

CONTABILITÀ

Gestione contabile del marchio d'azienda

di Viviana Grippo

Il marchio è uno dei segni distintivi dell'azienda e può consistere in qualunque segno suscettibile di essere **rappresentato graficamente**, tra cui:

- **emblemi,**
- **parole,**
- **suoni,**
- **forme** del prodotto o della sua confezione.

Il **principio contabile Oic 24** enumera tra i “beni” ricompresi tra le **immobilizzazioni immateriali** anche i **marchi**. Il medesimo principio contabile prevede che i marchi possano trovare allocazione nelle **immobilizzazioni in corso** quando trattasi di **costi interni ed esterni** sostenuti per la realizzazione di un bene immateriale per il quale **non sia ancora stata acquisita la piena titolarità del diritto**.

L'[articolo 2424 cod. civ.](#) stabilisce invece **l'allocazione in bilancio** di tali poste, che dovranno essere iscritte nell'**attivo** dello **stato patrimoniale** alla voce BI con la classificazione: 4) concessioni, licenze, marchi e diritti simili.

Il marchio può derivare all'azienda:

- per **acquisto**, unitamente all'azienda, separatamente e successivamente rispetto ad essa,
- a **titolo di godimento**,
- o, semplicemente, può essere **realizzato dall'azienda stessa**.

Le tre fattispecie assumono diverse **rappresentazioni contabili**.

Nel caso di **acquisizione del marchio**, per la quale il venditore emetterà apposita fattura, la rilevazione contabile assumerà il seguente tenore:

Diversi a Debiti vs fornitori 122.000,00

Marchi 100.000,00

Erario c/iva 22.000,00

Nel caso in cui invece il **marchio fosse realizzato dall'azienda** occorrerà procedere alla **capitalizzazione dei costi** dalla medesima sostenuti come previsto dal citato Oic 24, contabilmente:

Marchi a Costi per realizzazione marchi da capitalizzare 50.000,00

Come si è potuto comprendere è capitalizzabile tra le **immobilizzazioni immateriali** sia il marchio **prodotto internamente** sia il marchio **acquistato a titolo oneroso da terzi**.

I costi relativi al marchio prodotto internamente possono ricondursi essenzialmente ai **costi diretti interni ed esterni**, sostenuti per la produzione del segno distintivo, sono **esclusi** dalla capitalizzazione i **costi sostenuti per l'avvio del processo produttivo del prodotto** tutelato dal marchio e per l'eventuale **campagna promozionale**.

Può anche accadere che si proceda allo sfruttamento di un marchio altrui attraverso, ad esempio, **l'acquisizione di una licenza pluriennale**. In tal caso contabilmente si procederà con al seguente **rilevazione**:

Diversi a Debiti vs Fornitori 36.600,00

Licenza per sfruttamento marchi altrui 30.000,00

Erario c/iva 6.600,00

Trattandosi di una **licenza con durata pluriennale** occorrerà prevedere il relativo **risconto**, da effettuarsi dividendo l'importo corrisposto per la **durata contrattuale**.

La rilevazione contabile potrebbe essere la seguente:

Risconti attivi a Licenza per sfruttamento marchi altrui 25.000,00

È possibile anche che l'accordo con il fornitore stabilisca il **pagamento di un canone mensile**. In questo caso la rilevazione contabile apparirà come segue:

Diversi a Debiti vs Fornitori 3.050,00

Canoni per sfruttamento di marchi altrui 2.500,00

Erario c/iva 550,00

Il **principio contabile Oic 24** specifica che le somme erogate per l'ottenimento del **marchio** sono **capitalizzabili** anche nei casi in cui il pagamento è previsto in forma **dilazionata**, ovvero attraverso la corresponsione di **canoni periodici**: ne deriva che il relativo costo verrà iscritto tra i beni immateriali e ammortizzato secondo le norme dettate per i marchi.

Tuttavia, se oltre la somma prevista per il **marchio**, l'azienda versasse al proprio **fornitore** anche **altri corrispettivi**, come ad esempio *royalties*, essi dovranno essere iscritti a conto economico come **costo d'esercizio**.

Circa l'ammortamento, si ricorda che per i beni immateriali lo stesso è consentito non oltre la **vita utile del bene** e che in ogni caso la stima della **vita utile** dei marchi **non deve eccedere i 20 anni**.

Infine, potrebbe accadere che l'azienda decida di **cedere il marchio**. Le scritture contabili da eseguire saranno le seguenti:

Crediti vs clienti a Diversi 152.000,00

a Marchi 100.000,00

a Plusvalenza 30.000,00

a Erario c/iva 22.000,00

Per approfondire questioni attinenti all'articolo vi raccomandiamo il seguente corso:

Seminario di specializzazione

LE NOVITÀ PER IL BILANCIO 2018

[Scopri le sedi in programmazione >](#)