

INDICE

	Prefazione, di Luigi Guatri	pag.	xiii
	INTRODUZIONE	»	3
1	BUSINESS COMBINATION E INTANGIBILI		
1	La componente intangibile dei prezzi di acquisizione	»	7
2	Intangibili specifici e financial reporting	»	11
3	Le business combination nei principi contabili internazionali	»	13
	3.1 Identificazione dell'acquirente	»	17
	3.2 Identificazione della data dell'acquisizione	»	19
	3.3 Quantificazione del corrispettivo dell'acquisizione	»	20
	3.4 Identificazione e stima delle attività acquisite, delle passività assunte e della quota del capitale dell'impresa acquisita di pertinenza di terzi	»	21
	3.5 Quantificazione dell'avviamento o di un utile nel caso di bargain purchase	»	23
2	L'IDENTIFICAZIONE DEGLI INTANGIBILI SPECIFICI ACQUISITI: IL QUADRO NORMATIVO		
1	Premessa	»	25
2	La definizione di intangible asset	»	26
	2.1 Il primo requisito: la risorsa immateriale acquisita deve possedere le caratteristiche per poter essere qualificata come attività	»	27
	2.1.1 <i>Il progetto di revisione del Framework: la nuova definizione di attività</i>	»	30

2.2	Il secondo e il terzo requisito: l'attività deve essere non monetaria e priva di consistenza fisica	pag.	31
2.3	Il quarto requisito: l'attività non monetaria e priva di consistenza fisica deve essere identificabile	»	31
3	Le principali categorie di intangibili specifici rilevabili separatamente dall'avviamento: gli esempi contenuti nell'IFRS 3R	»	35
3.1	Gli intangibili specifici legati al marketing	»	37
3.2	Gli intangibili specifici legati ai rapporti con i clienti	»	38
3.3	Gli intangibili specifici legati ad attività artistiche	»	40
3.4	Gli intangibili specifici basati su contratti	»	40
3.5	Gli intangibili specifici basati sulla tecnologia	»	41
4	I diritti legali riacquistati	»	42
4.1	I diritti legali riacquistati: il trattamento contabile	»	43
4.2	La natura dei diritti legali riacquistati	»	44
	4.2.1 <i>La prima alternativa</i>	»	45
	4.2.2 <i>La seconda alternativa</i>	»	45
	4.2.3 <i>La terza alternativa</i>	»	46
	4.2.4 <i>Le ragioni della scelta operata da IASB e FASB</i>	»	47
4.3	La vita utile dei diritti legali riacquistati	»	48
4.4	I diritti legali riacquistati: esempi	»	49
5	I progetti di ricerca e sviluppo	»	51
5.1	Le indicazioni dell'AICPA in merito alla rilevazione dei progetti di ricerca e sviluppo	»	54
	5.1.1 <i>Misurabilità</i>	»	56
	5.1.2 <i>Substance e incompleteness</i>	»	57
5.2	Le critiche dei respondent alle Exposure Draft	»	60
5.3	Il trattamento contabile delle spese relative a progetti di ricerca e sviluppo acquisiti	»	62
5.4	Progetti di ricerca e sviluppo: esempi	»	62
6	Gli intangibili specifici che l'acquirente non intende utilizzare o che intende utilizzare in un modo diverso dagli altri partecipanti al mercato. I defensive intangible asset	»	64

7	Le relazioni con la clientela	pag.	66
7.1	Che cosa si intende per relazioni con la clientela	»	67
7.2	Le condizioni per l'esistenza delle relazioni con la clientela	»	69
7.3	Identificabilità: contractual-legal criterion vs separability criterion	»	71
	7.3.1 <i>Relazioni con la clientela di natura contrattuale vs relazioni con la clientela di natura non contrattuale</i>	»	74
7.4	Relazioni con la clientela: esempi	»	79
8	L'assembled workforce	»	81
8.1	L'assembled workforce nella Phase I del progetto Business Combination	»	82
8.2	L'assembled workforce nella Phase II del progetto Business Combination: le Exposure Draft del 2005	»	83
8.3	Gli approfondimenti dello staff tecnico	»	84
8.4	L'assembled workforce nell'IFRS 3R e nel FASB ASC 805 (SFAS 141R)	»	87

3

L'IDENTIFICAZIONE DEGLI INTANGIBILI SPECIFICI: GLI STRUMENTI OPERATIVI

1	Il processo di identificazione degli intangibili specifici acquisiti	»	91
2	Prima fase: l'analisi strategica	»	92
2.1	Livelli di gestione strategica e intangibili specifici	»	93
2.2	Catena del valore e intangibili specifici	»	95
	2.2.1 <i>Caso 1 – L'analisi del modello distributivo di un'impresa operante nel settore dell'arredo</i>	»	95
2.3	Caratteri distintivi e intangibili specifici	»	98
	2.3.1 <i>Caso 1 – I caratteri distintivi di un'impresa operante nel settore dell'arredo</i>	»	98
2.4	Presupposti e finalità della business combination e intangibili specifici	»	99
	2.4.1 <i>Caso 1 – Il caso di una business combination nel settore farmaceutico</i>	»	100

	2.4.2	<i>Caso 2 – Il caso di una business combination nel settore dei beni di largo consumo</i>	pag.	101
	2.4.3	<i>L'approccio proposto: una sintesi</i>	»	101
3		Seconda fase: l'analisi di benchmarking	»	102
	3.1	Caso 1 – L'analisi di benchmarking riferita al settore del retail aeroportuale	»	104
	3.2	Caso 2 – L'analisi di benchmarking riferita al settore del lavoro interinale	»	105
	3.3	Caso 3 – L'analisi di benchmarking riferita al settore software & IT services	»	107
4		Terza fase: l'identificazione degli intangibili specifici acquisiti	»	109

4

LA STIMA DEL FAIR VALUE DEGLI INTANGIBILI SPECIFICI: IL QUADRO NORMATIVO

1		Fair value e business combination	»	111
2		La definizione di fair value	»	113
	2.1	Primo requisito: le parti devono essere ben informate (knowledgeable parties)	»	114
	2.2	Secondo requisito: le parti devono essere disponibili (willing parties)	»	115
	2.3	Terzo requisito: deve trattarsi di una libera transazione fra soggetti indipendenti (arm's length transaction)	»	116
	2.4	Fair value e value in use non vanno confusi	»	116
3		I criteri di stima del fair value degli intangibili specifici acquisiti secondo lo IAS 38	»	117
4		Il Reliability Measurement Criterion	»	119
5		Il Measurement Period	»	124
6		Le eccezioni al Measurement Principle: il caso degli intangibili specifici held for sale e quello dei diritti legali riacquistati	»	125
7		Il progetto Fair Value Measurement	»	125
	7.1	La definizione di fair value contenuta nell'Exposure Draft <i>Fair Value Measurement</i>	»	126

7.1.1	<i>L'oggetto della stima: asset e liability</i>	pag.	127
7.1.2	<i>Che cosa si intende per orderly transaction</i>	»	128
7.1.3	<i>Il reference market</i>	»	128
7.1.4	<i>I market participants</i>	»	130
7.1.5	<i>Entry price o exit price?</i>	»	131
7.1.6	<i>Il fair value delle attività: migliore destinazione d'uso (highest and best use)</i>	»	132
7.1.7	<i>Il fair value delle attività: presupposto della valutazione (valuation premise)</i>	»	135
7.1.7.1	<i>Caso 1 – Il fair value di un progetto di ricerca e sviluppo acquisito nell'ambito di un'operazione di aggregazione aziendale</i>	»	137
7.2	<i>Fair value vs transaction price</i>	»	138
7.3	<i>La stima del fair value: i possibili approcci valutativi</i>	»	139
7.3.1	<i>Caso 1 – La scelta del criterio da impiegare per stimare il fair value di un software</i>	»	142
7.3.2	<i>L'income approach: la stima del fair value con tecniche basate sull'attualizzazione dei flussi attesi</i>	»	143
7.3.3	<i>È corretto che il processo di stima del fair value sia regolamentato nel principio contabile?</i>	»	146
7.4	<i>Gli input da utilizzare nel processo valutativo: la fair value hierarchy</i>	»	147
7.4.1	<i>Gli input di primo livello</i>	»	149
7.4.2	<i>Gli input di secondo livello</i>	»	150
7.4.3	<i>Gli input di terzo livello</i>	»	151
7.5	<i>Gli obblighi di disclosure</i>	»	153

5 LA STIMA DEL FAIR VALUE DEGLI INTANGIBILI SPECIFICI: GLI STRUMENTI OPERATIVI

1	Premessa	»	157
2	Il criterio del costo	»	159

2.1	Costo di rimpiazzo (o di sostituzione) vs costo di riproduzione	pag.	159
2.2	Le componenti di costo rilevanti	»	160
2.2.1	<i>I costi diretti</i>	»	160
2.2.2	<i>I costi generali</i>	»	160
2.2.3	<i>Developer's profit ed entrepreneurial incentive</i>	»	161
2.3	Deterioramento fisico e obsolescenza funzionale, tecnologica ed economica	»	161
2.4	Gli ambiti di applicazione del criterio del costo	»	163
2.5	Caso 1 – La stima del fair value delle relazioni con la clientela	»	164
2.6	Caso 2 – La stima del fair value di un database	»	166
2.7	Caso 3 – La stima del fair value di un software	»	168
3	Il criterio di mercato	»	171
3.1	Il metodo delle transazioni comparabili	»	172
3.1.1	<i>Identificazione delle transazioni comparabili</i>	»	172
3.1.2	<i>La costruzione dei multipli di transazioni comparabili</i>	»	174
3.1.3	<i>Stima del fair value dell'intangibile specifico sulla base dei multipli</i>	»	175
3.2	In che condizioni il metodo restituisce risultati attendibili	»	175
3.3	Caso 1 – La stima del fair value di un marchio di manifestazione fieristica	»	176
3.4	Caso 2 – La stima del fair value di un database	»	178
4	Il criterio del reddito	»	178
4.1	Il relief from royalty method	»	179
4.1.1	<i>La stima del tasso di royalty</i>	»	180
4.1.2	<i>La relazione fra redditività attesa e tasso di royalty</i>	»	183
4.1.3	<i>Caso 1 – La stima del fair value di un marchio di abbigliamento di lusso</i>	»	184
4.2	Metodo dei risultati differenziali	»	189

4.2.1	<i>La stima dei risultati differenziali</i>	pag.	189
4.2.2	<i>Caso 1 – La stima del fair value di un marchio del settore alimentare</i>	»	190
4.2.3	<i>Caso 2 – La stima del fair value di una concessione nel settore del retail aeroportuale</i>	»	193
4.3	Il multi-period excess earnings method	»	193
4.3.1	<i>Previsione dei flussi di risultato attesi dell'azienda che impiega l'intangibile specifico oggetto di stima</i>	»	193
4.3.2	<i>Stima dei contributory asset charges</i>	»	197
4.3.2.1	Il return on	»	198
4.3.2.2	Il return of	»	203
4.3.3	<i>Attualizzazione dei flussi di risultato di pertinenza dell'intangibile specifico</i>	»	204
4.3.4	<i>Caso 1 – La stima del fair value delle relazioni con la clientela</i>	»	204
4.3.5	<i>Caso 2 – La stima del valore dell'assembled workforce</i>	»	205
4.3.6	<i>Wacc e Wara: come verificare la ragionevolezza delle stime</i>	»	209
5	Il Tax Amortization Benefit (TAB)	»	213
5.1	Il TAB nelle applicazioni pratiche	»	217
5.2	Alcune considerazioni critiche	»	220
6	La vita utile degli intangibili specifici	»	222
6.1	La vita utile delle relazioni con i clienti	»	225
6.1.1	<i>L'analisi della vita utile residua della clientela in presenza di serie storiche complete: l'actuarial analysis</i>	»	225
6.1.2	<i>L'analisi della vita utile residua della clientela in presenza di serie storiche incomplete: l'attrition analysis</i>	»	228
6.1.3	<i>I limiti dell'actuarial analysis e dell'attrition analysis</i>	»	231