

**BILANCIO****I costi di ricerca e pubblicità nella bozza del nuovo OIC 24**

di Luca Mambrin

Con la pubblicazione del **D.Lgs. 139/2015** si è completato l'*iter* di recepimento della direttiva 34/2013/UE; tale decreto **ha aggiornato la disciplina del codice civile in merito ai bilanci d'esercizio** e la disciplina del D.Lgs. n. 127/1991 in tema di bilancio consolidato.

A fronte delle novità introdotte l'Organismo italiano di contabilità sta procedendo con **l'aggiornamento dei principi contabili nazionali**: in particolare nella bozza della **nuova versione dell'OIC 24** dedicato alle **immobilizzazioni immateriali** vengono recepite le novità legislative connesse **all'eliminazione, dalla voce dell'attivo dello stato patrimoniale B.I.2), dei riferimenti ai costi di ricerca e pubblicità** oltre che delle modifiche alla norma relativa alla determinazione della vita utile dell'avviamento e dei costi di sviluppo.

Il D.Lgs. 139/2015 ha in particolare eliminato il riferimento ai costi di ricerca e pubblicità dalla voce B.I.2) dallo stato patrimoniale, **trattandosi di costi non più capitalizzabili ai sensi delle nuove disposizioni contenute nel codice civile**.

Con riferimento ai **costi di ricerca e sviluppo** l'OIC 24 nella versione pubblicata nel gennaio 2015, prevedeva la distinzione tra:

- i **costi di ricerca di base**, non capitalizzabili;
- i **costi di ricerca applicata**, capitalizzabili;
- i **costi di sviluppo**, anch'essi capitalizzabili.

**Non essendo più prevista la voce costo di ricerca** nella voce dell'attivo, si è proceduto ad aggiornare le definizioni **di costo di ricerca e di costo di sviluppo**, eliminando il riferimento al costo di ricerca applicata. Venendo meno tale categoria è stata rivista la definizione del costo di ricerca di base, adeguandola a quella contenuta nei principi contabili internazionali. Nella sua nuova formulazione **la ricerca di base** è definita “*un'indagine originale e pianificata intrapresa con la prospettiva di conseguire nuove conoscenze e scoperte, scientifiche o tecniche, che si considera di utilità generica alla società*. I costi di ricerca di base sono normalmente **precedenti a quelli sostenuti una volta identificato lo specifico prodotto o processo che si intende sviluppare. I costi sostenuti per la ricerca di base sono costi di periodo e sono addebitati al conto economico dell'esercizio in cui sono sostenuti**, poiché rientrano **nella ricorrente operatività dell'impresa** e sono, nella sostanza, di supporto ordinario all'attività imprenditoriale della stessa”.

Si è altresì chiarito che **lo sviluppo** (quindi i relativi costi) non sono altro che **l'applicazione dei risultati della ricerca di base**. I **costi di ricerca applicata**, capitalizzati in esercizi precedenti

all'entrata in vigore delle nuove disposizioni, continuano, in sede di prima applicazione della nuova versione dell'OIC 24, **ad essere iscritti nella voce B.I.2) tra i costi di sviluppo se soddisfano i criteri previsti ovverosia:**

- **essere relativi ad un periodo o processo chiaramente definito nonché identificabili e misurabili;**
- **essere riferiti ad un progetto realizzabile**, cioè tecnicamente fattibile, per il quale la società possieda o possa disporre delle risorse necessarie;
- **essere recuperabili**; la società deve avere prospettive di reddito in modo che i ricavi che prevede di realizzare siano almeno sufficienti a coprire i costi sostenuti.

I **costi di ricerca**, capitalizzati in esercizi precedenti, che non soddisfano i requisiti per la capitalizzazione previsti, in sede di prima applicazione della nuova disciplina, devono essere eliminati dalla voce B.I.2) dell'attivo dello stato patrimoniale; gli effetti vanno rilevati in **bilancio retroattivamente** ai sensi dell'OIC 29, ossia **contabilizzati sul saldo d'apertura del patrimonio netto** dell'esercizio in corso. Solitamente la rettifica deve essere rilevata negli utili portati a nuovo (o ad un'altra posta del patrimonio netto, se più appropriata).

Per quanto riguarda i **costi di pubblicità**, l'OIC 24 nella versione del gennaio 2015 prevedeva la possibilità di capitalizzare tali costi solo se relativi **ad operazioni non ricorrenti** (ad esempio il **lancio di una nuova attività produttiva** o **l'avvio di un nuovo processo produttivo** diverso da quelli avviati nell'attuale *core business*) sulle quali la società ha ragionevoli aspettative di importanti e duraturi ritorni economici **risultanti da piani di vendita approvati** formalmente dalle competenti funzioni aziendali.

La modifica legislativa alla voce B.I.2) **esclude la possibilità di una generica capitalizzazione dei costi di pubblicità**, ma consente quella relativa ai costi di impianto e ampliamento. Pertanto, i costi di pubblicità precedentemente capitalizzati ai sensi dell'OIC 24 (nella versione precedente), se soddisfano i requisiti ora stabiliti per la capitalizzazione dei costi di impianto e ampliamento, **possono essere riclassificati**, in sede di prima applicazione, **dalla voce B.I.2) alla voce B.I.1) "Costi di impianto e di ampliamento"**.

I **costi di pubblicità che non soddisfano i requisiti per la capitalizzazione tra i costi di impianto e di ampliamento**, in sede di prima applicazione della nuova disciplina, **vanno eliminati** dalla voce B.I.2) dell'attivo dello stato patrimoniale; i **relativi effetti devono essere rilevati retroattivamente in bilancio ai sensi dell'OIC 29**.

Per approfondire i nuovi OIC vi raccomandiamo il seguente master di specializzazione:

Master di specializzazione  
**NUOVI PRINCIPI CONTABILI OIC E LE NOVITÀ INTRODOTTE DAL D.LGS. 139/2015**