



Valutazione dei marchi nella titolarità

in liquidazione, ora Liquidazione in giudiziale - Tribunale di

Biella RG N. 15/2024



Milano, 14 gennaio 2025



Premessa.

Il Dott. **Filippo RIMINI**, nella propria qualità di curatore della società **in Liquidazione giudiziale (Tribunale di Biella RG N. 15/2024)**, con sede in Via Castellengo 91 13878 Candelo (BI), Codice fiscale e P.IVA 01938240023, Ufficio del Curatore Dott. Filippo Rimini, Dottore commercialista Revisore legale, Via Repubblica, nr. 27 13900 Biella,

ha conferito al sottoscritto, dott. **Daniele Bernardi**, Dottore commercialista, revisore contabile, iscritto all'ordine dei Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili di Milano al n° 1554, seziona A, e al Registro dei Revisori Legali col n° 5112, il seguente incarico:

Con riferimento a/ai

- i. *marchi Verde & Bio e Verde & Green che dalle risultanze documentali risultano essere stati utilizzati dalla società in oggetto;*
- ii. *altri segni distintivi da individuare presso le opportune sedi che però non risultano aver avuto alcun impiego e pertanto non rientrano nel perimetro della valutazione oggetto del presente incarico,*

e, in particolare,

con riferimento ai beni di cui dianzi sub i)

previo accertamento della relativa titolarità, identificare e descrivere i predetti beni, determinandone il valore al fine della loro offerta in vendita¹ (con la precisazione che lo scrivente intende offrirli distintamente seppur contestualmente ai beni che

con riferimento ai beni di cui dianzi sub ii)

limitarsi ad individuarne la presenza e la titolarità in capo alla società in oggetto.

¹ Da intendersi ai fini della presente come il **“il corrispettivo al quale il marchio può essere scambiato tra parti consapevoli e disponibili, in una transazione tra terzi indipendenti alla data di misurazione”** (il c.d. *fair value*)

Marchi nella titolarità della società in Liquidazione giudiziale

Il sottoscritto, mediante accesso telematico al MINISTERO DELLE IMPRESE E DEL MADE IN ITALY


(LINK https://www.uibm.gov.it/bancadati/single_search/general/applicant_vat/index/),²

ha accertato che la società è titolare dei seguenti marchi:

Numero domanda	data deposito	Stato lavorazione	Denominazione/titolo	Descrizione	Immagine marchio
302018000028272	30/08/2018	Registrata		FANTASIA DI COLORE MARRONE AL DI SOPRA DELLA QUALE COMPARE UN SEMICERCHIO PIENO DI COLORE ARANCIONE SUL QUALE È POSTA UNA FIGURA S TILIZZATA DI CERVO BLU CON LE CORNA A FORMA DI RAMI CON FOGLIE	
302018000014283	18/04/2018	Registrata		IL MARCHIO CONSISTE NELLA DICITURA "VERDE&BIO" IN CARATTERI DI FANTASIA DI COLORE VERDE SCURO, AL DI SOPRA DELLA QUALE COMPARE UNA LINEA DI COLORE VERDE CHIARO SORMONTATA DA UN SEMICERCHIO DI COLORE VERDE SCURO CHE APPARE PIÙ SPESSO SUL LATO SINISTRO E VA PROGRESSIVAMENTE AD A SSOTTIGLIARSI VERSO IL LATO DESTRO	
302015902328539	06/02/2015	Registrata	SPECIALFREE	SPECIALFREE (FIGURATIVO)	
302010901823399	25/03/2010	Registrata		SPECIALDIET (FIGURATIVO)IN TRADUZIONE=DIETA SPECIALE	
302009901782198	10/11/2009	Registrata		VERDE & BIO (FIGURATIVO)	IMMAGINE NON DISPONIBILE

² In allegato sub.1) l' estrazione dal sito del Ministero Delle Imprese e del Made in Italy.

JB

301999900759409	14/05/1999	Registrata	DICITURA VERDE&BIO IN CARATTERE DI FANTASIA ABBINATA A FIGURA UNABA FEMMINILE STILIZZATA CHE ABBRACCIA UN FASCIO DI SPIGHE	
-----------------	------------	------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------

Valutazione economica di un marchio

La valutazione economica del marchio si articola sostanzialmente in tre parti.

Inizialmente, dopo aver accertato che il marchio possieda i requisiti necessari per avere un valore "autonomo", si individuano i beni oggetto di perizia con i numeri di registrazione e gli stati di riferimento. Generalmente la valutazione non si limita al "marchio" a un "un fascio di marchi" intendendosi caratterizzati da un segno distintivo comune ovvero quello che chiamiamo colloquialmente "il Marchio".

Dopo di che si passa all'esame giuridico-amministrativo dei diritti nei vari stati per capire se il diritto è tutelato o meno o se vi fossero degli elementi che ne pregiudichino l'efficacia.³

Infine, dopo aver analizzato i dati in possesso, si sceglie e si applica il metodo valutativo consono alla fattispecie.

Per quanto riguarda la scelta del metodo valutativo più adeguato, esistono diversi metodi di valutazione riconosciuti dagli esperti, i quali forniscono valori sensibilmente differenti tra loro perché ognuno di essi utilizza formule e dati diversi.

In una registrazione di marchio sono individuabili oltre ai dati di registrazione alcuni elementi fondamentali:

- Il segno protetto,
- i prodotti rivendicati,
- i territori in cui tale registrazione è efficace,
- la concessione o meno dell'attestato di registrazione,
- il consolidamento del marchio registrato

³ Questa parte della valutazione importante ed è volta ad individuare eventuali elementi che possano far variare anche sensibilmente il valore del marchio. Si giudicano le anomalie nella copertura territoriale, le opposizioni, le azioni ufficiali, i casi di potenziale invalidità, i rischi di conflitto con terzi, la forza e la debolezza del marchio.

- i rifiuti di protezione subiti.
- gli eventuali accordi sottoscritti (patti di coesistenza, accordi di fare o non fare).
- l'esistenza di marchi simili.
- la registrabilità potenziale del marchio in diversi territori
- Si valuta se la Titolarità dei marchi coincide con il soggetto "che prende le decisioni" sull'utilizzo del segno, sostiene i costi (es. Pubblicità, ricerca ecc).

Il diritto al marchio oggetto della valutazione si forma con la registrazione.

Esame preliminare

Non sempre la valutazione economica del marchio è possibile in quanto non sempre questo possiede un valore "autonomo".

Affinché il marchio abbia un valore autonomo devono essere soddisfatti i seguenti requisiti:

1. Deve esistere un diritto di "monopolio" reale sul segno distintivo, ovvero, non devono mancare i requisiti assoluti e necessari per la registrazione;
2. Il diritto di "monopolio" reale sul segno distintivo deve appartenere al patrimonio aziendale e non deve essere in conflitto con diritti di terzi;
3. Deve esserci un significativo flusso di investimenti sul segno distintivo soprattutto di carattere pubblicitario; dunque non è possibile valutare un marchio appena depositato, non usato o distribuito ma intestato a terzi.
4. Il diritto di marchio deve essere all'origine di benefici economici differenziali di entità apprezzabile; ad esempio, nei beni di largo consumo, dove valutare la qualità del prodotto è difficile (esempio nel food), il marchio assume valore primario.
5. Il diritto di marchio deve essere trasferibile in ottemperanza alle leggi locali sui marchi d'impresa.
6. Il diritto deve essere efficace e non vulnerabile rispetto ad azioni di nullità e/o decadenza per non uso.

Due diligence

Se sussistono tutti i requisiti necessari per poter valutare il marchio, si passa all'esame giuridico-amministrativo.

1) *Esame consistenza portafoglio marchi.*

- I marchi sono registrati solo depositati;
- ci sono o ci sono state opposizioni;
- I marchi sono consolidati;

2) *Ricerca su marchi simili per determinare se esistono.*

3) *Verifica della copertura di prodotti e territori attuali e potenziali.*

4) *Verifica copertura attuale e di futuro sviluppo:*

- In questa fase per arrivare a determinare un valore attendibile è necessario sovrapporre il territorio coperto dalle registrazioni dei marchi con i territori coperti dalle vendite. I valori del fatturato sono essenziali ai fini di determinare un valore; infatti, nella valutazione economica del marchio non tutto il fatturato è da prendere in considerazione ma solo quello che scaturisce da una vendita su un territorio dove il marchio è tutelato.⁴

5) *Verifica dell'eventuale esistenza di:*

- Rifiuti, opposizioni e controversie che possono mettere a rischio il diritto di marchio.
- Coesistenza con ditte, pegni, licenze a terzi e accordi di coesistenza.

I principali metodi valutativi

In dottrina non esiste un metodo valutativo universalmente riconosciuto.

La mancanza di un metodo universalmente accettato è dovuta anche al fatto che non sempre sono disponibili tutti gli elementi necessari ed idonei per effettuare una valutazione uniformemente accettabile ed eventualmente da reiterare.

La valutazione monetaria del marchio, ai fini della cessione a terzi a titolo di proprietà, si incentra sulla scelta dei criteri economici idonei ad individuarne il valore quale elemento immateriale del capitale economico dell'impresa.

La ricerca di questi criteri è sempre più importante nella prassi aziendale. Sinteticamente, possono essere basati:

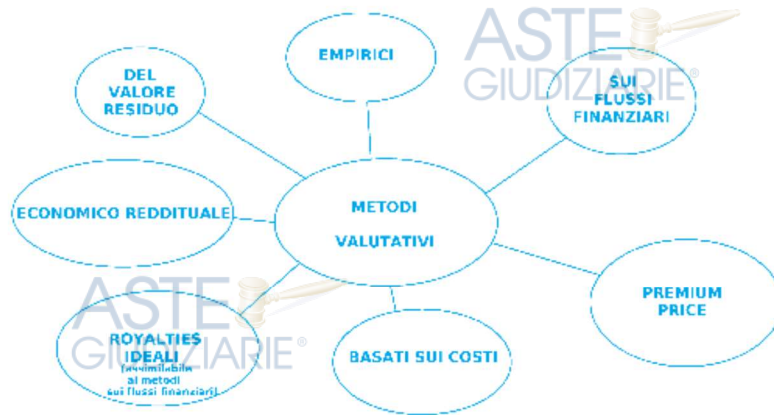
A. sugli indicatori empirici;

B. sui costi di ripristino dei diritti;

⁴ Il fatturato generato da vendite su territori dove il marchio non è depositato non concorre a creare i valori di riferimento che stanno alla base della valutazione del marchio con i metodi reddituali.

- C. sui flussi finanziari;
- D. sulla stima del contributo al reddito (o economico-reddituale);
- E. sulle royalties ideali (assimilabile in parte ai flussi finanziari);
- F. sull'accreditamento del Marchio attraverso investimenti pubblicitari e promozionali;
- G. sui differenziali tra i prezzi di vendita.

I valori ottenuti con tali metodologie devono essere poi "pesati", talvolta, a mezzo di "coefficienti moltiplicativi di rischio" atti a diminuirne il valore



La base Dati documentale

Il curatore ha messo a disposizione dello scrivente la seguente base documentale:

1. serie dei bilanci presentati al registro delle imprese, esercizi chiusi il 31/12/2018, 31/12/2019, 31/12/2020, 31/12/2021, 31/12/2022, 31/12/2023,
2. relazione sulla situazione patrimoniale, economica e finanziaria dell'impresa
3. vendite realizzate dai marchi "Verde&Bio" e "Verde&Green" negli anni 2019 e 2020,
4. Contratto di affitto di ramo di azienda registrato il 19/11/2019 intercorso tra concedente e BIO & Tradizione srl (affittuaria), con i relativi allegati;
5. Contratto di affitto di ramo di azienda del 21/01/2021 intercorso tra concedente e BIO & Tradizione srl (affittuaria, poi con cambio di denominazione sociale in **Verde Bio S.r.l.**), con i relativi allegati;

Da tale base documentale lo scrivente ha ritenuto utile estrapolare i seguenti dati e informazioni.

Andamento delle principali grandezze economiche (fonte bilanci depositati al Registro delle imprese):

	Esercizi									
	31/12/23	31/12/22	31/12/21	31/12/20	31/12/19	31/12/18	31/12/17	31/12/16	31/12/15	
Ricavi	50.000	50.000	67.931	656.542	2.131.565	2.587.300	3.043.569	2.631.957	3.015.458	
Differenza tra Valore della produzione e costi della produzione	-1.080.119	-196.207	-27.636	-329.314	-449.739	-781.838	-723.902	n.d	n.d	
EBIT DA	-42.779	-196.207	-27.636	-178.184	-291.319	-525.995	-441.587	n.d	n.d	

Nota, (il 2019 è l'ultimo esercizio prima dell'apertura della procedura di liquidazione volontaria della società). I dati dal 2018 al 2023 sono rilevati dai bilanci depositati, gli anni precedenti da sintesi Cerved.



Andamento dei ricavi degli esercizi 2019 e 2020 della affittuaria Bio&Tradizione (poi con cambio di denominazione sociale in Verde Bio S.r.l.):

RICAVI ANNO 2020

CLIENTE	IMPORTO RICAVI
AGIRE S.R.L.	6.870,29
Corrispettivi del giorno	0,49
ECORNATURASI' SPA	5.629,64
EUROFOOD S.P.A.	144.439,62
GREEN BAY AND COMPANY LTD	17.942,49
KI GROUP S.R.L.	457.173,98
LA FINESTRA SUL CIELO S.P.A.	871.988,75
NATURDIS PRODUITS BIOLOGIQUES	1.651,20
NUTRITION & SANTE' ITALIA	115,20
NUTRITION & SANTE' ITALIA S.P.A.	44.265,60
OLIMPIA S.A.S. DI MARCO BORELLO & C.	172,50
OLIMPIA S.N.C.	358,50
RIALTO SPA	12.270,29
SUPERMERCATI CADORO S.P.A.	34.769,28
TERRE E TRADIZIONI S.R.L.	30.473,22
VITALNATURE S.P.A.	3.563,52
Totale complessivo	1.631.454,17

Di cui:

Vendite per marchi Verde & Bio (Ki Group, La finestra sul Cielo, Ecor Natura Si, Green Bbay, Naturdis)	1.354.386,06
Vendite per marchio Verde & Green (Esselunga, Rialto)	12.270,29
Altre vendite	264.797,82

JB

RICAVI ANNO 2019

CLIENTE	IMPORTO RICAVI
AGIRE SRL	5.223,49
BIO & TRADIZIONE S.R.L.	2.356,24
BISCOTTIFICIO CERVO SRL	187,51
DELTA TEAM SRL	257,61
ECORNATURASI' SPA	60.261,91
ESSELUNGA S.P.A.	36,90
EUROFOOD S.P.A.	354.550,54
GREEN BAY AND COMPANY LTD	17.679,60
INT-SALIM	8.354,88
KI GROUP S.R.L.	823.653,47
LA FINESTRA SUL CIELO S.P.A.	335.928,89
NATURDIS	1.675,80
NUOVA CLEAN SRL	521,60
NUTRITION & SANTE' ITALIA S.P.A.	70.605,70
OLIMPIA S.N.C.	822,45
RIALTO SPA	2.945,38
SUPERMERCATI CADORO SPA	36.788,40
TERRE E TRADIZIONI S.R.L.	21.525,22
VAL.SE.MA. SRL	76,40
VITALNATURE S.P.A.	5.065,92
Totale complessivo	1.748.444,11

Di cui:

Vendite per marchi Verde & Bio (Ki Group, La finestra sul Cielo, Ecor Natura Si, Green Bbay, Naturdis)	1.239.199,67
Vendite per marchio Verde & Green (Esselunga, Rialto)	2.908,48
Altre vendite	506.335,96

LB

Valorizzazione dei “Marchi” dalla relazione sulla situazione Patrimoniale, economica e finanziaria dell’impresa al 30 giugno 2024 (Fonte Istanza presentata al Tribunale di Biella per la liquidazione giudiziale).

I marchi di cui la società è titolare sono stati valorizzati in detta relazione per euro 11.759,50.

Nell’ultimo bilancio depositato al registro delle imprese (esercizio chiuso al 31 dicembre 2023) tutte le immobilizzazioni materiali erano state svalutate.

Ulteriori elementi di utilità per la valutazione (Fonte Istanza presentata al Tribunale di Biella per la liquidazione giudiziale).

Contratto di Affitto d'Azienda con Verde Bio S.r.l.

Nel gennaio 2021, la Società sottoscriveva un contratto di affitto d'azienda - con obbligo di acquisto in capo all'affittuaria e obbligo di vendita in capo alla concedente - con la società Bio & Tradizione S.r.l. (la quale sarebbe divenuta di lì a poco Verde Bio S.r.l.).

Il contratto, con decorrenza dal febbraio 2021 e scadenza a dicembre 2024, prevedeva il pagamento di un canone di affitto annuale di € 50.000 e un prezzo di acquisto pattuito in € 950.000, suddiviso in due tranche: € 450.000 entro il 2024 e € 500.000 entro il 2025.

Del pari, contemporaneamente i soci di Bio & Tradizione S.r.l. (la quale sarebbe divenuta di lì a poco Verde Bio S.r.l.) cedevano le quote alla società Ki Group S.r.l. al corrispettivo – simbolico – di euro 1.000.

Si osservi, infine, che Ki Group S.r.l.⁵ e la propria partecipata Verde Bio S.r.l. sono state oggetto di procedura di liquidazione giudiziale (presso il Tribunale di Milano) nel corso del 2024.

⁵ Si osservi che Ki Group S.r.l. controllata da Ki Group Holding SpA è una società italiana attiva nella distribuzione di prodotti alimentari. La Società ha operato nel settore della vendita all'ingrosso, distribuzione e vendita al dettaglio di prodotti biologici sul mercato domestico. La Società commercializzava i prodotti attraverso circa 4.500 punti vendita, negozi di alimenti naturali e farmacie. Il portafoglio marchi della Società era rappresentato attraverso marchi quali Provamel, Fonte della Vita, Ki, Verde & Bio, BuonBio Ki, Le Asolane, Spighe & Spighe, Rapunzel e Lima.

I quesiti, la valutazione

Con riferimento ai marchi: **Special Free e Special Diet.**

Limitatamente ai marchi – segni distintivi - “Special Free” e “Special Diet” il sottoscritto si è limitato, in conformità al quesito ricevuto ((punto ii) della premessa), ad accertarne la titolarità in capo alla società

In proposito lo scrivente osserva, (fonte risultanze dal sito Ministero dello Sviluppo Economico, in allegato 1) che:

1. La tutela del segno distintivo “Special Diet” è scaduto 24/03/2020, non risultano rinnovi della tutela;
2. Il segno distintivo “Social Free” è prossimo alla scadenza (24/03/2025);
3. Entrambi, dalla documentazione acquisita, non risultano essere stati utilizzati commercialmente, dunque non hanno generato nessun beneficio economico.

Con riferimento al marchio: **Verde & Green.**

Questo marchio (salvo eventuale rinnovo da parte dell’acquirente della titolarità del marchio) è in scadenza il prossimo 30/08/2028, quindi ha un residuo periodo di utilizzabilità – salvo eventuale rinnovo – di circa tre anni e sette mesi.

La sua utilità commerciale, rilevata dalla base documentale acquisita, è risultata tuttavia estremamente limitata (vendite realizzate dalla affittuaria nel 2019 per euro 2.908 e nel 2020 per euro 12.270⁶ e quindi i benefici economici per l’utilizzo del segno distintivo sono risultati, dai dati disponibili, estremamente limitati.

Si può, dunque, ragionevolmente concludere, sulla base delle informazioni disponibili e acquisite dallo scrivente, che non abbia generato benefici economici di entità apprezzabile per l’azienda titolare dei medesimi né per l’azienda distributrice; pertanto non è applicabile nessuna delle tipologie di valutazione sinteticamente elencate nel precedente paragrafo “I principali metodi valutativi”

Valore attribuito:NESSUNO

⁶ Non sono disponibili altri riferimenti quantitativi.

Con riferimento al marchio: Verde & Bio.

Il segno distintivo “Verde & Bio” è, invece, un marchio che ha avuto un certo grado di notorietà sul mercato dei beni consumo (food di nicchia riferito agli alimenti biologici)⁷, dove valutare la qualità del prodotto non è semplice ma tuttavia il marchio assume un valore di riferimento.

Tuttavia, la società che ne detiene la titolarità, e, successivamente la società “Verde BIO S.r.l.”, poi entrata a far parte del Gruppo Ki Group S.r.l.,⁸ sono state dichiarate risolte giudizialmente come illustrato sinteticamente nel precedente paragrafo “Andamento delle principali grandezze economiche”.

Tra l’altro i riferimenti al gruppo Ki hanno avuto un certo grado di risalto sulla stampa con un impatto reputazionale negativo sia sulle società che sfruttavano il segno distintivo sul mercato sia, inevitabilmente, sulla reputazione del marchio.

Sotto il profilo della tutela giuridica si osserva:

- il marchio è stato registrato per la prima volta il 14/05/1999⁹ e successivamente rinnovato.
- la prossima scadenza della tutela del segno distintivo è il 17/04/2028 (quindi residua un periodo di utilizzabilità, se non rinnovato, di 3 anni e 3 mesi).

Non sono disponibili i fatturati derivanti dallo sfruttamento economico di questo segno distintivo da parte del distributore e poi licenziatario Ki Group srl. Sono disponibili solo dati aggregati per un limitato periodo di tempo (quindi in uno con i marchi in nota sub 5)¹⁰.

⁷ Prodotti distribuiti attraverso canali specializzati nei negozi di alimentazione naturale, erboristerie, farmacie, parafarmacie.

⁸ Si osservi che Ki Group aveva la distribuzione in esclusiva sul territorio nazionale dei prodotti a marchio Verde&Bio anche prima dei contratti richiamati nel paragrafo “Contratto di Affitto d’Azienda con Verde Bio S.r.l.”

⁹Informazioni identificative della domanda di Marchio d’impresa numero 301999900759409 (BI1999C000011) depositata il 14/05/1999, fonte Ministero delle imprese e del Made in Italy.

¹⁰ Ripartizione delle vendite per attività: Ki Group S.p.A. (fonte: <https://it.investing.com/equities/ki-group>):

Periodo Fiscale: Dicembre	2018	2019	2020	2021
La Fonte Della Vita S.R.L.	1,62 Mln	1,55 Mln	1,05 Mln	969.000
KI Group S.R.L	-	22,09 Mln	11,51 Mln	-
Organic Oils Italia S.R.L.	3,66 Mln	4,1 Mln	-	-
Eliminations	-1,9 Mln	-13,67 Mln	-1,03 Mln	-
Organic Food Retail S.R.L.	38.000	83.000	31.000	-
KI Group Holding S.P.A.	35,78 Mln	17,76 Mln	101.000	-

LB

I soli dati disponibili sono i fatturati della titolare (produttrice) per gli anni 2015-2023 risultante dai bilanci depositati che tuttavia sono dati aggregati e non solo riferiti ai prodotti a marchio Verde & Bio:

	31/12/23	31/12/22	31/12/21	31/12/20	31/12/19	31/12/18	31/12/217	31/12/16	31/12/15
Ricavi	50.000	50.000	67.931	656.542	2.131.565	2.587.300	3.043.569	2.631.957	3.015.458

I soli fatturati disponibili riferiti al segno distintivo disponibili dalla affittuaria Bio& Tradizione (poi Verde & Bio S.r.l.), resi disponibili dal Curatore, sono stati, invece, i seguenti:

anno		
2020	Vendite per marchi Verde & Bio (Ki Group, La finestra sul Cielo, Ecor Natura Si, Green Bbay, Naturdis)	1.354.386,06
2019	Vendite per marchi Verde & Bio (Ki Group, La finestra sul Cielo, Ecor Natura Si, Green Bbay, Naturdis)	1.239.199,67
	Media nel biennio (arrotondata)	1,3 milioni

Un eltriore elemento valutativo da tenere in considerazione è inoltre la circostanza che non ha mai prodotto redditi (almeno nelle serie dei bilanci degli esercizi 2016-2023).

Da quanto sopra esposto, considerata anche la limitata disponibilità di dati utili alla valutazione si può concludere che i metodi illustrati nel paragrafo "I principali metodi valutativi" non possano essere utilizzati per una valutazione puntuale.

Un ordine di grandezza indicativo, assumendo che le vendite realizzate nel biennio 2019-2020 siano rappresentative delle vendite nel tempo (media 1,3 milioni anno) è quella ad avviso dello scrivente, sulle royalties ideali (v. paragrafo "I principali metodi valutativi", lettera F), debitamente ricondotti empiricamente con coefficienti prudenziali di riduzione per tenere delle criticità rilevate e della limitata base dati disponibile.

Sul metodo delle royalties ideali

Tale metodo rappresenta una sorta di superamento, anche se parziale, del problema della neutralità (e della sottostante antinomia) tra venditore e compratore e consiste nell'attualizzazione delle "royalties" percentuali ragionevolmente o meglio "ipoteticamente" ottenibili sul mercato dal marchio.

In pratica, si ipotizza che il marchio sia 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.

Nella seguente tabella riporta i valori (in percentuale) di royalties utilizzate nel settore alimentare (fonte E.Vasco, "la valutazione dei beni immateriali nelle PMI", Ipsoa):

livello delle royalties per fasce di distribuzione percentuale rilevate			
settore alimentare	0-2%	2-5%	5-10%
	12,50%	62,50%	25%

Partendo da tali considerazioni e assumendo:

- una royalties media del 2%, (rispettivamente il massimo e il minimo delle due fasce di distribuzione sopraindicate), sul fatturato di 1,3 milioni (pari a euro 26.500/anno),
- per un periodo di sfruttamento di quattro anni residuo (arrotondato per eccesso e in assenza di rinnovo),
- si ottiene un flusso lordo di royalties ideali nel periodo di 104.000 che attualizzati con un tasso del 8%, ritenuto congruo con riferimento al rendimento di investimenti senza rischio maggiorato di 5 punti percentuali per tenere conto della rischiosità,
- danno un Valore attuale del Flusso, di 93.000 euro¹¹.

Il valore attuale del flusso, pari a 93.000 euro complessivi, al lordo della componente fiscale) è ridotto di una percentuale del 60% (determinata prudenzialmente in modo empirico dallo scrivente), per tenere conto delle seguenti circostanze, già descritte:

- reputazionali (conseguenti la risoluzione giudiziale sia del titolare del marchio distintivo sia della licenziataria Ki,
- l'assenza sul mercato dei prodotti col marchio distintivo a far tempo almeno dal 2024¹²,
- i limiti derivanti dalla ridotta base informativa e di dati disponibili,

si ottiene un valore pari a euro 37.200, che viene arrotondato a 35.000 (trentacinquemila).

¹¹ Flusso lordo attualizzato delle Royalties ideali al lordo della componente fiscale.

¹² Assumendo empiricamente che l'assenza sul mercato dei prodotti tutelati dal segno distintivo provocano una svalutazione del valore commerciale per la perdita della memoria storica da parte dei consumatori via via crescente col deorrere del tempo.

Conclusioni.

Il dr. Filippo RIMINI Curatore della società **in Liquidazione giudiziale (Tribunale di Biella RG N. 15/2024)**, con sede in Via Castellengo 91 13878 Candelo (BI), Codice fiscale e P.IVA 01938240023, Ufficio del Curatore Via Repubblica, nr. 27 13900 Biella, ha conferito al sottoscritto, dott. **Daniele Bernardi** l'incarico di determinare il valore dei marchi distintivi Verde **& Bio e Verde & Green** al fine della loro offerta in vendita.

Stante quanto riassunto nei paragrafi precedenti e sulla base delle elaborazioni svolte **il valore, ai fini dell'offerta di vendita**, espresso assumendo l'ottica liquidatoria, al 1° gennaio 2025, sulla base delle analisi svolte, può ricondursi ai seguenti:

con riferimento al segno distintivo Verde & Green: Valore attribuito, NESSUNO,

con riferimento al segno distintivo Verde & Bio: Valore attribuito, euro 35.000,00 (euro trentacinquemila).

Quanto sopra rappresenta la conclusione finale cui il sottoscritto perito è pervenuto con la coscienza di avere operato con prudenza ed equità.

In fede,
Milano, 14 gennaio 2025





Dott. Daniele Bernardi




Allegati: 1 estrazione titolarità dei marchi dal sito del Ministero Delle Imprese e del Made in Italy.

MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO
DIREZIONE GENERALE PER LA TUTELA DELLA PROPRIETA' INDUSTRIALE
UFFICIO ITALIANO BREVETTI E MARCHI

Dati aggiornati al 09/01/2025

Numero domanda	Data deposito	Stato lavorazione	Denominazione/titolo	Descrizione	Immagine marchio
302018000028272	30/08/2018	Registrata		IL MARCHIO CONSISTE NELLA DICITURA "VERDE&GREEN" IN CARATTERI DI FANTASIA DI COLORE MARRONE AL DI SOPRA DELLA QUALE COMPARE UN SEMICERCHIO PIENO DI COLORE ARANCIONE SUL QUALE È POSTA UNA FIGURA S TILIZZATA DI CERVO BLU CON LE CORNA A FORMA DI RAMI CON FOGLIE	
302018000014283	18/04/2018	Registrata		IL MARCHIO CONSISTE NELLA DICITURA "VERDE&BIO" IN CARATTERI DI FANTASIA DI COLORE VERDE SCURO, AL DI SOPRA DELLA QUALE COMPARE UNA LINEA DI COLORE VERDE CHIARO SORMONTATA DA UN SEMICERCHIO DI COLORE VERDE SCURO CHE APPARE PIÙ SPESSO SUL LATO SINISTRO E VA PROGRESSIVAMENTE AD A SOTTIGLIARSI VERSO IL LATO DESTRO	
302015902328539	06/02/2015	Registrata	SPECIALFREE	SPECIALFREE (FIGURATIVO)	
302010901823399	25/03/2010	Registrata		SPECIALDIET (FIGURATIVO)IN TRADUZIONE = DIETA SPECIALE	
302009901782198	10/11/2009	Registrata		VERDE & BIO (FIGURATIVO)	IMMAGINE NON DISPONIBILE



Numero domanda	Data deposito	Stato lavorazione	Denominazione/titolo	Descrizione	Immagine marchio
301999900759409	14/05/1999	Registrata	VERDE & BIO	DICITURA VERDE & BIO IN CARATTERE DI FANTASIA ABBINATA A FIGURA UMANA FEMMINILE STILIZZATA CHE ABBRACCIA UN FASCIO DI SPIGHE	



Stampa del 10/01/2025 11:36:49 - Pagina 2 di 2

