

Premessa: il valore della proprietà intellettuale

L'attenzione ai nuovi dispositivi fiscali in Italia è sempre elevata, soprattutto quando si entra nel campo delle politiche di incentivazione e stimolo.

L'Italia, povera di risorse naturali e materie prime di rilevanza mondiale, è notoriamente un paese che ha nella creatività e nell'innovazione una delle risorse principali, anzi, probabilmente la principale “miniera d'oro” del proprio sviluppo.

Vengono immediatamente alla mente la rilevanza della moda, del design, dell'architettura, delle arti, essendo storicamente il “Paese della bellezza”. Ma non bisogna sottovalutare anche quanto è stato storicamente fatto e si continua a fare nei settori a tecnologia più tradizionale ma sempre elevatissima: nella meccanica fine e nella mecatronica, nell'automazione, nella chimica e nella farmaceutica, nella ricerca di base, nell'*automotive* e così di seguito.

Gli italiani inventano, creano, innovano, a grande intensità e questo ci è riconosciuto nel mondo.

L'imprenditorialità stessa è un fenomeno radicato storicamente, tanto che il segmento delle PMI costituisce l'asse portante dell'economia nazionale. Non abbiamo più molti grandi campioni, ma sicuramente gli spunti imprenditoriali a dimensioni più contenute non mancano.

Purtroppo parimenti non si può dire della capacità di “dare struttura permanente” a questa capacità innovativa: nel tempo abbiamo perso entità che avevano fatto da incubatore e sviluppatore di molte delle tecnologie che ancor oggi sono di uso comune. Abbiamo perso Montedison che fino a che è esistita aveva dato origine a innovazioni radicali dalla chimica delle materie plastiche alla realizzazione di macchine e impianti per il settore petrolifero, dalla farmaceutica con Farmitalia Carlo Erba alle prime innovazioni per la gestione dei materiali riciclati con Novamont e delle resine con HiMont. La lista sarebbe lunga, abbiamo perso anche Olivetti,

che ancora all'inizio degli anni '90 era leader mondiale nel personal computer subito dopo IBM e abbiamo visto ridurre il peso di altri settori ove siamo stati riconosciuti leader mondiali.

Ma abbiamo anche costruito il nuovo: oggi aziende come Tecnogym, Luxottica, Brembo per citarne alcune sono modelli di riferimento globale nei rispettivi settori.

Questo per non parlare di moda e design in cui Armani è il nome riferimento per tutti gli operatori del settore ovunque nel mondo.

Se questa è una risorsa primaria, è anche vero che raramente trova nelle aziende una propria gestione coerente tesa a proteggere e valorizzare la componente immateriale, creativa o tecnologica, che abbiamo posto sotto l'univoca definizione di "proprietà intellettuale".

In questo campo agisce la Patent box, il cui obiettivo è sì di incentivare la tutela e l'ulteriore sviluppo dell'innovazione ma anche "mettere ordine" nell'aspetto gestionale degli assets immateriali.

Se l'*impairment test* costituisce un utile monitoraggio del valore dello stesso, la Patent box si pone a monte del processo innovativo, spingendo a ricostruire il processo stesso con un insieme di disposizioni e con l'apertura alla vastità dei campi in cui l'ingegno può manifestarsi fino a comprendere elementi come i "disegni", intendendo con esso rappresentazioni grafiche dell'idea, o le "informazioni segrete o riservate" intendendo con tale definizione anche quegli elementi non sottoponibili a brevetto o identificazione di marchio ma caratterizzanti una soluzione innovativa.

Proprio questa estensione e queste implicazioni organizzative e gestionali ci hanno fatto riflettere, come professionisti impegnati nei rispettivi campi ma anche nei processi formativi accademici, sulla utilità dello strumento legislativo non limitata ai benefici fiscali previsti, ma estesa a implicazioni gestionali, patrimoniali e finanziarie.

Da qui lo stimolo a produrre un documento organico che passando attraverso le interpretazioni normative e fiscali, giunga a coprire anche gli aspetti più tecnicamente valutativi e gestionali, ipotizzando un processo di gestione strutturato dell'asset intangibile teso alla sua valorizzazione nel tempo, non ultimo con una attenzione alle dinamiche nella gestione delle politiche di *transfer pricing* per quelle realtà a dimensione internazionale.

È necessariamente una prima edizione del testo in quanto successive integrazioni normative sono attese, e la casistica di riferimento ancora contenuta essendo il tema "giovane". Ci impegniamo in tal senso a tenere aggiornato il tema nel suo sviluppo.

Riteniamo che le aziende imprenditoriali, sia quelle caratterizzate da una guida a forte "personalizzazione", alle aziende "*one man show*", alle dinastie familiari ricche di tradizione e capacità di rinnovarsi, ai gruppi ove la tematica si estende alla gestione dei *transfer price* in un insieme coordinato, possano comunque trarre un primo beneficio e un riscontro nella diretta esperienza.

In particolare invitiamo il lettore a porre attenzione come sia necessario alla problematica un presidio multidisciplinare: il risultato migliore si ottiene dalla

compresenza di competenze legali (per una corretta interpretazione della normativa e una adeguata individuazione del perimetro degli asset di interesse), fiscali (per l'adeguata individuazione del trattamento e dei benefici relativi) e gestionali-finanziarie (per un inquadramento corretto ed efficiente dei processi e dei valori implicati).

Si possono ottenere risultati anche privilegiando l'uno o l'altro dei profili di competenza delineati, ma certamente sub-ottimali, e anche consistentemente, rispetto ad un approccio integrato.

Maurizio Dallochio
Raul-Angelo Papotti
Luca Pieroni