

Marchi e impresa: aspetti civilistici e fiscali

Data Articolo: 29 Marzo 2019

Autore Articolo: Elena Fantin

Il marchio è un segno distintivo che rappresenta l'impresa ed è solitamente rappresentato: da un segno, da una parola, da un simbolo, dalla forma del prodotto che si sta producendo, dalla forma della confezione con cui si vendono i propri prodotti etc. È un segno distintivo fondamentale per l'azienda, in quanto, crea un'identità ben precisa, distingue l'azienda dai concorrenti ed è immediatamente riconoscibile dai clienti.

Il marchio, dal punto di vista civilistico, è disciplinato dagli articoli compresi tra il 2569 e il 2574 C.C. nonché all'interno dalla più ampia disciplina delle immobilizzazioni immateriali dell'OIC24.

L'articolo 2424 C.C. lo inserisce alla voce B.I.4 del bilancio, ovvero alla voce "cessioni, licenze, marchi e diritti simili". Si tratta quindi di un'**immobilizzazione immateriale** e come tale viene iscritto a bilancio al **costo di acquisto** o al **costo di produzione**. Nel valore del costo d'acquisto rientrano anche i costi accessori (consulenze tecniche, spese di registrazione, etc) mentre nel costo di produzione si comprendono tutti i costi strettamente afferenti il marchio.

L'imprenditore in possesso di un marchio può decidere di **registrarlo** ed in questo caso ne ha l'uso esclusivo come disciplinato dall'art. 2569 C.C.; la disciplina civilistica tutela anche coloro che utilizzavano il medesimo marchio prima che venisse registrato, consentendogli di servirsene anche post registrazione come stabilito dall'art. 2571 C.C.. La Corte di Giustizia europea, inoltre, con sentenza 7/2007, ha chiarito che l'uso di un segno identico ad un marchio registrato, da parte di un terzo, può essere vietato solo se vengono pregiudicate le funzioni proprie del marchio, come ad esempio quella di garantire ai consumatori/clienti la provenienza del prodotto.

L'art.2572 C.C. prevede inoltre il **divieto di soppressione del marchio**, ovvero, chi commercia un prodotto (rivenditore) non può comunque sopprimere/rendere non visibile il marchio del produttore.

Prima di passare all'esame della disciplina fiscale del marchio elenchiamo le **scritture contabili** tipiche di questa voce di bilancio:

Acquisto del marchio

Conto	Descrizione	Dare [€]	Avere [€]
Marchi		1.000,00	
IVA c/acquisti		220,00	
Fornitore 1			1.220,00

Produzione interna del marchio

Conto	Descrizione	Dare [€]	Avere [€]
Marchi		1.220,00	
Immobilizzazioni immateriali in corso			1.220,00

Rilevazione ammortamento annuale. Il marchio dal punto di vista civilistico può essere ammortizzato in al massimo 20 anni.

“Metodo diretto” ovvero a diretta deduzione del costo storico.

Conto	Dare [€]	Avere [€]
Amm.to marchi	67,78	
Marchi		67,78

“Metodo indiretto” ovvero ad incremento del relativo fondo ammortamento.

Conto	Dare [€]	Avere [€]
Amm.to marchi	67,78	
F/amm. marchi		67,78

Dal punto di vista fiscale si evidenzia subito una prima differenza rispetto alla disciplina civilistica, ovvero la durata della vita utile:

- **civilisticamente:** la vita utile è prevista per un periodo di al massimo 20 anni;
- **fiscalmente:** il marchio è deducibile in misura non superiore ad 1/18, quindi la vita utile del marchio deve essere almeno di 18 anni (art. 103 c.1 del TUIR). Questa regole fiscale vale sia per i marchi acquistati da terzi che per quelli prodotti internamente.

Dato che la vita utile civilistica potrebbe essere diversa da quella fiscale potrebbero presentarsi 3 situazioni:

- **Quota civilistica a conto economico > quota deducibile fiscalmente:** in questo caso il contribuente dovrà operare una variazione in aumento del reddito nel proprio dichiarativo.

- **Quota civilistica a conto economico < quota deducibile fiscalmente:** in questo caso la parte deducibile dovrà essere equiparata alla quota di costo presente a conto economico (quota civilistica).

- **Quota civilistica a conto economico = quota deducibile fiscalmente:** in questo caso non occorre effettuare alcuna variazione in aumento o in diminuzione del reddito, in quanto le quote coincidono.

Per la determinazione del costo fiscalmente rilevante si applica quanto previsto dall'art.110 del TUIR: i marchi devono essere iscritti comprendendo nel loro costo gli *oneri* accessori e gli eventuali *“interessi passivi iscritti in bilancio ad aumento del costo stesso per disposizioni di legge”*.

In merito al calcolo dell'imposta regionale sulle attività produttive (Irap), al fine della determinazione del valore della produzione, occorre distinguere:

- **Imprese che NON calcolano l'Irap in base al bilancio:**

- Rilevano gli ammortamenti;

- Non rilevano le plusvalenze e le minusvalenze derivanti dalla vendita dei marchi.

- **Imprese che calcolano l'Irap in base al bilancio:**

- Rilevano gli ammortamenti;

- Rilevano le plusvalenze e le minusvalenze derivanti dalla vendita dei marchi.

Elena Fantin – Centro Studi CGN