

DOTTOR MAURIZIO DAL MAS Prosegue l'appuntamento dedicato alle problematiche societarie, fiscali e finanziarie

Rivalutazione marchi: un'opportunità da non perdere

È possibile rivalutare il marchio non registrato o speso anni fa a conto economico? Nel rispetto delle norme la risposta è affermativa

STUDI PROFESSIONALI ASSOCIATI CONSULENZA LEGALE, SOCIETARIA TRIBUTARIA E DEL LAVORO

Gli Studi Professionali Associati nascono nel 1996 da un'idea del Dott. Maurizio Dal Mas di voler creare una realtà professionale a tutto tondo, che associa le competenze di Avvocati, Dottori Commercialisti e Consulenti del Lavoro.

Oggi gli Studi Professionali Associati sono guidati da 3 partners e da altre risorse qualificate in discipline economico-giuridiche costituenti una "squadra" di circa 28 persone, con l'obiettivo di garantire una risposta efficace e tempestiva alle effettive esigenze dei nostri Clienti nella loro completezza e complessità con un approccio multidisciplinare, abbracciando le seguenti aree di attività: consulenza legale, consulenza fiscale e consulenza societaria.

PERCHÉ POSSIAMO MERITARE LA TUA FIDUCIA?

1 - Perché abbiamo la passione e la cultura della qualità



2 - Perché i nostri pareri sono stati pubblicati su riviste specializzate



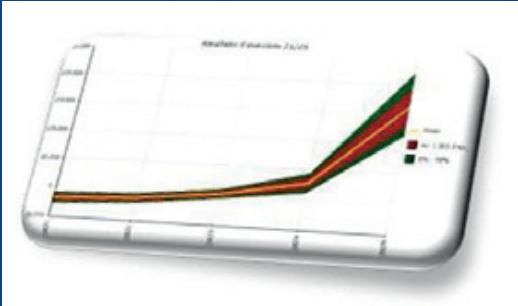
3 Perché sappiamo supportare le idee di successo dei nostri Clienti



4 - Perché altri Clienti di successo hanno creduto in noi



5 - Perché puoi verificare tu stesso la qualità del nostro lavoro



STUDI PROFESSIONALI ASSOCIATI CONSULENZA LEGALE, SOCIETARIA TRIBUTARIA E DEL LAVORO

MERATE (afm) L'articolo 110, D.L. 104/2020 (c.d. Decreto Agosto) consente la possibilità di rivalutare i beni di impresa sia per le attività materiali, che per le attività immateriali, oltre che per le partecipazioni. Tali beni possono essere oggetto di rivalutazione a condizione che:

- figurino nel bilancio relativo all'esercizio in corso al 31 dicembre 2019 (bilancio chiuso al 31 dicembre 2019 per i soggetti solari);
- vengano rivalutati nel bilancio chiuso al 31 dicembre 2020 (per i soggetti solari).

La norma

L'articolo 110, D.L. 104/2020 è una norma agevolativa per le imprese e, da un punto di vista imprenditoriale, in termini di costi e benefici, questa rivalutazione risulta essere molto interessante e degna di particolare attenzione per molteplici motivazioni:

- 1 - Innanzi tutto può essere gratuita, se fatta ai soli fini civilistici.
- 2 - Può essere estesa anche in ambito tributario, mediante pagamento di una imposta sostitutiva del 3% sui maggiori valori iscritti (senza distinzione tra beni ammortizzabili e non ammortizzabili).
- 3 - E' possibile effettuare la rivalutazione distintamente per singoli beni (a differenza delle precedenti rivalutazioni che, invece, prevedevano "categorie omogenee").
- 4 - Il pagamento dell'imposta sostitutiva può avvenire, a prescindere dall'importo, in un massimo di tre rate di pari importo, da effettuarsi la prima quest'anno, e le successive due nei prossimi due anni, sempre entro i termini previsti per il versamento a saldo delle imposte sui redditi.

Conseguenze della norma

- gli ammortamenti fiscalmente deducibili e calcolati sui nuovi valori iscritti, decorrono dal primo esercizio successivo alla rivalutazione quindi, dall'esercizio 2021,
 - migliora gli indici di bilancio incrementando il valore del patrimonio netto aziendale e di conseguenza l'affidabilità bancaria della società.
- Si tratta, quindi di una grande opportunità per rivalutare fiscalmente, a prezzi convenienti, tutte le attività materiali (quali capannoni, uffici, macchinari ed attrezzature), ma anche attività immateriali, tra le quali rientrano i marchi... ed è proprio su questa specifica voce che vorrei, in questa sede, fare alcune riflessioni.

Che cos'è un marchio?

Il marchio indica un qualunque segno suscettibile di essere rappresentato graficamente, con parole, disegni, lettere, cifre, ecc. in grado di distinguere i prodotti o i servizi di un'impresa da quelli delle altre.

A tal proposito, la giurisprudenza ha riconosciuto che il marchio può svolgere diverse funzioni:

- 1 - **distintiva**, ossia di comunica l'azione al consumatore circa l'origine imprenditoriale del prodotto o servizio;
- 2 - **di qualità**, dal momento



che, associando un determinato segno ad una impresa, il consumatore può collegare determinate qualità o caratteristiche a un prodotto o servizio sul mercato (ad esempio con riferimento ai marchi di beni di lusso);

3 - **di comunicazione**, con riferimento a ogni altra informazione che possa essere espressa dal segno distintivo utilizzato;

4 - **pubblicitaria**, attirando i consumatori verso determinati prodotti o servizi; Sempre più spesso le aziende medio piccole del nostro territorio, per cercare di ottenere una maggiore visibilità, hanno investito, realizzando i propri siti web e, contestualmente, hanno creato il proprio marchio identificativo dell'azienda o dei propri prodotti.

Girando semplicemente con Google maps è facile vedere come, in tutta la Brianza, migliaia di piccoli imprenditori abbiano un marchio che li identifichi... ma quanto vale questo marchio?

Il valore di un marchio

Per decenni il marchio è stato considerato un elemento dell'avviamento dell'impresa inscindibilmente legato a questa; con il tempo, però, ha prevalso la posizione aziendalistica che vedeva il marchio come una attività autonoma ed indipendente.

Il calcolo del valore del marchio da un punto di vista logico, è relativamente semplice.

Supponiamo che, facendo "una adeguata analisi di mercato", l'1% del fatturato aziendale sia riconducibile alla presenza del brand che distingue il prodotto da quello della concorrenza privo di marchio. In relazione a differenti valutazioni (ad esempio l'anzianità dello stesso marchio o degli amministratori) sarà poi possibile ipotizzare che lo stesso sarà presente nel mercato per i prossimi 5/10 anni. Pertanto il valore identificativo prima calcolato, dovrà essere moltiplicato per 5 o per 10. Alla fine sarà sufficiente rendere attuale il valore futuro del marchio così ottenuto, per determinare la base di calcolo dell'imposta sostitutiva e dei futuri ammor-

tamenti.

Il calcolo è presto fatto: nell'ipotesi delineata il valore del marchio potrebbe essere quantificato in poco meno del 10% del fatturato!

Un valore, questo, che potrebbe essere giudicato interessante da molti piccoli imprenditori, soprattutto considerando che è fiscalmente deducibile e che non rappresenta un costo monetario!

Da un punto di vista pratico, purtroppo, il procedimento per determinare il valore del marchio è un po' più complesso. Secondo quanto previsto dai PIV (Principi Italiani di Valutazione), la quantificazione, per essere giudicata attendibile e sostenibile di fronte a futuri controlli della Guardia di Finanza, è consigliabile che sia determinata con una perizia redatta da un revisore indipendente (preferibilmente non dal proprio commercialista) che sia soprattutto in grado di svolgere l'«adeguata analisi di mercato», in completa autonomia ed avvalendosi di appositi istituti specializzati. Analizziamo, ora, quale sia l'ampiezza del perimetro della legge, ed, a tal riguardo, due sono le domande che spesso mi rivolgono gli imprenditori brianzoli.

È possibile rivalutare il mio marchio ancorché non registrato?

Per quanto riguarda la registrazione preciso che il marchio non registrato è classificato giuridicamente come un "marchio di fatto". L'imprenditore che ottiene la registrazione di un marchio gode di una presunzione assoluta di titolarità del diritto e di una protezione estesa a tutto il territorio nazionale. Il titolare di un "marchio di fatto", invece, gode di tutela solo provando il "preuso" ed unicamente entro l'ambito territoriale nel quale il marchio è stato usato. Chi usa un marchio ma non lo registra non ottiene dunque la protezione prevista dall'articolo 20 del Codice della Proprietà Industriale (Diritti conferiti dalla registrazione), tuttavia può ottenere la tutela prevista dall'articolo 2571 del Codice Civile. Ricor-

do che la Legge prevede che la rivalutazione sia possibile a condizione che il bene immateriale (marchio) sia esistente al 31 dicembre 2019 e sia giuridicamente tutelato. Il marchio, quindi, anche se non registrato, in quanto bene tutelato giuridicamente ai sensi e per gli effetti dell'art. 2571 del codice civile, può essere rivalutato a condizione che vi sia stato un "preuso", appunto, almeno dal 31 dicembre 2019. Dello stesso avviso anche l'Assonime con le circolari nn. 13/2001 e 23/2006, nonché alcune Risoluzioni Ministeriali e (R.M. 9/611/91 e Risposta n.19/20). Naturalmente è fortemente consigliato cogliere l'opportunità e registrarlo prima della perizia.

È possibile rivalutare il marchio speso direttamente nel conto economico e non presente nell'attivo di bilancio?

Capita sovente, inoltre, che le spese di progettazione e realizzazione dei marchi siano state di importo non rilevante e come tali siano state spese direttamente nel conto economico, senza alcuna iscrizione nell'attivo patrimoniale. Anche in questo contesto, seppur non esplicitamente previsto dalla normativa, la soluzione sembrerebbe affermativa in quanto coerente con alcune pronunce fiscali già espresse in merito, quali la circolare 14/E/17 (che ammette la rivalutazione di tali beni); l'art. 2 del DM 162/2001 (che ammette l'operazione anche per i beni immateriali completamente ammortizzati, purché giuridicamente tutelati), le risposte agli interpelli n.19/2020 e n.609/2020 (che consentono il frazionamento delle plusvalenze riferite a tali beni, il quale a sua volta presuppone il loro "possesso" a norma dell'art. 86 co. 4 del TUIR.).

La grande opportunità

Oggi è solo per questo bilancio, vi è dunque la grande opportunità, anche per tutti i piccoli e medi imprenditori, di (ri)valutare il proprio marchio iscrivendo un'apposita voce che deve essere inserita nel bilancio tra le attività immateriali ed anche nel libro dei cespiti ammortizzabili.

Il vantaggio è palese:

- Costa il 3% una tantum pagabile in tre rate;
- permette, attraverso gli ammortamenti, di risparmiare il 27,9% (per le società di capitali);
- identifica un bene in bilancio che nel futuro potrà aver una propria autonomia: potrà essere ceduto singolarmente, affittato, sommato (e non più confuso) al valore dell'avviamento quando ci sarà l'occasione di cedere l'attività.

I piccoli artigiani e commercianti, del nostro territorio, che tanto hanno sofferto in questo periodo, avranno finalmente la possibilità di dar ancor più luce e visibilità esterna al loro marchio, che, in fondo, simboleggia la sintesi estrema di tutte le ragioni che gli danno la forza ed il coraggio per continuare a lottare.

STUDI PROFESSIONALI ASSOCIATI

«Siamo in costante espansione ed alla continua ricerca di giovani talenti del nostro territorio»

I nostri contatti:

Via De Gasperi, 113 - 23807 Merate (LC) - Tel. 039.9903488 - Mobile: 333.3474639

E-mail: segreteria@studipa.com - Skype: "studiprofessionaliassociati" - Website: www.studipa.com