

HANDELS-, INDUSTRIE-, HANDWERKS-, TOURISMUS- UND LAND-WIRTSCHAFTSKAMMER BOZEN

PRAXI INTELLECTUAL PROPERTY

Valutazione economico-finanziaria degli asset di Proprietà Industriale

Andrea Parodi
Dottore Commercialista e Revisore Contabile, Partner di PRAXI - Consulenza Direzionale

Valutazione degli asset IP

- Identificazione e classificazione degli intangible assets (focus specifico su marchi, brevetti, design, customer list, know-how)
- La formazione degli intangible specifici (creazione interna, acquisto da terze economie, etc)
- La valutazione contabile degli intangible asset
- La valutazione economica degli intangible asset
- I principali metodi di valutazione
- Il processo di valutazione dei beni immateriali
- Esempi di valutazione di alcuni intangibles

Identificazione e classificazione intangibili

Classificazione in bilancio

Sono definiti asset intangibili (o beni immateriali) beni privi di consistenza fisica e fonte di probabili benefici economici futuri, che sono stati acquisiti o sviluppati internamente sostenendo costi identificabili.

Gli asset intangibili hanno vita finita e, pur essendo posseduti dal soggetto economico, hanno un valore di mercato da esso distinto.

Identificazione

- marchi
- brevetti (e design)
- licenze (d'uso e commerciali)
- avviamento
- ricerca e sviluppo, spese di pubblicità
- lista clienti (customer list)
- know-how (in diverse forme)
- database (vari), le procedure operative e i sistemi informativi

Identificazione e classificazione intangibili

Attivo:

A) Crediti verso soci per versamenti ancora dovuti, con separata indicazione della parte già richiamata.

B) Immobilizzazioni, con separata indicazione di quelle concesse in locazione finanziaria:

I) Immobilizzazioni immateriali:

1) costi di impianto e di ampliamento
2) costi di ricerca, di sviluppo e di pubblicità
3) diritti di brevetto industriale e diritti di utilizzazione delle opere dell'ingegno
4) concessioni, licenze, marchi e diritti simili
5) avviamento
6) immobilizzazioni in corso e acconti
7) altre
Totale

Definizione di avviamento

Si definisce avviamento 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 dei beni aziendali acquisisce rispetto alla somma dei valori dei singoli beni, in virtù dell'organizzazione dei beni in un sistema efficiente.

L'avviamento può essere generato internamente, ovvero può essere acquisito a titolo oneroso.

Aspetti contabili e definizioni

Condizioni per iscrizione

- sono individualmente identificabili
- il costo è stimabile con sufficiente attendibilità

Criteri di iscrizione a bilancio

- al costo di acquisto (esterno)
- al costo di realizzazione (interno)

Aspetti contabili e definizioni

Quando mi serve la valutazione di un intangibile (finalità)

- rivalutazione (a seguito di leggi ad hoc, come avvenuto nel periodo COVID): a seguito di leggi speciali è data la facoltà alle aziende di procedere alla rivalutazione degli asset materiali e immateriali in modo da poter iscrivere gli stessi al valore di mercato. Le disposizioni a volte prevedono la rivalutazione anche solo ai fini civilistici, nella maggior parte dei casi si perfeziona solo dandole valenza fiscale.
- acquisizione/cessione: il professionista può essere chiamato dal cliente per stimare l'asset a supporto di un'operazione di acquisto o di cessione (anche singolo) o in quanto parte di un complesso aziendale oggetto di acquisto/vendita.
- operazioni straordinarie: il professionista può essere chiamato dal cliente per stimare l'asset a supporto di un'operazione straordinaria, ovvero di conferimento, scissione, fusione, etc. Anche in questo caso l'incarico può prevedere la valutazione del solo asset immateriale o dello stesso all'interno di un complesso aziendale (ad esempio ramo d'azienda).

Aspetti contabili e definizioni

Quando mi serve la valutazione di un intangibile (finalità)

- impairment test: la valutazione annuale in bilancio del goodwill e degli intangible specifici contabilizzati la cui vita utile non è definibile (indeterminata), pone il problema di sostituire il loro ammortamento "sistematico" con un ammortamento "economico", che rifletta cioè la reale dinamica del valore (corrispondente alla riduzione intervenuta nel valore corrente; non si contabilizzano gli aumenti intervenuti, se non nel caso di nuove acquisizioni). E' questo il tema dell'impairment test che richiede una serie di analisi circa la valutazione e le metodologie di misurazione degli intangible.

- allocazione del prezzo di acquisizione (PPA nell'ambito dei principi internazionali): l'allocazione, per fini contabili, del prezzo sopportato in sede di acquisizione o incorporazione dell'azienda alle varie classi di attività deve tener conto dell'obbligatorietà di contabilizzare le acquisizioni di aziende, nonché le altre operazioni straordinarie (fusioni, scissioni ecc.) con il cosiddetto acquisition metodo. Partendo dal prezzo (es. costo dell'acquisizione), è necessario un processo di allocazione finalizzato a fornire alla contabilità tutti i valori analitici necessari per il bilancio. Tale processo riguarda quindi anche l'intangible specifico.

Approfondimento nel caso di Allocazione del Prezzo di Acquisto (PPA)

Figura 1

Mappa dei possibili interlocutori aziendali nella fase di identificazione degli intangibili ai fini di PPA (esempio impresa manifatturiera)

	Sales/ Marketing	Manufacturing	R&D Engineering	Purchasing	Legal	Administration/ Finance
Trademarks	■	■			■	
Patents	■	■	■		■	■
Proprietary Technology		■	■			
Records and Drawings		■	■	■		■
Software		■	■	■		■
Copyrights	■			■		■
Providing contracts	■					
Receiving contracts				■	■	
Customer relationships	■				■	

Fonte: ASA, Valuation of intangible assets for financial reporting purposes, Advanced course, pag. 175

Metodi di valutazione degli intangibili

1. Metodo del costo

I criteri basati sui costi si basano sull'assunto che il **valore di un bene** immateriale è pari al costo che si deve sostenere per ottenere quel bene o un bene equivalente sotto il profilo dell'utilità.

Gli approcci riferiti al costo sono basati sul principio di sostituzione: qualunque sia la configurazione di costo adottata, infatti, i metodi procedono alla stima del **valore dell'intangibile** attraverso l'accertamento del costo di un sostituto del bene in questione.

Il **criterio del costo** è riconducibile a tre distinte metodologie:

- il metodo del **costo storico**;
- il metodo del **costo storico aggiornato**;
- il metodo del **costo di riproduzione**.

Metodi di valutazione degli intangibili

2. Metodo dei tassi di royalty

- è basato su informazioni di mercato cioè sulle *royalties* annuali applicate nella cessione in uso di marchi (o brevetti) *comparabili*.
- la comparabilità va intesa non solo con riguardo all'appartenenza a un settore specifico, ma anche alla "forza" del marchio.

È stato per almeno un decennio lo strumento più utilizzato per la valutazione di marchi e brevetti, assumendo che il loro valore corrisponda alle *royalties* derivanti dalla cessione in uso a terzi di tali *intangible*; le royalties sono stimate in riferimento a specifici parametri (di solito in percentuale del fatturato) ed il tasso di royalty è dedotto per via di comparazione con casi omogenei. Poiché i proventi (r x S) sono distribuiti su un arco temporale di medio-lungo termine (n anni), devono essere ovviamente attualizzati.

Il problema fondamentale è costituito dalla scelta del tasso di royalty (r/r). La scelta presuppone l'esistenza di un adeguato numero di transazioni, rappresentative e trasparenti, dalle quali sia deducibile un *range* di *royalties* applicate dal mercato per le categorie di *intangible* considerati.

Formula

$$BI = \sum_{1}^{n} r \times S_t \times V^i$$

Metodi di valutazione degli intangibili

3. Metodo delle transazioni comparabili

Il metodo è basato sul riconoscimento a un *intangible* specifico del valore corrispondente "ai prezzi fatti in transazioni recenti aventi per oggetti beni similari".

Questo metodo (ben conosciuto nelle applicazioni alla valutazione di aziende), esige che l'oggetto delle transazioni poste a confronto sia realmente omogeneo: in caso contrario i prezzi non sono comparabili.

Un punto debole del metodo è rappresentato dalla frequente carenza di un numero sufficiente di casi comparabili. Esso assume, tuttavia, significato in un ristretto ambito di situazioni, per le quali esista un'adeguata (o almeno sufficiente) disponibilità di informazioni su transazioni recenti, cioè non oltre gli ultimi 3-5 anni.

L'omogeneità dei dati messi a confronto deve essere garantita in termini di:

- *contenuto della negoziazione*: deve essere esclusivamente composto dal *core asset* riguardando lo specifico *intangible*; oppure dal core asset e da altre componenti cui sia attribuibile un valore certo (cassa, crediti, debiti ecc.) facilmente separabile;
- *condizioni che si accompagnano al prezzo* (pagato per cassa, o contro azioni; a pronti o differito; con o senza garanzie; con o senza integrazioni ecc.).

Metodi di valutazione degli intangibili

4. Metodo premium price (attualizzazione risultati differenziali)

La logica di fondo dell'approccio risiede nel fatto che un complesso di *intangibles* (marcio, brevetto, ecc.) sia all'origine di vantaggi specifici e misurabili, da stimare in *via differenziale* rispetto a situazioni "medie" dei concorrenti che non ne fruiscono (produttori senza marca, senza speciali brevetti, ecc.).

Il reddito differenziale va misurato guardando sia ai ricavi che ai costi. Dai maggiori ricavi (legati ad esempio ad un *premium price* reso possibile da una marca qualificata) vanno sottratti, se del caso, i maggiori costi connessi alla qualità del prodotto, alla pubblicità, alla distribuzione, ecc. Il vantaggio netto differenziale così calcolato va poi attualizzato con riferimento alla sua prevedibile durata (n anni) e con un appropriato tasso.

L'applicazione di questo metodo presenta due approcci differenti a seconda che la vita dell'*intangible* sia definita o indefinita.

- *intangible a vita definita*: la valutazione si deve fondare sui flussi di risultato attesi dallo specifico *asset*, in quanto occorre adottare un'atipica prospettiva di valutazione cosiddetta "a finire". Secondo gli IAS, per esempio, il valore dell'asset a vita definita coincide con il valore recuperabile attraverso i flussi di cassa che esso è in grado di generare.
- *intangible a vita indefinita*: questo tipo di *intangible* sono *assets* che possono generare indefinitamente risultati all'impresa che li possiede finché questa sostiene adeguati costi di manutenzione e di reintegro. La prospettiva di valutazione è quindi di necessità, legata alla "continuità gestionale".

Il processo di valutazione

Step indicativi

1. tipologia di intangibile da valutare;
2. motivo della valutazione;
3. informazioni da acquisire (dati da raccogliere);
4. analisi della società e dell'asset da valutare;
5. scelta del metodo;
6. applicazione della metodologia valutativa;
7. risultato finale.

Il processo di valutazione: brevetto

Intangibile
brevetto

Motivazione
impairment test

Metodo
royalty

Informazioni da acquisire (esempi):

- registrazione del brevetto
- caratteristiche del brevetto
- caratteristiche del mercato di riferimento
- fatturato prodotti associati ultimi 5 anni
- costi per produzione brevetto ultimi 5 anni
- redditività aziendale
- bilanci della società
- piani prospettici
- […]

Processo di valutazione:

- analisi caratteristiche brevetto
- analisi concorrenza
- analisi economica del brevetto
- individuazione royalty media settore
- individuazione royalty da applicare
- determinazione flussi prospettici
- determinazione vita utile
- determinazione tasso di attualizzazione
- determinazione del valore finale

Esempio valutazione Brevetto

		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
	Ricavi vendite "brevetto"	7.021	7.382	7.340	7.553	7.571	7.481	7.586	7.676	7.770	7.869
1,00%	Royalty	70	74	73	76	76	75	76	77	78	79
27,90%	Effetto fiscale	-20	-21	-20	-21	-21	-21	-21	-21	-22	-22
	RR netta	51	53	53	54	55	54	55	55	56	57
5,89%	Coefficiente attualizzazione	0,972	0,918	0,867	0,819	0,773	0,730	0,690	0,651	0,615	0,581
	RR netta attualizzata	49	49	46	45	42	39	38	36	34	33

∑ royalty	411
TAB (valore attuale risparmio fiscale)	140
FAIR VALUE BREVETTO	**551**

Valore royalty (A)	**411**
Base di calcolo	**551**
Periodo ammortamento	10
Ammortamento annuo	**55**
Aliquota di imposta	27,9%
Imposta annua	**15**
Tasso di attualizzazione	1,75%
Coefficiente di attualizzazione	9,1012
Valore attuale risparmio fiscale (B)	**140**

Il processo di valutazione: brevetto

Intangibile
brevetto

Motivazione
cessione

Metodo
redditi differenziali

Informazioni da acquisire (esempi):

- registrazione del brevetto
- caratteristiche del brevetto
- caratteristiche del mercato di riferimento
- fatturato prodotti associati ultimi 5 anni
- costi per produzione brevetto ultimi 5 anni
- redditività aziendale
- bilanci della società
- piani prospettici
- […]

Processo di valutazione:

- analisi caratteristiche brevetto
- analisi concorrenza
- analisi economica del brevetto
- Individuazione delle redditività dei processi da confrontare
- determinazione flussi prospettici
- determinazione vita utile
- determinazione tasso di attualizzazione
- determinazione del valore finale

Esempio valutazione Brevetto

Obiettivo del brevetto

La società, mediante l'adozione di tale progetto, punta a rendere più competitivo il proprio prodotto grazie alla diminuzione delle fasi di montaggio della frizione con conseguente riduzione dei costi di produzione. La società punta a riflettere l'ottimizzazione produttiva nel prezzo, al fine di renderlo estremamente competitivo e quindi da poterlo usare per "entrare" nei prospect. Attualmente il mercato è dominato da una società dell'est asiatico.

Passaggi della stima

1. stima dei ricavi delle vendite lungo il periodo 2020-2028 sulla base di quanto contenuto nel piano aziendale, dividendo i ricavi tra quelli realizzabili con gli attuali clienti in portafoglio e quelli da nuovi clienti. Quest'ultimi, a fine piano, rappresenteranno circa il 75% delle vendite;
2. determinazione dei margini industriali per anno e per tipologia di cliente (vecchio e nuovo);
3. il margine derivante dai nuovi clienti sarà del 2,5% più basso rispetto al margine previsto nel 2018 per le vendite frizione A.
4. abbiamo determinato l'incidenza degli altri costi operativi desunti dai dati disaggregati per famiglia di prodotto;
5. abbiamo determinato l'effetto degli ammortamenti materiali e determinato di conseguenza l'EBITAI grandezza sulla quale è stato calcolato l'effetto fiscale. Il margine netto è stato successivamente attualizzato.

Esempio valutazione Brevetto

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Fatturato nuovi clienti	990.500	2.943.500	5.400.500	7.857.500	10.314.500	12.771.500	15.228.500	17.685.500	20.142.500
Costo diretto	787.500	2.362.500	4.248.214	6.133.929	8.019.643	9.905.357	11.791.071	13.676.786	15.562.500
Margine NC	203.000	581.000	1.152.286	1.723.571	2.294.857	2.866.143	3.437.429	4.008.714	4.580.000
	20,5%	*19,7%*	*21,3%*	*21,9%*	*22,2%*	*22,4%*	*22,6%*	*22,7%*	*22,7%*
Altri costi produzione	163.208	468.452	829.100	1.162.108	1.467.474	1.745.198	1.995.282	2.217.724	2.412.525
	16,5%	*15,9%*	*15,4%*	*14,8%*	*14,2%*	*13,7%*	*13,1%*	*12,5%*	*12,0%*
Ammortamenti materiali	15.360	45.645	83.746	121.847	159.948	198.049	236.149	274.250	312.351
Ebitai stimato	24.433	66.903	239.439	439.617	667.436	922.896	1.205.997	1.516.740	1.855.124
	2,47%	*2,27%*	*4,43%*	*5,59%*	*6,47%*	*7,23%*	*7,92%*	*8,58%*	*9,21%*
Imposte	-6.817	-18.666	-66.804	-122.653	-186.215	-257.488	-336.473	-423.170	-517.580
MARGINE NETTO	17.616	48.237	172.636	316.964	481.221	665.408	869.524	1.093.569	1.337.544
Coefficiente attualizzazione	*0,8339*	*0,7693*	*0,7096*	*0,6546*	*0,6038*	*0,5570*	*0,5138*	*0,4740*	*0,4372*
MARGINE NETTO ACTUAL	14.691	37.107	122.505	207.482	290.577	370.639	446.778	518.326	584.806
∑ margini actual	2.592.911								
TAB	742.854								
VALORE BREVETTO	**3.335.765**								

Il processo di valutazione: marchio

Intangibile
marchio

Motivazione
rivalutazione
ex legge COVID

Metodo
attualizzazione risultati differenziali

Informazioni da acquisire (esempi):

- registrazione del marchio
- caratteristiche del marchio
- caratteristiche del mercato di riferimento
- fatturato del marchio ultimi 5 anni
- fatturato diviso per cliente ultimi 5 anni
- costi per sostegno del marchio ultimi 5 anni
- redditività aziendale
- bilanci della società
- piani prospettici
- […]

Processo di valutazione:

- analisi di mercato
- analisi forza del marchio
- analisi economico marchio e no marchio (private label)
- determinazione delta prezzo
- determinazione costi aggiuntivi
- determinazione flussi prospettici (reddito)
- determinazione terminal value
- determinazione tasso di attualizzazione
- determinazione del fair value

Esempio valutazione marchio - premium price

		A1	A2	A3	A4	A5
€	prezzo unitario PRODOTTO "A" a marchio	2,50	2,56	2,63	2,69	2,76
€	prezzo unitario PRODOTTO "primo prezzo"	1,75	1,79	1,84	1,88	1,93
€	Delta prezzo PRODOTTO "A" a marchio	0,75	0,77	0,79	0,81	0,83
pezzi	Qtà vendute PRODOTTO "A" a marchio	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000
€	**DELTA PREZZO TOTALE "A"**	**1.875.000**	**1.921.875**	**1.969.922**	**2.019.170**	**2.069.649**

		A1	A2	A3	A4	A5
€	prezzo unitario PRODOTTO "B" a marchio	3,75	3,84	3,94	4,04	4,14
€	prezzo unitario PRODOTTO "primo prezzo"	2,95	3,02	3,10	3,18	3,26
€	Delta prezzo PRODOTTO "B" a marchio	0,80	0,82	0,84	0,86	0,88
pezzi	Qtà vendute PRODOTTO "B" a marchio	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000
€	**DELTA PREZZO TOTALE "B"**	**1.040.000**	**1.066.000**	**1.092.650**	**1.119.966**	**1.147.965**
€	Costi di distribuzione	-400.000	-400.000	-400.000	-400.000	-400.000
€	Costi di mantenimento del marchio	-700.000	-700.000	-700.000	-700.000	-700.000
€	Altri costi	-150.000	-150.000	-150.000	-150.000	-150.000
€	**MARGINE LORDO PRODOTTI A MARCHIO**	**1.665.000**	**1.737.875**	**1.812.572**	**1.889.136**	**1.967.615**
€	**MARGINE NETTO (imposte) PRODOTTI A MARCHIO**	**1.200.465**	**1.253.008**	**1.306.864**	**1.362.067**	**1.418.650**
14%	Coefficiente di attualizzazione	0,877	0,769	0,675	0,592	0,519
€	**Reddito da marchio attualizzato**	**1.053.039**	**964.149**	**882.096**	**806.453**	**736.802**
€	**Σ FLUSSI ANNO 1 -5**	**4.442.540**				

Il processo di valutazione: marchio

Intangibile
marchio

Motivazione
cessione

Metodo
costo storico

Informazioni da acquisire (esempi):

- registrazione del marchio
- caratteristiche del marchio
- caratteristiche del mercato di riferimento
- fatturato del marchio ultimi 5 anni
- fatturato diviso per cliente ultimi 5 anni
- costi per sostegno del marchio ultimi 5 anni
- redditività aziendale
- bilanci della società
- piani prospettici
- […]

Processo di valutazione:

- analisi dei costi sostenuti negli anni
- ricerca tasso inflazione singoli anni
- determinazione del valore corrente
- determinazione periodo ammortamento
- determinazione del beneficio fiscale
- determinazione del coefficiente di «deperimento»
- determinazione valore corrente netto

Esempio valutazione marchio - metodo costo

	2011	2012	2013	2014	2015	TOTALE
Spese per sostenimento del marchio	299.826	331.597	273.617	316.804	252.301	1.474.145
TOTALE	299.826	331.597	273.617	316.804	252.301	1.474.145
Tasso di inflazione (fonte ISTAT)	2,70%	3,00%	1,10%	0,20%	-0,10%	Valore corrente
	299.826	308.821	312.218	312.842	312.529	312.529
		331.597	335.245	335.915	335.579	335.579
			273.617	274.165	273.891	273.891
				316.804	316.487	316.487
					252.301	252.301
Totale valore corrente spese sostenimento marchio						1.490.787
Ammortamento 10 anni	312.529	335.579	273.891	316.487	252.301	1.490.787
(effetto fiscale)	-98.134	-105.372	-86.002	-99.377	-79.223	-468.107
Valore netto	214.395	230.207	187.889	217.110	173.079	1.022.680
Coefficiente di "deperimento"	60%	70%	80%	90%	100%	
Valore CORRENTE Netto	128.637	161.145	150.311	195.399	173.079	808.571

Valore del Marchio	808.571
Base di calcolo	1.060.513
Periodo di ammortamento (fiscale)	18
Ammortamento annuo	58.917
Aliquota di imposta	27,9%
Imposta annua	16.438
Tasso di attualizzazione	1,8%
Coefficiente di attualizzazione	15,3269
Valore attuale risparmio fiscale	251.942
VALORE FINALE MARCHIO	1.060.513

TAB: Tale componente è definita «tax amortization benefit» (Tab) e identifica i benefici attesi per i futuri risparmi di imposta, in capo al titolare del bene, conseguenti alla deducibilità fiscale, per il tramite delle quote di ammortamento annue, del valore del bene oggetto di valutazione.

Il processo di valutazione: lista clienti (1/2)

Intangibile
lista clienti

Motivazione
operazione di conferimento

Informazioni da acquisire (esempi):

- caratteristiche prodotti venduti azienda
- caratteristiche del mercato di riferimento
- fatturato base clienti ultimi 5 anni
- fatturato diviso per cliente ultimi 5 anni
- struttura rete commerciale
- costi delle rete commerciale
- redditività aziendale
- bilanci della società
- piani prospettici
- […]

Processo di valutazione:

- analisi base clienti per anno (ABC) del fatturato e del margine
- analisi delle «derive» e churn rate (tasso di abbandono)
- determinazione clienti attivi, nuovi, persi
- fatturato associato alle classi di clientela
- stima fatturato prospettico
- determinazione tasso di inflazione
- determinazione tasso di redditività
- determinazione tasso di attualizzazione
- determinazione del tax rate
- determinazione del fair value

Esempio valutazione Customer list (1/3)

Number					Turnover 2014	% vs. total	% cum vs. total		Average revenue per customer
6,99%	6,99%	10	customer for 50 % of the turnover 2014	€	9.498.223	50,39%	50,39%	€	949.822
15,38%	8,39%	12	customer for 70 % of the turnover 2014	€	3.759.102	19,94%	70,34%	€	313.259
22,38%	6,99%	10	customer for 80 % of the turnover 2014	€	1.872.416	9,93%	80,27%	€	187.242
35,66%	13,29%	19	customer for 90 % of the turnover 2014	€	1.809.672	9,60%	89,87%	€	95.246
47,55%	11,89%	17	customer for 95 % of the turnover 2014	€	943.012	5,00%	94,88%	€	55.471
100,00%	52,45%	75	customer for 100 % of the turnover 2014	€	965.462	5,12%	100,00%	€	12.873
		143		**€**	**18.847.888**			€	131.803

Number					Turnover 2013	% vs. total	% cum vs. total		Average revenue per customer
6,25%	6,25%	10	customer for 50 % of the turnover 2013	€	10.694.232	51,98%	51,98%	€	1.069.423
13,75%	7,50%	12	customer for 70 % of the turnover 2013	€	3.889.658	18,91%	70,89%	€	324.138
21,25%	7,50%	12	customer for 80 % of the turnover 2013	€	1.965.986	9,56%	80,45%	€	163.832
34,38%	13,13%	21	customer for 90 % of the turnover 2013	€	1.979.627	9,62%	90,07%	€	94.268
45,00%	10,63%	17	customer for 95 % of the turnover 2013	€	995.942	4,84%	94,91%	€	58.585
100,00%	55,00%	88	customer for 100 % of the turnover 2013	€	1.047.140	5,09%	100,00%	€	11.899
		160		**€**	**20.572.586**			€	128.579

Esempio valutazione Customer list (2/3)

Inclusi solo clienti con ft annuo > 10.000 €

		2009	2010	2011	2012	2013	2014	fedeltà
CL 1	CUSTOMER AT 2009	101	100	91	87	83	78	77,23%
		14.773.353	16.518.879	16.399.498	18.402.908	17.544.417	16.443.876	111,31%
CL 2	NEW CUSTOMERS 2010		14	14	12	13	10	71,43%
			566.837	547.604	672.909	827.513	660.401	116,51%
CL 3	NEW CUSTOMERS 2011			18	15	15	13	72,22%
				1.103.053	980.698	1.362.521	739.988	67,09%
CL 4	NEW CUSTOMERS 2012				14	11	10	71,43%
					413.337	587.240	627.791	151,88%
CL 5	NEW CUSTOMERS 2013					5	4	80,00%
						158.223	226.761	143,32%
CL 6	NEW CUSTOMERS 2014						3	
							89.807	
	TOTALE CLIENTI	**101**	**114**	**123**	**128**	**127**	**118**	
	TOTALE FATTURATO	**14.773.353**	**17.085.716**	**18.050.155**	**20.469.852**	**20.479.914**	**18.788.623**	
	Fatturato % nuovi clienti		**3,32%**	**3,03%**	**3,29%**	**4,04%**	**3,51%**	
	Trend crescita fatturato		**15,65%**	**22,18%**	**38,56%**	**38,63%**	**27,18%**	
				5,64%	**19,81%**	**19,87%**	**9,97%**	
					13,41%	**13,46%**	**4,09%**	
						0,05%	**-8,21%**	

Esempio valutazione Customer list (3/3)

	A	B	C= A*B	D = C * L	E = D*27,9%	F = D-E	G	H = F*G
Periodo	Fatturato	Fedeltà	Fatt clienti	Redditività	TAX	Netto	Coeff act	Finale
1	20.400.000	95%	19.461.600	973.080	-271.489	701.591	0,889	623.636
2	20.808.000	91%	18.893.664	944.683	-263.567	681.117	0,790	538.166
3	21.224.160	86%	18.295.226	914.761	-255.218	659.543	0,702	463.218
4	21.648.643	82%	17.665.293	883.265	-246.431	636.834	0,624	397.572
5	22.081.616	77%	17.002.844	850.142	-237.190	612.953	0,555	340.145
6	22.523.248	64%	14.324.786	716.239	-199.831	516.409	0,493	254.729
7	22.973.713	50%	11.532.804	576.640	-160.883	415.758	0,438	182.294
8	23.433.188	37%	8.623.413	431.171	-120.297	310.874	0,390	121.161
9	23.901.851	23%	5.593.033	279.652	-78.023	201.629	0,346	69.852
10	24.379.888	10%	2.437.989	121.899	-38.276	83.623	0,308	25.751
								3.016.526

Inflazione	2,0%	(I)
Redditività	5,0%	(L)
Tasso attual	12,5%	(M)

Il processo di valutazione: lista clienti (2/2)

Intangibile
lista clienti

Motivazione
PPA

Informazioni da acquisire (esempi):

- caratteristiche prodotti venduti azienda
- caratteristiche del mercato di riferimento
- fatturato base clienti ultimi 5 anni
- fatturato diviso per cliente ultimi 5 anni
- struttura rete commerciale
- costi delle rete commerciale
- redditività aziendale
- bilanci della società
- piani prospettici
- […]

Processo di valutazione:

- analisi base clienti (vedi scheda precedente)
- determinazione costo della forza di vendita (personale, etc)
- determinazione tempo dedicato per ricerca nuovi clienti
- stima del costo unitario per nuovo cliente
- determinazione base clienti attiva e qualificata
- determinazione del fair value

Esempio valutazione Struttura commerciale

	2009	2010	2011	2012	2013
Costo del personale commerciale	2.182.815	2.041.970	2.133.537	2.205.604	1.837.150
Altri costi commerciali	93.222	83.524	111.049	113.205	91.057
Costi commerciali totali	**2.276.038**	**2.125.494**	**2.244.586**	**2.318.809**	**1.928.208**
Tasso di inflazione	0,00%	2,30%	3,40%	2,60%	1,20%
Coefficienti di inflazione	1,098	1,098	1,074	1,038	1,012
Valore corrente Costi	2.499.790	2.334.446	2.409.821	2.407.647	1.951.346
% allocato sui Nuovi Clienti	22,5%	22,5%	22,5%	22,5%	22,5%
COSTO ACQUISIZIONE NC	562.453	525.250	542.210	541.721	439.053
(beneficio fiscale 33,99%)	-191.178	-178.533	-184.297	-184.131	-149.234
COSTI DOPO IMPOSTE	**371.275**	**346.718**	**357.913**	**357.590**	**289.819**

COSTO NC > 10.000		49.531	71.583	44.699	55.271	44.272
COSTO NC > 5.000		31.520	35.791	32.508	33.273	
COSTO NC		12.383	13.766	14.304	13.484	
						106
	2012	2013	2014			
CLIENTI IN PORTAFOGLIO	173	160	143			
CL PORTAFOGLIO > 10.000 €	117	113	99			
CL PORTAFOGLIO > 5.000 €	133	124	113			4.692.824

Number of customers in portfolio	**99**	**113**	**143**
Average cost of acquiring new customer	**55.271**	**33.273**	**13.484**
VALUE OF CUSTOMER LIST (before tax benefit) (€)	**5.471.808**	**3.759.857**	**1.928.223**
Basis for calculation	6.818.544	4.685.244	2.402.803
Amortization (years)	8	8	8
Annual amortization	852.318	585.655	300.350
Tax rate	31,4%	31,4%	31,4%
Yearly Tax benefit	267.628	183.896	94.310
Discount rate	11,6%	11,6%	11,6%
Coefficient	5,03	5,03	5,03
PRESENT VALUE TAX BENEFIT (€)	**1.346.736**	**925.386**	**474.580**
TOTAL VALUE (€)	**6.818.544**	**4.685.244**	**2.402.803**

Il processo di valutazione: Know how tecnologico

Intangibile
know how

Motivazione
allocazione

Informazioni da acquisire (esempi):

- Informazioni generiche società
- caratteristiche del mercato di riferimento
- documenti numerici su know how
- informazioni investimenti ultimi 3 anni
- informazioni contabilità analitica ultimi 3 anni
- redditività aziendale
- bilanci della società
- […]

Processo di valutazione:

- analisi della società e individuazione del know how tecnologico
- determinazione macro categorie di know how (KH)
- individuazione benefici connessi al KH
- dettaglio singoli elementi di beneficio e stima del valore economico (ad esempio stima dei minori costi di processo, di personale, di fermo macchina, etc.)
- determinazione del maggior margine derivante da utilizzo KH
- sviluppo del calcolo
- determinazione del fair value

Esempio valutazione Know how tecnologico (1/2)

INTERVENTO KH 1

costo per 1h di straordinario	18,5
giorni blocco	1,5
ore funzionamento giorno medio	12
ore funzionamento perse per blocco	18
numero FTE per blocco	3
Costo del personale interno (€)	999
costo medio pendolo (€)	3.000
Numero blocchi per 2.000 h/anno	4
Numero pendoli mulino	3
Numero blocchi totali 2000 h	12
Perdita di margine per TONN	41,6
Numero di TONN/h	9,0
Numero di h di blocco	216,0
Margine perso ogni 2.000 h	**80.877**
Funzionamento mulino/anno	2.100

	1 mulino	3 mulini
Costo Personale anno/mulino	11.988	35.964
Costo parti ricambio anno/mulino	36.000	108.000
Margine perso ogni 2.000h	80.877	242.632
BENEFICIO TOTALE OGNI 2000 H	**128.865**	**386.596**

CLIENTE UNICO CARBONITALIA	**Fatturato**	**Tonn**
ANNO 2012	127.000	843.000
ANNO 2013	138.000	881.000
ANNO 2014	100.000	637.000
TOTALE	**365.000**	**2.361.000**
MEDIA ANNUA	**121.667**	**787.000**
Margine medio %	65%	
Margine valore assoluto	79.083	

INTERVENTO KH 2

Numero di TONN/h	9,0
Numero ore funzionamento g	11
Produzione TONN/giorno	99
Numero di giorni di fermo	8
Numero di tonnellate perse	792
Maggior Costo logistica per tonnellata	60
STIMA DANNO DA BLOCCO	47.520
COSTO DELLA RIPARAZIONE	20.000
COSTO TOTALE BLOCCO	**67.520**
OGNI CINQUE ANNI PER 3 MULINI	**202.560**

Esempio valutazione Know how tecnologico (2/2)

Tasso di inflazione	0,00%									
Tasso di attualizzazione	11,57%									
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Investimento iniziale	-50.000									
Ammortamento annuo investimento	-2.500	-2.500	-2.500	-2.500	-2.500	-2.500	-2.500	-2.500	-2.500	-2.500
Costo sostituzione MULINO					60.000					60.000
Costo opportunità MULINO					142.560					142.560
Minor costo del personale "separatore"	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000
Effetto fiscale su rettifiche (31,4%)	-7.065	-7.065	-7.065	-7.065	-70.669	-7.065	-7.065	-7.065	-7.065	-70.669
FREE CASH FLOW	-32.065	17.935	17.935	17.935	156.891	17.935	17.935	17.935	17.935	156.891
Tasso di attualizzazione	0,8963	0,8034	0,7200	0,6454	0,5784	0,5185	0,4647	0,4165	0,3733	0,3346
FCF ATTUALIZZATO	-28.740	14.408	12.914	11.575	90.753	9.299	8.334	7.470	6.695	52.496

∑ dei flussi di cassa attualizzati	246.611
Valore dei FCF arrotondato	275.000

	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Investimento iniziale	-250.000									
Ammortamento annuo investimenti	-25.000	-25.000	-25.000	-25.000	-25.000	-25.000	-25.000	-25.000	-25.000	-25.000
Margine da lavorazione carbone attivo	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000
Minor costo personale per rotture	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000
Minor costo parti ricambio rotture	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000
Minor primo margine perso	245.000	245.000	245.000	245.000	245.000	245.000	245.000	245.000	245.000	245.000
Effetto fiscale su rettifiche (31,4%)	-139.102	-139.102	-139.102	-139.102	-139.102	-139.102	-139.102	-139.102	-139.102	-139.102
FREE CASH FLOW	78.898	328.898	328.898	328.898	328.898	328.898	328.898	328.898	328.898	328.898
Tasso di attualizzazione	0,8963	0,8034	0,7200	0,6454	0,5784	0,5185	0,4647	0,4165	0,3733	0,3346
FCF ATTUALIZZATO	**70.716**	**264.220**	**236.820**	**212.262**	**190.250**	**170.521**	**152.837**	**136.988**	**122.782**	**110.049**

∑ dei flussi di cassa attualizzati	1.667.445

Il processo di valutazione: assembled workforce (1/4)

Il valore della “forza lavoro” (assembled workforce) come parte dell’organizzazione aziendale, è stato determinato con il metodo del costo di ripristino, ovvero del costo che un soggetto terzo dovrebbe sostenere per poter disporre di una forza lavoro avente le medesime (o comunque simili) caratteristiche della forza lavoro appartenente al ramo d’azienda in oggetto.

Il metodo di stima prevede che si debbano determinare (i) i costi per l’assunzione del personale (nella quantità e tipologia contrattuale in essere), (ii) stimare i costi legati alle inefficienze derivanti dai primi mesi di inserimento nella struttura e (iii) stimare i costi della seniority.

La stima è stata effettuata sulla base della composizione della forza lavoro afferente al ramo d’azienda e sulla base delle informazioni in possesso del valutatore.

Il processo di valutazione: assembled workforce (2/4)

Intangibile
assembled workforce

Motivazione
allocazione

Informazioni da acquisire (esempi):

- informazioni generiche società
- attività svolta
- redditività aziendale
- bilanci della società
- organigramma
- elenco dei lavoratori
- Informazioni per singolo lavoratore
- […]

Processo di valutazione:

- analisi dell'organigramma e individuazione delle figure da stimare
- analisi della documentazione per singolo lavoratore
- individuazione dei fattori chiave su cui basare la stima
- determinazione del (i) costo della selezione, (ii) costo dell'inefficienza e (iii) la seniority
- sviluppo del calcolo
- determinazione del valore finale

Il processo di valutazione: assembled workforce (3/4)

Per ciascun lavoratore appartenente al ramo/azienda abbiamo acquisito le seguenti informazioni:

1) denominazione;

2) data di nascita;

3) data di assunzione;

4) titolo di studio;

5) qualifica;

6) livello contrattuale;

7) RAL.

Sulla base di queste informazioni, la forza lavoro è stata divisa in funzione:

1) dell'anzianità;

2) della qualifica.

Il processo di valutazione: assembled workforce (4/4)

I fattori che abbiamo considerato sono i seguenti:

a) costo della selezione, ovvero il costo medio per dipendente (diversificato in funzione dell'inquadramento) che un terzo dovrebbe sostenere per poter disporre di una pari struttura organizzativa;

b) costo dell'inefficienze, ovvero il costo in termini di minor produttività nei primi 4-6 mesi dall'assunzione

c) costo della seniority, ovvero il costo medio della RAL aggiuntivo correlato all'esperienza maturata in un congruo arco temporale.

			COSTO DELLA SELEZIONE				INEFFICIENZA					SENIORITY				
(€)	Numero	RAL media	%	Singolo	FTE	Sub totale	Mesi	%	Singolo	FTE	Sub totale	%	Singolo	FTE	Sub totale	TOTALE
Manager	1	85.000	22%	18.700	1	18.700	6	25%	10.625	1	10.625	15%	12.750	1	12.750	**42.075**
Impiegati	15	39.376	18%	7.088	15	106.314	6	25%	4.922	15	73.829	12%	4.594	15	68.907	**249.050**
Produzione	13	31.684	12%	3.802	13	49.427	6	25%	3.960	13	51.486	20%	6.459	13	83.962	**184.875**
	29	37.501		29.590	29	**174.441**				29	**135.940**			29	**165.619**	**476.001**
															TAB	**111.855**
															VALORE WORKFORCE	**587.856**

Il processo di valutazione: licenza commerciale GDO

Intangibile
licenza commerciale
vari punti di vendita
insegna della GDO

Motivazione
impairment test

Metodo
metodo della percentuale del fatturato

Informazioni da acquisire (esempi):

- informazioni generiche società
- attività svolta
- redditività aziendale
- localizzazione del Punto vendita (pdv)
- informazioni tecniche del pdv
- fatturato e redditività del pdv
- dettaglio dei costi del pdv
- […]

Processo di valutazione:

- descrizione dei metodi di stima delle licenze commerciali
- elementi che costituiscono i punti di forza/debolezza dell'insegna commerciale (variabili)
- individuazione dei dati medi di mercato (comparable)
- selezione dei parametri da utilizzare
- griglia di valutazione
- stima del valore del pdv

Il processo di valutazione: licenza commerciale GDO

Struttura della relazione e processo di stima:

a) Descrizione dell'azienda proprietaria dei pdv;
b) Introduzione alla valutazione delle aziende commerciali;
c) Descrizione dei metodi di valutazione della licenza commerciale (metodo della percentuale del fatturato, metodo dei valori collegati alla superficie del pdv, criterio del valore empirico rapportato al costo degli affitti;
d) Metodo individuato: criterio della percentuale del fatturato (maggiormente utilizzato)

Il valore della licenza si determina come percentuale del fatturato annuo dell'azienda commerciale. Questa percentuale varia ampiamente da settore a settore e secondo il Guatri la percentuale applicata al fatturato delle aziende assume solitamente valori compresi tra 0,15 e 1,30 a seconda del settore merceologico di appartenenza dell'impresa da valutare:

per i punti vendita (di seguito anche PV) alimentari da 0,15 a 0,25 (da intendersi come 15% - 25% del fatturato annuo).

Il processo di valutazione: licenza commerciale GDO

e) Analisi del settore della GDO (Report Mediobanca);

f) Parametri utilizzati per la valutazione della licenza commerciale;

PARAMETRI PER LA VALUTAZIONE DELLE LICENZE COMMERCIALI NEL SETTORE GDO	
❑ redditività del Punto vendita (Ebitda Margin, Ebit Margin, redditività al mq, costo del venduto/fatturato, etc.); ❑ fatturato/mq vendita; ❑ trend delle vendite degli ultimi 3/5 anni; ❑ anni di attività (in caso di start up, ovvero PV attivi da meno di 3 anni, di solito vi è una penalizzazione; ❑ durata contratto di locazione; ❑ costo del personale sul fatturato (incidenza %);	❑ rapporto locazione fatturato (incidenza %); ❑ incidenza affitti/ammortamenti; ❑ vicinanza strade di collegamento; ❑ disponibilità di parcheggio; ❑ grado di vetustà dei locali; ❑ livello di concorrenza (differenziato anche per metratura e classe).

Il processo di valutazione: licenza commerciale GDO

g) Matrice di valutazione parametrica (per analisi singoli pdv);

Numero	Descrizione parametro	PESO	SOTTO	MEDIA	SOPRA
1	Fatturato al mq	15,0%	0	1	2
2	Trend vendite ultimi 3 anni	15,0%	0	1	2
3	Incidenza costo affitti/immobile	12,5%	0	1	2
4	Numero anni di attività	12,5%	0	1	2
5	Aspetti location - vicinanza strade collegamento	15,0%	0	1	2
6	Aspetti location - disponibilità parcheggio	15,0%	0	1	2
7	Valutazione livello concorrenza	15,0%	0	1	2
		100%			

h) Stima del valore per singolo pdv;

i) Conclusioni.

Determinazione del tasso di attualizzazione

Il costo medio ponderato del capitale di un'impresa (in inglese "WACC - Weighted Average Cost of Capital") è il tasso di rendimento minimo che un fornitore di risorse richiede come compensazione per il proprio contributo di capitale.

Il metodo più utilizzato per stimare il tasso di rendimento richiesto consiste nel calcolo del costo marginale di ogni fonte di capitale e nella media ponderata di tali costi, denominata "media ponderata del costo del capitale" (WACC).I pesi della formula del WACC sono relativi all'incidenza delle singole fonti di finanziamento sul capitale totale investito nell'impresa, ovvero dipendono dal rapporto d'indebitamento e dall'incidenza del capitale proprio sul capitale totale.

La struttura finanziaria dell'impresa incide fortemente sul calcolo del costo del capitale.

$$WACC = Ce \times (1-d) + Cd \times (1-t) \times d$$

Determinazione del tasso di attualizzazione

$$WACC = Ce \times (1-d) + Cd \times (1-t) \times d$$

Costo del capitale proprio; Patrimonio netto; Costo indebitamento; Aliquota fiscale sulle imposte sui redditi

$$\text{WACC (Weighted avarage cost of capital)} = \frac{C_e \times E}{D+E} + \frac{C_d \times (1-t) \times D}{D+E}$$

Indebitamento

Rapporto di indebitamento

$$\text{con } d = \frac{D}{D+E}$$

Incidenza del capitale proprio sulle fonti di finanziamento

$$1-d = 1 - \frac{D}{D+E} = \frac{D+E-D}{D+E} = \frac{E}{D+E}$$

La formula diventa

$$WACC = C_e \times (1-d) + C_d \times (1-t) \times d$$

Determinazione del tasso di attualizzazione

Esempio di determinazione del WACC nel caso di stima di un intangibile settore industriale.

VOCE	PARAMETRO	FONTE
RISK FREE RATE	3,6%	BTP 10 anni – media ultimi 12 mesi
MARKET RISK PREMIUM	6,0%	Fonte: Fernandez survey 2025
BETA UNLEVRED	1,12	Fonte: Damodaran, gennaio 2025 settore Machinery
BETA LEVERED	1,24	
SIZE PREMIUM	3%	Premio per le ridotte dimensioni dell'azienda in valutazione
COSTO DELL'EQUITY	**14,04%**	
COSO DEBITO LORDO	5%	
Effetto fiscale (24%)	-1,20%	
COSTO DEL DEBITO	**3,80%**	
WACC	**12,71%**	Equity 87% - Debito 13% Fonte: Damodaran, gennaio 2026 settore Machinery

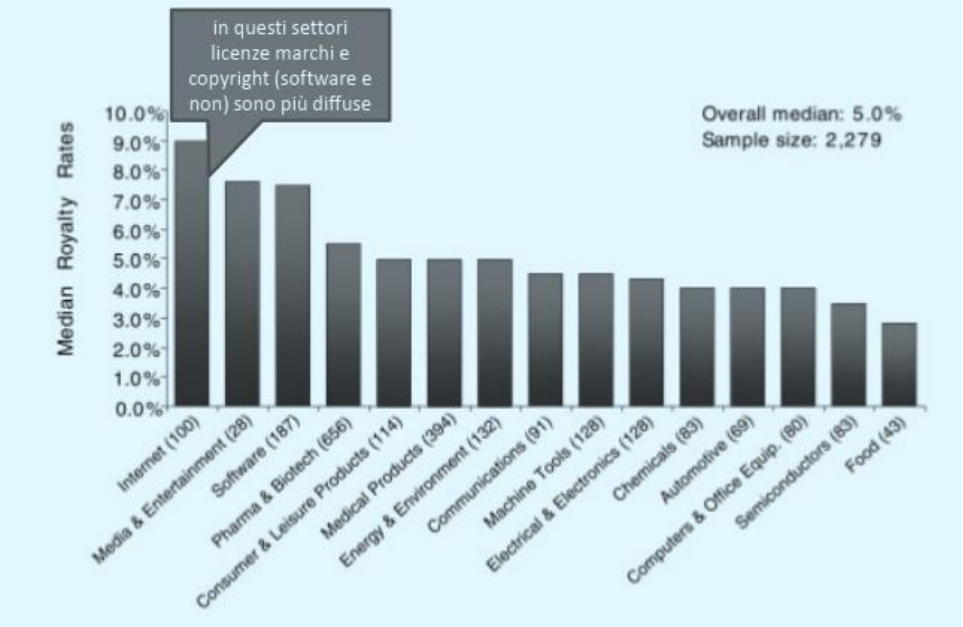
La determinazione della royalty

I tassi di royalties rilevabili sul mercato possono assumere valori molto diversi a seconda dei settori indagati, con percentuali oscillanti dallo 0,5% al 10% e più.

Di seguito la rappresentazione delle royalty cumulative per marchi e brevetti.

Dall'interrogazione di ulteriori fonti (es royaltysource) si riscontra che la royalty media per il settore XXX è compreso tra l'1% e il 2%.

I valori medi di mercato devono però essere successivamente calati nel contesto di riferimento e devono tener conto della redditività dell'azienda in esame. Li abbiamo testati utilizzando il metodo dell'excess earning e la regola del pollice (rule of thumb).



La determinazione della royalty - Excess Earning

Abbiamo applicato tale metodo abbiamo determinato il rendimento medio dei Contributory Asset nella misura del 1,37%. Sottraendo tale rendimento all'EBIT medio pari al 2,78%, si ottiene un rendimento per i beni intangibili dell'1,45%.Successivamente, sulla base delle analisi effettuate, abbiamo individuato tre potenziali intangibili riconducibili alla divisione in oggetto ovvero: (i) know how, (ii) lista clienti e (iii) marchio. Abbiamo ritenuto che il peso specifico del marchio sia inferiore (in quanto realtà operante nel settore B2B) rispetto al contributo della lista clienti e del know-how/brevetti.

Pertanto, al marchio è stato attribuito il 23% della quota di reddito assorbito dagli intangibili.

La Royalty implicita è stata determinata pari allo 0,33% (il dettaglio dei conteggi è riportato nella tabella successiva).

EXCESS EARNING TEST	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018	31.08.2020	MEDIA
VdP	599.862.234	696.280.768	770.080.679	775.845.362	710.517.261
EBIT	17.194.446	12.222.119	31.761.487	17.916.246	19.773.575
EBIT margin	2,87%	1,76%	4,12%	2,31%	2,78%
Rendimento CAC	-8.245.979	-9.571.392	-10.585.880	-10.665.124	-9.467.750
Redditi residuale intangibili	8.948.467	2.650.727	21.175.607	7.251.122	10.305.824
Sul VdP %	1,49%	0,38%	2,75%	0,93%	1,45%
Marchio valore	23%	23%	23%	23%	23%
Royalty implicita	0,34%	0,09%	0,62%	0,21%	**0,33%**

La determinazione della royalty - Regola pollice

Permette di individuare il tasso di royalty sulla base di dati di più facilmente reperibilità come la redditività del settore cui appartiene la società di cui si intende valutare il marchio.

Si basa su risultanze empiriche e presuntive in merito alla determinazione del valore delle royalties e del relativo tasso da applicare al fatturato della società.

La % assunta è compresa tra il 25 e il 33% e viene calcolata (normalmente) sull'EBITAI (Earnings before interest taxes & amortisation of intangibles).

Applicando il metodo della regola del pollice (rule of thumb) che prevede di attribuire al marchio una percentuale variabile tra il 25% e il 33% dell'Ebit margin.

REGOLA DEL POLLICE	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018	31.08.2020	MEDIA
VdP	599.862.234	696.280.768	770.080.679	775.845.362	710.517.261
EBIT	17.194.446	12.222.119	31.761.487	17.916.246	19.773.575
EBIT margin	2,87%	1,76%	4,12%	2,31%	2,78%
Regola pollice 25%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	**0,70%**
Regola pollice 33%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	**0,92%**

Start up e valutazione degli asset IP

La valutazione economica di un brevetto in ambito start-up innovative e centri di ricerca universitari presenta peculiarità che la differenziano dalle tradizionali valutazioni industriali.

In tali contesti, infatti, il brevetto rappresenta spesso un asset in fase iniziale di sviluppo, caratterizzato da elevata incertezza tecnologica e commerciale, assenza di risultati economici storici e forte dipendenza dal potenziale di mercato futuro.

In ambito universitario e nelle imprese innovative, una corretta valutazione deve integrare non solo gli aspetti economico-finanziari, ma anche elementi qualitativi quali:

1) il livello di maturità tecnologica (TRL - Technology Readiness Level),
2) la tutela giuridica,
3) la libertà di attuazione (Freedom to Operate),
4) la dimensione del mercato potenziale,
5) il vantaggio competitivo e
6) la probabilità di successo commerciale della tecnologia.

In quest'ottica, il brevetto viene valutato non tanto per i risultati già conseguiti, quanto per la sua capacità di generare valore futuro attraverso processi di trasferimento tecnologico, licensing o sfruttamento industriale diretto.

Credito d’imposta ricerca e sviluppo, innov tecnologica, design

A cosa serve

La si pone l’obiettivo di sostenere la competitività delle imprese stimolando gli investimenti in Ricerca e Sviluppo, Innovazione tecnologica, anche nell’ambito del paradigma 4.0 e dell’economia circolare, Design e ideazione estetica.

A chi si rivolge

Tutte le imprese residenti nel territorio dello Stato, incluse le stabili organizzazioni di soggetti non residenti, indipendentemente dalla natura giuridica, dal settore economico di appartenenza, dalla dimensione, dal regime contabile e dal sistema di determinazione del reddito ai fini fiscali.

Attività ammissibili

Per le attività di ricerca fondamentale, ricerca industriale e sviluppo sperimentale in campo scientifico e tecnologico, il credito d’imposta è riconosciuto, fino all’esercizio in corso al 31 dicembre 2031, in misura pari al 10% della spese agevolabili, nel limite massimo annuale di 5 milioni di euro.

Spese ammissibili

a) spese di personale relative ai ricercatori e ai tecnici titolari di rapporto di lavoro subordinato o di lavoro autonomo o altro rapporto diverso dal lavoro subordinato, direttamente impiegati nelle operazioni di ricerca e sviluppo

b) quote di ammortamento

c) spese per contratti di ricerca extra muros aventi ad oggetto il diretto svolgimento da parte del soggetto commissionario delle attività di ricerca e sviluppo ammissibili al credito d'imposta

d) spese per servizi di consulenza e servizi equivalenti inerenti alle attività di ricerca e sviluppo ammissibili al credito d'imposta

e) spese per materiali, forniture e altri prodotti analoghi impiegati nei progetti di ricerca e sviluppo ammissibili al credito d'imposta

Nuovo Patent Box



HANDELS-, INDUSTRIE-, HANDWERKS-, TOURISMUS- UND LAND-WIRTSCHAFTSKAMMER BOZEN

PRAXI INTELLECTUAL PROPERTY

Che cosa è

Il Nuovo Patent Box è un'agevolazione fiscale introdotta in Italia, modificata con il DL 146 del 21/10/2021 e la Legge di Bilancio 2022, per incentivare le attività di ricerca e sviluppo e lo sfruttamento economico di beni immateriali. Il beneficio consiste in una maggiorazione del 110% dei costi di R&S sostenuti per imposte sui redditi e IRAP, che si traduce in un beneficio fiscale del 30,69% calcolato su IRES e IRAP.

A chi è rivolto

Possono accedervi società e titolari di reddito d'impresa che svolgono attività di R&S, anche tramite terzi.

Le spese ammissibili riguardano software protetti da copyright, brevetti industriali, e disegni e modelli, purché utilizzati nell'attività d'impresa.

L'agevolazione mira a promuovere l'innovazione tecnologica, riducendo la tassazione sul reddito imponibile.

Spese ammissibili

Costi di ricerca e sviluppo in relazione a:

a) software protetto da copyright;

b) brevetti industriali;

c) disegni e modelli,

che siano dal beneficiario utilizzati direttamente o indirettamente nello svolgimento della propria attivita' d'impresa.

HANDELS-, INDUSTRIE-, HANDWERKS-, TOURISMUS- UND LAND-WIRTSCHAFTSKAMMER BOZEN

PRAXI INTELLECTUAL PROPERTY

Grazie

Luca Sala – Marchi – luca.sala@praxi-ip.praxi

Alessandro Bruni – Brevetti – alessandro.bruni@praxi-ip.praxi

Andrea Parodi – Valutazioni - andrea.parodi@praxi.praxi

