

TRIBUNALE DI BRESCIA – SEZ. SPEC. IMPRESA

LIQUIDAZIONE GIUDIZIALE TELEMARKE T S.R.L.

N° 196/2024

GIUDICE DELEGATO: DOTT. GIANLUIGI CANALI

CURATORE: DOTT. STEFANO SBARDOLINI

La sottoscritta ing. Maria Grazia Cerchia, [redacted], è stata nominata perito dal curatore del fallimento in epigrafe, previa autorizzazione del G.D., col compito di effettuare, la valutazione dei marchi di titolarità della fallita ai fini della liquidazione.

* * * * *

I marchi oggetto della presente relazione sono quelli relativi ai numeri della tabella seguente e meglio deducibili dalle visure allegate:

Tipologia domanda	numero domanda	Data presentazione	Data deposito/ultimo rinnovo	Numero domanda precedente formato	Numero registrazione	Classi
Marchio d'impresa	301998900649217	15/01/1998	15/01/1998	MI1998C000289	824890	14, 20, 21, 27
Rinnovo Marchio	302007901565413	17/10/2007	17/10/2007	MI2007C010680	1279803	
Rinnovo Marchio	362017000097061	29/08/2017	29/08/2017		362017000097061	
Marchio d'impresa	302002901052775	07/10/2002	07/10/2002	MI2002C009663	1008978	3, 9, 11, 12, 16, 18, 25, 28, 34
Rinnovo Marchio	302012902092647	16/10/2012	16/10/2012	MI2012C009776	1515559	
Marchio d'impresa	302002901050551	27/09/2002	27/09/2002	MI2002C009392	1008664	35, 38, 41
Rinnovo Marchio	302012902087363	27/09/2012	27/09/2012	MI2012C009183	1512069	
Rinnovo Marchio	301995900467318	27/09/1995	27/09/1995	MI1995C009450	730861	35, 38, 41
Rinnovo Marchio	302005901342387	14/09/2005	14/09/2005	MI2005C009708	1137640	
Rinnovo Marchio	302015000035197	16/07/2015	16/07/2015	trasf marchio comunitario	302015000035197	35, 38, 41
MARCHIO INTERNAZIONALE	11746D2011 / 1098627	WO	RU,SM,CN			Expired



Tali marchi hanno subito negli anni vari passaggi di proprietà. Nel 2018 erano stati ceduti nell'ambito del fallimento [REDACTED] per € 86.000,00 e successivamente nel 2019 erano stati ceduti dalla società "[REDACTED]" alla società TELEMARKE SRL per € 230.000,00.

Ad oggi la società proprietaria risulta fallita e si ritiene che anche i marchi in oggetto abbiano subito un forte effetto negativo dalle procedure concorsuali in cui sono state coinvolte le società che li detenevano.

CRITERI DI VALUTAZIONE E STIMA

La valutazione del marchio è un'attività complessa in quanto è volta ad identificare per un asset assolutamente intangibile un eventuale valore autonomo e indipendente dal valore del contesto aziendale di provenienza.

La questione diviene poi ancora più complessa in ambito fallimentare in quanto risulta difficilissimo identificare il grado di indipendenza del marchio dalle cause che hanno determinato il fallimento della realtà aziendale e pertanto è necessario più che mai adottare un criterio prudenziale nella stima per realizzo.

Il marchio si definisce come quel segno (parola, immagine, emblema, colore ecc) utilizzato per distinguere i prodotti o servizi di un'impresa da quelli di altre imprese, con finalità di marketing volte a promuovere una precisa identificazione ed una differenziazione positiva del proprio prodotto rispetto alla concorrenza.

Le funzioni principali del marchio sono:

- 1) funzione distintiva
- 2) funzione di garanzia di qualità (o di posizionamento prezzo)
- 3) funzione attrattiva

Le imprese che desiderano essere univocamente identificate sul mercato investono ingenti somme in tutte quelle attività di pubblicità e marketing che sono volte a incrementare la notorietà del marchio e il consolidamento di un'immagine precisa per il consumatore, al fine di aumentare i volumi di vendita e migliorare il posizionamento nel mercato del proprio prodotto o servizio in una collocazione che consenta anche una miglior redditività.

La valutazione di un marchio può essere fatta con diversi criteri. Le principali metodologie di valutazione dei marchi disponibili in letteratura sono:

- 3.1) metodi dei valori di transazioni omogenee;



3.2) metodi basati sulla redditività dei marchi (royalty method e redditi differenziali);

3.3) metodi dei costi (metodo dei costi storici, del costo storico residuale e dei costi di riproduzione).

Non esistendo in realtà un metodo di valutazione ritenuto più adeguato ed autorevole degli altri, di volta in volta si sceglie il criterio più adeguato in base alle informazioni esistenti e alla situazione specifica.

APPLICAZIONE METODOLOGIA AL CASO IN QUESTIONE

Dall'esame effettuato risultano le seguenti scadenze:

Numero domanda ultimo rinnovo	numero domanda iniziale / concessione	Scadenza
362017000097061	MI998C000289 / 824890	2028
302015000035197	MI1985C022195 / 447246	10/2025
302012902092647	MI2012C009776 / 1008978	2022
302012902087363	MI982C020966 / 408615	2022
	11746D2011 / 1098627	2021

Un marchio registrato in Italia dura 10 anni dalla data di deposito della domanda e può essere rinnovato a tempo indeterminato, sempre per periodi di 10 anni. La scadenza è l'ultimo giorno del mese in cui è stato depositato il marchio.

Pertanto gli ultimi tre marchi ad oggi risultano scaduti e quindi saranno esclusi dalla presente valutazione.

Le classi di Nizza per le quali i marchi risultano registrati sono deducibili dai relativi allegati. Si precisa che le indagini effettuate sono limitate al tempo di aggiornamento dei registri nazionali e internazionali pertanto, per quanto riguarda i dati indicati, essi non coprono le eventuali trascrizioni avvenute nell'ultimo periodo.



Valutazione

Il fascio di marchi in questione, in relazione al settore e all'attività aziendale, risultava particolarmente importante per la determinazione delle vendite in quanto legato a beni voluttuari. Le procedure concorsuali susseguitesi nel tempo ne hanno depauperato il valore, benchè sia difficile giudicare in che misura il fallimento della società ██████████" prima e "Telemarket" poi abbia pregiudicato l'immagine acquisita nel tempo e pertanto svilito il valore dei marchi utilizzati

Nel caso in questione, poiché dalle indagini effettuate non è stato possibile ricavare informazioni di mercato relative ad operazioni di compravendita né di concessione in licenza di marchi confrontabili, il metodo dei valori delle transazioni omogenee non è applicabile.

Quanto ai criteri basati sui costi, anch'essi sembrano poco applicabili in relazione alle informazioni esistenti.

Il criterio che si ritiene più adeguato alla valutazione dei marchi in questione si basa sul metodo delle Royalty equivalenti.

Tale metodo si basa sul concetto che il valore del marchio (o più in generale di un bene intangibile) possa essere determinato in relazione alle royalties che tale bene potrebbe generare se ceduto in licenza esclusiva dietro pagamento di una percentuale commisurata al fatturato. Il valore del marchio potrebbe essere, quindi, rappresentato dal flusso di royalties che il mercato sarebbe pronto a pagare qualora la totalità dei beni fosse prodotta da terzi muniti di esclusiva licenza sul marchio.

L'aspetto cruciale di tale metodo è dato dalla scelta del tasso di royalty. Inoltre si deve individuare un arco temporale congruo lungo il quale ci si aspetta di continuare a percepire le royalties. Infine, poiché i proventi conseguenti all'ipotetica cessione sono distribuiti su un arco di tempo medio-lungo, essi devono essere attualizzati mediante un coefficiente congruo.

Le fasi relative all'applicazione di questo metodo risultano le seguenti:

- 1) identificazione dei tassi di royalty comparabili;
- 2) stima della forza del marchio rispetto a quelli delle transazioni comparabili e quindi identificazione del tasso di royalty all'interno del range;



4) identificazione numero anni di vita residua;

5) stima del tasso di rischio dell'investimento, da utilizzare per l'attualizzazione.

Il valore finale BI del bene risulta dalla seguente formula:

$$BI = \sum_{i=1}^n (S_i * r - C_i) * v_i$$

dove:

BI=valore del bene immateriale

r = tasso di royalty

S = vendite attese

C = costo di conservazione del bene

v = coefficiente di attualizzazione calcolato in base al tasso i

Per formalizzare i valori delle variabili precedenti, iniziamo con l'analizzare il fatturato degli ultimi 5 anni dell'azienda fallita e i relativi risultati economici:

	2020	2021	2022	2023	2024
Ricavi totali	€ 3.123.556,00	€ 2.529.063,00	€ 1.102.979,00	€ 670.271,00	€ 255.768,00
Di cui, ricavi vendite e prestazioni	€ 3.120.247,00	€ 2.437.016,00	€ 1.102.979,00	€ 670.266,00	€ 253.695,00
risultati economici	-237.765,00	-€ 265.468,00	-399.886,00	-747.353,00	-€ 82.465,00

Senza entrare nel merito dei motivi per i quali il risultato economico degli ultimi anni è stato sempre negativo (tale dissertazione esula dalla finalità e competenza della presente relazione), si assume, prudenzialmente, che il fatturato delle vendite e prestazioni dell'ultimo anno (pari a meno di un dodicesimo di quello di cinque anni prima) possa essere individuato come il minimo fatturato ottenibile grazie allo sfruttamento del fascio di marchi in questione, ipotizzando in maniera



cautelativa che la voce “altri ricavi e proventi” non sia nemmeno in minima parte influenzata dall'effetto del fascio.

Pertanto identifichiamo in 250.000,00 € arrotondati il valore del parametro S. In ottica prudenziale si considera il fatturato dell'ultimo anno come fatturato rappresentativo dell'attività aziendale, pur sapendo che tale posizione è riduttiva se si considera l'andamento del fatturato negli ultimi 5 anni come da tabella precedente, considerato che l'effetto della riduzione del fatturato non tanto è ascrivibile ai marchi quanto piuttosto alla gestione, ai canali sui quali il marchio è stato utilizzato, alla scelta aziendale di non esplorare le infinite potenzialità della rete ecc.

Passando all'identificazione del tasso di royalty, da valori tabellati per il settore in questione si ha che esso è distribuito tra un minimo del 2% fino ad un massimo del 50% con un valore medio dell'8%. In questo tipo di valutazioni si utilizza spesso la regola del 25%, teorizzata da Robert Goldscheider, John Jarosz e Carla Mulhern negli anni Cinquanta, secondo cui, in conseguenza dell'osservazione empirica dei dati riferiti alla redditività delle imprese che detenevano licenze, risulta che con i rendimenti le licenze tendevano a generare profitti approssimativamente riconducibili al 25% delle vendite, dei vantaggi o degli utili conseguiti. Tuttavia, considerata la situazione di fallimento della ditta titolare, si riterrà opportuno selezionare prudenzialmente il valore minimo di tale tasso e quindi pari al 2%. La formalizzazione di questo parametro all'interno del range di valori disponibili, in linea generale esprime il giudizio di “forza del marchio”.

Quanto al numero di anni per il quale applicare il metodo, risulta ragionevole far una previsione di durata del fascio di marchi di almeno altri 10 anni, in relazione alle classi di registrazione, alla tipologia dei beni e al settore di utilizzo oltre che alla flessibilità dei marchi stessi che per loro natura come già detto si prestano agevolmente ad utilizzi anche con nuove tecnologie.

Quanto ai costi di mantenimento, in relazione al settore, considerando che in seguito al fallimento saranno necessari investimenti volti a recuperare la perdita di immagine e a estendere l'utilizzo dei marchi ad altri canali, si ipotizza un costo annuo pari all'1% del fatturato.

Infine per quanto riguarda il tasso di attualizzazione, si ritiene congruo un valore del 6,5%.

Sostituendo i valori così ottenuti si ha:



Dott. Ing. Maria Grazia Cerchia

	Si	r-c	royalty annuale	vi	valore attualizzato
BI1	€ 250.000,00	1,00%	€ 2.500,00	6,50%	€ 2.347,42
BI2	€ 250.000,00	1,00%	€ 2.500,00	6,50%	€ 2.204,15
BI3	€ 250.000,00	1,00%	€ 2.500,00	6,50%	€ 2.069,62
BI4	€ 250.000,00	1,00%	€ 2.500,00	6,50%	€ 1.943,31
BI5	€ 250.000,00	1,00%	€ 2.500,00	6,50%	€ 1.824,70
BI6	€ 250.000,00	1,00%	€ 2.500,00	6,50%	€ 1.713,34
BI7	€ 250.000,00	1,00%	€ 2.500,00	6,50%	€ 1.608,77
BI8	€ 250.000,00	1,00%	€ 2.500,00	6,50%	€ 1.510,58
BI9	€ 250.000,00	1,00%	€ 2.500,00	6,50%	€ 1.418,38
BI10	€ 250.000,00	1,00%	€ 2.500,00	6,50%	€ 1.331,82
TOTALE					€ 17.972,08

Decurtando il valore di una percentuale che tenga conto che tre dei 5 marchi sono scaduti, la sottoscritta ritiene che un congruo valore di base d'asta per il fascio dei tre marchi seguenti:

Numero domanda ultimo rinnovo	numero domanda iniziale / concessione
362017000097061	MI998C000289 / 824890
302015000035197	MI1985C022195 / 447246

stante la situazione di fallimento, possa essere definito in **€ 12.000,00.**

* * * * *

Ritenendo di aver compiutamente risposto al quesito ricevuto, la sottoscritta resta a disposizione per tutti i chiarimenti necessari.

Brescia,

22/04/2025

il perito

Dott. Ing. Maria Grazia Cerchia

