

VALUTAZIONE E VALORIZZAZIONE DEL MARCHIO

Domande frequenti

PERCHÉ VALUTARE IL MARCHIO?

Il marchio è l'asset immateriale più tangibile di un'impresa, può valere dal 20% all'80% del valore dell'azienda a seconda dei settori industriali e del suo stadio di sviluppo.

Il brand crea valore non solo nei settori consumer (B2C) ma anche nei settori industriali con prodotti ad alto contenuto tecnologico-professionale. Molti dei marchi business-to-business (B2B) che si rivolgono ad acquirenti tecnici e ad imprese sofisticate sono considerati tra i brand di maggior valore a livello mondiale, contrariamente al pensiero comune che il brand sia un veicolo di comunicazione solo per prodotti di consumo.

Il marchio, essendo parte rilevante del patrimonio immateriale, richiede **un'attenta gestione del valore** a partire da una valutazione attuale e prospettica sia finanziaria che business/marketing.

QUALI SONO I TIPICI OBIETTIVI DELLA VALUTAZIONE?

La valutazione del brand ha l'obiettivo di **dare un valore economico all'asset marchio e di valutare la sua forza e il suo potenziale inespresso** al fine di individuare le opportunità di valorizzazione a breve e a medio-lungo termine.

La valutazione del brand è lo **strumento per quantificare l'entità del contributo dato dal brand al valore aziendale** e serve ad evitare che il management sottostimi le attività di tutela, gestione e accrescimento del suo valore economico-strategico.

La valutazione oggettiva e professionale del brand può essere utilizzata per varie necessità aziendali quali ad esempio:

- Supportare la formulazione di una strategia di crescita del business centrata sul brand come vettore di sviluppo
- Supportare e qualificare piani industriali mettendo in evidenza il patrimonio intangibile e il brand
- Finanziare lo sviluppo utilizzando il brand come asset per ottenere finanziamenti
- Comunicare il valore dell'azienda alla comunità business-finanziaria
- Definire una politica di gestione del rischio di perdita del valore economico del brand
- Valorizzare il brand/portafoglio di brand con iniziative specifiche

La valutazione viene normalmente effettuata con **due finalità: la valorizzazione e/o la monetizzazione del brand.**

VALORIZZAZIONE

Formulare una strategia di crescita del business incentrata sul brand come vettore di sviluppo

- Nuovi mercati
- Nuovi canali
- Nuovi prodotti/servizi
- Accordi/Partnership/Joint Venture

Valorizzare il brand/portafoglio di brand con iniziative specifiche

- Estendere il brand a nuovi/prodotti servizi (Brand extension)
- Sviluppare una strategia e un piano di internazionalizzazione
- Comunicare il valore dell'azienda in modo efficace ai clienti, ai canali, alla comunità business-finanziaria
- Concedere in licenza il marchio
- Sviluppare iniziative di co-branding con prodotti/servizi compatibili/complementari con la propria offerta
- Progettare/rivedere l'esperienza dei clienti sui punti di contratto con l'azienda (brand experience in termini di packaging, punto di vendita, multicanalità, ecc.)
- Progettare/rivedere l'architettura del portafoglio marchi (brand architecture)

MONETIZZAZIONE

Finanziare lo sviluppo utilizzando il brand come asset per ottenere finanziamenti

- Valutazione utilizzata per istruttorie di strumenti finanziari quali prestiti, lease-back
- Valutazione utilizzata per progetti di ristrutturazione del debito
- Costituzione di veicoli societari specifici per la gestione della Proprietà Intellettuale

Valutare e presentare in modo efficace e professionale il valore aziendale e del patrimonio immateriale per operazioni straordinarie

- Fusioni, acquisizioni
- scorpori, ristrutturazioni societarie
- cessioni e iscrizioni a bilancio (perizie)
- Quotazioni in Borsa
- Applicazione principi contabili IAS/IFRS

COME SI VALUTA IL MARCHIO?

ICM Advisors attraverso le sue esperienze, la ricerca e il costante confronto con le migliori prassi internazionali ha sviluppato un **approccio e metodologie proprietarie ritagliate sulle esigenze delle medie imprese**. Nell'intervento vengono sviluppate le seguenti analisi e valutazioni

- Valutazione del business associato al marchio/portafoglio marchi (azienda, divisione, linea prodotto):
 - Analisi del mercato e della concorrenza di riferimento;
 - Analisi del posizionamento dell'azienda nel settore di riferimento (posizionamento, fattori di vantaggio sulla concorrenza, forza/debolezza, potenziale di sviluppo);
 - Analisi economico-finanziaria attuale e prospettica;
 - Identificazione del valore economico dell'azienda.
- Analisi e valutazione del patrimonio immateriale (marchi, relazioni con clienti, relazioni con canali, relazioni con fornitori, immagine, reputazione, know-how, brevetti, sistema tecnico-organizzativo);
- Analisi della Forza del marchio e del suo contributo ai risultati business secondo la metodologia proprietaria (**Brand Equity Score**©) che valuta 22 elementi in cinque aree:
 - Attrattività/Potenziale del mercato in cui opera il marchio (tassi di crescita, intensità competitiva, innovazione);

- Capacità del marchio di sostenere la differenziazione, la qualità dell'offerta, l'ampiezza della gamma, il servizio cliente, il servizio alla distribuzione, ecc. **Verifica sul campo della promessa del marchio attraverso visite/contatti con i punti di vendita/contatto del cliente;**
- Impatto del marchio sul business (profittabilità, quota di mercato, sostegno al price premium);
- Immagine del marchio sul mercato (notorietà, fedeltà, percezione);
- Modalità di gestione del marchio (investimenti, protezione, strategia di sviluppo, stato delle attività di marketing, risorse di brand management);
- Identificazione del valore economico-finanziario del marchio;
- Identificazione del potenziale di sviluppo e delle opportunità di valorizzazione del marchio.

COME VIENE CONDOTTA LA VALUTAZIONE?

Dopo l'assegnazione dell'incarico professionale di valutazione ICM Advisors conduce l'intervento in tre passi che prevedono ciascuno un incontro con l'azienda:

- Riunione di lancio con raccolta dei documenti richiesti in precedenza attraverso una check-list;
- Presentazione di un rapporto preliminare con l'analisi del posizionamento dell'azienda e la valutazione della forza del marchio;
- Presentazione del rapporto finale contenente le valutazioni economiche e branding/marketing e le opportunità di valorizzazione.

QUANTO TEMPO E IMPEGNO DEL MANAGEMENT RICHIEDE?

La durata dell'intervento è di 2-3 mesi a seconda della complessità del business e del portafoglio marchi in valutazione. **L'impegno complessivo per il management è di tre mezza giornate.** Sovente le aziende hanno colto l'occasione per coinvolgere i responsabili funzionali per gestire la consapevolezza, l'allineamento, il consenso sullo stato e sulle opportunità di sviluppo.

QUALI DOCUMENTI VENGONO CONSEGNATI?

Vengono consegnati i seguenti documenti:

Rapporto preliminare di valutazione contenente:

- l'analisi del mercato;
- l'analisi della concorrenza di riferimento;
- la valutazione dell'azienda e del suo patrimonio immateriale (portafoglio degli asset intangibili);
- la valutazione della forza/debolezza del marchio.

Rapporto finale contenente:

- la valutazione economica e business dell'azienda e del patrimonio immateriale;
- la valutazione finanziaria e marketing della forza e del potenziale del marchio;
- l'identificazione delle opportunità di valorizzazione e le raccomandazioni per il percorso di sviluppo.

Relazione di valutazione

- Sintesi dei risultati e delle indicazioni documentati nel rapporto finale nonché i metodi e i criteri di valutazione e di analisi finanziaria impiegati.

QUALI SONO I BENEFICI DELLA VALUTAZIONE?

La valutazione del marchio porta all'azienda i seguenti benefici:

- **Migliore allocazione degli investimenti e delle risorse e riduzione** dei rischi attraverso una chiara identificazione del valore del marchio e del suo potenziale inespresso e delle iniziative da intraprendere che sovente richiedono sensibili investimenti (internazionalizzazione, nuovi prodotti, rafforzamento della distribuzione, comunicazione).
- Disponibilità di un **strumento per controllare nel tempo il valore del marchio** e controllando l'efficacia delle iniziative e degli investimenti.
- Disponibilità di una **valutazione professionale e certificabile** condotta con metodi riconosciuti dalla comunità finanziaria internazionale e utilizzabile per diverse finalità (gestionali, finanziarie, fiscali, ect.).
- Disponibilità di uno strumento che aumenta la **consapevolezza negli azionisti e nel management del valore del patrimonio costruito nel tempo** e delle opportunità/rischi connessi.

QUANTO COSTA LA VALUTAZIONE DEL MARCHIO?

ICM Advisors ha ottimizzato, per le medie imprese, il costo dei suoi servizi professionali ad alto valore aggiunto mantenendo la qualità e la disponibilità di strumenti prevalentemente accessibili a budget tipici delle grandi imprese. Il costo del servizio dipende dalla dimensione, dalla complessità del business, dal numero di marchi in portafoglio nonché dalla disponibilità di ricerche e piani aziendali esistenti.

PERCHÉ ICM ADVISORS?

ICM Advisors è una società internazionale di advisory e ricerca economico-finanziaria specializzata nella valutazione, valorizzazione e finanziamento degli Asset Intangibili e della Proprietà Intellettuale sia di marketing (brand, relazioni con clienti/canali, ect.) sia tecnologici (know-how, brevetti, ect.).

ICM Advisors dispone del know-how, maturato in numerose valutazioni svolte in Italia in particolare per il brand di medie aziende e delle metodologie di valutazione riconosciute dalla comunità finanziaria ed integrate con metodologie proprietarie. Dispone altresì di data base finanziari, di settore e marketing gestite e organizzate da ICM Research sua divisione di ricerca e competitive intelligence. **ICM Advisors è la prima società europea che fornisce servizi professionali integrati con soluzioni finanziarie** che utilizzano gli asset intangibili come collateral.

Nell'area della **Gestione del Valore del Brand** ICM Advisors ha un portafoglio di servizi professionali che comprende tutti gli aspetti strategici, marketing, economico-finanziari e progettuale-esecutivi necessari per la piena valorizzazione della marca.

Le competenze ed esperienze distintive di ICM Advisors sono:

- **Forte specializzazione nella finanza e nel management degli asset immateriali** che sono il core business dell'azienda
- **Prima introduzione in Italia delle soluzioni finanziarie basate sul valore del brand** e degli asset immateriali in collaborazione con **primarie banche italiane**
- **Forti esperienze nei settori tipici del Made in Italy (oltre 180 valutazioni/valorizzazioni di brand)**
- **Costanti investimenti in ricerca e sviluppo (database di 1000 marchi dei settori Made in Italy)** con pubblicazione della prima ricerca in Italia sul valore del brand delle medie imprese eccellenti ed il finanziamento di dottorati sulla finanza dei beni immateriali
- **Unicità nel fornire una valutazione del marchio e degli asset immateriali non semplicemente finanziaria** ma strategica, di marketing e del potenziale reale e sostenibile dell'azienda.
- **Servizi progettati specificamente per le realtà medie** (approccio, contenuti, costi e tempi) e per il loro territorio di appartenenza.
- **Alta seniority della staff** con esperienza internazionale, su più settori industriali e con **competenze multidisciplinari** quali marketing, tecnologia, strategia aziendale, valutazione economico-finanziaria (azienda, business, asset), finanza d'impresa e sviluppo mercati internazionali che consentono una valutazione globale dell'azienda e del suo potenziale.
- **Unità di ricerca economico-finanziaria** (ICM Research) con disponibilità di dati/informazioni sui mercati, concorrenza, tecnologie e best practices a livello nazionale e internazionale
- **Metodologie di lavoro allineate alle migliori prassi riconosciute** dalla comunità business-finanziaria a livello internazionale
- **L'esperienza nella valutazione dei brand B2B a base tecnologica** supportata da conoscenza industriale di settori quali high-tech, macchine/impianti, elettronica industriale e da competenze di valorizzazione della tecnologia (**Technology Equity Score**©)
- **Competenza e professionalità** riconosciuta
 - dal mondo finanziario con la collaborazione con primarie banche e istituzioni finanziarie
 - dal mondo universitario Intellectual Property Finance Institute con il Politecnico di Torino
 - dai media economico-finanziari (copertura delle ricerche e delle attività)
 - dalle comunità professionali/associative (membri della Intangible Asset Finance Society, American Chamber of Commerce, Unione Industriale di Torino)

ICM Advisors LLC

18, Avenue Louis Casaï 1209 Geneva – Switzerland
Via Monte di Pietà, 21 20121 Milano – Italy
Piazzetta San Michele, 5/1 35122 Padova – Italy
Via Giovanni Prati,1 10121 Torino – Italy

Tel. +41 22 747 7832
Tel. +39 02 86337602
Tel. +39 049 656181
Tel. +39 011 5069790

Fax +41 22 747 7999
Fax +39 02 86337400
Fax +39 049 8753162
Fax +39 0114406980