total current assets</b>		<b>2,424,767</b>	<b>2,169,835</b>
<b>Non-current assets</b>			
Property, plant and equipment	8	1,577,125	1,564,853
Intangible assets	8	817,809	829,405
Right of use assets	9	2,011,474	1,956,289
Investments in equity instruments		26,974	5,696
Deferred tax assets		373,090	287,462
Other non-current assets	10	139,402	144,346
Derivative financial instruments - non-current		5,812	-
Receivables due from, and advance payments to, related parties - non-current		1,125	1,125
<b>Total non-current assets</b>		<b>4,952,811</b>	<b>4,789,176</b>
<b>Total assets</b>		<b>7,377,578</b>	<b>6,959,011</b>

Tabella 18: Situazione patrimoniale del Gruppo Prada S.p.A. al 31.12.2022

(Fonte: <https://www.pradagroup.com/it/investors/investor-relations/results-presentations.html>)

Come si può evincere dallo schema di cui sopra, per gli *intangible assets* il Gruppo ha evidenziato un decremento patrimoniale nel corso dell'esercizio chiuso al 31.12.2022.

Per quanto riguarda, invece, i ricavi, la situazione economica al 31.12.2022 risulta essere la seguente (Tabella 19):

## 1. Analysis of net revenues

(amounts in thousands of Euro)	twelve months ended December 31 2022		twelve months ended December 31 2021		% change current exc.rates	% change constant exc.rates
<u>Net revenues</u>						
Retail net sales (Directly Operated Stores and e-commerce)	3,736,971	89.0%	2,930,856	87.1%	27.5%	23.8%
Wholesale net sales (independent customers and franchisees)	387,621	9.2%	385,764	11.4%	0.5%	-2.0%
Royalties	76,082	1.8%	49,047	1.5%	55.1%	55.1%
<b>Total net revenues</b>	<b>4,200,674</b>	<b>100%</b>	<b>3,365,667</b>	<b>100%</b>	<b>24.8%</b>	<b>21.3%</b>

Tabella 19: Ricavi del Gruppo Prada S.p.A. al 31.12.2022

(Fonte: <https://www.pradagroup.com/it/investors/investor-relations/results-presentations.html>)

Anche in questo caso, parte dei ricavi è generata dal prestigio che il marchio ha assunto nel corso degli anni, come accennato sopra.

In particolare, possiamo osservare analiticamente come i vari *brand* del Gruppo, in particolare il marchio Prada, hanno contribuito alla generazione dei ricavi complessivi.

Di seguito (Tabella 20):

## 1. Analysis of net revenues

(amounts in thousands of Euro)	twelve months ended December 31 2022		twelve months ended December 31 2021		% change current exc. rates	% change constant exc. rates
<u>Net revenues</u>						
Retail net sales (Directly Operated Stores and e-commerce)	3,736,971	89.0%	2,930,856	87.1%	27.5%	23.8%
Wholesale net sales (independent customers and franchisees)	387,621	9.2%	385,764	11.4%	0.5%	-2.0%
Royalties	76,082	1.8%	49,047	1.5%	55.1%	55.1%
<b>Total net revenues</b>	<b>4,200,674</b>	<b>100%</b>	<b>3,365,667</b>	<b>100%</b>	<b>24.8%</b>	<b>21.3%</b>
<u>Retail net sales by geographical area</u>						
Asia Pacific	1,231,659	33.0%	1,192,109	40.7%	3.3%	-1.7%
Europe	1,187,466	31.8%	748,833	25.5%	58.6%	63.4%
Americas	781,825	20.9%	571,692	19.5%	36.8%	22.1%
Japan	368,739	9.9%	296,735	10.1%	24.3%	30.5%
Middle East and other countries	167,282	4.4%	121,487	4.2%	37.7%	23.0%
<b>Total retail net sales</b>	<b>3,736,971</b>	<b>100%</b>	<b>2,930,856</b>	<b>100%</b>	<b>27.5%</b>	<b>23.8%</b>
<u>Retail net sales by brand</u>						
Prada	3,252,025	87.0%	2,537,061	86.6%	28.2%	24.5%
Miu Miu	431,768	11.6%	346,874	11.8%	24.5%	20.3%
Church's	29,403	0.8%	29,835	1.0%	-1.4%	-2.3%
Other	23,775	0.6%	17,086	0.6%	39.1%	38.9%
<b>Total retail net sales</b>	<b>3,736,971</b>	<b>100%</b>	<b>2,930,856</b>	<b>100%</b>	<b>27.5%</b>	<b>23.8%</b>

Tabella 20: Ricavi complessivi esercizi 2021/2022 del Gruppo Prada S.p.A. (Fonte: <https://www.pradagroup.com/it/investors/investor-relations/results-presentations.html>)

È immediato quindi osservare che il solo marchio Prada, considerato singolarmente, ha generato ha contribuito per quasi il 25% alla generazione dei ricavi complessivi, su un totale complessivo per contributo dei *brand* pari al 24%.

Il contributo complessivo dei marchi del Gruppo risulta essere inferiore alla singola contribuzione del marchio Prada per effetto della tendenza negativa attribuibile al marchio Church's.

È interessante, inoltre, osservare che il marchio Prada ha subito una movimentazione in aumento rispetto all'esercizio precedente, in controtendenza rispetto agli altri *brand* i quali, invece, hanno contribuito in maniera inferiore rispetto all'esercizio chiuso al 31.12.2021.

Di seguito esponiamo, per completezza, la movimentazione intercorsa nell'anno per quanto riguarda gli investimenti in *intangible assets* (Tabella 21):

(amounts in thousands of Euro)	Trademarks and intellectual property rights	Goodwill	Store Lease Acquisitions	Software	Other intangibles	Assets in progress	Total net carrying amount
Opening balance	217,230	513,486	469	79,474	4,810	13,936	829,405
Additions	1,398	195	17	19,953	75	29,946	51,584
Amortization	(11,639)	-	(343)	(25,572)	(3,147)	-	(40,701)
Disposals	-	-	-	(284)	-	(5)	(289)
Exchange differences	(1,846)	-	4	(13)	-	1	(1,854)
Other movements	-	-	90	12,269	(73)	(13,009)	(723)
Impairment	(19,400)	-	(102)	(29)	(17)	(70)	(19,618)
Revaluation IAS 29	-	-	-	5	-	-	5
Closing balance	185,743	513,681	135	85,803	1,648	30,799	817,809

Tabella 21: Investimenti in attività immateriali nell'anno 2021 del Gruppo Prada S.p.A. nell'anno 2021  
(Fonte: <https://www.pradagroup.com/it/investors/investor-relations/results-presentations.html>)

Anche per quanto riguarda il gruppo Prada, quindi, coerentemente con quanto già visto per il Gruppo Salvatore Ferragamo, le *accounting policies* identificano una modalità di contabilizzazione e di iscrizione in bilancio degli intangibles pienamente coerente con quanto dettato dai principi contabili di riferimento, ovvero i principi IAS/IFRS. Come richiesto, dunque, dal principio IAS 36, gli *intangible assets* con vita utile indefinita non vengono ammortizzati, ma sono soggetti ad un *test di impairment* almeno una volta all'anno.

L'*impairment test* eseguito al 31.12.2022 non ha identificato alcun indizio che potesse portare ad una svalutazione degli *intangible*, fatta eccezione, come anticipato, per il marchio Church's e per la CGU relativa al mercato della Russia.

Lo scenario particolare che ha interessato il territorio russo durante il corso dell'esercizio, quindi, ha suggerito di applicare una piccola svalutazione a seguito dell'esito dell'*impairment test* per l'esercizio chiuso al 31.12.2022, principalmente per motivi di prudenza e futura recuperabilità degli *assets*.

A conclusione, dunque, possiamo affermare che i due Gruppi messi a confronto presentano situazioni affini sia per quanto riguarda la loro storia, sia per i fattori che hanno portato i principali *brand* ad essi riferiti a diventare simbolo di prestigio e di lusso, riconosciuti in tutto il mondo.

Anche per quanto riguarda gli accordi di licenza, abbiamo osservato come i due Gruppi messi a confronto presentano una strategia simile.

Per le *accounting policies*, infine, il Gruppo Salvatore Ferragamo e il Gruppo Prada adottano la stessa metodologia, pienamente coerente con quanto dettato dai principi contabili internazionali IAS/IFRS.

L'unica differenza riscontrabile, dunque, è da rintracciare nell'esito dell'*impairment test* eseguito alla fine dell'esercizio chiuso al 31.12.2022, il quale non ha suggerito alcuna svalutazione applicabile per quanto riguarda il Gruppo Salvatore Ferragamo, a differenza di quanto accaduto per il Gruppo Prada.

Questo suggerisce probabilmente che il marchio Ferragamo è stato in grado di mantenere la propria solidità, acquisita nel corso del tempo, anche in contesti macroeconomici insidiosi e difficili, facendo fronte a diverse emergenze e situazioni delicate.

## CONCLUSIONI

L'analisi svolta nel presente lavoro di tesi ha avuto l'obiettivo di raccogliere i principali elementi che caratterizzano i beni immateriali e le loro modalità di rilevazione in bilancio.

È evidente come la categoria degli intangibili riesca a comprendere elementi così differenti e in continuo sviluppo.

Da quanto si è avuto modo di analizzare, l'evoluzione economica è stata al contempo responsabile di una crisi valutativa e di un successo normativo.

Le fonti normative analizzate hanno infatti raggiunto un soddisfacente livello di convergenza relativamente ai criteri di iscrivibilità e valutazione delle risorse immateriali.

La rappresentazione tangibile di quanto detto è testimoniata dall'analisi di bilancio delle società *leader* del settore del lusso di cui ci si è occupati e per le quali si registra la piena adozione degli *standard* internazionali, essenziale per garantire la consistenza e la comparabilità dei dati di bilancio.

## BIBLIOGRAFIA

- AMADUZZI, *Gli intangibili nei principi contabili statunitensi e negli IAS/IFRS*, Giuffrè Editore, Milano, 2005.
- BAUER, MEZZOBOTTA, *Perdite durevoli di valore e avviamento secondo i principi IFRS*.
- BIANCONE, *Le attività immateriali, l'avviamento e l'impairment nei bilanci. Principi contabili internazionali (IAS/IFRS) E US GAAP*, Milano, Giuffrè, 2006
- BRONDONI, in *“Patrimonio di marca e risorse immateriali dell'impresa”*, Torino, Giappichelli, 2004, p. 9
- CAPALBO, *Impairment of Assets, Il Bilancio secondo I principi contabili internazionali IAS/IFRS. Regole e applicazioni, 3/3*, Giappichelli, Torino, 2013.
- CELLI, *“Riflessioni sulla valutazione del marchio d'impresa ai fini del trasferimento”*, in *Rivista italiana di ragioneria e di economia aziendale*, 2005, p. 243.
- COHEN, *Valutation and economic benefits*, p. 47 e ss.
- COLOMBO, *Il bilancio di esercizio, Strutture e valutazioni*, UTET, 1987 p. 140 e ss.
- COTTA RAMUSINO, RINALDI, in *“La valutazione d'azienda”*, IlSole24Ore, Milano, 2003
- DEZZANI, BIANCONE, RUSSO (a cura di) in *“IAS/IFRS”*, manuali IPSOA, Milano, 2022, p. 1064 e ss.
- FERRAGINA, *“La valutazione del marchio, in Contabilità, Finanza e Controllo”*. n.12.
- FLORIO, *“La verifica di impairment test nelle politiche di earnings management p. 130.*
- FORTE, *Immobilizzazioni immateriali*, in Aa, Vv, *Il bilancio secondo i principi contabili internazionali IAS/IFRS*, p. 241.
- GIULIANI, *La valutazione del capitale intellettuale*, Franco Angeli editore, Milano 2017.
- GIULIANI, MARASCA, *“La valutazione degli intangibles aziendali”*, Milano, Giuffrè, 2018, p.33.
- GUATRI *“Il differenziale fantasma: i beni immateriali nella determinazione del reddito e nella valutazione delle imprese”*, in *Finanza, Marketing*, 1989;

GUATRI, BINI, in “La riconciliazione fra approccio del reddito e approccio del costo, in *La valutazione delle aziende*” Milano, 2007, p. 131

GUATRI, BINI, *Nuovo trattato sulla valutazione delle aziende*, EGEA, Milano, 2009, p. 157.

GUIDANTONI, VERRUCCHI, in *Esercizi e complementi di contabilità internazionale (IAS/IFRS)*, Franco Angeli Editore, 2016, p. 161 e ss.

GUISSANI, NAVA e PORTALUPI, in “*Il memento pratico contabile*, Ipsoa Francis Lefebvre, Milano, 2016, p. 583.

HILTON e BRIEN, in *Impairment and discretion*, 2009.

IAS/IFRS, GRUPPO DI STUDIO E DI ATTENZIONE AIDEA, 2007, p. 71, L’analisi degli effetti sul bilancio dell’introduzione dei principi contabili internazionali

LEV in “*Intangibles. Gestione, valutazione e reporting delle risorse intangibili nelle aziende*”, 2001, p.9.

LIBERATORE, “La valutazione degli intangibles aziendali”, a cura di M. GIULIANI, S. MARASCA, p. 10 e ss. Milano, Giuffrè, 2018

LIBERATORE, in “Il metodo di valutazione analitico: i beni immateriali, in LIBERATORE, AMADUZZI, COMUZZI, FERRARO, *La valutazione delle aziende in crisi*, Milano, GIUFFRÈ’, 2014.

MARI, in “Le valutazioni nel bilancio IAS/IFRS, Analisi dei principi contabili internazionali, Giappichelli, Torino, 2020, p. 54.

MORO VISCONTI, “*La valutazione economica del know how*” in *Il Diritto industriale*, vol.3, p. 247

MORO, VISCONTI “*Evaluating know-how for transfer price benchmarking*”, *Journal of Finance and Accounting* 1, p. 27-38.

ONESTI, ROMANO, TALIENTO, *Il bilancio delle imprese. Finalità, principi e comportamenti contabili alla luce delle teorie, delle norme e degli standard nazionali e internazionali*, Torino, Giappichelli, 2011.

PEDACCINI e ARGINELLI, “*Prime riflessioni sul regime italiano di Patent Box in chiave comparata ed alla luce dei lavori dell’OCSE in materia di contrasto alle pratiche fiscali dannose*”, in *Rivista di Diritto Tributario*, 2014, p. 63 e ss.

QUAGLI, *Bilancio di esercizio e principi contabili*, 2023.

RANALLI, *La valutazione del marchio*, in *Diritto e pratica delle società*, 2007

TISCINI, PAOLONE, IFRS13, Fair value accounting, “*Dibattito e profili di incertezza nella definizione dei parametri valutativi*”, Milano, Giappichelli, 2022



VICARI, “*Risorse e funzionamento d’impresa*” in Finanza, Marketing e Produzione, n. 3, 1992.

VOLPE, L’impairment test del *goodwill* nel bilancio consolidato: implicazioni tecnico-valutative, organizzative e di *governance*, in Società e Contratti, Bilancio e Revisione, n.1, 2019

ZANDA, LACCHINI in “*La valutazione dei marchi d’impresa*, Cedam, Padova, 1991, p. 57 e ss.

## SITOGRAFIA

<https://www.fondazioneoic.eu/wp-content/uploads/2011/02/2022-05-OIC-24-Immobilizzazioni-immateriali1.pdf>

<https://www.treccani.it/enciclopedia/moda/#:~:text=La%20parola%20moda%20>

<https://www.spinosimarketing.com/it/consulente-societa-consulenza-marketing/strategie-di-marca-brand-branding/definizione-marchio-brand-management-brand-equity.html#:~:text=Per%20l%27AMA%2C%20l%27,e%20per%20differenziarli%20dalla%20concorrenza.>

[https://www.rgs.mef.gov.it/\\_Documenti/VERSIONE-I/Attivit--i/Bilancio\\_di\\_previsione/Legge\\_di\\_stabilit/2015/Legge\\_di\\_Stabilita\\_2015.pdf](https://www.rgs.mef.gov.it/_Documenti/VERSIONE-I/Attivit--i/Bilancio_di_previsione/Legge_di_stabilit/2015/Legge_di_Stabilita_2015.pdf)

<https://www.agenziaentrate.gov.it/portale/documents/20143/4988552/Circolare+nuovo+Patent+Box+24.02.23.pdf/dd915ff5-4358-658a-102d-023a65dfd9a6>

<https://www.fondazioneoic.eu/wp-content/uploads/2011/02/2016-12-OIC-9-Svalutazioni-per-perdite-durevoli.pdf>

[https://www.revisorionline.it/IAS\\_IFRS/ias36.htm](https://www.revisorionline.it/IAS_IFRS/ias36.htm)

<https://group.ferragamo.com>

<https://group.ferragamo.com/it/gruppo/la-storia/>

<https://group.ferragamo.com/it/gruppo/organigramma-del-gruppo>

<https://assistenza-legale-imprese.it/il-contratto-di-licenza-licensing-in-licensing-out-cross-licensing-cose-e-a-cosa-serve/>

<https://group.ferragamo.com/it/investor-relations/documenti-finanziari/2022>

<https://www.ifrs.org/>

<https://www.pradagroup.com/it.html>

<https://www.pradagroup.com/it/investors/investor-relations/results-presentations.html>

## INDICE TABELLE E GRAFICI

Grafico 1: rappresentazione del *purchase method* per la valutazione dell'avviamento.

Grafico 2: procedura di *impairment test* per una singola attività e per una CGU.

Figura 1: Storia del gruppo Ferragamo S.p.A.

Figura 2: Organigramma del gruppo Ferragamo S.p.A.

Figura 3: Ricavi derivanti dai contratti di licensing del Gruppo Ferragamo S.p.A. al 31.12.2022

Tabella 1: rappresentazione dell'*acquisition method* per la rilevazione dell'avviamento

Tabella 2: Composizione del patrimonio societario del Gruppo Ferragamo S.p.A. al 31.12.2022.

Tabella 3: Movimentazione delle attività immateriali a vita utile definita per gli esercizi del Gruppo Ferragamo S.p.A. al 31.12.2022

Tabella 4: Movimentazione delle attività immateriali a vita utile definita per gli esercizi del Gruppo Ferragamo S.p.A. al 31.12.2021

Tabella 5: Bilancio consolidato del Gruppo Ferragamo S.p.A. al 31.12.2022 – conto economico consolidato

Tabella 6: Bilancio consolidato del Gruppo Ferragamo S.p.A. al 31.12.2022 – conto economico complessivo consolidato

*Tabella 7: Composizione dei ricavi suddivisi per canali distributivi del Gruppo Ferragamo SpA al 31.12.2022*

Tabella 8: Disaggregazione dei ricavi *del Gruppo Ferragamo S.p.A. al 31.12.2022* suddivisi per area geografica

Tabella 9: Disaggregazione dei ricavi *del Gruppo Ferragamo S.p.A. al 31.12.2022* suddivisi per modalità di distribuzione

Tabella 10: *Accounting policies* applicate dal Gruppo Ferragamo S.p.A. circa la vita utile degli *intangibles*

Tabella 11: Attività immateriali del Gruppo Ferragamo S.p.A. al 31.12.2022

Tabella 12: Investimenti in attività immateriali del Gruppo Ferragamo S.p.A. al 31.12.2022

Tabella 13: Principali movimentazioni degli *intangibles* del Gruppo Ferragamo S.p.A. al 31.12.2022 e al 31.12.2021

Tabella 14: Principali movimentazioni degli *intangibles* del Gruppo Ferragamo S.p.A. al 31.12.2022 e al 31.12.2021

Tabella 15: Investimenti in immobilizzazioni sia materiali che immateriali effettuati dal Gruppo Ferragamo S.p.A.

Tabella 16: Investimenti in attività immateriali e conseguenti movimentazioni finanziarie nell'anno 2021 del Gruppo Ferragamo S.p.A.

Tabella 17: Investimenti in attività immateriali e conseguenti movimentazioni finanziarie nell'anno 2020 del Gruppo Ferragamo S.p.A.

Tabella 18: Situazione patrimoniale del Gruppo Prada S.p.A. al 31.12.2022

Tabella 19: Ricavi del Gruppo Prada S.p.A. al 31.12.2022

Tabella 20: Ricavi complessivi esercizi 2021/2022 del Gruppo Prada S.p.A.

Tabella 21: Investimenti in attività immateriali nell'anno 2021 del Gruppo Prada S.p.A. nell'anno 2021